

BALANCE DE GESTIÓN INTEGRAL AÑO 2015

MINISTERIO DE ECONOMÍA,
FOMENTO Y TURISMO

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

Índice

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO	1
1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del ramo.....	3
2. Resumen Ejecutivo Servicio	7
3. Resultados de la Gestión año 2015.....	9
4. Desafíos para el año 2016.....	26
5. Anexos.....	31
Anexo 1: Identificación de la Institución.....	32
a) Definiciones Estratégicas	32
b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio.....	34
c) Principales Autoridades.....	35
Anexo 2: Recursos Humanos.....	36
Anexo 3: Recursos Financieros.....	45
Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2015.....	51
Anexo 5: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas (01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015)	54
Anexo 6: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2015	54
Anexo 7: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	58
Anexo 8: Resultados en la Implementación de medidas de Género y descentralización / desconcentración en 2015.	60
Anexo 9 ^a : Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional.....	61
Anexo 9b: Leyes Promulgadas durante 2015.....	61
Anexo 10: Premios o Reconocimientos Institucionales	61

1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del ramo

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

La misión del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo es promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país, la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados, el desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de nuestras empresas a fin de lograr un crecimiento sostenido, sustentable e igualitario. Con este fin, el Ministerio cumple un rol crucial en la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país, de sus organizaciones corporativas y de las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico, ya sean públicas o privadas, nacionales o extranjeras.

Durante el 2015 se desplegó por completo la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento. De las 47 medidas que componen la Agenda, diez corresponden a proyectos de ley y 37 a iniciativas administrativas. Al 31 de diciembre de 2015, el 77 por ciento del total de las medidas propuestas habían sido cumplidas. De las iniciativas administrativas, un 84 por ciento se encuentran cumplidas, y de los 10 proyectos de ley, tres ya se encuentran aprobados.

Dentro de los logros alcanzados por los servicios dependientes del Ministerio de Economía en el 2015 podemos destacar:

Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño

Con fecha 06 de enero de 2016 se aprobó la Ley general de Cooperativas, cumpliendo con uno de los compromisos del Programa de Gobierno de la Presidenta Bachelet. A través de la actualización de la ley se busca flexibilizar los requisitos necesarios para la constitución de las cooperativas y fortalecer su capacidad de gestión, preservando su carácter participativo y facilitando el proceso para la creación de nuevas asociaciones.

Subsecretaría de Turismo

La Subsecretaría encabezó el inicio de la implementación del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable (2015-2018), ejecutando 5.768 millones de pesos durante el 2015. En este marco, se incrementaron en un 24 por ciento los recursos destinados a promoción internacional, lo que se vio reflejado en el notable crecimiento de las llegadas de turistas extranjeros al país durante el año 2015. En efecto, se alcanzó la cifra récord de cuatro millones 478 mil 336 turistas, lo que corresponde a un aumento de un 21,9 por ciento respecto del año 2014.

Subsecretaría de Pesca y Acuicultura

El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo y la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura firmaron un memorándum de entendimiento con la FAO, para que este organismo internacional realice la

evaluación de la Ley General de Pesca y Acuicultura. Con esto se dio cumplimiento a uno de los compromisos del Programa de Gobierno. