



BALANCE DE GESTIÓN INTEGRAL AÑO 2018

Ministerio de Economía, Fomento y
Turismo

Servicio Nacional de Turismo

29 de marzo de 2019

Avenida Providencia 1550, Providencia, 227318310

www.sernatur.cl





ÍNDICE

1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del ramo	4
Ministerio de Economía, Fomento y Turismo	4
Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño	5
Subsecretaría de Turismo	5
Subsecretaría de Pesca y Acuicultura	6
Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera	7
Corporación de Fomento de la Producción	7
Comité Innova Chile	9
Fiscalía Nacional Económica	10
Instituto Nacional de Estadísticas	10
Instituto Nacional de Propiedad Industrial	11
Servicio de Cooperación Técnica	11
Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura	12
Servicio Nacional de Turismo	12
Servicio Nacional del Consumidor	13
Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento	14
2. Resumen Ejecutivo Servicio	16
3. Resultados de la Gestión año 2018	19
4. Desafíos para el período de Gobierno 2019 - 2022	34
5. Anexos	40
Anexo 1: Identificación de la Institución	41
a) Definiciones Estratégicas 2014-2018	41
b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio	44
c) Principales Autoridades	45
Anexo 2: Recursos Humanos	46
Anexo 3: Recursos Financieros	55
Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2015 -2018	62
Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2015 - 2018	65

Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas (2015-2018)	66
Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas	67
Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2018	69
Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2015-2018	71
Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género y descentralización / desconcentración 2015 - 2018.	75
Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2015-2019	79
Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2015- 2019	79
Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2015 - 2018	80

1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del ramo

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tiene la misión de promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país; la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados; además del desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de Chile. Todo esto mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país, sus organizaciones corporativas y las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico, tanto públicas como privadas, nacionales y extranjeras. Desempeñar un activo rol en impulsar importantes reformas que apunten a elevar la competitividad global de la economía, a perfeccionar el funcionamiento de los mercados, incluyendo la protección de los derechos del consumidor, y a promover el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país.

El 14 de mayo de 2018 se firmó el decreto que permitió la creación de la Oficina de Gestión de Proyectos Sustentables (GPS) radicada en el Ministerio de Economía, fomento y turismo, cuya responsabilidad es coordinar al resto de los Ministerios y sus respectivos servicios para hacer más eficiente el proceso de aprobación y entrega de los permisos para la implementación de grandes proyectos de inversión, entregando el apoyo necesario para el cumplimiento a cabalidad de los requisitos establecidos en la normativa vigente.

En agosto del mismo periodo, el Gobierno lanzó la Oficina de Productividad y Emprendimiento Nacional (OPEN) y Proyecto de Ley Misceláneo de Productividad y Emprendimiento con 28 medidas para simplificar trámites, eliminar burocracia y mejorar la competitividad, en el marco de la agenda de productividad del Gobierno.

En el marco de la Economía del Futuro, estamos trabajando en innovaciones a la Ley de Investigación y Desarrollo y, en particular, en la creación de nueva Ley de Transferencia Tecnológica, para vincular de mejor forma a las universidades y las áreas donde se genera conocimiento con aquellos sectores productivos y de políticas públicas. También se creará el Observatorio de Datos, que será una organización sin fines de lucro con la misión de adquirir, procesar y almacenar en medios digitales los conjuntos de datos generados por instituciones de carácter público o privado y que por su volumen, naturaleza y complejidad requieren una curaduría, exploración, visualización, y análisis que facilite la disponibilidad de dichos datos para fines del desarrollo de la ciencia, tecnología, innovación, conocimiento y sus aplicaciones en la economía, siendo el primer conjunto de datos y disciplina a incorporar, la Astronomía.

Dentro de los logros alcanzados por los servicios dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en 2018, podemos destacar:

Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño

Uno de los impulsos importantes que ha desarrollado esta Subsecretaría a través de la División de Empresas de menor tamaño ha sido la formulación y promulgación de la ley pago a 30 días para las PYMES. El día miércoles, 19 de diciembre de 2018, se aprobó el proyecto de Pago a 30 Días, que luego con fecha 03 de enero de 2019 se convirtió en Ley de la República. Esta ley además de establecer un plazo de pago certero –impulsado por la obligación de emisión de la guía de despacho electrónica-, instaura la aplicación de intereses corrientes por cada día de atraso en el pago de la factura y comisión moratoria y, en régimen, esta ley exigirá las mismas condiciones de pago tanto para el sector público como el privado.

Por el lado de la innovación el presupuesto del FIC para el año 2018, contempló recursos para dar cumplimiento a un conjunto de instrumentos y programas en desarrollo, además de nuevas iniciativas priorizadas, de acuerdo al Programa Nacional de Innovación. El Programa FIC durante el 2018 ejecutó el 99,9% de los fondos que le fueron asignados.

En el marco de la Asociatividad y Economía Social la Subsecretaría ha sido pionera en sumarse a la agenda de Modernización del Estado, al implementar DAES Digital, buscan digitalizar la documentación de más de 11 mil organizaciones, entre cooperativas, asociaciones gremiales y de consumidores.

Finalmente es importante destacar que durante 2018 se constituyeron 132.140 nuevas empresas en el país, 11,9% más que en 2017 y la cifra más alta desde que partió el sistema de registro electrónico en 2013, que está a cargo de la División de Empresas de Menor Tamaño y el Registro de Empresas y Sociedades (RES). Del total de las empresas creadas en 2018, el 77,2% correspondió a compañías constituidas en el sistema de Registro de Empresas y Sociedades (RES) y el 22,8% restante se realizó a través del Diario Oficial (30.142 empresas).

Subsecretaría de Turismo

Durante 2018 la Subsecretaría de Turismo trabajó en la puesta en valor de cinco Parques Nacionales, avanzando así en el mejoramiento de la experiencia de los visitantes que llegan hasta ellos. Adicionalmente, se dieron importantes pasos para potenciar el desarrollo del capital humano en la industria turística. En este sentido, y tras la realización talleres participativos se desarrolló el Plan Estratégico de Capital Humano para turismo 2019-2022. Este documento tiene como objetivo orientar el trabajo estratégico y operativo de los actores públicos y privados del sector en esta materia. A lo anterior, se suma la realización en conjunto con Sence y la Subsecretaría del Trabajo, de una capacitación en inglés para Turismo en la Región de Coquimbo. Estas acciones serán repetidas a lo largo del presente año.

En materia de Relaciones Internacionales, en junio de 2018 se firmó un acuerdo para entregar una visa conjunta entre Chile y Argentina, para turistas de nacionalidad China que nos visitan.

Además, en el marco del trabajo desarrollado para impulsar la línea de experiencia "Enoturismo", la Subsecretaría de Turismo consiguió que Chile, con el Valle de Colchagua, fuese definido como sede de la Cuarta Versión de la Conferencia Mundial de Turismo Enológico, la cual se realizará en diciembre de 2019.

También y tras casi una década desde que se ingresó en el Congreso el proyecto de Cabotaje de Pasajeros a naves extranjeras de más de 400 pasajeros, la Subsecretaría impulsó este proyecto, logrando su aprobación en enero de 2019.

Subsecretaría de Pesca y Acuicultura

Por encargo del Presidente de la República, se envió al Congreso un proyecto de ley que termina con la renovación automática de las licencias pesqueras del sector industrial, al final del actual período de 20 años. Esa iniciativa fue aprobada ya en la comisión de Pesca del Senado, en primer trámite constitucional, y su debate en el Legislativo continúa. También con la finalidad de modificar la Ley de Pesca, el Ejecutivo prepara otro proyecto, que abordará esencialmente materias vinculadas con la actividad artesanal. Para conocer los puntos de vista de los pescadores frente a la futura iniciativa, la subsecretaría desarrolló, en junio y julio de 2018, 114 encuentros participativos a lo largo de todo Chile.

A partir de un diálogo permanente con pescadores de todo el país, además, la subsecretaría ha tomado una serie de medidas que benefician de manera directa al rubro. Así, por ejemplo, se creó la pesquería de la sierra para Los Ríos, lo que permite al sector artesanal de esa región capturar, de modo sustentable, un recurso abundante en la zona. En caleta La Barra, La Araucanía, en tanto, se autorizó la pesca del salmón chinook, con miras al desarrollo de iniciativas enfocadas en la diversificación productiva. Se visó igualmente la extracción del dorado o palometa, con bolinche, en Atacama, Coquimbo y Valparaíso, en línea con un antiguo anhelo de los pescadores locales. Y en diez regiones, se generaron cupos para capturar pez espada.

Junto con lo anterior, el Ejecutivo ingresó a la Contraloría General de la República el DFL que fija la planta del Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala (Indespa), cuyo fin es concentrar las líneas de financiamiento público destinadas al sector pesquero artesanal. Una vez que se tome razón del decreto, se iniciará la implementación del nuevo organismo.

El Gobierno remitió también al ente contralor, el reglamento de la ley de caletas. Dicho instrumento posibilitará la plena entrada en vigencia de la norma, que busca convertir a esos asentamientos costeros (unos 450) en polos de desarrollo

económico, bajo la aplicación de dos premisas: agregación de valor y diversificación productiva.

También en el plano de las caletas, hasta 42 mil litros diarios de agua potable entregarán a pescadores de las regiones de Atacama y Coquimbo las plantas desalinizadoras que serán instaladas en seis de esos poblados costeros, gracias a recursos provenientes del Fondo de Administración Pesquero (FAP) de Subpesca, por un total de \$552 millones.

Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera

El aumento de la inversión extranjera dio muestras de su fortaleza durante 2018, tal como lo reflejan los US\$14.108 millones de la cartera de proyectos de InvestChile, que sobrepasa con creces los datos del año 2017, cuando registró US\$7.736 millones.

Este incremento de 82,4% va asociado con el aumento del número de proyectos en el que la agencia participó, que pasaron desde 196 a 277 y que generarán 15.408 puestos de trabajo en relación a los 10.693 anotados en el ejercicio anterior.

La cartera de proyectos de InvestChile va en la misma tendencia que estadística del Banco Central, que, con una metodología diferente, muestra que la inversión extranjera directa ha aumentado en el año. Totalizó US\$7.834 millones entre enero y octubre de 2018, mismo periodo en el que se registraban US\$6.264 millones en 2017.

Corporación de Fomento de la Producción

Una mejora institucional cargada de innovación fue lo que se desarrolló durante el año con el rediseño de los programas de emprendimiento e innovación buscando facilitar el acceso y la postulación de los usuarios, pasando de 38 instrumentos a ofrecer un conjunto de 15 instrumentos además del incentivo tributario I+D y Start Up Chile.

Durante el año 2018, en julio Corfo presentó su nueva plataforma web “El Viaje del Emprendedor” dedicado exclusivamente para emprendedores y entidades relacionados. Luego el 14 de noviembre se lanzó Huella, la primera aceleradora de proyectos de triple impacto, donde a través de un proceso de aceleración de 6 meses se apoyarán emprendimientos innovadores que resuelvan problemas sociales y/o ambientales, con un modelo de negocio viable y sostenible en el tiempo. En el mes de diciembre se adjudicaron los primeros 13 proyectos a participar de este aceleradora, que trabaja con la metodología de Start up Chile.

En el ámbito de la innovación el 9 de agosto del mismo año, Corfo de la mano del Ministerio de Economía, fomento y turismo y el de Medio Ambiente, lanzaron el programa de Prototipos de Innovación en Economía Circular, el cual posee un

alcance nacional de cofinanciamiento de hasta 60 millones de pesos y entre el 50% y 70% de los costos totales del proyecto según el tamaño de cada empresa.

El 13 de diciembre del año 2018, se realizó el lanzamiento del programa Acelera Chile, el cual busca contribuir al aumento de la competitividad y sostenibilidad de empresas ubicadas en territorios de oportunidades en que se concentran zonas de rezago productivo y/o Zonas extremas.

En cuanto a los esfuerzos realizados durante el año 2018, para mejorar las capacidades habilitantes para sofisticar la oferta productiva del país a fines del primer trimestre se realizó el lanzamiento del Programa Ciencia e Innovación para el año 2030. Además, en noviembre se adjudicó la creación del Instituto Tecnológico para la Resiliencia ante Desastres Naturales, este Instituto Tecnológico tendrá el rol de resolver las fallas detectadas en la I+D+i en el sistema de resiliencia, facilitar procesos de colaboración y lograr articulación efectiva de los actores; además de crear una red nacional colaborativa de trabajo para la resiliencia mediante un trabajo mancomunado entre todos los actores involucrados. Finalmente, en diciembre del 2018 se inició el trabajo de creación de un Centro de Biotecnología Traslacional, que actuará como plataforma habilitante. Su misión será acelerar el desarrollo de productos y servicios biotecnológicos basados en I+D realizados en Chile. Este trabajo se realizará de la mano de la industria a través de SOFOFA.

A fines de noviembre Corfo lanzó la convocatoria para el Instituto Chileno de Tecnológicas Limpias, orientado a las temáticas de energía solar, minería baja en emisiones y materiales avanzados de litio. Este instituto implica una inversión de USD\$ 260 MM, constituyendo la mayor inversión que el país ha realizado en clean tech.

En temas asociados a mejorar las condiciones de financiamiento a través de FOGAIN, durante diciembre del año 2018, se realizó la asignación de cupos de cobertura FOGAIN para intermediarios financieros (IFIs), privilegiándose a aquellos que intermediarios que presentaron las tasas de interés más bajas en relación al promedio, lo que permitirá que los beneficiarios obtengan tasas más bajas, además se implementó la modalidad especial Víctimas de la Violencia Rural en Fogain.

En cuanto a mejoras en la industria de capital de riesgo durante el año 2018 comenzaron a operar 8 nuevos fondos de inversión, a diciembre del año 2018 ya son 297 las empresas apoyadas a través de los fondos de inversión apoyados por Corfo.

Asimismo, Corfo lanzó el nuevo fondo de inversión para el sector forestal y maderero, a través de créditos de largo plazo para la constitución del fondo de inversiones con un tope máximo de US\$30 millones por fondo. Cuya inversión inicial fue de US\$120 millones con 59.000 hectáreas beneficiadas.

Comité Innova Chile

InnovaChile de acuerdo a su misión busca convertir a Chile en un país impulsado por la innovación, entregando herramientas y promoviendo la colaboración entre actores que permitan mejorar, sofisticar, diversificar y digitalizar la matriz productiva.

Para esto promueve el desarrollo de las entidades, en el fortalecer el entorno para innovar, instalar capacidades y procesos de innovación dentro de las empresas, desarrollar y consolidar nuevos productos, procesos o servicios para las empresas de forma impacte positivamente a la sociedad y que permitan resolver grandes desafíos de Chile.

Al respecto podemos señalar que al 2018 Comité InnovaChile con un presupuesto de M\$43.991.641, los cuales ejecutó al 100%, correspondiendo mayoritariamente a recursos que provienen del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC), los cuales se han destinado a labores tales como fomento y apoyo financiero del programa Mipymes, para aquellas micro, pequeña y mediana empresas que incorporaron elementos de innovación en sus operaciones a lo largo del país, y en el caso específico de las regiones, mediante el Fondo de Innovación para la Competitividad Regional (FIC-R) a través de los Gore.

En términos operativos su número de operaciones se incrementó un 19% en relación al año anterior; el 66% de sus postulantes fueron Mipymes y el 66% de ellos postuló por primera vez; lo anterior evidencia el logro del objetivo de incluir a nuevos actores dentro del Ecosistema de Innovación.

Además, se ha avanzado hacia una mayor representación regional logrando que sobre el 50% de los proyectos apoyados sean desarrollados en regiones; ejemplo de lo anterior es la Convocatoria de Prototipos de Innovación Regional 2018, el cual se lanzó en 7 regiones apoyando 76 iniciativas cuyos desafíos abordan temáticas territoriales de importante relevancia local.

También en el año 2018 se realizó el Primer Piloto Prototipos de Economía Circular aprobándose 26 proyectos por \$1.344 millones. Así mismo se lanzó el Programa Huella, la primera aceleradora de emprendimientos que apoya iniciativas innovadoras que no solo busquen un impacto económico, sino que también social y ambiental, se adjudicaron 13 proyectos por \$665 millones.

Durante el año 2018 se realizó un rediseño institucional buscando una entidad más ágil y simple, reduciendo el número de instrumentos, simplificando bases técnicas, disminuyendo el número de antecedentes solicitados y minimizando el uso de documentos físicos priorizando el uso de notificaciones electrónicas. A nivel externo se rediseñó el programa Fortalece Pyme, el cual busca apoyar la implementación de Centros que contribuyan a mejorar la productividad de las Empresas de Menos Tamaño, por medio de servicios orientados a la adopción de mejores prácticas, incorporación de tecnologías, fortalecimiento de capacidades para innovar y la vinculación con el ecosistema.

En relación al desarrollo territorial InnovaChile ha buscado fortalecer los instrumentos con foco territorial, por lo que se rediseñaron los programas vigentes al 2018, generando los siguientes programas con mayor foco en regiones: Innova Región, Innova Social, Fortalece Pyme y Bienes Públicos.

Fiscalía Nacional Económica

Durante el año 2018, mantuvo la plena instalación de las nuevas atribuciones en materia de investigación y denuncia de ilícitos anticompetitivos, acorde a lo instruido en la reforma producida por la publicación de la Ley 20.945 en el año 2016.

Logró realizar 4 estudios de mercados, finalizando dos de ellos en importantes materias como rentas vitalicias y notarios, y comenzó otros dos en materia de medicamentos y textos escolares. Junto a ello, pero en materia de control de fusiones, se finalizaron 54 operaciones de concentración, de las cuales 47 fueron aprobados pura y simple, 5 aprobados con medidas y 2 prohibidas.

En el mismo sentido que lo expuesto en el párrafo anterior, y como resultado de la gestión, la FNE aumentó el número de acciones estratégicas que produjeron cambios de conducta en agentes económicos, logrando como resultado un total de 23 iniciativas, destacando dentro de ellas 5 Requerimientos presentados ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC).

En el ámbito de la promoción y la difusión de la libre competencia, la FNE publicó una Guía de Querellas y editó en calidad de consulta la Guía de Multas y además, tuvo un importante año no sólo por la relevancia de los eventos que organizó y patrocinó, como fue el Día de la Competencia y dos seminarios de nivel internacional desarrollados en conjunto con la Universidad de Chile, sino que también por el honor de haber recibido el reconocimiento de presidir el Comité de Competencia del Foro APEC.

Instituto Nacional de Estadísticas

Durante 2018, el INE contó con un Presupuesto de MM\$44.807.576, que ejecutó al 99%. Durante este año, y además de sus productos estadísticos habituales, el Instituto concluyó el trabajo técnico respecto de la nueva base del IPC, que comenzó su implementación en enero de 2019, y avanzó en el desarrollo de un nuevo marco muestral de viviendas con base en el censo de población de 2017. Además, la Institución se ha enfocado en un trabajo creciente con registros administrativos y en la actualización de la base muestral de la encuesta de empleo. Cabe destacar también la realización en conjunto con el Departamento de Extranjería y Migración del Ministerio de Interior, del primer estudio de determinación de la población inmigrante de Chile, estudio que de ahora en adelante se realizará anualmente. Por otro lado, el Programa Censo, con un presupuesto autónomo de \$2.027.295

millones, ejecutó un 87%, dedicado al VIII Censo Agropecuario y al inicio del trabajo en el Censo de Población de 2022. Finalmente cabe señalar que durante el año 2018 se completó la entrega de resultados del Censo 2017.

Instituto Nacional de Propiedad Industrial

INAPI consolidó sus operaciones como Autoridad Internacional para la Búsqueda y del Examen Preliminar de Patentes (ISA/IPEA, por sus siglas en inglés) en el marco del Tratado de Cooperación en materia de Patentes, lo que en la práctica significa que pasó a ser una de las 21 oficinas de patentes más importantes del mundo, siendo la segunda oficina en la región junto a Brasil, y la segunda en el mundo de habla hispana junto a la oficina española, capaz de desarrollar informes internacionales de patentabilidad.

Desde enero de 2018, como resultado de la ejecución del proyecto Inapi Sin papeles, se modificaron los flujos de trabajo y se ajustó el sistema de automatización de la propiedad industrial, de forma de permitir la gestión digital completa de los expedientes de marcas patentes, diseños industriales y modelos de utilidad, eliminando los expedientes físicos de respaldo.

Según el balance realizado, las solicitudes de marcas ante Inapi, superaron los 47.000 en 2018 y el 89% se piden por acceso vía web, correspondiendo a un 69% de dichas solicitudes a residentes nacionales sumando más de 1500 marcas nuevas de empresas chilenas, incrementando en un 4,7% respecto del año anterior. En tanto que las peticiones de registro de patentes crecieron 10% destacando las de diseños y las patentes de invención. Se obtiene que las marcas de productos son las que predominan alcanzando el 52,35% mientras que el porcentaje restante (47,65%) corresponden a servicios.

Servicio de Cooperación Técnica

Durante el año 2018, Sercotec consolidó la implementación de programas emblemáticos que contribuyeron con el desarrollo de los negocios de miles de microempresarios y emprendedores a lo largo de todo el país.

Con 51 Centros y 98 oficinas satélites, el programa Centros de Desarrollo de Negocios ha logrado una cobertura de 98% del territorio nacional, asesorando a casi 34 mil emprendedores y empresas de menor tamaño desde su creación. Los resultados acumulados obtenidos al 31 de diciembre de 2018 han superado con creces las expectativas, ya que más de 8.000 empresas han declarado aumento de ventas por un total aproximado de MM\$75.620, se ha generado más de 5.800 nuevos empleos formales y se ha capacitado a más de 240.000 emprendedores y empresas. La eficiencia con la que el programa fue implementado por Sercotec, lo hizo merecedor del “Reconocimiento de Excelencia” por parte de la América’s Small

Business Development Center (ASBDC) en septiembre de 2018 en Washington EE.UU.

Tras tres años de implementación, el programa Barrios Comerciales se consolidó logrando la revitalización comercial de 59 Barrios Comerciales, desarrollándose más de 300 iniciativas de promoción y difusión, activación comercial, heroseamiento del barrio, entre otras. Se continuó fortaleciendo la asociatividad, dando continuidad al trabajo colaborativo y se logró el apalancamiento por más de M\$247.437 millones, tanto de fuentes públicas como privadas.

La exitosa implementación de los programas del Servicio es fruto del esfuerzo y compromiso de todo el personal de la institución, cuya gestión fue reconocida el año 2018 por la Dirección Nacional del Servicio Civil a través del Premio Anual por Excelencia Institucional.

Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura

Durante el año 2018 se continuó con la tramitación parlamentaria de la ley que moderniza y fortalece el ejercicio de la función fiscalizadora del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, SERNAPESCA. En el marco de esta normativa, el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura incorporará a 253 nuevos funcionarios, de los cuales 233 harán labores de certificación de desembarque en terreno y otros 20 profesionales fortalecerán las labores de certificación de inocuidad de productos de la pesca y acuicultura de alta importancia para la exportación. Asimismo, incluye el uso de nuevas tecnologías para el combate a la pesca ilegal y sanciones más justas, proporcionales al nivel de impacto en recursos sobreexplotados o en colapso. Esta ley será aprobada y publicada en el mes de enero de 2019.

El Ministro de Economía, Fomento y Turismo, José Ramón Valente y el Ministro de Aduanas de la República Popular China, Ni Yuefeng, firmaron dos protocolos que facilitarán el intercambio comercial y el envío de productos pesqueros hacia el Gigante Asiático, El primer memorando firmado entre ambas autoridades ministeriales marca el inicio del trabajo conjunto para establecer la certificación electrónica para el envío de productos de la acuicultura hacia China. Es importante señalar que, tal como se consigna en ambos convenios, el Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura es la entidad a cargo de su implementación.

Servicio Nacional de Turismo

Con un presupuesto vigente de MM\$30.809.509, Sernatur, ejecutó un 98% del total en programas de turismo social, tales como: Vacaciones de Tercera Edad, Gira de Estudios y Turismo Familiar, propuesto por el Gobierno. En base a los beneficios que emanan de la actividad turística y su industria asociada. Con el propósito de su compromiso de facilitar el acceso de distintos grupos de interés a los beneficios que proporciona la actividad turística y al mismo tiempo, contribuir al desarrollo de la industria turística en los distintos destinos participantes.

Juntos, estos programas beneficiaron a 94.916 personas, generando 433.775 pernотaciones en noventa y seis destinos turísticos y beneficiando a cerca de mil prestadores, principalmente micro, pequeñas y medianas empresas. Se alcanzó una inversión aproximada de 9 mil millones de pesos.

El turismo de reuniones es otro de los ejes de la promoción turística, debido a que los turistas que llegan al país por este segmento generan un mayor gasto individual y una estadía más amplia que el turista vacacional. El turismo MICE (por meetings, incentives, conventions y exhibitions) fomenta también la creación de empleo y beneficia a las economías locales. En 2018, solo en su primer semestre, más de 250 mil turistas de negocios llegaron al país, los que dejaron sobre 257.587.811 dólares como ingreso de divisas, con un gasto promedio diario individual de 104,9 dólares, cifra muy superior al gasto del turista de vacaciones (64,4 dólares).

En el marco de la promoción turística del país, cerca de 17 mil visitantes recibió la séptima versión de la Feria Internacional de Viajes y Vacaciones durante los tres días que estuvo en Centro-Parque del Parque Araucano y donde las 16 regiones del país difundieron su amplia oferta, con alrededor de 340 productos turísticos nacionales, lo cual se tradujo en más de 2.600 profesionales del turismo se dieron cita en una jornada dedicada exclusivamente a público especializado y donde 83 empresas regionales de turismo culminaron con éxito cerca de 700 reuniones de negocios con 33 representantes de tour operadores nacionales y receptivos socios de la Asociación Chilena de Empresas de Turismo, Achet.

La última Mesa Nacional de Sustentabilidad, encabezada por Subsecretaría de Turismo y Sernatur, entregó 27 distinciones de Sello S, cifra que se suma y deja un total para este 2018 de 165 empresas turísticas certificadas en sustentabilidad. Sin duda, un número récord que refleja el compromiso de las empresas turísticas por sumarse a prácticas más eficientes y responsables.

Servicio Nacional del Consumidor

El 13 de septiembre de 2018, se publicó en el Diario Oficial de la República de Chile la reforma a la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores ("LPDC"). La publicación culmina un proceso que duró más de cuatro años, permitiendo el fortalecimiento del SERNAC al aumentar significativamente las atribuciones, entre ellas, las facultades de fiscalizar, interpretativas y propositivas. Asimismo, se fortalecen las demandas colectivas y se establecen Procedimientos Voluntarios Colectivos que consideran incentivos para que las empresas mejoren sus prácticas. La nueva Ley, que entra en vigencia el 14 de marzo de 2019, duplicará progresivamente la dotación del SERNAC, le permitirá recoger de mejor manera a los consumidores y promover buenas prácticas en el mercado.

SERNAC recibió 330.241 reclamos formales en materia de consumo hacia un proveedor, para el periodo comprendido entre el mes de enero a diciembre de 2018.

Si se compara con el mismo periodo del año anterior, muestra una baja de 7.025 casos.

El Servicio Nacional del Consumidor lideró las seis sesiones que se realizaron durante el año 2018 del Consejo Consultivo de la Sociedad Civil, iniciativa propia de la institución y consagrada en la ley 20.500 de Participación Ciudadana que busca promover el diálogo social público-privado.

Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento

Desde el año 2014 a la fecha, se han acogido a tramitación 14.947 procedimientos concursales, 4.330 de Renegociación de la Persona Deudora, 3.383 de Liquidación de bienes de empresas, 7.051 de Liquidación de bienes de la persona deudora y 183 de Reorganización de la empresa deudora.

De manera complementaria, cabe hacer notar que en 2018 se acogieron a tramitación 6.143 procedimientos concursales, 43% más que los 4.298 registrados en 2017.

Entre los principales hitos del año 2018, cabe destacar que la Superintendencia en la práctica mantuvo, e incluso disminuyó, el tiempo promedio del proceso de respuesta a consultas y reclamos ciudadanos. Lo anterior, aun cuando la cantidad de consultas y reclamos creció, en coherencia con el incremento en la cantidad de procedimientos concursales, en un 86% en 2018, respecto de 2017. En efecto, en el año 2017 el tiempo de respuesta fue de 38 días, mientras que, en el 2018, dicho procesó demoró en promedio 37 días.

Por otro lado, en el contexto de los procedimientos de renegociación de la persona deudora se logró aumentar la tasa de admisibilidad desde 63% en 2017 a 67% a diciembre de 2018. A su vez, se produjo un aumento en la proporción de usuarios/as que lograron la admisibilidad en la primera presentación de sus antecedentes, desde el 28% de las personas en 2017, al 31% en 2018.

Es más, para usuarios/as de renegociación de la persona deudora, la Superintendencia mejoró el tiempo de tramitación promedio, desde 69 días en 2016 a 61 días aproximadamente en 2018, medidos desde la fecha de la resolución que da por admisible el procedimiento.

Adicionalmente, se fijó un estándar de 50 minutos para la atención de solicitudes de inicio y rectificatorias de renegociación. En 2018, el 78,53% de los casos se atendieron en un tiempo de 50 minutos o menos. En 2017, sólo el 65% de los casos se atendieron en este plazo.

Durante el año 2018 se fiscalizaron 471 procedimientos de liquidación con incautación tardía, se realizaron 302 solicitudes de sobreseimiento definitivo y 202 quiebras fueron sobreseídas definitivamente. Adicionalmente, se continuó con el

desarrollo de un nuevo sistema de fiscalización que permite obtener información desde fuentes diversas (fiscalizados, deudores, fuentes externas) a fin de detectar diferencias de información y generar alertas de cumplimiento de plazos de tramitación. Por último, de manera complementaria, se llevó a cabo la profundización de la implementación de fiscalización basada en riesgo, cubriendo la totalidad de los procedimientos que se llevan a cabo en el Departamento de Fiscalización e incorporando “hallazgos de fiscalización” como atributos de riesgo.

Finalmente, en el marco de la promoción de la Ley de N.º 20.720, la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento, realizó a lo largo del país 318 charlas y participó en 171 ferias en terreno, ambas actividades efectuadas en Gobernaciones, Municipios, Servicios Públicos, Asociaciones Gremiales Empresariales, Fundaciones y Universidades de todo el país. Además, se firmaron 33 convenios de colaboración con instituciones públicas y privadas, que permiten fortalecer la atención al público y difundir la ley 20.720, mejorando de manera general el servicio entregado a la ciudadanía.



JOSÉ RAMÓN VALENTE VIAS

MINISTRO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO

2. Resumen Ejecutivo Servicio

Entre las líneas de acción de Sernatur, se diversificó la oferta turística desarrollando e integrando nuevos destinos y productos. En esta materia, se consideraron las ventajas comparativas que posee Chile en cuanto a experiencias turísticas, como lo es el astroturismo. En la Región de Coquimbo, se implementó el programa SIGO Experiencias en 24 empresas turísticas del Valle de Elqui, con foco en la interpretación y la observación astronómica. En adición, durante 2018 se realizaron campañas de *branding*¹ dirigidas a mercados lejanos de alto gasto, con foco en astroturismo y otras experiencias, como enoturismo, naturaleza, aventura y cultura.

En el periodo, Sernatur ejecutó los programas SIGO Gestión Empresarial y SIGO Experiencias, iniciativas que fortalecen a las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas en su gestión y administración empresarial y en el desarrollo de productos diferenciados. Ambos programas beneficiaron a 900 empresas de 35 destinos del país.

Innovación y tecnología fue una línea de acción de importancia durante 2018. Ambos conceptos conforman hoy el sexto pilar de nuestra Estrategia Nacional de Turismo. En torno a ello, se desarrolló un marco conceptual de innovación para aplicarlo en la industria.

La declaración de Zonas de Interés Turístico (ZOIT) es otra instancia que potencia el desarrollo territorial del turismo, mediante la priorización de recursos públicos e incentivos a la inversión privada. Sernatur participó en la actualización y creación de nuevas ZOIT, donde se emitieron 8 informes de postulaciones.

Otros hitos de Sernatur son el plan de trabajo 2019-2022 basado en el Plan Estratégico y Comunicacional de Capital Humano, que es desarrollado en conjunto con la Subsecretaría de Turismo. Dicho plan incluye lineamientos de turismo accesible que buscan elaborar y dar soporte a una Estrategia Nacional de Turismo Accesible; y la consolidación del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, que durante 2018 alcanzó 20.694 empresas, es decir, un aumento de un 16,05% respecto al año anterior.

En promoción nacional se realizó una nueva versión de Feria VYVA, el evento más importante del turismo interno, que recibió cerca de 17 mil visitantes que conocieron la oferta de las 16 regiones. Más de 2.600 profesionales sostuvieron cerca de 700 reuniones con operadores socios de la Asociación Chilena de Empresas de Turismo (Achet).

¹ Campañas de *branding*: se consideran como una acción comunicacional dirigida a grandes audiencias que pueden tener interés en conocer un destino, pero no necesariamente han viajado a él (es decir, generar conocimiento sobre la marca).

En tanto, en promoción internacional se invirtieron más de \$9.000 millones en acciones de canal de comercialización, a través de 41 viajes de prensa que derivaron en 107 compromisos de publicación, además de la adjudicación de campañas y viajes de familiarización, la participación en 14 ferias internacionales y la organización de 15 *roadshows* y *workshops*. En suma, Chile marcó presencia en 11 países de los cinco continentes. Las acciones a público final se desarrollaron mediante la realización de 16 campañas comunicacionales con una inversión de \$3.550 millones aproximadamente.

El turismo de reuniones fue otro de los ejes de la promoción turística. Los turistas que llegan al país por este segmento generan un mayor gasto individual y una estadía más prolongada que el turista vacacional. El turismo MICE (*meetings, incentives, conventions* y *exhibitions*) fomenta también la creación de empleo y beneficia a las economías locales. En 2018, solo el primer semestre, más de 250 mil turistas de negocios llegaron al país, los que dejaron US\$257,587,811 como ingreso de divisas y un gasto diario individual de US\$104,9, cifra muy superior al gasto del turista vacacional (US\$64,4 por día).

Con una inversión aproximada de \$9.000 millones, en 2018 Sernatur ejecutó sus tres programas de turismo social -Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar-que en conjunto beneficiaron a 94.916 personas, generando 433.775 pernотaciones en 96 destinos turísticos y beneficiando a cerca de 1.000 prestadores, principalmente micro, pequeñas y medianas empresas. Este año 2019, los programas sociales ampliarán su cobertura, sumando nuevos destinos turísticos en Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudio y a familias de clase media en Turismo Familiar.

En 2019, se espera comenzar la implementación de una hoja de ruta hacia la Innovación Turística que potencie el trabajo colaborativo entre los mundos público y privado, la academia y los diferentes actores del turismo y de la innovación. Por otra parte, en materias de creación de cultura innovadora, se potenciará el trabajo interno y externo para difundir los valores transversales de la innovación y de la sustentabilidad.

La promoción se centrará en posicionar a Chile como destino turístico internacional aumentando el capital de marca, mediante campañas dirigidas a 8 mercados prioritarios.

En el marco de los convenios de colaboración con la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena, se realizará un levantamiento de iniciativas para desarrollar una hoja de ruta para el turismo indígena (2019-2025) y se elaborará un manual con el objetivo de que los empresarios agreguen valor a sus productos turísticos.

En materia de apoyo a micro, pequeñas y medianas empresas en temas de innovación, se implementará el programa SIGO Experiencias en dos nuevos destinos turísticos y se trabajará en su transferencia a otras instituciones -públicas o privadas-, de manera que ellas puedan ejecutar esta metodología y así lograr mayor alcance a través del financiamiento de instrumentos del Estado e implementar el programa en destinos priorizados. En este periodo, se fortalecerá también la gestión turística local mediante la coordinación entre Sernatur y los municipios, a fin de promover el desarrollo turístico sustentable.

También se trabajará en un proyecto de modernización de nuestras Oficinas de Información Turística para enriquecer la experiencia de sus visitantes, incorporando más tecnología y digitalización de nuestros servicios. Por último, uno de los desafíos 2019 es potenciar la digitalización de las pequeñas y medianas empresas turísticas para acortar la brecha digital, amplificar la oferta disponible, fomentar una actitud de innovación y hacer de ésta una industria cada vez más competitiva.


ANDREA WOLLETER EYHERAMENDY
DIRECTORA NACIONAL SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

3. Resultados de la Gestión año 2018

3.1. Resultados asociados al Programa de Gobierno, mensajes presidenciales y otros aspectos relevantes para el jefe de servicio

El Programa de Gobierno establece el compromiso de integrar a los pueblos originarios y hacerlos partícipes de los planes que regulan y afectan la actividad turística. Frente a este compromiso Sernatur fortaleció el trabajo interinstitucional entre la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena, la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo. En 2018 se suscribe un convenio con la Subsecretaría de Turismo para el fortalecimiento de la oferta de productos de turismo indígena, a ejecutarse durante 2019. En paralelo, se suscribió también el Convenio de Transferencia de Recursos para la elaboración de un Manual y Levantamiento de Iniciativas para el desarrollo del turismo indígena con Conadi.

Ante el objetivo de Gobierno de potenciar el turismo interno para fomentar que más chilenos conozcan y prefieran el país, se ejecutaron acciones de Promoción Nacional basadas en alianzas público-privadas que permitieron generar contenidos de calidad enfocados en segmentos específicos. En efecto, en el primer semestre, y en alianza con medios de comunicación masivos bajo el concepto “Relatores de Chile es Tuyo”, se generó presencia periódica de temáticas de turismo interno en prensa y radio para dar a conocer destinos emergentes y nuevas experiencias. También se organizó el “Día de la Cocina chilena” en el mes de abril, en conjunto con la Federación Gastronómica de Chile, la Asociación Chilena de Gastronomía, el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio y la Subsecretaría de Turismo. Contó con la participación de más de 2 mil personas y se implementó un BTL con degustaciones de comida y la masiva participación de medios. Además, se acordó el convenio de colaboración con la Editorial Lumina Comunicaciones que se encarga de la confección de la Revista Chile es TUYO, que busca hasta el día de hoy promocionar, difundir y fortalecer el turismo interno de Chile. La revista lleva cuatro ediciones, con 2 mil ejemplares en cada una, distribuidas en todas las regiones del país. Se trabajó con el influenciador Francisco Saavedra, animador y vocero experto de viajes, quien potenció las campañas de promoción nacional, lo cual generó tráfico directo al sitio www.chileestuyo.cl y las redes sociales asociadas al sitio. También se realizaron acciones orgánicas y cooperación público-privada, como el concurso público que convocó a diferentes empresas y personas naturales con el fin de potenciar en conjunto el turismo nacional, trabajando con Copec, Huawei, BeBrave, entre otras.

Finalmente, para romper los periodos de estacionalidad turística y potenciar el turismo interno, con una inversión aproximada de 9 mil millones de pesos se ejecutaron los programas: Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar. En conjunto, estos programas generaron 433.775 pernотaciones en los diversos destinos turísticos participantes y beneficiaron a cerca de mil prestadores de servicios turísticos. Así, micro, pequeñas y medianas empresas de diversa índole

ven aumentada su actividad económica en períodos del año en los cuales existe una menor demanda por servicios turísticos. A su vez, además de contribuir a la economía de distintas comunas del país, estos programas permitieron facilitar el acceso al turismo y beneficiar a 94.916 personas a diversos segmentos de la población, tales como: Adultos mayores, personas en situación de discapacidad, estudiantes de centros educativos que reciban subsidio estatal, estudiantes de escuelas especiales, niños/as y adolescentes de la red Sename, familias vulnerables, entre otros.

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

La Subsecretaría de Turismo impulsó la Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020, documento que incorpora una visión de largo plazo y que constituye una hoja de ruta para todos los actores públicos y privados que intervienen en el sector. La estrategia se sustenta en seis pilares, siendo cada uno de ellos fundamental, pero a la vez interdependiente: Promoción; Sustentabilidad; Inversión y Competitividad; Calidad y Capital Humano; Inteligencia de Mercado; e Innovación y tecnología. En este marco estratégico, se destacan a continuación los principales logros de Sernatur en el periodo.

Pilar estratégico promoción

Las principales inversiones realizadas por Sernatur en Promoción Nacional tuvieron el objetivo de dar conocer y promocionar la oferta turística del país para seguir aumentando el consumo turístico, disminuir la estacionalidad y potenciar el trabajo cooperado con empresas privadas. Este año se puso especial énfasis en la eficiencia de los recursos, lo que conllevó a crear estrategias digitales, campañas de comunicación y alianzas con baja o nula inversión asociada. Al mismo tiempo se fortalecieron las relaciones con otros actores de turismo, lo que permitió llegar a nuevas audiencias y aumentar el alcance.

En el ámbito de la Promoción Internacional, las estrategias apuntaron a aumentar el conocimiento de la oferta turística de Chile en mercados extranjeros específicos, para incrementar la llegada de turistas y el ingreso de divisas, factores que benefician a la industria del turismo. Entre los principales logros se destaca que el país y sus destinos fueron reconocidos con seis premios a nivel internacional, como los títulos de “Mejor destino de turismo aventura mundial” por tercer año consecutivo, “Mejor destino de turismo aventura de Sudamérica” por cuarto año seguido y “Mejor destino romántico de Sudamérica: Desierto de Atacama”, todos estos entregados en los World Travel Awards, premios considerados los ‘Óscar del Turismo’.

En 2018, se ejecutaron más de \$9.000 millones de pesos en la promoción internacional y, como resultado, se registraron 5.722.928 llegadas de turistas internacionales, equivalente a una disminución de 11,3% respecto al año anterior. El decrecimiento de las llegadas de 2018 se atribuye a la crisis económica y cambiaria del mercado argentino. Si bien los turistas trasandinos registraron un descenso de 27,1% respecto a 2017, el resto de los mercados registraron un aumento de 5,6% llegadas respecto al año anterior.

De acuerdo a la Estrategia Nacional de Turismo, uno de los desafíos principales es fortalecer la estrategia digital para potenciar la promoción de Chile y su oferta turística. Por este motivo, la tendencia de crecimiento para este medio está al alza en todos los mercados. Adicionalmente, hubo énfasis en inversión en medios especializados de viajes, tales como Trip Advisor, Condé Nast Traveler, Lonely Planet, El País, 20 minutes, The Telegraph, Ultratravel, The Herald Sun y Chicago Tribune.

Durante este periodo se innovó en nuevos formatos en las redes sociales de promoción internacional. Además, se realizó un plan 100% digital segmentado a audiencias con demostrado interés en experiencias afines (viajes, gastronomía, buena mesa, destinos de Sudamérica, entre otras). La inversión en promoción digital, específicamente en el sitio web de promoción internacional Chile.travel, mostró importantes mejoras en cuanto a la tasa de rebote, reduciéndose en 6,11% con respecto a 2017; aumentando en páginas por sesión 14,92%; y aumentando la duración media de la sesión en 19,62% (+15 segundos) con respecto al año anterior. Respecto a las redes sociales de Chile.travel, estas han ido en constante aumento en cuanto a seguidores, alcance e interacción. Tal es el caso del canal de Facebook de Chile.Travel, que alcanza un total de 83 millones de visualizaciones y más de 20 millones de interacciones y lo que representa un aumento de 36% en alcance y un 17% respectivamente, en comparación con el año 2017. En tanto, el perfil de Instagram de Chile.Travel –la red de mayor crecimiento y que genera mayor inspiración en viajes– tuvo un aumento de 21% en personas alcanzadas y un 16% en interacciones con respecto al año anterior.

En el segundo semestre se realizaron campañas de branding dirigidas a mercados lejanos de alto gasto, con foco en distintas experiencias: naturaleza, aventura, navegación, cultura y astroturismo. A modo de ejemplo, se desarrolló una campaña específicamente para potenciar el turismo relacionado con gastronomía y enoturismo para el mercado norteamericano. También se realizaron campañas de invierno en Brasil y Argentina con formatos innovadores y de alto impacto en que las personas podían interactuar.

Además, se realizaron campañas estacionales que buscan incentivar las llegadas de turistas desde mercados vecinos, que mantuvieron el concepto de 'escapada' en

el llamado y apuntaron a los viajes cortos durante temporada baja. Durante todo el año, se realizó la campaña Always On, que tiene por objetivo ampliar la difusión del contenido en redes sociales, llevar tráfico de calidad a nuestro sitio web de información turística Chile.Travel y ocupar las audiencias generadas por las campañas de branding y escapadas, a fin de reforzar el mensaje en una audiencia ya impactada.

Las principales campañas digitales realizadas durante 2018 para la promoción nacional fueron las siguientes: campaña de branding, a través de “Chile País de Película”, cuyo objetivo fue invitar a la audiencia a viajar por Chile presentando los destinos y experiencias como si fueran locaciones de películas; campañas Always On, con el objetivo de retener a la audiencia que está buscando información de Chile y generar interés en viajes a través de las redes sociales; campañas de escapadas, aprovechando los fines de semana largos de mayo, agosto, septiembre, octubre y noviembre; campañas de género “Mujeres en Ruta” para potenciar a la mujer como un referente del turismo nacional, y campaña de fiestas patrias. Otras campañas relevantes fueron las acciones de contingencia para reactivar zonas turísticas afectadas por catástrofes. Durante el primer semestre, se realizó una campaña con el fin de reactivar las regiones de Los Lagos y Aysén. En el segundo semestre, se realizó una campaña para reactivar la zona de Quinteros y Puchuncaví en la Región de Valparaíso.

Producto de todas las campañas realizadas, un total de 5,4 millones de personas vieron las publicaciones y más de 1,2 millones de usuarios realizaron interacciones con contenidos de redes sociales. Chile es Tuyo en Facebook e Instagram crecieron en un 31% con respecto al periodo anterior. Asimismo, producto de las optimizaciones y campañas realizadas, se logró una mejor calidad del tráfico en el sitio Chile es TUYO, portal oficial de promoción nacional, logrando un total de 1.475.545 visitas.

La Oficinas de Información Turística (OIT), con sus 71 oficinas a nivel nacional, atendieron a 325 mil turistas, 21,11% más que lo registrado en el periodo anterior. En cuanto a la satisfacción de las atenciones, se logró un 96,17%, dos puntos porcentuales más que el año 2017. Cabe destacar que las Oficinas de Información Turística a lo largo del país, además de atender en las oficinas regionales, también participan activamente en actividades en terreno, como ferias, talleres o eventos, como es el caso de la información entregada a los turistas que vienen en cruceros.

Entre las acciones dirigidas al canal comercial (trade), una fuerte inversión del presupuesto público se destinó a la participación en ferias y eventos internacionales de turismo con el fin de continuar con el posicionamiento de la marca país. Durante 2018, Chile participó activamente en catorce ferias internacionales y organizó directamente quince roadshows y workshops en los mercados prioritarios definidos

en el Plan de Marketing Internacional y validados en Consejo Consultivo de la promoción turística. Se construyeron en stands más de 1.700 metros cuadrados en el exterior, albergando a los empresarios turísticos chilenos, visitantes extranjeros y prensa especializada en turismo. Asimismo, Chile ostentó una participación con más de 250 empresarias turísticas chilenas que salieron a promocionar y comercializar los diferentes destinos del país en más de 2.500 citas de networking. La presencia de Chile estuvo en once países de los cinco continentes durante el año 2018, generando nuevos contactos comerciales, entre agencias de viajes, operadores turísticos, prensa e influenciadores.

Por otra parte, con respecto a las acciones de viajes de prensa, durante el año 2018 se concretaron 47 viajes, que implicaron 107 medios con publicaciones. Si abrimos el análisis por mercados, de Estados Unidos y mercados lejanos, el total fue de catorce viajes con veinticinco publicaciones de medios; Europa con un total de dieciocho viajes con 41 publicaciones en medios; y Latinoamérica con quince y cuarenta y un publicaciones en medios. Dentro de la estrategia 2018, además de publicaciones en medios relevantes, como Nat Geo Traveler, Revista Dove, Wandelust, The Times, La Nación, Chicago Tribune, The Guardian y otros, se realizaron publicaciones a través de influencers relevantes en cada uno de los mercados, para lograr dar a conocer el país de una manera más directa a los viajeros internacionales, incentivando el motivo de viaje hacia Chile, como por ejemplo la cuenta de Instagram de Lonely Planet Italia, distintos blogs de Brasil, Canadá, Alemania, entre otros.

Con respecto a campañas cooperadas, pequeñas cooperadas y viajes de familiarización, se realizaron un total de 22 campañas en diferentes mercados prioritarios. Del total, siete fueron para el Mercado Latinoamérica, cuatro para Estados Unidos y mercados lejanos, ocho para Europa y tres que abarcaron todos los mercados. Dentro de las acciones realizadas, están las publicaciones en medios online (Facebook, Expedia, entre otros), en medios offline (Revistas, brochures y diarios), capacitaciones y viajes de familiarización. Este tipo de acciones permite llegar a audiencias más específicas, que están interesadas por Chile y tienen la intención de compra, por lo que permiten promover la compra final.

El turismo de reuniones o MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) es un importante segmento del turismo, debido a que genera un mayor gasto turístico individual y una estadía promedio que el turista vacacional. Asimismo, fomenta la creación de empleo y beneficia a las economías locales, reduce la estacionalidad y promueve el turismo recreativo en los destinos turísticos nacionales de los asistentes a encuentros internacionales realizados en el país, además de fomentar la innovación con la traída de expertos de todo el mundo a las reuniones internacionales que se realizan en Chile.

La inversión realizada en turismo de reuniones en el año 2018 no superó los 23 mil dólares y se estima que los ingresos por concepto de realización de eventos internacionales de Chile como sede en el periodo 2019-2024 permitirán generar más de 9 millones de dólares, de acuerdo al gasto promedio de ICCA (International Congress & Convention Association).

Entre las acciones dirigidas a los decisores de locación de congresos y eventos asociados al turismo de reuniones, cabe destacar la realización de la segunda versión de Fiexpo, feria especializada en turismo de reuniones y reconocida por ser la más importante de Latinoamérica. Fiexpo se desarrolló en Santiago entre el 4 y el 6 de junio de 2018 y contó con la presencia de 1.695 visitantes, 318 empresas expositoras en los pabellones de los diferentes países (39% más que el año 2017), 225 compradores (22% más que el año 2017), 6.543 reuniones de negocios realizadas (59% más que el año 2017) y 487 visitantes comerciales. Se estima que hubo un ingreso de 2.712.000 dólares generados a la ciudad por los asistentes (expositores, hosted buyers y visitantes), de acuerdo a gasto promedio de ICCA (International Congress & Convention Association). Cabe destacar que el stand de Chile obtuvo el primer lugar –entre 60 stands conformados por países y ciudades– con un espacio de 120 metros cuadrados y una delegación de 27 participantes.

En lo relativo a resultados en la gestión de postulaciones a congresos, en el año 2018 se postularon cuarenta y un congresos o eventos internacionales, de los cuales se lograron ganar veintiocho para realizarse en Chile en los próximos años (2019-2024), de rubros tan variados como la medicina, la geología, la sedimentología, el deporte y el folclor. Para el primer semestre del año 2019, se realizarán doce congresos internacionales, lo que implicará la visita de más de 7 mil delegados. En relación al porcentaje de postulaciones y congresos ganados, estos aumentaron un 14% y un 12% respectivamente, en comparación al año 2017. Durante 2018, se trabajó en la descentralización de la oferta de destinos en el turismo de reuniones, potenciando a La Serena, Valdivia, Coyhaique, Chiloé y Santa Cruz, ciudades que fueron elegidas sede.

Finalmente, en lo que respecta a acciones promocionales, se participó en la séptima versión de ICCA Client Supplier Business Workshop durante agosto de 2018 en San José de Costa Rica, donde se sostuvo veinte reuniones preagendadas con veinticinco representantes de asociaciones internacionales que están buscando sede para realizar sus próximos eventos. También se asistió a la Feria IMEX América, que está posicionada dentro de las dos ferias más importantes de Estados Unidos para la promoción de los destinos de turismo de reuniones. Con un stand de 65 metros cuadrados, Chile incentivó la visita de entes importantes del mercado, atrayendo a más de 160 visitantes interesados en nuestros atractivos y donde se tuvo más de cuarenta reuniones preagendadas.

Pilar estratégico sustentabilidad

Sernatur forma parte de los órganos de la administración del Estado que tiene competencia ambiental, razón por la cual participa en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), instancia que permite resguardar que los proyectos consideren la conservación del patrimonio y el desarrollo sustentable del territorio. Durante 2018, se realizaron 381 pronunciamientos emitidos por la Dirección Nacional y las Direcciones Regionales de Turismo.

La Declaración de Zonas de Interés Turístico (ZOIT) permite potenciar el desarrollo territorial del turismo, mediante la priorización de recursos públicos e incentivos a la inversión privada. En este contexto, Sernatur participó en el proceso de actualización y creación de nuevas declaraciones de ZOIT, donde se revisaron los contenidos de los expedientes de postulación y se emitieron ocho informes de postulaciones. Estas ZOIT corresponden a: 1. ZOIT San Pedro de Atacama en la Región Antofagasta, 2. ZOIT Lonquimay en la Región de La Araucanía, 3. ZOIT Torres del Paine en la Región de Magallanes y la Antártica Chilena, 4. ZOIT La Chimba en la Región Metropolitana de Santiago, 5. ZOIT San José de Maipo en la Región Metropolitana de Santiago, 6. ZOIT Lago Llanquihue en la Región de Los Lagos, 7. ZOIT Bahía Inglesa Caldera en la Región de Atacama y 8. ZOIT Chaitén en la Región de Los Lagos.

Además, con la finalidad de disminuir las brechas detectadas en el Plan de Acción de cada ZOIT y apoyar la gestión de los destinos, se realizaron tres capacitaciones piloto en las ZOIT Valle del Elqui en la Región de Coquimbo, Rari y Colbún en la Región del Maule y Castro en la Región de Los Lagos.

En lo que respecta al otorgamiento del Informe Favorable para la Construcción (ex Cambio de Uso de Suelo) para solicitantes y clientes externos cuyos proyectos se localicen en una ZOIT, se colaboró en la elaboración de nueve informes previos y respuestas a consultas a solicitantes externos.

En el marco del Sistema de información geográfico (SIG) de Sernatur, se revisó y actualizó el Listado de Destinos Turísticos. A partir del análisis de diferentes variables territoriales, se priorizaron 89 destinos turísticos (41 consolidados, 34 emergentes y 14 potenciales), los cuales abarcan alrededor de 200 comunas. Además, se actualizó la cartografía del Índice de Intensidad Turística Comunal 2017 y el Catastro de Atractivos Turísticos (Fase II).

Para acompañar, fomentar y velar por el desarrollo integral de los territorios, lo cual contribuye a la sostenibilidad y sustentabilidad de los destinos, se elaboró el

“Manual de Elementos para la Gestión de Destinos Turísticos”, documento que entrega las herramientas necesarias para homogeneizar los conceptos relacionados a un destino.

Dentro de los lineamientos definidos para el 2018, la Subsecretaría de Turismo en conjunto con Sernatur y Parks Canadá desarrollaron el “Simposio de Turismo en Áreas Silvestres Protegidas” y dos talleres con turoperadores y guías de turismo en el Parque Nacional Pan de Azúcar y el Parque Nacional Conguillío, donde se aplicó la metodología “Visitor Experience Strategy”, que tiene por objetivo definir las acciones de promoción y desarrollo de productos turísticos que contribuirán a lograr los objetivos de conservación de un área protegida.

En esta línea de acción también se elaboraron los siguientes proyectos de puesta en valor: ejecución de la primera etapa de la instalación de infraestructura y señalética informativa e interpretativa del Parque Nacional Torres del Paine y del Parque Nacional La Campana.

En el marco de la tarea de desarrollar y difundir herramientas que permitan a los actores del turismo conocer cuáles son las prácticas sustentables para proteger el medio ambiente, la comunidad y la conservación e integridad del destino, Sernatur, en conjunto con Enoturismo Chile, desarrolló un código de sustentabilidad en enoturismo para su implementación en bodegas con operación turística. Además, se difundió una herramienta que tiene como objetivo orientar a los prestadores ligados a la gastronomía a mejorar y aplicar la sustentabilidad de sus operaciones. La herramienta fue utilizada por treinta y siete servicios gastronómicos.

Pilar estratégico inversión y competitividad

Entre las líneas de acción de este pilar se encuentra el desafío de diversificar la oferta turística, desarrollando e integrando nuevos destinos y productos turísticos. En esta materia y considerando las experiencias en las que Chile posee ventajas comparativas, Sernatur participó activamente en la ejecución de la Hoja de Ruta del Programa Estratégico Mesorregional de Enoturismo Sustentable de la Zona Central-Enoturismo Chile, a través de las iniciativas y comités planteados en cinco focos estratégicos: inversión y competitividad, capital humano, promoción y comercialización e inteligencia de mercado, sustentabilidad y gobernanza para el enoturismo chileno.

A través del Programa IFI Astroturismo en la Región de Coquimbo, financiado por Corfo, se implementó una nueva versión del Programa SIGO Experiencias en 24

empresas turísticas en el Valle de Elqui, con foco en la interpretación y observación astronómica, bajo asesoría y supervisión de Sernatur nacional y regional.

Respecto al Programa Nacional de Turismo Municipal, actualmente, de un total de 345 municipios, 311 cuentan con coordinador municipal de turismo que mantiene una relación técnica con Sernatur. Durante 2018, se realizó en la ciudad de Pucón el “Encuentro Nacional de Encargados de Turismo Municipal”, que contó con la participación de 241 personas. Cabe señalar que al 2018, 240 municipios poseen una unidad de turismo a las cuales se suman 125 oficinas de información turística permanente y 61 temporales, sumando 186 oficinas en temporada alta. A través del Programa Transforma Turismo de Corfo y la Subsecretaría de Turismo, se diseñó un modelo de gestión para el fortalecimiento a la gestión turística interna de los municipios. Este proyecto entrega la distinción municipal como “Municipalidad Turística”, que distingue las buenas prácticas de gestión en torno al desarrollo de la actividad.

La última línea de acción de este pilar estratégico es “Estacionalidad y Turismo Social”, que tiene por objetivo disminuir la estacionalidad en temporadas media y baja a través del empaquetamiento de servicios turísticos destinados a segmentos de bajos recursos. Ante este desafío, Sernatur durante el periodo ejecutó los programas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar.

El programa Vacaciones Tercera Edad, en línea con el programa liderado por la Primera Dama Cecilia Morel, “Adulto Mayor, Adulto Mejor”, el cual tiene como objetivo “promover un cambio cultural en las personas y las familias de nuestro país sobre la mirada que se tiene de las personas mayores en Chile, favoreciendo la integración social de ellas en todos los ámbitos de la vida”, ha beneficiado a 57.063 pasajeros que lograron visitar alguno de los 57 destinos a nivel nacional, facilitando el acceso al turismo de adultos mayores. Los paquetes turísticos subsidiados por el programa Vacaciones Tercera Edad también consideran el factor social del turismo, generando dinámicas tales como viajes grupales y actividades recreativas que potencian la interrelación de adultos mayores, favoreciendo de esta forma su integración social.

El programa Gira de Estudio logró beneficiar a 26.227 pasajeros de 565 establecimientos educativos de enseñanza media que accedieron a paquetes turísticos subsidiados en alguno de los 17 destinos participantes a nivel nacional. En el marco de un trabajo colaborativo con Senadis ha incluido a las escuelas especiales como beneficiarias del programa: en este apartado, se benefició a 857 personas de 21 escuelas durante 2018. Entre los beneficiarios se encuentran estudiantes en situación de discapacidad, profesores y adultos acompañantes.

A raíz de un trabajo colaborativo con Sename, Gira de Estudio, en línea con el Plan de acción para la infancia, ha beneficiado a 128 pasajeros de Centros de la Red Sename, tales son los CREAD Pudahuel, Entre Silos y Residencias Maule. A la vez, durante el año 2018, se ejecutó la tercera versión del convenio entre el Ministerio de Educación y Sernatur, el cual benefició a 4.214 pasajeros adicionales de 98 escuelas municipales a lo largo del país.

Por su parte, el programa Turismo Familiar, en 2018 benefició a 22 comunas del país como destinos turísticos, subsidiando el paquete turístico de 11.626 pasajeros de 5.080 familias sin distinción en su conformación. De ellas, 9.447 pasajeros beneficiados se encuentran entre el 0 al 40% de vulnerabilidad socioeconómica, según el registro social de hogares (RSH). Sobre el total de hogares beneficiarios, el programa Turismo Familiar ha beneficiado a 2.787 hogares con jefatura femenina.

Pilar estratégico calidad y capital humano

Para mejorar la calidad de los servicios turísticos y desarrollar una oferta más competitiva, desde el 2007, año en que comenzó la certificación de calidad turística, hasta el año 2018 se cuenta con 524 servicios con Sello de Calidad Turística vigente, de los cuales 101 son nuevas empresas que se han sumado al sistema durante este Gobierno, a partir del 11 de marzo de 2018. Entre enero y diciembre de 2018 se entregaron 139 sellos, hecho posible gracias al aumento sostenido de recursos públicos desde distintas fuentes de financiamiento, tales como fondos FNDR, programas e instrumentos de Corfo como Focal, PFC y Convenio de transferencia de la Subsecretaría de Turismo, los que permitieron cofinanciar y apoyar a las MiPyMEs en la implementación y las certificaciones. En el ámbito de la sustentabilidad, se cuenta con 164 sellos vigentes hasta 2018, de los cuales 75 son nuevas empresas que se sumaron al camino de la sustentabilidad.

Asimismo, para ambos sellos, durante el año 2018, se ha trabajado de manera permanente en generar incentivos para los prestadores con sello vigente, siendo algunos de ellos, cursos exclusivos de capacitación técnica de carácter internacional y los descuentos para participar en acciones promocionales fuera del país.

En el marco del convenio de transferencia de recursos firmado entre Sernatur y la Subsecretaría de Turismo, se ejecutaron los programas SIGO Gestión Empresarial y SIGO Experiencias, ambos programas enfocados al fortalecimiento de las MiPyMEs turísticas, tanto en el ámbito de gestión y administración empresarial como en el desarrollo de productos turísticos diferenciados.

El Programa SIGO Experiencias busca entrenar a micro y pequeñas empresas para diferenciar la oferta de productos y servicios de los destinos bajo conceptos identitarios comunes. SIGO Experiencias fue ejecutado en los destinos Litoral Algarrobo-Santo Domingo, Valle Las Trancas y Valle de Elqui, donde se benefició a un total de 44 empresarios.

El Programa SIGO Gestión Empresarial fue implementado en seis destinos nacionales, beneficiando a 163 micro, pequeños y medianos empresarios de servicios de alojamiento turístico, restaurantes, agencias de viajes y turoperadores. Con esto, desde su piloto en 2015 a la fecha SIGO Gestión Empresarial ha marcado presencia en 32 destinos del país, capacitando y entregando herramientas a 885 empresas.

En materia de capital humano, se realizó el levantamiento de demanda para la Certificación de Competencias Laborales, registrando 480 cupos para el primer semestre y 1.178 el segundo semestre 2018. Se desarrolló también, en conjunto con la Subsecretaría de Turismo, el plan de trabajo 2019-2022, basado en el Plan Estratégico y Comunicacional de Capital Humano. En adición, se han desarrollado en seis regiones mesas de capital humano en conjunto con empleadores (empresarios y empresas), instituciones de educación, ya sea Universidades, centros de formación técnica o institutos profesionales, y trabajadores del sector.

En 2018, el Servicio Nacional de Turismo trabajó fuertemente en varias iniciativas y proyectos en torno al turismo accesible. Generó los lineamientos nacionales de turismo accesible para luego, en base a estos desarrollar la Estrategia Nacional de Turismo Accesible, la cual tendrá una validación este año 2019. Asimismo, se trabajó en la generación de documentos de uso público y de interés para los empresarios, como fue la ordenanza general de urbanismo y construcción OGUC Decreto 50.

Adicional a esto, se generó en conjunto con Ilunion un proyecto llamado “Piloto de accesibilidad para productos y atractivos turísticos”, con el que se generaron fichas de accesibilidad turística basadas en las normas chilenas y en ISO’s internacionales para su aplicación en distintos productos y servicios turísticos. Sernatur también participó en el proyecto de empleabilidad en turismo para adultos mayores y personas con discapacidad, para integrar a este segmento a la fuerza laboral y aportar en revalorización de las personas participantes.

En cuanto al programa de Conciencia Turística, se realizaron talleres de sensibilización en la prevención de ESCNNA-VT (Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes, asociada a Viajes y Turismo) para trabajadores y empresarios de los sellos S y Q.

El Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos es un sistema que busca formalizar y ordenar la oferta turística del país. Durante el año 2018, el número de prestadores de servicios turísticos registrados alcanzó los 20.694, implicando un aumento de un 16,05% respecto al año anterior. En cuanto a los servicios de alojamiento y turismo aventura, estos presentaron un aumento de un 10,02% y 18,1%, respectivamente.

En la siguiente tabla se presenta el detalle por tipo de servicio de los prestadores turísticos registrados a diciembre de 2018.

Tabla 1 Número de prestadores turísticos según tipo de servicio

TIPO DE SERVICIO	TOTAL
Alojamiento turístico	8.590
Turismo Aventura	2.377
Agencia de Viaje y Touroperadores	2.431
Arriendo de Vehículo	262
Artesanía	588
Guías de Turismo	1.822
Restaurantes y similares	2.873
Servicios de Esparcimiento	470
Servicios Deportivos	66
Taxis y Buses de Turismo	535
Teleférico y Funiculares	1
Transporte de Pasajeros al Aeropuerto	222
Transporte de Pasajeros por Ferrocarril	2
Transporte de Pasajeros por Carretera Interurbana	303
Transporte de pasajeros por Vía Aérea	14
Transporte de Pasajeros por vía Marítima	138
Total	20.694

Fuente: Subdirección de Desarrollo, Sernatur, diciembre de 2018

Con la finalidad de verificar la información entregada por los prestadores de servicios turísticos en el Registro y dar cumplimiento a la normativa vigente, desde el año 2012 Sernatur ejecuta el proceso de inspección a los servicios turísticos. Actualmente, del total de alojamientos registrados, el 80,57% se encuentra inspeccionado, mientras que, del total de actividades de turismo aventura registradas, el 90% se encuentra inspeccionada. En 2018 se ejecutaron a nivel nacional 1.073 inspecciones de alojamiento y 844 inspecciones de turismo aventura, dando un total nacional de 1.917 inspecciones. Respecto a la implementación del “Protocolo de Denuncias”, en 2018 se cursaron 60 denuncias a nivel nacional, las cuales 49 corresponden a denuncias por no registro y 11 por incumplimiento a los estándares de seguridad en las actividades de turismo aventura.

Pilar estratégico inteligencia de mercado

En la Estrategia Nacional de Turismo se indica que el manejo de las estadísticas del turismo es clave para identificar las barreras que se deben superar para ser un destino turístico de clase mundial. Este pilar pretende recoger y analizar cifras que permitan tener un conocimiento cuantitativo del turismo en el país. Una buena inteligencia de mercado implica conocer la situación actual de la industria y contar con proyecciones realistas de la misma en el corto, mediano y largo plazo.

En este contexto, durante 2018 Sernatur puso en marcha proyectos innovadores, entre los cuales se destaca el Sistema de Información de Estadísticas del Turismo, el que tiene por objeto centralizar bases de datos asociadas directa e indirectamente al sector turístico, con la finalidad de lograr una analítica más expedita y generar salidas de resultados conducentes a apoyar la toma de decisiones.

Además, inició el proyecto uso de bigdata para el turismo interno que tiene como propósito el complementar la estadística marco emanada del Estudio de Turismo Interno, año de referencia 2016, el cual tiene como finalidad medir el número de viajes cortos y largos y la cantidad de personas viajeras de los residentes en Chile que viajan al interior del país y así determinar el comportamiento y trazabilidad del turista residente en Chile, junto con establecer los destinos y comunas más visitados en determinados periodos del año que sean de interés turístico. El complemento a esta información está centrado principalmente a conseguir una desagregación a un nivel territorial no alcanzado por el Estudio de Turismo Interno, año de referencia 2016.

En el año 2018, Sernatur adquirió soluciones de investigación de mercado estratégico que permitieron robustecer el análisis y la decisión de inversión de las acciones de promoción turística.

- OAG: Es el acceso a información aeronáutica digital que provee información y aplicaciones exactas, puntuales y prácticas al sector de transporte aéreo mundial, como aerolíneas, aeropuertos, agencias gubernamentales, constructores aeronáuticos, consultorías y empresas relacionadas con el turismo.
- IATA: el producto específico a contratar es Global Agency Pro (GAP), desarrollado por el equipo Inteligencia de Negocios de IATA. Esta herramienta proporciona a los destinos y proveedores de viajes una visión con valor agregado del canal de distribución global de la agencia, su rendimiento y el potencial del mercado para construir relaciones estratégicas y mejorar el ROI de las iniciativas de marketing y ventas.
- Euromonitor: que es una herramienta web, que contiene una gran fuente de datos de distintas actividades económicas, en específico, turismo, además de indicadores de demografía, riesgo país, gobernabilidad. Esto permite un análisis

multifactorial y dinámico, con el fin de concluir las implicancias y casualidades del comportamiento del turismo receptivo.

Estas acciones además de contribuir con el cumplimiento del pilar estratégico de promoción están asociadas al pilar “inteligencia de mercado”, que establece la relevancia de contar con un conocimiento cuantitativo de cada uno de los pilares que conforman la Estrategia Nacional de Turismo, así como la necesidad de conocer la situación actual de la industria y contar con proyecciones realistas de esta.

Ante el desafío de proveer estadísticas confiables de la industria turística, Sernatur realizó publicaciones útiles y confiables para el sector, entre las que se destacan:

- Publicación de resultados de la Encuesta Longitudinal de Viajes de los residentes en Chile, primera encuesta panel turística aplicada en Chile.
- Publicación de resultados del Estudio “Año Base Turismo Receptivo/Emisivo, referencia 2017”, lo cual actualiza el último estudio de este tipo realizado el 2005.

Finalmente, para asegurar estadísticas coordinadas y consensadas con los distintos órganos especialistas, se destaca el trabajo colaborativo con INE y Banco Central, organismos con los que se requiere una estrecha coordinación y recíproca colaboración, con el fin de desarrollar, impulsar, fortalecer y sostener el SET (Sistema de Estadísticas de Turismo) en el tiempo, para que de esta manera se asegure la provisión y generación de información de base que permita calcular y estimar la Cuenta Satélite del Turismo, como una derivada del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) de Chile. Todos los agentes parte del SEN (Sistema de Estadísticas Nacional) tienen algún grado de participación e incidencia en el SET y, por tanto, cada cual posee un rol bastante específico en el quehacer de estos sistemas estadísticos, en especial, aquel relacionado al turismo.

Pilar estratégico innovación y tecnología

En el año 2018 se creó e impulsó el nuevo pilar innovación y tecnología, que busca instalar un proceso transformación digital basado en la cultura, procesos, comunicación y nuevos canales; digitalizar la oferta de Pymes turísticas; e incrementar las capacidades tecnológicas de las empresas de turismo por medio de programas de acompañamiento. En este escenario, Sernatur lideró el trabajo de la industria desarrollando diferentes iniciativas. La principal fue el desarrollo de la Estrategia Nacional de Innovación Turística 2019-2022. Esta estrategia fue levantada por Sernatur a través de una consultoría externa que consideró tres talleres de trabajo, en que se estudiaron 26 casos internacionales y nacionales y se realizaron 22 entrevistas a actores clave de la esfera del turismo y de la innovación

en el mundo. Esta estrategia permite contar un marco de acción y un sistema de métricas que guíe el trabajo de los siguientes años en cinco ejes: cultura de la innovación, ecosistemas, digitalización, emprendimiento e impulso innovador.

Junto a ello, se desarrolló también un marco conceptual de innovación en turismo, recogiendo las diferentes miradas internacionales, del mundo de la innovación y del mundo del turismo. Este marco permite contar con una lengua común y franca respecto de lo que significa innovar en esta industria, principalmente basada en la prestación de servicios.

También el año 2018 se realizó la cuarta versión del concurso Más Valor Turístico, esta vez focalizado en gastronomía y enoturismo. Se recabó una base de 79 productos turísticos postulados, premiándose a tres iniciativas a nivel nacional: Olivos Centenarios (Región de Atacama), Taste The Stars (Región de O'Higgins) y Vinos de Patio (Región de Ñuble). Así también se realizó el noveno concurso Mujer Empresaria Turística, el cual premió emprendimientos liderados por mujeres que incorporaron innovación y tecnología, resultando ganadoras "Le Mouton Vert" de la Región de Magallanes y "Fundo Don Gerardo" de la Región de Aysén.

Como iniciativa colectiva, Sernatur prestó asesoría y lideró, en conjunto con el programa Transforma Turismo, el Diseño de una Red de Innovación Abierta, proyecto financiado por Transforma. Este trabajo fue realizado en sincronía con la Estrategia Nacional de Innovación y propone una forma de articular actores en torno a iniciativas que creen oferta innovadora y a la modernización de la oferta turística existente.

Gestión presupuestaria de las direcciones regionales de turismo: iniciativas de inversión con fondos de terceros

Transversal a los pilares estratégicos, Sernatur cuenta con 37 iniciativas de inversión con fondos de terceros, por un total de \$32.633.697.070 pesos. De estos, se ejecutaron en el año \$7.067.322.896.

Cabe destacar que los fondos presupuestados para 2018 representaron un aumento de 39,5% de los ingresos del Servicio por concepto de Ley de Presupuestos, lo que ha permitido a las Direcciones Regionales aumentar la inversión en materia de turismo en su territorio, aportando no solo a la difusión y conocimiento de sus destinos en otras regiones y países, sino también ha permitido contribuir al quiebre de la estacionalidad, a la capacitación del capital humano, a la consolidación e impulso de diferentes destinos, entre otras.

4. Desafíos para el período de Gobierno 2019 - 2022

Pilar estratégico promoción

En promoción nacional la estrategia está centrada en potenciar el Turismo Interno con campañas nacionales focalizadas en audiencias y apoyada con tecnología móvil incentivando a los turistas a extender su estadía en las distintas ciudades y así aumentar su nivel de gasto.

Durante junio se realizará la tercera versión de FIE expo en nuestro país, cerrando un exitoso ciclo de realización de estas ferias que comenzaron en el año 2017. En el ámbito de Turismo de Reuniones se realizará 12 congresos adjudicados a nuestro país durante el primer semestre.

En tanto en Promoción Internacional, las estrategias para el 2019 se basan en aumentar el posicionamiento de Chile como destino turístico a nivel internacional aumentando el capital de marca, a través de la realización de campañas comunicacionales, participación en 9 ferias y/o eventos y diversas acciones dirigidas a los mercados abordados.

En general el principal objetivo es mejorar la experiencia del cliente final mediante el desarrollo de herramientas digitales más acordes a nuestro servicio, como el desarrollo de una aplicación móvil para viajeros, diseñada para acompañar al usuario antes, durante y después del viaje, que servirá tanto para turistas nacionales como extranjeros.

Pilar estratégico sustentabilidad

En el marco de los Convenios de Colaboración y Transferencia firmados con la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena se realizará un levantamiento de iniciativas que permita desarrollar una hoja de ruta para el turismo indígena (2019 – 2025) y se elaborará un manual para el desarrollo del turismo indígena que entregue conocimientos y herramientas a emprendedores y/o empresarios turísticos para que puedan desarrollar y agregar valor a sus productos turísticos con pertinencia indígena. Además, se trabajará en el diseño e implementación de un plan de capacitación para la comercialización de productos integrados de turismo indígena y asesoría especializada en marketing digital.

En materias de territorio y medio ambiente, y desarrollo de destinos, para el año 2019 se busca avanzar en el desarrollo de la medición de Índice de Saturación de Destinos Turísticos y desarrollar herramientas para ello.

Capacitar en 3 nuevas ZOIT sobre Gestión de Destinos Turísticos.

Apoyar la implementación de Rutas Chile, Ruta del Vino y Ruta de Parques de la Patagonia, en coordinación con Subsecretaría de Turismo y la Dirección de Vialidad del MOP.

Apoyar en el diseño de Puesta en Valor del Parque Nacional Nahuelbuta.

Implementar la metodología "Estrategia de Experiencia del Visitante" en PN Alerce Costero y PN Fray Jorge, como parte del desarrollo de capacidades para Anfitriones en los entornos de las Áreas Silvestres Protegidas.

SERNATUR también será contraparte técnica del desarrollo del Manual que resume la metodología "Estrategia de Experiencia del Visitante", trabajo a realizarse en conjunto con Subsecretaría de Turismo.

SERNATUR apoyará la actualización del índice de Intensidad Turística, comunal (anualmente) con su respectiva cartografía.

Participará en el Plan de Adaptación del Cambio Climático para el sector Turismo, con MMA.

También participará y apoyará técnicamente el proyecto "Plataforma de geointeligencia de información territorial y estadísticas de turismo", junto con el departamento de estadísticas de SERNATUR.

Se pondrá a disposición "Geoportal de SERNATUR" para usuarios internos y externos, a través de la herramienta "Open data" de ArcGis online.

Pilar Estratégico Inversión y Competitividad

En materia de apoyo a micro, pequeñas y medianas empresas en temas de innovación, se implementará el programa SIGO Experiencias en dos nuevos destinos turísticos y se trabajará en su transferencia a otras instituciones, de manera de lograr mayor alcance a través del financiamiento de instrumentos del Estado y así implementar el programa en destinos priorizados.

Ejecutar en 4 destinos SIGO Gestión Empresarial y en 2 SIGO Experiencia, en el marco del convenio de transferencias de recursos con la Subsecretaría. Gestionar trabajo conjunto con otras instituciones para apalancar recursos para beneficiar a más MiPyMEs Turísticas, para que mejoren la calidad de sus servicios y de los destinos en los cuales se encuentran e incentivar a los beneficiarios a continuar mejorando y orientarse hacia la obtención de los Sellos de Calidad y/o Sustentabilidad.

Fortalecer la gestión municipal, a través del Concurso Prácticas Innovadoras en Turismo Municipal, la puesta en marcha de la plataforma web de postulación de la Distinción Municipal y contar con a lo menos 4 municipios que inician el proceso de Distinción Municipal.

En coherencia con lo planteado en el Programa de Gobierno, se incentivarán (de manera piloto) en las bases de licitación de los programas las oportunidades de empleo para los adultos mayores como prestadores de servicios de las empresas del rubro turístico.

Se implementarán las recomendaciones del programa “Elige vivir sano” en los programas de turismo social.

El programa Turismo Familiar incorporará familias de clase media y aumentará su cobertura territorial, incorporando las regiones de Ñuble y Los Lagos.

Se ampliará el convenio de colaboración entre Sernatur y Senama, en relación con el programa Vacaciones Tercera Edad, sumando nuevas regiones beneficiarias.

Se incorporarán nuevos destinos turísticos, como la comuna de Los Lagos, San Antonio, Pirque, Con Con, entre otras. Se ampliará la cobertura del programa Gira de Estudio, incorporando colegios particulares.

Pilar Estratégico Calidad y Capital Humano

Diseñar e implementar acciones que permitan mejorar y difundir los beneficios para los prestadores de servicios turísticos que obtienen los sellos Q y/o S.

Difundir herramientas para posicionar prácticas de calidad y sustentabilidad en prestadores de servicios turísticos.

Continuar con la red de coordinación en las Submesas de capital humano y avanzar en la implementación del Plan Estratégico de Capital Humano.

En cuanto al área conciencia turística, el desafío es continuar difundiendo el Código de Conducta ESCNNA en Viajes y Turismo y llevar a cabo la implementación de la Estrategia Nacional de Accesibilidad.

Ejecutar un plan nacional de Registro e Inspección, poniendo énfasis en la realización de notificaciones de registro y denuncias cuando se identifiquen servicios obligatorios no registrados.

Dar continuidad a las inspecciones de Alojamiento Turístico y actividades de Turismo Aventura, con objeto de verificar el cumplimiento de la normativa vigente por parte de los prestadores de servicios.

Ejecutar operativos regionales de Fiscalización en conjunto con otras instituciones públicas, identificando la prestación de servicios turísticos no registrados, o bien con actuales incumplimientos a los estándares de seguridad.

Implementar un plan de difusión a través de las redes sociales institucionales y acciones regionales dirigidas a turistas para hacer uso de servicios turísticos registrados y que cumplan con el proceso de inspección.

Pilar estratégico inteligencia de mercado

- Robustecer la medición del Turismo Receptivo y Emisivo, estableciendo procedimientos que permitan velar por la calidad técnica de la información.
- Estudiar e implementar metodologías que permitan realizar comparaciones longitudinales tanto de ingreso y egreso de divisas, así como también del gasto en turismo interno.
- Establecer Sistemas de Información automatizados en base a la minería de datos, que sean insumo para la toma de decisiones.
- Trabajar con fuentes de información secundaria, que permitan establecer indicadores proxy para la actividad turística.
- Generar conocimiento por medio de la explotación de las bases de datos primarias que dispone el Sernatur.

- Implementar Sistema de información turística a nivel regional, insumo para la toma de decisiones.
- Cuantificar el impacto de la actividad turística en la economía nacional.

Pilar estratégico innovación y tecnología

Avanzar en la implementación de la Estrategia Nacional de Innovación Turística 2019-2022, potenciando el trabajo colaborativo a través de la Red Turismo Innova, con el mundo público-privado, la academia y los diferentes actores del turismo y de la innovación. Se trabajará también en materias de emprendimiento y apoyo a Startups de turismo, a través del levantamiento y desarrollo de desafíos de innovación y de una plataforma para la digitalización de empresas turísticas. En esta línea, también se mantendrá el apoyo y asesoría constante a los Centros de Extensionismo Tecnológico de Turismo, programas financiados por Corfo y que buscan aumentar su cobertura durante el año 2019.

En materias de creación de cultura innovadora, se potenciará el trabajo interno y externo para difundir los valores de la innovación y de la sustentabilidad. Para ello, se realizarán eventos de alto impacto, tales como el Tourism Tech Adventures de la Organización Mundial de Turismo. Además, se reforzarán los Concursos Más Valor Turístico y Mujer Empresaria Turística, para lograr una versión de mayor impacto en cada uno de ellos durante el año 2019.

Promover la innovación la transformación digital, diseñando e implementando una plataforma E- LEARNING con herramientas que permitan instalar capacidades referentes a Calidad, Sustentabilidad, Hospitalidad o Innovación, entre otros

5. Anexos

- **Anexo 1:** Identificación de la Institución.
- **Anexo 2:** Recursos Humanos.
- **Anexo 3:** Recursos Financieros.
- **Anexo 4:** Indicadores de Desempeño año 2015-2018.
- **Anexo 5:** Compromisos de Gobierno 2015 - 2018.
- **Anexo 6:** Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas. Pendiente
- **Anexo 7:** Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2018
- **Anexo 8:** Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2015-2018
- **Anexo 9:** Resultados en materia de Implementación de medidas de Género y de descentralización / desconcentración 2015-2018
- **Anexo 10:** Proyectos de Ley en Trámite en el Congreso Nacional y Leyes Promulgadas durante 2015-2019
- **Anexo 11:** Premios y Reconocimientos Institucionales 2015-2018

Anexo 1: Identificación de la Institución

a) Definiciones Estratégicas 2014-2018

- Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución
 - Ley de Turismo N° 20.423
 - Decreto Ley N° 1.224 (22.10.75) del Ministerio de Economía.

- Misión Institucional

Ejecutar planes y/o programas basados en la Política Nacional de Turismo, impulsando el desarrollo sustentable de la actividad turística, incentivando la especialización, calidad y competitividad de la industria turística, y promocionando los destinos y atractivos turísticos nacionales, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

- Aspectos Relevantes contenidos en la Ley de Presupuestos año 2018

Descripción
Considera \$ 20.001 millones disminuyendo 29,6% (\$ 8.409 millones) respecto de la Ley de Presupuestos 2017.
Contempla la creación del Programa Presupuestario 03 Programa de Promoción Internacional por \$ 9.276 millones
Los Programas Sociales se proponen con \$ 9.313 millones, disminuyendo 1,5% (\$ 135 millones), lo que se explica por el traspaso de honorarios a contrata de una persona del programa Gira de Estudio. En su conjunto, se espera favorecer a aproximadamente 81.994 personas entre adultos mayores, estudiantes/profesores de enseñanza media, y Jefas de hogar de sectores vulnerables.
Respecto del Programa de Promoción Turística Internacional se proponen \$ 9.276 millones, aumentando 2,6% (\$ 235 millones).

- 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 de la industria turística, formalizando la oferta e incorporando estándares de calidad, seguridad y sustentabilidad.
3	Fortalecer los programas de turismo social para reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo regional y local.
4	Ejecutar acciones orientadas al desarrollo y posicionamiento de destinos/productos para generar una oferta turística país integrada, especializada, diversa y sustentable.
5	Desarrollar y especializar al capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación.

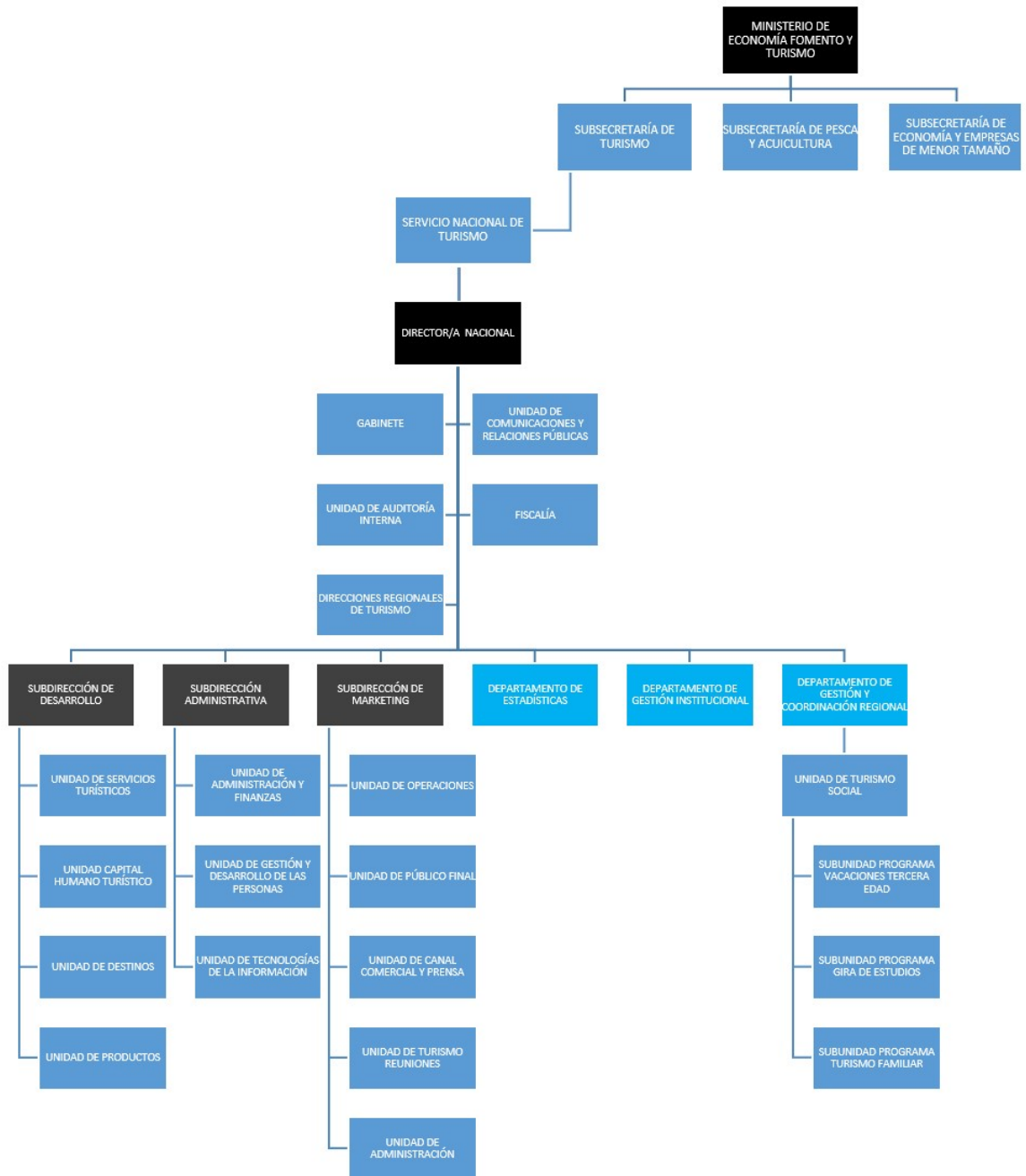
- Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	<u>Información sectorial</u> 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
2	<u>Promoción y difusión de los productos y destinos turísticos</u> Diseño e implementación de los planes de marketing y promoción de los productos destinos turísticos, a través de distintos canales de comunicación de la oferta turística chilena.	1, 4
3	<u>Programas de turismo social</u> Ejecución de programas para el desarrollo de la oferta turística regional y quiebre estacional, que facilita el acceso de distintos segmentos de la población al turismo.	1, 2, 3, 4
4	<u>Desarrollo Sustentable de la oferta turística</u> Incentivar el desarrollo turístico sustentable de los destinos turísticos del país, y apoyar técnicamente a través de instrumentos de gestión y de la coordinación público privado.	1, 4, 5
5	<u>Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos</u> El Sistema comprende el registro de los prestadores de servicios turísticos agrupados por tipo, de acuerdo a las definiciones establecidas en el Decreto N°222, y la constatación del cumplimiento de estándares de calidad y seguridad estipulados en el reglamento y en las normas de calidad turística, además de la inspección a establecimientos o lugares donde se desarrollen actividades o se presten servicios turísticos. Adicionalmente, el Sello de Sustentabilidad distingue las empresas que demuestren prácticas sustentables. Apoyo empresarial tiene como objetivo generar incentivos, beneficios y herramientas para los empresarios formalizados y los que cuenten con la certificación de calidad y la distinción de sustentabilidad.	1, 2, 3, 4, 5
6	<u>Capital humano</u> Se refiere a mejorar la calidad del capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación. Para esto, por un lado se enfocará en la coordinación, articulación y vinculación de los agentes públicos y privados relacionados con la educación. Por otro, lado, se transfieren y difunden conocimientos a el capital humano asociado a empresas, coordinador municipal y comunidad.	1, 2, 4, 5

- Clientes / Beneficiarios / Usuarios

Número	Nombre
1	Turistas nacionales.
2	Turistas extranjeros/as.
3	Prestadores de servicios turísticos.
4	Organismos públicos.
5	Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica y liceos de educación media técnico profesional que imparten carreras de turismo a nivel nacional.
6	Estudiantes en enseñanza media de centros educativos con financiamiento estatal de régimen diurno, que cuenten con puntaje IVE-SINAE y los adultos acompañantes respectivos.
7	Organismos internacionales.
8	Entidades privadas (Cámaras de turismo, Corporaciones, Asociaciones Gremiales, Federaciones).
9	Adulto/as Mayores
10	Personas con capacidad disminuida mayores de 18 años.
11	Municipalidades.
12	Banco Central.

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



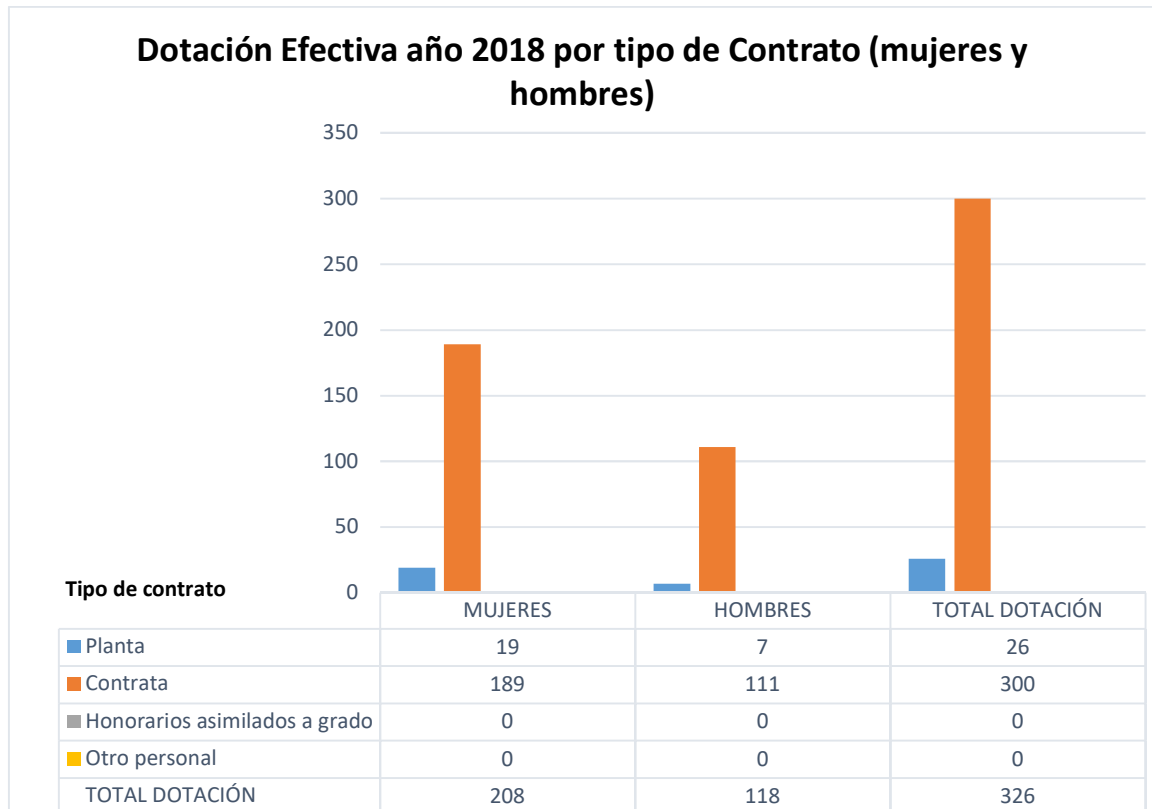
c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director/a Nacional	Andrea Wolleter Eyheramendy
Fiscal	María José Gutiérrez Araque
Subdirector/a de Desarrollo	Beatriz Román Alzérreca
Subdirector/a de Marketing	Emma Ortega Martínez
Subdirección Administrativa (S)	Luis Hernández Contreras
Director/a Regional Arica y Parinacota	Lelia Mazzini Galdames
Director/a Regional Tarapacá	Bárbara Rojas Tamborino
Director/a Regional Antofagasta	Irina Salgado Gomez
Director/a Regional Atacama (S)	Ricardo Curiqueo Henríquez
Director/a Regional Coquimbo (S)	Pamela Duarte Ponce
Director/a Regional Valparaíso	Marcelo Vidal Acevedo
Director/a Regional O'Higgins	Jorge Espinoza Bustos
Director/a Regional Maule	Carolina Reyes Bravo
Director/a Regional Bio-Bío (S)	Natalia Parra Mardones
Director/a Regional Araucanía (S)	Jose Miguel Sánchez Fernández de la Reguera
Director/a Regional Los Ríos	Paulina Steffen Aninat
Director/a Regional Los Lagos	Maritza Lafferte Cisternas
Director/a Regional Aysén	Patricio Bastías Mora
Director/a Regional Magallanes	Ximena Castro Rojas
Director/a Regional Metropolitana	Marilyn Masbernat Cambiaso
Director/a Regional Ñuble (S)	Marcela Rodríguez Medina

Anexo 2: Recursos Humanos

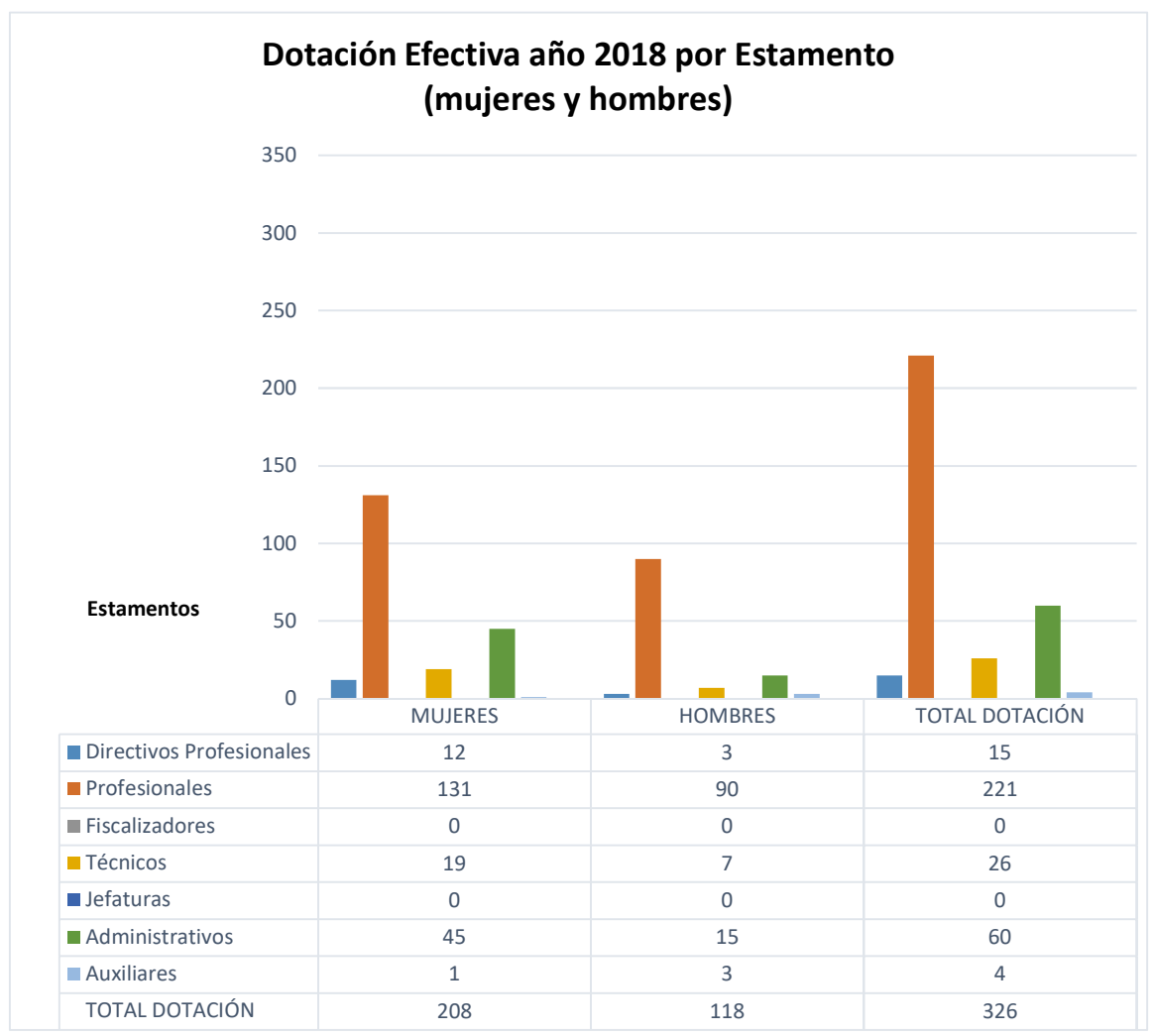
a) Dotación de Personal

Dotación Efectiva año 2018² por tipo de Contrato (mujeres y hombres)



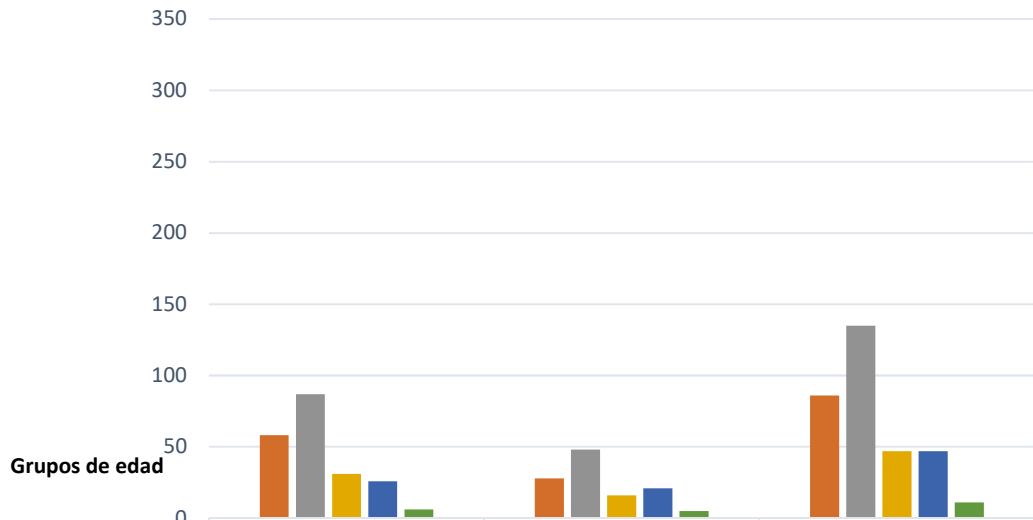
² Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilados a grado, profesionales de las leyes N°15.076 y N°19.664, jornales permanentes y otro personal permanente afecto al código del trabajo, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2018. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no se contabiliza como personal permanente de la institución.

Dotación Efectiva año 2018 por Estamento (mujeres y hombres)



Dotación Efectiva año 2018 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)

**Dotación Efectiva año 2018 por Grupos de Edad
(mujeres y hombres)**



Grupos de edad	MUJERES	HOMBRES	TOTAL DOTACIÓN
■ 24 o menos	0	0	0
■ 25-34	58	28	86
■ 35-44	87	48	135
■ 45-54	31	16	47
■ 55-64	26	21	47
■ 65 y más	6	5	11
TOTAL DOTACIÓN	208	118	326

b) Personal fuera de dotación

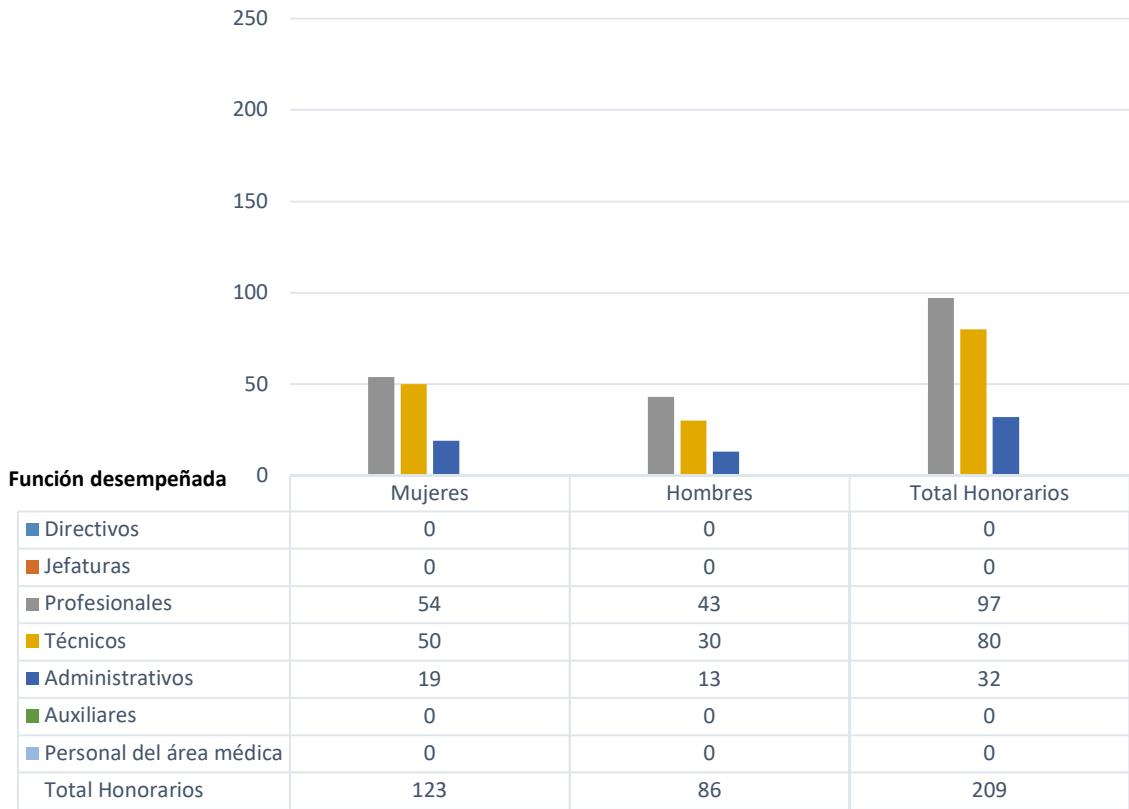
Personal fuera de dotación año 2018³, por tipo de contrato (mujeres y hombres)



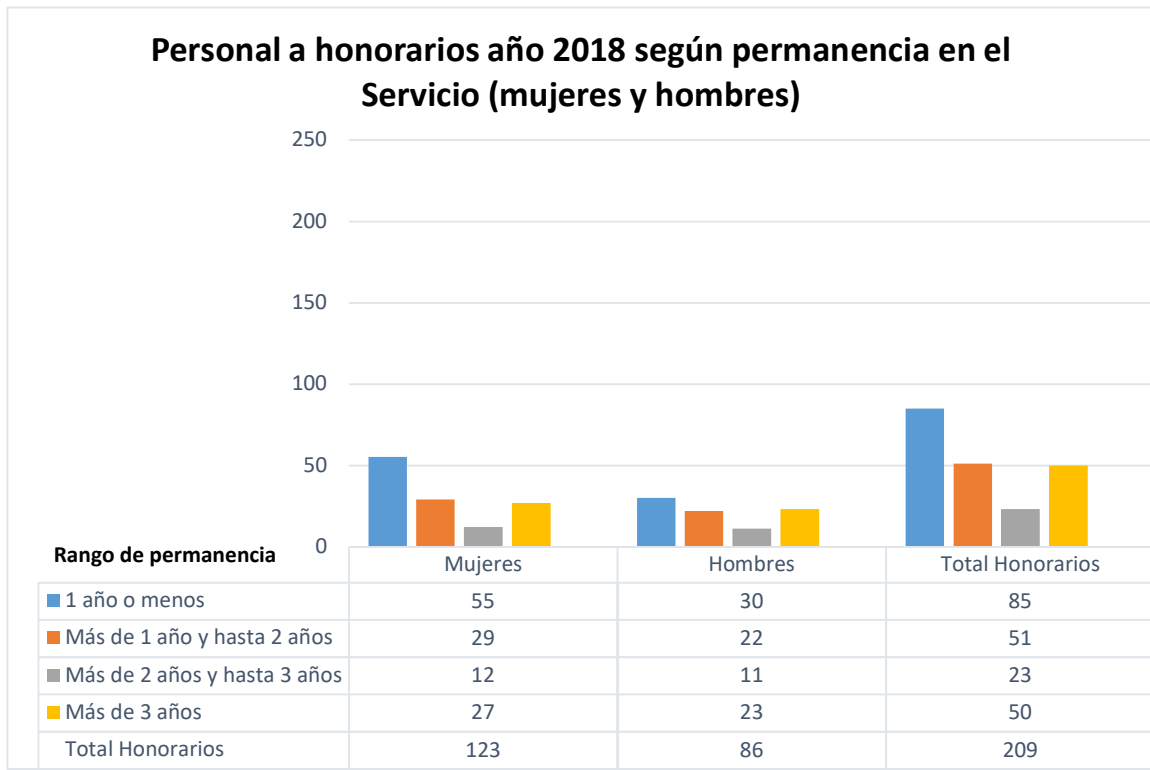
3 Corresponde a toda persona excluida del cálculo de la dotación efectiva, por desempeñar funciones transitorias en la institución, tales como cargos adscritos, honorarios a suma alzada o con cargo a algún proyecto o programa, vigilantes privado, becarios de los servicios de salud, personal suplente y de reemplazo, entre otros, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2018.

Personal a honorarios año 2018 según función desempeñada (mujeres y hombres)

Personal a honorarios año 2018 según función desempeñada (mujeres y hombres)



Personal a honorarios año 2018 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)



c) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 1					
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁴		Avance ⁵	Notas
		2017	2018		
1. Reclutamiento y Selección					
1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata ⁶ cubiertos por procesos de reclutamiento y selección ⁷	$(N^{\circ} \text{ de ingresos a la contrata año } t \text{ vía proceso de reclutamiento y selección} / \text{ Total de ingresos a la contrata año } t) * 100$	27.7%	26.4%	95,3	
1.2 Efectividad de la selección	$(N^{\circ} \text{ ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección en año } t, \text{ con renovación de contrato para año } t+1 / N^{\circ} \text{ de ingresos a la contrata año } t \text{ vía proceso de reclutamiento y selección}) * 100$	70%	89.47%	127.8	
2. Rotación de Personal					
2.1 Porcentaje de egresos del servicio respecto de la dotación efectiva.	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios que han cesado en sus funciones o se han retirado del servicio por cualquier causal año } t / \text{ Dotación Efectiva año } t) * 100$	12.0%	17.8%	67.4	
2.2 Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación.					
- Funcionarios jubilados	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios Jubilados año } t / \text{ Dotación Efectiva año } t) * 100$	1.1%	0%	-	
• Funcionarios fallecidos	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios fallecidos año } t / \text{ Dotación Efectiva año } t) * 100$	0%	0%	-	
- Retiros voluntarios					
o con incentivo al retiro	$(N^{\circ} \text{ de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año } t / \text{ Dotación efectiva año } t) * 100$	1.1%	2,5%	227	
o otros retiros voluntarios	$(N^{\circ} \text{ de retiros otros retiros voluntarios año } t / \text{ Dotación efectiva año } t) * 100$	8.7%	9,2%	94.6	
• Otros	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios retirados por otras causales año } t / \text{ Dotación efectiva año } t) * 100$	2.2%	6,1%	36.1	
2.3 Índice de recuperación de funcionarios	$(N^{\circ} \text{ de funcionarios ingresados año } t / N^{\circ} \text{ de funcionarios en egreso año } t) * 100$	109%	124.1%	87.8	
3. Grado de Movilidad en el servicio					

4 La información corresponde al período Enero - Diciembre 2018 y Enero - Diciembre 2017, según corresponda.

5 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.

6 Ingreso a la contrata: No considera el personal a contrata por reemplazo, contratado conforme al artículo 10 de la ley de presupuestos 2018.

7 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 ⁴		Avance ⁵	Notas
		2017	2018		
3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	$(\text{N}^\circ \text{ de Funcionarios Ascendidos o Promovidos}) / (\text{N}^\circ \text{ de funcionarios de la Planta Efectiva}) * 100$	0%	0%	-	
3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios contratados.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontractados en grado superior, año t}) / (\text{Total contratos efectivos año t}) * 100$	4.1%	4.3%	104.9	
4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal					
4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año t} / \text{Dotación efectiva año t}) * 100$	44%	57.4%	130.5	
4.2 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	$\frac{\sum (\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas en act. de capacitación año t} * \text{N}^\circ \text{ participantes en act. de capacitación año t})}{\text{N}^\circ \text{ de participantes capacitados año t}}$	20.9	25	119.6	
4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia ⁸	$(\text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t} / \text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación en año t}) * 100$	9.6%	12%	125	
4.4 Porcentaje de becas ⁹ otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	$\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año t} / \text{Dotación efectiva año t} * 100$	2,54%	3.4%	133.9	
5. Días No Trabajados					
5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas, según tipo.					
<ul style="list-style-type: none"> Licencias médicas por enfermedad o accidente común (tipo 1). 	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas tipo 1, año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	1.1	1.1	100	
<ul style="list-style-type: none"> Licencias médicas de otro tipo¹⁰ 	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas de tipo diferente al 1, año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	0.7	0.6	116.7	
5.2 Promedio Mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones.	$(\text{N}^\circ \text{ de días de permisos sin sueldo año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	0.1	0.2	50	
6. Grado de Extensión de la Jornada					

8 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.

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

10 No considerar como licencia médica el permiso postnatal parental.

Cuadro 1
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁴		Avance ⁵	Notas
		2017	2018		
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año } t/12) / \text{Dotación efectiva año } t$	7.0	6.7	104.5	
7. Evaluación del Desempeño¹¹					
7.1 Distribución del personal de acuerdo a los resultados de sus calificaciones.	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 1 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	95%	91.2%	96	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 2 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	5.0%	8.8%	176	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 3 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	0%	0%	-	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 4 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	0%	0%	-	
7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño ¹² implementado	SI: Se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño. NO: Aún no se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño.	SI	SI	100	
8. Política de Gestión de Personas					
Política de Gestión de Personas ¹³ formalizada vía Resolución Exenta	SI: Existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta. NO: Aún no existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta.	SI	SI	100	
9. Regularización de Honorarios					
9.1 Representación en el ingreso a la contrata	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios traspasadas a la contrata año } t / \text{Total de ingresos a la contrata año } t) * 100$	19.4%	58,3%	33.3	
9.2 Efectividad proceso regularización	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios traspasadas a la contrata año } t / \text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t-1) * 100$	7.6%	33.9%	446.1	
9.3 Índice honorarios regularizables	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t / \text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t-1) * 100$	136.3 %	41.9%	325.3	

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

12 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 periodo específico. Su propósito es generar aprendizajes que permitan la mejora del rendimiento individual y entreguen elementos relevantes para el rendimiento colectivo.

13 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

a) Resultados de la Gestión Financiera

Programa 01 Servicio Nacional de Turismo

Cuadro 2			
Ingresos y Gastos devengados año 2017 – 2018			
Denominación	Monto Año 2017 M\$ ¹⁴	Monto Año 2018 M\$	Notas
INGRESOS	29.479.939	21.162.450	(1)
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	3.153.738	71.189	(2)
RENTAS DE LA PROPIEDAD		12.367	(3)
OTROS INGRESOS CORRIENTES	331.101	327.458	
APORTE FISCAL	25.982.757	19.549.600	
RECUPERACIÓN DE PRÉSTAMOS	12.343	1.836	
TRANSFERENCIAS PARA GASTOS DE CAPITAL		1.200.000	(4)
GASTOS	29.484.006	21.301.643	
GASTOS EN PERSOAL	8.353.551	7.971.596	(1)
BIENES Y SERVICIO DE CONSUMO	2.075.891	1.791.920	
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	177.628	431.207	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	18.360.571	10.496.678	
INTEGROS AL FISCO	10.017	8.348	(5)
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	430.819	481.428	
SERVICIO DE LA DEUDA	75.529	120.466	
RESULTADO	-4.067	-139.193	

14 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2018. El factor de actualización de las cifras del año 2017 es 1,02432.

Notas:

- 1) La disminución de ingresos y gastos devengados respecto al año 2017 se debe a la creación del Programa Presupuestarios 03 - Promoción Internacional, el cual se encontraba contenido dentro del Subtítulo 24 en el año 2017. Este nuevo programa presupuestario contó con M\$9.276.683 de presupuesto inicial.
- 2) Durante el periodo 2017 se contó con una transferencia de la Subsecretaría de Turismo por M\$3.047.049, la cual no fue realizada en 2018.
- 3) En el periodo 2018 se devengan los ingresos por concepto de arriendo de edificio correspondiente al inmueble en la región de Tarapacá.
- 4) En el periodo 2018 se reciben M\$1.200.000 desde el Gobierno Regional de Biobío para el pago de derechos de marca correspondientes al Rally Mobil 2019 a realizar en la región del Biobío.
- 5) La disminución observada entre 2017 y 2018 se explica por la creación del Programa Presupuestario 03 - Promoción Internacional, para el cual fue disminuido el presupuesto del Subtítulo 24.

Programa 03 Programa de Promoción Internacional

Cuadro 2			
Ingresos y Gastos devengados año 2017 – 2018			
Denominación	Monto Año 2017 M\$ ¹⁵	Monto Año 2018 M\$	Notas
INGRESOS		9.239.050	
APORTE FISCAL		9.239.050	
GASTOS		8.944.864	(1)
GASTOS EN PERSONAL		725.134	
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO		7.277.271	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES		840.422	
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS		102.037	
RESULTADO		294.186	

b) Comportamiento Presupuestario año 2018

Programa 01 Servicio Nacional de Turismo

Cuadro 3								
Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2018								
Sub.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial ¹⁶ (M\$)	Presupuesto Final ¹⁷ (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia ¹⁸ (M\$)	Notas ¹⁹
			INGRESOS	20.001.618	21.102.810	21.162.450	-59.640	
05			TRANSFERENCIAS CORRIENTES		71.190	71.189	1	
	01		Del Sector Privado		71.190	71.189	1	
		003	Administradora del Fondo para Bonificación por Retiro		71.190		71.190	
		999	Otros			71.189	-71.189	

15 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2018. El factor de actualización de las cifras del año 2017 es 1,02432.

Notas:

- 1) No se registran Ingresos y Gastos durante el periodo 2017 ya que el Programa 03 Programa de Promoción Internacional fue creado en el periodo 2018.

16 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

17 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2018.

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

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

Notas:

- 1) Se realizaron gestiones con las entidades previsionales para la recuperación de licencias médicas de funcionarios, las cuales dieron por resultado una mayor recuperación de lo presupuestado.
- 2) Corresponde a saldo no utilizado por concepto de vacaciones durante el año 2018 de los cargos definidos por alta dirección pública.
- 3) Corresponde, principalmente, a saldo no utilizado por concepto de Sala Cuna y Jardín Infantil.
- 4) Corresponde a saldos no utilizados en los Programas Sociales.

Cuadro 3
Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2018

Sub.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial ¹⁶ (M\$)	Presupuesto Final ¹⁷ (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia ¹⁸ (M\$)	Notas ¹⁹
06			RENTAS DE LA PROPIEDAD		12.362	12.367	-5	
08			OTROS INGRESOS CORRIENTES	239.655	239.655	327.458	-87.803	(1)
	01		Recuperaciones y Reembolsos por Licencias Médicas	223.156	223.156	283.411	-60.255	
	99		Otros	16.499	16.499	44.047	-27.548	
09			APORTE FISCAL	19.761.963	19.577.767	19.549.600	28.167	
	01		Libre	19.761.963	19.577.767	19.549.600	28.167	
12			RECUPERACIÓN DE PRÉSTAMOS		1.836	1.836		
	10		Ingresos por Percibir		1.836	1.836		
13			TRANSFERENCIAS PARA GASTOS DE CAPITAL		1.200.000	1.200.000		
			GASTOS	20.001.618	21.568.091	21.301.643	266.448	(2)
21			GASTOS EN PERSONAL	8.190.416	8.196.144	7.971.596	224.548	(3)
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	1.958.904	1.815.566	1.791.920	23.646	
23			PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL		431.211	431.207	4	
	03		Prestaciones Sociales del Empleador		431.211	431.207	4	
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	9.313.400	10.513.400	10.496.678	16.722	(4)
	01		Al Sector Privado	9.313.400	10.513.400	10.496.678	16.722	
		132	Programa Vacaciones Tercera Edad	5.549.510	5.549.510	5.542.888	6.622	
		133	Programa Giras de Estudio	2.392.718	2.392.718	2.389.138	3.580	
		135	Programa Turismo Familiar	1.371.172	1.371.172	1.364.652	6.520	
		136	Campeonato Mundial de Rally		1.200.000	1.200.000		
25			INTEGROS AL FISCO		8.348	8.348		
	99		Otros Íntegros al Fisco		8.348	8.348		
29			ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	538.898	482.955	481.428	1.527	
	04		Mobiliario y Otros	2.225	11.619	11.522	97	
	05		Máquinas y Equipos		5.700	5.337	363	
	06		Equipos Informáticos	163.237	130.272	129.367	905	
	07		Programas Informáticos	373.436	335.364	335.202	162	
34			SERVICIO DE LA DEUDA		120.467	120.466	1	
	07		Deuda Flotante		120.467	120.466	1	
			RESULTADO		-465.281	-139.193	-326.088	

Programa 03 Programa de Promoción Internacional

Cuadro 3 Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2018								
Sub.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial ²⁰ (M\$)	Presupuesto Final ²¹ (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia ²² (M\$)	Notas ²³
			INGRESOS	9.276.683	9.241.418	9.239.050	2.368	
09	01		APORTE FISCAL Libre	9.276.683 9.276.683	9.241.418 9.241.418	9.239.050 9.239.050	2.368 2.368	
			GASTOS	9.276.683	9.241.418	8.944.864	296.554	
21			GASTOS EN PERSONAL	783.366	775.881	725.134	50.747	
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	8.255.523	7.289.430	7.277.271	12.159	
24	01		TRANSFERENCIAS CORRIENTES Al Sector Privado	123.158 123.158	1.073.158 1.073.158	840.422 840.422	232.736 232.736	
		323	Campeonato Mundial Fórmula E	123.158	123.158	120.036	3.122	
		324	Concursos Públicos de Promoción Internacional		950.000	720.386	229.614	(1)
29			ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	114.636	102.949	102.037	912	
	07		Programas Informáticos	114.636	102.949	102.037	912	
			RESULTADO			294.186	-294.186	

c) Indicadores Financieros

Cuadro 4 Indicadores de Gestión Financiera							
Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo ²⁴			Avance ²⁵ 2018/ 2017	Notas
			2016	2017	2018		
Comportamiento del Aporte Fiscal (AF)	AF Ley inicial / (AF Ley vigente – Políticas Presidenciales ²⁶)		0,98	0,98	0,93	0,95	
Comportamiento de los Ingresos Propios (IP)	[IP Ley inicial / IP devengados] [IP percibidos / IP devengados]						

20 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

21 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2018.

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

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

Notas:

- 1) La diferencia se compone por gastos rechazados u observados en las rendiciones de proyectos adjudicados de los Concursos Ventanilla Abierta año 2018.

24 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2018. Los factores de actualización de las cifras de los años 2016 y 2017 son 1,04670 y 1,02432 respectivamente. (pendiente)

25 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.

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

Notas:

- 1) Los cálculos efectuados para el año 2016 dan como resultado indicadores diferentes a los publicados en el BGI 2017. Estos cálculos fueron realizados con la información presupuestaria vigente de SIGFE 1.0, SIGFE 2.0 y Programas de Caja correspondientes a cada año.

Cuadro 4 Indicadores de Gestión Financiera							
Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo ²⁴			Avance ²⁵ 2018/ 2017	Notas
			2016	2017	2018		
	[IP percibidos / Ley inicial]						
	[DF/ Saldo final de caja]		1,05	0,28	1,36	4,9	(1)
Comportamiento de la Deuda Flotante (DF)	(DF + compromisos cierto no devengados) / (Saldo final de caja + ingresos devengados no percibidos)		0,91	0,27	1,30	4,7	(1)

d) Fuente y Uso de Fondos

Cuadro 5 Análisis del Resultado Presupuestario 2018 ²⁷				
Código	Descripción	Saldo Inicial	Flujo Neto	Saldo Final
	FUENTES Y USOS	443.903	155.016	598.919
	Carteras Netas	0	-146.630	-146.630
115	Deudores Presupuestarios	0	4.433	4.433
215	Acreedores Presupuestarios	0	-151.063	-151.063
	Disponibilidad Neta	2.004.003	747.252	2.751.255
111	Disponibilidades en Moneda Nacional	1.989.742	753.166	2.742.908
112	Disponibilidades en Moneda Extranjera	14.261	-5.914	8.347
	Extrapresupuestario neto	-1.560.100	-445.606	-2.005.706
114	Anticipo y Aplicación de Fondos	10.912.149	3.708.748	14.620.897
116	Ajustes a Disponibilidades	403	0	403
119	Traspasos Interdependencias	0	3.787.792	3.787.792
214	Depósitos a Terceros	-12.386.832	-4.177.153	-16.563.985
216	Ajustes a Disponibilidades	-85.820	22.804	-63.016
219	Traspasos Interdependencias	0	-3.787.797	-3.787.797

e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

Cuadro 6 Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2018				
Denominación	Ley Inicial	Presupuesto Final	Devengado	Observaciones
INGRESOS	20.001.618	21.568.091	21.162.453	
Transferencias corrientes		71.190	71.189	
Rentas de la propiedad		12.362	12.367	
Otros ingresos corrientes	239.655	239.655	327.461	
Aporte fiscal	19.761.963	19.577.767	19.549.600	
Venta de activos no financieros				
Recuperación de préstamos		1.836	1.836	
Transferencias para gasto de Capital		1.200.000	1.200.000	
Saldo Inicial de Caja		465.281		

²⁷ Corresponde a ingresos devengados – gastos devengados.

GASTOS	20.001.618	21.568.091	21.301.651
Gastos en personal	8.190.416	8.196.144	7.971.604
Bienes y servicios de consumo	1.958.904	1.815.566	1.791.915
Prestaciones de seguridad social		431.211	431.210
Transferencias corrientes	9.313.400	10.513.400	10.496.680
Íntegros al fisco		8.348	8.348
Otros gastos corrientes			
Adquisición de activos no financieros	538.898	482.955	481.428
Servicio de la deuda		120.467	120.466
RESULTADO	-	-	-139.198

f) Transferencias²⁸

Descripción	Cuadro 7 Transferencias Corrientes				
	Presupuesto Inicial 2018 ²⁹ (M\$)	Presupuesto Final 2018 ³⁰ (M\$)	Gasto Devengado (M\$)	Diferencia ³¹	Notas
TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO	9.313.400	10.513.400	10.496.680	16.720	
Gastos en Personal	278.201	278.201	265.265	12.936	
Bienes y Servicios de Consumo	64.865	64.865	63.590	1.275	
Inversión Real					
Otros	8.970.334	10.170.334	10.167.825	2.509	(1)
TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS					
Gastos en Personal					
Bienes y Servicios de Consumo					
Inversión Real					
Otros ³²					
TOTAL TRANSFERENCIAS	9.313.400	10.513.400	10.496.680	16.720	

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

29 Corresponde al aprobado en el Congreso.

30 Corresponde al vigente al 31.12.2018

31 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

32 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

Notas:

- 1) Incluye pago de M\$1.200.000 por concepto de Derechos de Marca para la realización del Rally Mobil 2019 en la región del BíoBío.

g) Inversiones³³

Cuadro 8							
Comportamiento Presupuestario de las Iniciativas de Inversión año 2018							
Iniciativas de Inversión	Costo Total Estimado³⁴	Ejecución Acumulada al año 2018³⁵	% Avance al Año 2018	Presupuesto Final Año 2018³⁶	Ejecución Año 2018³⁷	Saldo por Ejecutar	Notas
	(1)	(2)	(3) = (2) / (1)	(4)	(5)	(7) = (4) - (5)	
No aplica para periodo 2018.							

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

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

35 Corresponde a la ejecución de todos los años de inversión, incluyendo el año 2018.

36 Corresponde al presupuesto máximo autorizado para el año 2018.

37 Corresponde al valor que se obtiene del informe de ejecución presupuestaria devengada del año 2018.

Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2015 -2018

- Indicadores de Desempeño presentados en la Ley de Presupuestos año 2018

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Valores Efectivo				Meta 2018	Porcentaje de Logro 2018
				2015	2016	2017	2018		
	Porcentaje de llegadas de turistas al país en el año t respecto de la proyección de llegadas al año 2020.	(Número de llegadas de turistas al país en el año t/Número de llegadas de turistas al país proyectados al año 2020)*100	%	71.17 (4478336.00 / 6292757.00)*100	109.47 (5640700.00 / 5152582.00)*100	102.50 (6449883.00 / 6292757.00)*100	67.32 (5780999.00 / 8587959.00)*100	85.52 (7344218.00 / 8587959.00)*100	78,7%
	Promedio mensual de visitas únicas a los sitios web de promoción turística nacional e internacional dispuestos por Sernatur en el año t	(Total de visitas a los sitios web de promoción turística dispuestos por Sernatur en el año t/12)	número	327514 (3930169 /12)	377728 (4532735 /12)	472971 (5675652 /12)	393672 (4724063 /12)	386400 (4636800 /12)	100,0%
	Enfoque de Género: No								

38 El porcentaje de logro mide cuánto cumple el indicador en relación a su meta; y es el resultado del valor efectivo dividido por la meta comprometida. Si el indicador es ascendente, se divide el valor efectivo con respecto a su meta. Si éste es descendente se divide la meta respecto al valor efectivo. El cociente obtenido se denomina "Porcentaje de logro efectivo". Este porcentaje toma valores en el rango entre 0% y 100%. El "Porcentaje de Logro por Servicio" corresponde al promedio simple del logro de cada uno de los indicadores comprometidos y evaluados por el Servicio, en el rango de 0% a 100%.

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Valores Efectivo				Meta 2018	Porcentaje de Logro 2018
				2015	2016	2017	2018		
Programas de Turismo social.	Porcentaje de beneficiario /as viajado/as en el Programa Vacaciones en el Programa Vacaciones Tercera Edad en el año t	(N° de beneficiario /as viajado/as en el Programa Vacaciones Tercera Edad año t/N° total de población potencial del Programa Vacaciones Tercera Edad año t)*100	%	1.55 (41477.00 /2679910.00)*100	2.04 (56873.00 /2786689.00)*100	1.69 (49125.00 /2899621.00)*100	1.89 (57063.00 /3018688.00)*100	1.72 (51850.00 /3018688.00)*100	100,0%
	Enfoque de Género: No								
Programas de Turismo social.	Porcentaje de beneficiario /as viajado/as en el Programa Gira de Estudio en el año t	(N° de beneficiario /as viajado/as en el Programa Gira de Estudio año t/N° total de población potencial del Programa Gira de Estudio año t-1)*100	%	2.14 (19701.00 /918482.00)*100	3.05 (26839.00 /880204.00)*100	2.93 (24988.00 /854230.00)*100	3.04 (26227.00 /862130.00)*100	2.34 (20164.00 /862130.00)*100	100,0%
	Enfoque de Género: No								

Producto Estratégico	Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Valores Efectivo				Meta 2018	Porcentaje de Logro 2018
				2015	2016	2017	2018		
Programas de Turismo social.	Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en los Programas de Turismo Social en el año t	(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, en temporadas baja y media, año t) * 100	%	20.53	27.43	25.03	25.69	22.42	100,0%
				(333951.00 / 1626451.00) * 100	(446115.00 / 1626451.00) * 100	(351311.00 / 1403398.00) * 100	(403881.00 / 1572185.00) * 100	(364586.00 / 1626451.00) * 100	

Resultado Global Año 2018: 95.7%

Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2015 - 2018

No aplica para SERNATUR

Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas (2015-2018)

Cuadro 9 Programas e Instituciones Evaluadas (2018)						
Tipo de la evaluación	Programa/Institución	Año	Estado	Monto	Link de descarga	Evaluación Dipres (SI/NO)
Satisfacción usuaria	Programa Vacaciones Tercera Edad y Programa Gira de Estudios /Sernatur	2014	Finalizado	-	Ver más	NO
Calidad	Programa Vacaciones Tercera Edad y Programa Gira de Estudios /Sernatur	2015	Finalizado	\$15.800.000	Ver más	NO
Impacto	Programa Vacaciones Tercera Edad y Programa Gira de Estudios /Sernatur	2015	Finalizado	\$32.000.000	Ver más	NO
Satisfacción usuaria	Programa Vacaciones Tercera Edad, Programa Gira de Estudios y Programa Turismo Familiar /Sernatur	2016	Finalizado	\$20.000.000	Informe final en desarrollo.	NO
Impacto	Programa Promoción Internacional	2016	Finalizado	\$3.400.000	Ver más	NO
Impacto	Evaluación programas gubernamentales EPG: Programa de Promoción Turística Internacional	2016	Finalizado	0	Ver más	SI
Impacto	Programa Promoción Internacional	2017	Finalizado	\$3.700.000	Ver más	NO
Satisfacción usuaria	Programa Vacaciones Tercera Edad, Programa Gira de Estudios y Programa Turismo Familiar /Sernatur	2018	En proceso de finalización	\$18.000.000	Informe final en desarrollo.	NO

Anexo 6B: Informe Preliminar³⁹ de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas⁴⁰

Programa/Institución: Programa Promoción Turística Internacional
Año Evaluación: 2016
Fecha del Informe: Jueves, 11 de marzo de 2019 12:20:11

Cuadro 10 Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas	
Compromiso	Cumplimiento
Reformular programa de promoción turística internacional. Este compromiso contará con el apoyo del Departamento de Asistencia Técnica de DIPRES	<p>Respecto a la observación "no hay una segunda versión que acredite la modificación de las observaciones ejecutadas por asistencia técnica", Sernatur se contactó con el área de Asistencia Técnica de Dipres, quienes indicaron que el formulario que se adjuntó en el reporte de junio si corresponde a la versión definitiva, la cual se encuentra en estado "recomendada favorablemente" y que, por tanto, incorpora las observaciones realizadas en su momento por Dipres. Cabe señalar, que esta situación también fue conversada con el Analista del Departamento de Evaluación de Dipres. Se adjunta correo electrónico con acuerdos de la reunión con el sectorialista.</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Formulario E de Reformulación del programa Correo electrónico del 30-06 enviado al sectorialista del Departamento de asistencia técnica Observaciones emanadas por el mencionado Departamento a la primera versión de la reformulación Impresión de pantalla donde consta calificación: Recomendado favorablemente. Correo electrónico del 26-06-2018 donde en atención a lo conversado en reunión con el sectorialista se acuerda que reconsiderará su evaluación.</p>
Reformular programa de promoción turística internacional. Este compromiso contará con el apoyo del Departamento de Asistencia Técnica de DIPRES	<p>Respecto a la observación "no hay una segunda versión que acredite la modificación de las observaciones ejecutadas por asistencia técnica", Sernatur se contactó con el área de Asistencia Técnica de Dipres, quienes indicaron que el formulario que se adjuntó en el reporte de junio si corresponde a la versión definitiva, la cual se encuentra en estado "recomendada favorablemente" y que, por tanto, incorpora las observaciones realizadas en su momento por Dipres. Cabe señalar, que esta situación también fue conversada con el Analista del Departamento de Evaluación de Dipres. Se adjunta correo electrónico con acuerdos de la reunión con el sectorialista.</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Formulario E de Reformulación del programa Correo electrónico del 30-06 enviado al sectorialista del Departamento de asistencia técnica Observaciones emanadas por el mencionado Departamento a la primera versión de la reformulación Impresión de pantalla donde consta calificación: Recomendado favorablemente. Correo electrónico del 26-06-2018 donde en atención a lo conversado en reunión con el sectorialista se acuerda que reconsiderará su evaluación.</p>
Elaboración de reportes de control de gestión alimentados por bases de datos que acrediten las directrices del "manual para el monitoreo y seguimiento del programa" (Avance de los proyectos implementados, gastos por proyectos y	<p>Se presentan antecedentes complementarios para evidenciar la existencia del sistema de información del programa que considera el control presupuestario y de la ejecución del programa. Se anexa a lo ya informado:</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Informe compromiso 11.pdf</p>

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

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

Cuadro 10
Cumplimiento de Compromisos de Programas / Instituciones Evaluadas

Compromiso	Cumplimiento
componente, N° de beneficiarios por actividad, etc.) ⁴¹	<p>Anexo 8 Planilla de control.xlsx</p> <p>Anexo 9 Formato detalle facturación.xls</p> <p><u>Medios de Verificación:</u> Manual de monitoreo y reporte de control de gestión Informe de cumplimiento del compromiso Anexo 1 Presentación Consejo Consultivo 3 Julio 2018 (Parte 1) Anexo 1 Presentación Consejo Consultivo 3 Julio 2018 (Parte 2) Anexo 2 Gantt Compras 2018 Anexo 3 Presupuesto 2018 Anexo 4 Ordenes de Compra 1591-278-CM18 y 1591-279-CM18 Informe compromiso 11 Planilla de control Formato detalle facturación</p>

41 A diciembre 2018 los compromisos descritos en la tabla se encuentran en estado “cumplido” a excepción del último que tiene calificación “parcialmente cumplido”.

Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2018

IDENTIFICACIÓN

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

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión	Prioridad	Ponderación Comprometida	Ponderación obtenida
			Etapas de Desarrollo o Estados de Avance			
			I			
Marco Básico	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional	O	Alta	100%	98.50%
Porcentaje Total de Cumplimiento:						98.50%

SISTEMAS EXIMIDOS/MODIFICACIÓN DE CONTENIDO DE ETAPA

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Tipo	Etapa	Justificación
Marco Básico	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional Descentralización	Modificar	1	El Servicio compromete el Objetivo 2 de acuerdo al marco definido en Decreto 297, donde considera el indicador "Porcentaje de iniciativas de descentralización y desconcentración implementadas en el año t" comprometiéndose solo medidas de desconcentración.
		Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional Eficiencia Energética	Modificar	1	El Servicio compromete el Objetivo 2 de acuerdo al Programa Marco definido en Decreto N° 344, en específico para el indicador "Índice de eficiencia energética", los edificios a incorporar en la medición se conocerán a más tardar en abril del 2018.

DETALLE EVALUACIÓN SISTEMA DE MONITOREO DEL DESEMPEÑO INSTITUCIONAL

RESUMEN RESULTADOS POR OBJETIVO DE GESTIÓN

N°	Objetivos de Gestión	Compromiso		Resultado Evaluación		N° Indicadores Descuento por error
		Ponderación	N° Indicadores / Mecanismos Comprometidos	Ponderación	N° Indicadores Cumplidos	
1	Cumplir Meta de Indicadores de Productos Estratégicos	60%	5	58.50%	4	1
2	Medir e informar correctamente los Indicadores Transversales	35%	10	35.00%	10	No aplica
3	Cumplir Meta de Indicadores Transversales	0%	0	0.00%	0	No aplica
4	Publicar Mecanismos de Incentivo	5%	No aplica	5.00%	No aplica	No aplica
	Total	100%	15	98.50%	14	1

Total dotación afecta al incentivo: 326
Monto de recursos anual: \$383.347.000
Promedio por persona: \$1.175.911
Porcentaje total del gasto de subtitulo 21: 4%

Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2015-2018

Cuadro 11 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2015				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ⁴²	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ⁴³	Incremento por Desempeño Colectivo ⁴⁴
Gabinete	16	4	100%	8%
Fiscalía	8	4	100%	8%
Subdirección de Desarrollo	10	4	100%	8%
Subdirección Productos y Destinos Sustentables	8	4	100%	8%
Subdirección de Estudios	13	4	100%	8%
Unidad Turismo Social	9	4	100%	8%
Unidad de Información Turística	8	4	100%	8%
Dpto. de Promoción Turística	11	4	100%	8%
Departamento de Administración y Finanzas	22	4	100%	8%
Dpto. Gestión de las Personas	15	4	100%	8%
Dirección Regional Arica y Parinacota	12	5	100%	8%
Dirección Regional Tarapacá	8	5	100%	8%
Dirección Regional Antofagasta	9	5	100%	8%
Dirección Regional de Atacama	9	5	100%	8%
Dirección Regional de Coquimbo	9	5	100%	8%
Dirección Regional de Valparaíso	16	5	100%	8%
Dirección Regional de O'Higgins	12	5	100%	8%
Dirección Regional del Maule	7	5	100%	8%
Dirección Regional de Bio Bio	19	5	100%	8%
Dirección Regional de Araucanía	11	5	100%	8%
Dirección Regional de Los Lagos	18	5	100%	8%
Dirección Regional de Los Ríos	16	5	100%	8%
Dirección Regional de Aysén	13	5	100%	8%
Dirección Regional de Magallanes	13	5	100%	8%
Dirección Regional Metropolitana	9	5	100%	8%

42 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2015.

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

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

Cuadro 11
Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2016

Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ⁴⁵	Nº de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ⁴⁶	Incremento por Desempeño Colectivo ⁴⁷
Gabinete	19	4	100%	8%
Fiscalía	8	3	100%	8%
Subdirección de Desarrollo	10	4	100%	8%
Estadísticas	9	4	100%	8%
Promoción Turística	10	4	100%	8%
Gestión de Personas	14	3	100%	8%
Administración y Finanzas	21	4	100%	8%
Información Turística	8	4	100%	8%
Turismo Social	6	4	100%	8%
Productos y Destinos Sustentables	8	4	100%	8%
Dirección Regional de Tarapacá	8	4	100%	8%
Dirección Regional de Antofagasta	9	4	100%	8%
Dirección Regional de Atacama	9	4	100%	8%
Dirección Regional de Coquimbo	9	4	100%	8%
Dirección Regional de Valparaíso	14	4	100%	8%
Dirección Regional de O'Higgins	12	4	100%	8%
Dirección Regional del Maule	7	4	100%	8%
Dirección Regional de Bio Bio	20	4	100%	8%
Dirección Regional de Araucanía	11	4	100%	8%
Dirección Regional de Los Lagos	17	4	100%	8%
Dirección Regional de Los Ríos	15	4	100%	8%
Dirección Regional de Aysén	15	4	100%	8%
Dirección Regional de Magallanes	12	4	100%	8%
Dirección Regional Metropolitana	12	4	100%	8%
Dirección Regional de Arica y Parinacota	12	4	100%	8%

45 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2016.

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

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

Cuadro 11
Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2017

Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas	Incremento por Desempeño Colectivo
Gabinete	12	4	100%	8%
Fiscalía	8	3	100%	8%
Subdirección de Desarrollo	19	5	100%	8%
Departamento de Estadísticas	9		100%	8%
Turismo Social	6	4	100%	8%
Subdirección de Marketing	20	5	100%	8%
Subdirección Administrativa	38	4	100%	8%
Dirección Regional Arica y Parinacota	12	4	100%	8%
Dirección Regional Tarapacá	7	4	100%	8%
Dirección Regional Antofagasta	9	4	100%	8%
Dirección Regional Atacama	9	4	100%	8%
Dirección Regional Coquimbo	9	4	100%	8%
Dirección Regional Valparaíso	15	4	100%	8%
Dirección Regional O'Higgins	12	4	100%	8%
Dirección Regional Maule	7	4	100%	8%
Dirección Regional Bio Bio	20	4	100%	8%
Dirección Regional Araucanía	11	4	100%	8%
Dirección Regional Los Lagos	17	4	100%	8%
Dirección Regional Los Ríos	14	4	100%	8%
Dirección Regional Aysén	13	4	100%	8%
Dirección Regional Magallanes	12	4	100%	8%
Dirección Regional Metropolitana	12	4	100%	8%

Cuadro 11
Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2018

Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo ⁴⁸	Nº de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas ⁴⁹	Incremento por Desempeño Colectivo ⁵⁰
Gabinete	19	3	100%	8%
Fiscalía	9	4	100%	8%
Subdirección de Desarrollo	19	4	100%	8%
Departamento de Estadísticas	9	4	100%	8%
Turismo Social	8	3	100%	8%
Subdirección de Marketing	21	4	100%	8%
Subdirección Administrativa	41	4	100%	8%
Dirección Regional Arica y Parinacota	13	4	100%	8%
Dirección Regional Tarapacá	7	4	100%	8%
Dirección Regional Antofagasta	10	4	100%	8%
Dirección Regional Atacama	10	4	100%	8%
Dirección Regional Coquimbo	13	4	100%	8%
Dirección Regional Valparaíso	15	5	100%	8%
Dirección Regional O'Higgins	12	4	100%	8%
Dirección Regional Maule	8	4	100%	8%
Dirección Regional Bio Bio	20	4	100%	8%
Dirección Regional Araucanía	11	4	100%	8%
Dirección Regional Los Lagos	18	4	100%	8%
Dirección Regional Los Rios	15	4	100%	8%
Dirección Regional Aysén	14	3	100%	8%
Dirección Regional Magallanes	13	4	100%	8%
Dirección Regional Metropolitana	10	4	94%	8%

Monto de recursos que se paga en el año 2019 en base a su cumplimiento total: \$ 319.240.668-.
Promedio por persona: \$1.060.600 -.
Porcentaje del gasto total en subtítulo 21: 3.41 %

48 Corresponde al número de personas que integran los equipos de trabajo al 31 de diciembre de 2018.

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

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

Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género y descentralización / desconcentración 2015 - 2018.

- Género

Durante el 2018, en el Programa de trabajo Equidad de Género de SERNATUR, se comprometieron 4 Medidas con 14 submedidas, dando cumplimiento a 13 de las establecidas de gestión interna y de impacto a la ciudadanía.

Existen 5 submedidas asociadas a la implementación de los Programas Sociales Vacaciones Tercera Edad, Turismo Familiar y Gira de Estudio en cada programa se emiten indicadores que miden las personas que viajan desagregadas por sexo y en el caso de Turismo Familiar, enfocado en familias vulnerables y como una de sus medidas para incentivar la participación femenina prioriza a las familias que tengan jefatura de hogar con mujeres, entonces entrega el indicador de cuantas mujeres jefas de hogar son beneficiarias del programa y en el caso de Gira de Estudio se ha implementado el dato de indicar el país de origen de los alumnos para conocer población migrante que se benefician en este programa y su desagregación por sexo.

Otras 2 submedidas están relacionadas con la Atención de Turistas en las 28 Oficinas de Información Turísticas (OIT) a nivel nacional y con el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos (RNPT) desagregadas por sexo, respectivamente.

Todos estos indicadores permitirán definir algunas acciones para propiciar la equidad de género entre mujeres y hombres, sin embargo, en general se puede señalar que nuestra industria, en el ámbito de los beneficiarios existe poco margen para equilibrar la igualdad y equidad de género entre los beneficiarios y beneficiarias.

Podemos destacar que, para el caso de las atenciones en la OIT se pueden obtener más datos para profundizar en las inquietudes que tienen las mujeres para poder generar un perfil de ellas y buscar satisfacer sus necesidades a la hora de atenderlas con información oportuna.

Por otra parte, si hay una diferencia importante en el Registro de Guías, donde el 66% y 34% mujeres, constatándose una brecha importante entre ambos sexos.

Se realizaron 6 Submedidas para propiciar la comercialización, promoción y difusión de las actividades turísticas dirigidas a mujeres, acciones específicas como realizar dos campañas comunicacionales en redes sociales promocionando el turismo cultural y outdoors para mujeres, que tuvieron un alcance de 42.049 personas y 160 reacciones para la primera y 45.494 personas alcanzadas con 150 reacciones para la segunda campaña. En este sentido, nuestra intención es dar continuidad a la campaña de género dirigido a público nacional y/o internacional, incluyendo nuevos

nichos como gastronomía, astroturismo, enoturismo, vida urbana y turismo aventura bajo el concepto Mujeres en Ruta, que generó un impacto positivo en la sociedad.

Además, en la dirección de promover los emprendimientos femeninos destacados se realizaron notas y entrevistas de empresarias destacadas de la industria turística, realizadas por el Departamento de Comunicaciones, a 20 mujeres y sus emprendimientos notables, publicados en medios digitales e impresos.

Con este mismo sentido se da continuidad al Concurso Mujer Empresaria Turística, que en su novena versión cada vez más exitosa, recibió más de 600 postulaciones de empresarias admisibles provenientes de todo Chile, con una difusión importante de las dos ganadoras nacionales de las regiones de Aysén y Magallanes. En estos nueve años se han presentado cerca de 4.500 mujeres empresarias y para la décima versión, 2019, se espera entregar mayor cobertura con un mini plan de difusión para cada ganadora regional y nacional.

Por otra parte, en la submedida tendiente a disminuir brechas en la competitividad de empresarios y empresarias de la industria turística, micro, pequeñas y medianas, se desagrega por sexo la participación de los beneficiarios de dos programas, cumpliendo sólo en uno de ellos. El programa Sistema Inicial de Gestión Organizacional, arrojando que las mujeres empresarias son levemente superior en participación en este programa, siendo en promedio superior en tres puntos porcentual.

En el Programa de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales no se logra desagregar por sexo, no fue factible de realizar ya que de acuerdo al Convenio de Colaboración suscrito entre SENCE y Subsecretaría de Turismo, SERNATUR realizó un levantamiento de información dando cumplimiento al “Instructivo y responsabilidades en el levantamiento de demanda de certificación de competencias laborales”, donde se encuestó a empresarios del sector para levantar perfiles ocupacionales y número de cupos para las capacitaciones y por tanto no se ejecutaron certificaciones de competencias laborales definidas en el convenio durante el año 2018.

- **Descentralización / Desconcentración**

Respecto a los compromisos y logros de la institución vinculados con iniciativas descentralizadoras, durante el año 2015 Sernatur ejecutó la totalidad de las iniciativas comprometidas en el plan de descentralización, estas son: (1) Informar el ARI/PROPIR a través de la Plataforma Chile Indica. AL respecto, la ejecución mensual del PROPIR de los Programas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar fue reportada en la plataforma ChileIndica, según lo programado y ejecutado por cada Dirección Regional. (2) Formular el ARI 2016 en coordinación con el Gobierno Regional respectivo. (3) Informar seguimiento del Plan de Acción Regional de Desarrollo Turístico 2014-2018 inserto en la Agenda de Productividad y Crecimiento en los compromisos asumidos por SERNATUR. Cabe señalar que, en las regiones afectadas por catástrofes, algunas acciones, debido a la

contingencia (Atacama, Coquimbo, Los Lagos) no pudieron concretarse en la fecha inicialmente programada.

Durante el año 2016 Sernatur ejecutó la totalidad de las iniciativas comprometidas en el plan de descentralización, lográndose: (1) El Diseño del Pilotaje de Descentralización de la Dirección Regional de Los Ríos. Esta iniciativa se cumplió en un 100%. SERNATUR participó en las sesiones del Comité de Desarrollo Productivo desde el 14 de abril de 2016 y en las reuniones de la Mesa Interministerial con SUBDERE, Ministerio de Economía y Subsecretaría de Turismo durante todo el 2016. (2) La Ejecución del Programa Turismo Familiar. Esta iniciativa se cumplió en un 100%. En la primera temporada de enero a abril viajaron 205 familias, en la segunda temporada de julio a noviembre 262 familias, siendo un 63,4 % beneficiada familias con jefatura de hogar femenina. (3) Elaboración de un plan bianual 2017-2018 de nuevas iniciativas a implementar de descentralización y/o desconcentración. Esta iniciativa se cumplió en un 100%.

En el año 2017 Sernatur ejecutó la totalidad de las iniciativas comprometidas en el plan de descentralización, destacándose: (1) El diseño e implementación de un proyecto para preparar la desconcentración de funciones y actividades en las Direcciones Regionales. El objetivo principal de este proyecto fue la identificación de debilidades y detección de brechas en los Recursos humanos de Direcciones Regionales que se deben disminuir para la posterior desconcentración de funciones y/o actividades desde el nivel central. Para lograr este objetivo se diseñó una propuesta metodológica que fue aplicada en un piloto que contempló la recopilación de información a distancia de 10 Direcciones Regionales y el levantamiento de información In Situ en la Dirección Regional de Valparaíso. El levantamiento de información consideró: La actualización de la plantilla de dotación de funcionarios 2017, una propuesta de estructura organizacional de las Direcciones Regionales y descripciones de funciones de cargos, las que además contienen la declaración de necesidades de capacitación de los funcionarios regionales. (2) El fortalecimiento de las Direcciones Regionales mediante acciones que permitieron mejorar las necesidades críticas detectadas. En base a un diagnóstico de los propios requerimientos realizados desde las Direcciones Regionales, fueron distribuidos recursos para la implementación de acciones de mejora a las necesidades de mayor criticidad identificadas. Principalmente se reasignaron recursos para la mantención y/o reparación de infraestructura, la ejecución de acciones promocionales, viáticos, la renovación y/o mantención de la dotación de vehículos, entre otros aspectos.

En el año 2018 Sernatur aplicó el modelo metodológico diseñado durante el 2017 aplicándolo a las direcciones regionales en sus diversas etapas. La Etapa 1 de Actualización y levantamiento de información regional a distancia y la Etapa 2 de Análisis de resultados y determinación de la Dirección Regional que continuará con la aplicación Metodológica que fue aplicada a las 15 direcciones regionales; y la Etapa 3 Entrevista in situ con el Equipo Regional y Focus Group para profundización de brechas y levantamiento de potenciales funciones y actividades desconcentradoras y la Etapa 4 de Devolución de informe de síntesis del levantamiento de potenciales funciones y actividades desconcentradoras a

Director/a Regional aplicadas en las Direcciones Regionales de Tarapacá y O'higgins. De este trabajo se pudo obtener las brechas de recurso humano y de estructura organizacional a reducir durante los próximos años.

Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2015-2019

No aplica para el Servicio Nacional de Turismo

Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2015- 2019

No aplica para el Servicio Nacional de Turismo

Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2015 - 2018

A continuación, se presentan los reconocimientos y premios recibidos durante el periodo período 2015 - 2018 por el país a nivel internacional. También se listan las menciones que diversos medios hicieron de un destino en particular o de Chile en general. Cabe destacar que estos reconocimientos están relacionados con la ejecución de la Promoción Internacional realizada por Sernatur en los mercados prioritarios, donde se invierte en difusión del país (tanto online como offline), para posicionar a Chile como un destino a visitar.

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	ARCADIS	2015	50 Ciudades Más Sustentables de Sudamérica (#30 Santiago)	Santiago
AU	Reconocimiento	INTERNATIONAL TRAVELER	2015	100 Most Incredible Cities in the world (#83 Santiago)	Santiago
USA	Premio	WORLD TRAVEL AWARDS	2015	South America's Leading Adventure Tourism Destination 2015	Chile
ES	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	2015	Mejor Destino Turístico 2015 (Patagonia)	Patagonia
UK	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	2015	Gold Standard Hotel	Awasi Patagonia
USA	Reconocimiento	NEW YORK TIMES	ene-15	52 Places To Go On 2015 (#5 Valle del Elqui)	Valle del Elqui
USA	Reconocimiento	THE ECONOMIST	ene-15	Santiago Entre Los 20 Mejores Lugares Para Vivir En El Orbe Y #1 En Latinoamérica	Santiago
ES	Reconocimiento	GRUPO EXCELENCIAS	ene-15	FITUR Excelencia Turística: Chile, Destino Más Austral Del Mundo 2014	Chile
USA	Reconocimiento	FODORS	feb-15	World's Best Honeymoon Destinations For 2015	Chile
USA	Reconocimiento	OUTSIDE MAGAZINE	mar-15	Best International Adventure Hub	Chile
DE	Premio	NATIONAL GEOGRAPHIC	mar-15	2015 World Legacy Awards - Conserving The Natural World (Huilo Huilo)	Huilo Huilo
PE	Reconocimiento	FIEXPO	jun-15	Stand Más Ecológico	Chile
USA	Reconocimiento	SAVEUR	sept-15	The Next Great Food City (Santiago)	Santiago
USA	Reconocimiento	FODOR'S TRAVEL	oct-15	20 Places To See Abroad Before You Die (Torres del Paine)	Torres del Paine
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	oct-15	The World's Most Extraordinary Sleepovers (Valle Del Elqui)	Elqui Domos, Valle del Elqui
UK	Reconocimiento	WANDERLUST MAGAZINE	nov-15	Where To Travel 2016 (Patagonia)	Chile
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELER	nov-15	The 50 most beautiful places in the world (#49 Torres del Paine)	Torres del Paine
AU	Reconocimiento	TRAVELLER .COM.AU	dic-15	The 16 Best Countries To Visit For 2016	Chile
USA	Reconocimiento	FORBES	dic-15	The Best 10 Adventures Of 2015 (Desierto de Atacama)	Torres del Paine
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	dic-15	Hotel Gold List 2016 (#41)	Explora Patagonia
USA	Reconocimiento	TRAVEL & LEISURE	dic-15	Best Places to Travel 2016 (#42 Chiloé)	Chiloé
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	dic-15	Best Winter Trips 2016 (Chiloé)	Chiloé
AR	Reconocimiento	TRIP ADVISOR	dic-15	Destinos En Auge En America Del Sur (#4 San Pedro de Atacama, #5 Puerto Natales, #6 Puerto Varas)	N/A

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	FORBES	dic-15	Mejores Países Para Hacer Negocios (#36)	Chile
ES	Reconocimiento	FINANZAS.COM	dic-15	16 Ciudades Que No Hay Que Perderse 2016 (#15 Valdivia)	Valdivia
USA	Reconocimiento	AFAR.COM	2016	27 Of The World's Most Remote And Beautiful Places	Isla de Pascua (#13)
USA	Reconocimiento	BACKPACKER.COM	dic-16	12 Epic Adventures You Need To Have In 2017	Isla Navarino
USA	Premio	WORLD TRAVEL AWARDS	2016	World's Leading Adventure Tourism Destination 2016	Chile
USA	Premio	WORLD TRAVEL AWARDS	2016	South America's Leading Adventure Tourism Destination 2016	Chile
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	ene-16	The 50 Most Beautiful Cities In The World	Valparaíso (#30)
USA	Premio	TRAVVY AWARDS	ene-16	Best City Destination: Santiago	Santiago
USA	Premio	TRAVVY AWARDS	ene-16	Best Wine Destination: Colchagua	Colchagua
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	may-16	Where To See The World's Best Sunsets	Desierto de Atacama (#5)
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	dic-16	The Best Places To Travel In 2017	Patagonia (#16)
USA	Reconocimiento	CONSULTORA MERCER	feb-16	2016 Quality of Living Rankings	Santiago (#94)
UK	Reconocimiento	DAILY MAIL ONLINE	ene-16	Best Hostels Around The World - Latin America	Pucón - Chili Kiwi Hostel (#3)
UK	Reconocimiento	EXPRESS.COM.UK	ene-16	Best Winter Cruises Destinations For 2016	Fiordos Patagonia
USA	Reconocimiento	FORBES	ene-16	The Top Ten Travel Adventures For 2016	Patagonia
USA	Reconocimiento	FROMMER'S	2016	14 Top Destinations For Solo Travelers	Valparaíso
UK	Reconocimiento	INDEPENDENT	dic-16	Piscos And Mountain Views: How To Spend A Weekend In Santiago	Santiago
USA	Reconocimiento	INDEPENDENT TRAVELER	may-16	6 National Parks We Want To Visit Around The World	Torres del Paine
USA	Reconocimiento	INDEPENDENT TRAVELER	jun-16	The 9 Best Places To Travel Alone	Chile
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	2017	Best In Travel 2017 - Top Regions	Aysén (#6)
USA	Reconocimiento	MATADOR NETWORK.COM	abr-16	17 Of The World's Best Cities For Craft Beer	Santiago (#11)
UK	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	dic-16	The Cool List: 17 For 2017	Santiago (#2)
USA	Reconocimiento	ROUGH GUIDES	dic-16	20 Places To Travel If You Like A Challenge	Isla de Pascua (#5)
UK	Reconocimiento	TELEGRAPH .CO.UK	feb-16	The Ultimate Travel Bucket List : 25 Things To Do Before You Die	Patagonia (#5) e Isla de Pascua (#21)
UK	Reconocimiento	THE EVENING STANDARD	ene-16	Where To Go In 2016 - Adventure	Desierto de Atacama
UK	Reconocimiento	THE GUARDIAN	ene-16	The Most Colorful Cities In The World	Valparaíso
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	may-16	The World's Happiest Places	Valparaíso
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	dic-16	10 Amazing Ways To See Chile	Chile
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	dic-16	Is This The Coolest City In South America?	Santiago
USA	Reconocimiento	THE WORLD 50 BEST RESTAURANTS	ene-16	5 Foodie Destinations To Visit In 2016	Santiago (#1)
USA	Reconocimiento	VIRTUOSO	feb-16	Best Emerging Destinations 2016	Chile (#9)
USA	Reconocimiento	VOGUE	dic-16	It's Summer In South America— Here's Where To Go To Escape The Cold	Valparaíso

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
UK	Reconocimiento	WANDERLUST TRAVEL MAGAZINE	feb-16	Top Country 2016	Chile (#5)
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	ene-17	6 Unexpected Cities For The Food Lover - South America	Santiago
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	ene-17	The Ultimate Travel Bucket List : 31 Things To Do Before You Die	Patagonia (#5), Isla de Pascua (#21) y Desierto de Atacama (#26)
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	ene-17	The 20 Best Destinations To Visit In 2017	Chile (#1)
USA	Reconocimiento	THE NEW YORK TIMES	ene-17	52 Places To Go In 2017	Desierto de Atacama (#2)
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	ene-17	15 mountain holiday to conquer in your lifetime	Torres del Paine
UK	Reconocimiento	NAT GEO TRAVELLER	ene-17	The cool list for 2017	Santiago
Mundial	Reconocimiento	THE ETHICAL TRAVELER	ene-17	Most Ethical Travel Destination	Chile
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	ene-17	6 Unexpected Cities for food lovers	Santiago
Mundial	Reconocimiento	CCN TRAVELLER	ene-17	The top 10 destination to watch for 2017	Atacama
UK	Reconocimiento	Wendy Fisher-WANDERLUST	ene-17	The world's 5 best ski destinations, by Olympic skier Wendy Fisher	Portillo-Chile
UK	Reconocimiento	A luxury travel blog	ene-17	Top 5 cycling destinations for beginners	Chile
UK	Reconocimiento	Wired for adventure	ene-17	12 treks you simply cannot miss in 2017	Patagonia
UK	Reconocimiento	WANDERLUST	ene-17	12 trips to 2017's new frontiers	Chiloé, San Pedro de Atacama Y Torres del Paine
USA	Reconocimiento	Matador Network	ene-17	35 of the worlds best places to travel 2017	Curanipe
ES	Premio	FITUR Y Revista Al aire libre	ene-17	Mejor Producto de Turismo Activo (categoría inter de naturaleza)	Ruta de las estrellas_Desierto de Atacama
USA	Premio	Trip advisor	ene-17	Los 25 hoteles de lujo más populares: Mundo	Singular Patagonia-Patafonia
ES	Reconocimiento	Info Bae	feb-17	los 5 mejores lugares del mundo para observar las estrellas	Desierto de Atacama
USA	Reconocimiento	Trip advisor	feb-17	Las 25 playas más populares del mundo	Anakena, Isla de Pascua
Mundial	Reconocimiento	Wanderlust	feb-17	9 incredible self-drive holidays from around the world	Chile
Mundial	Reconocimiento	Rough guides	feb-17	15 of the best places to camp around the world	Patagonia
USA	Reconocimiento	CNN Business Traveller	feb-17	11 best hotels in the middle of nowhere	Tierra Atacama-Desierto de Atacama
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	mar-17	9 Most Romantic Places To Visit In Spring	Desierto de Atacama
Mundial	Reconocimiento	National Geographic Traveller	mar-17	Santiago es una de las 10 mejores ciudades del mundo para visitar en 2017	Santiago
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	mar-17	Top 10 White-Water Rafting	Futaleufú
Mundial	Reconocimiento	Red de Soluciones de Desarrollo Sostenible de la ONU	mar-17	Chile se ubica dentro de los 20 países más felices del mundo	Chile
USA	Premio	TRIP ADVISOR	mar-17	Travel Choice Top 25 Destination - South America	Santiago (#7), Isla de Pascua (#21) y San Pedro de Atacama (#24)
ES	Premio	TURISMO C Y L	abr-17	Premio Al Mejor Viaje	Patagonia

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
Mundial	Premio	The World's 50 Best Restaurants 2017	abr-17	Restaurante Boragó (puesto 42)	Santiago/Gastronomía
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	abr-17	Atacama among the 5 surprisingly sexy spring vacation destinations	Desierto de Atacama
Mundial	Reconocimiento	Word of wanderlust	abr-17	The 25 Places you Must Visit in South America	Desierto de Atacama, Torres del Paine, Isla de Pascua, Geysers del Tatio y La mano del desierto
Mundial	Reconocimiento	Ranking Mercer 2017	may-17	Ranking sitúa a Santiago como la ciudad con mejor infraestructura urbana de A. Latina	Santiago
Mundial	Premio	Revista Business Destinations	jun-17	Mejor destino de turismo de negocios de Latinoamérica	Santiago
Mundial	Reconocimiento	RANKING ICCA	jun-17	Santiago elegido en el tercer lugar latinoamericano como destino de Turismo de Reuniones	Santiago
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The top 100 hotels (4 hoteles chilenos: EcoCamp Patagonia, Tierra Atacama Boutique Hotel & Spa, The Singular Patagonia y Tierra Patagonia Hotel & Spa)	Atacama y Patagonia
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The Top Small-ship Ocean Cruise Lines (en tercer lugar Australis)	Cruceros
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The Top Islands in Mexico & Central & South America	Isla de Pascua (segundo lugar)
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The Best Resorts in South America (The Singular Patagonia (4), Tierra Atacama Boutique Hotel & Spa (3) y EcoCamp Patagonia (2))	Patagonia, Atacama
Mundial	Premio	World Travel Awards	sept-17	South America's Leading Adventure Tourism Destination	Chile
Mundial	Premio	OMT	sept-17	Mejor video de promoción turística de las Américas	Chile
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	oct-17	Best In Travel 2018 - Top countries	Chile (#1)
Mundial	Reconocimiento	Green Destinations	oct-17	Top 100 Destinos Sustentables 2017	Huilo Huilo, Cabo de Hornos y Chiloé
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	oct-17	Readers' Choice Awards 2017/the best hotels in the world	The Singular Santiago
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	oct-17	Readers' Choice Awards 2017/The Best Resorts in the World	Hangaroa Eco Village & Spa de Isla de Pascua
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	oct-17	Readers' Choice Awards 2017/Top Resorts in South America	Hangaroa Eco Village & Spa, Viña Vik, The Singular Patagonia y Awasi
PO	Premio	Art & Tur International Festival	nov-17	Best promotional or corporate film	Gastronomía Chile
USA	Reconocimiento	THE WORLD 50 BEST RESTAURANTS	nov-17	Latin Americas's 50 Best Restaurants	Boragó, restaurante 99, Ambrosia y Restaurante 040
Mundial	Premio	World Ski Awards	nov-17	Chile's Best ski resort 2017	Nevados de Chillan
Mundial	Premio	World Travel Awards	dic-17	World's Leading Adventure Tourism Destination	Chile
USA	Reconocimiento	Fodors	nov-17	Fodor's Go List 2018	Patagonia

En total durante el año 2018 el país y/o sus destinos fueron reconocido con 6 premios a nivel internacional, siendo uno de los más importantes el ser reconocido, por cuarto año consecutivo, como el “Mejor Destino de Turismo Aventura de Sudamérica” por los World Travel Awards, que se consideran los premios Óscar del Turismo. Los premios fueron los siguientes:

País	Medio	Mes	Premio	Destino/ Experiencia Destacado
USA	Trip Advisor	Marzo	Travellers choice awards- sudamérica (n°8)	Santiago
USA	Trip Advisor	Marzo	Travellers choice awards- sudamérica (n°21)	San Pedro de Atacama
UK	World Travel Awards Sudamérica	Septiembre	Mejor Destino de Turismo Aventura	Chile - Turismo Aventura
UK	World Travel Awards Sudamérica	Septiembre	Desierto de Atacama Mejor Destino Romántico	Desierto de Atacama
US	Lonely Planet	Octubre	Best in Travel 2019 (Elqui Valley)	Elqui Valley
Mundial	World Travel Awards	Diciembre	World's Leading Adventure Tourism Destination	Chile

Además, se cuentan 21 recomendaciones en diversos medios internacionales, de los destinos que cuenta el país, en donde hacen se hace mención o reconocimiento a la característica ya sea del destino completo, atractivos particulares o servicios turísticos.

País	Medio	Mes	Reconocimiento	Destino/Experiencia Destacado
USA	New York Times	Enero	52 Places to go in 2018	Ruta de los parques, Patagonia
UK	The Rough Guides	Enero	Top travel destinations for 2018	Chile
ES	Fitur	Enero	18 destinos del mundo esenciales para viajar en 2018	Chile
IT	Tgcom24	Febrero	10 lagos más hermosos del mundo	Lago Pehóé
ES	El país	Febrero	Los 25 parques nacionales más espectaculares del mundo	Torres del Paine
USA	National Geographic	Marzo	10 bosques más hermosos del planeta	Parque Nacional Conquillío
USA	National Geographic	Abril	Top 10 Literary Cities	Santiago
ES	La Vanguardia	Abril	Los barrios más cool del mundo	Santiago - Lastarria
USA	Trip Advisor	Abril	Las 25 playas más populares de América del Sur	Playa Anakena
USA	Forbes	Abril	The Ten Travel Destinations Trending Most Right Now	
USA	National Geographic Adventure	Mayo	Escenas naturales que inspirarán tu próxima aventura	Torres del Paine
USA	New York Times	Mayo	Un viaje fantástico, lluvioso y algo solitario en Chile	
USA	Chile	Junio	Chile Top 10 países de excelencia para vivir experiencias	
USA	Fodors	Noviembre	Fodor's Go List 2018	Patagonia
USA	THE WORLD 50 BEST RESTAURANTS	Noviembre	Best In Travel 2018 - Top countries	Boragó, restaurante 99, Ambrosia y Restaurante 040
USA	LONELY PLANET	Octubre	Latin Americas's 50 Best Restaurants	Chile (#1)

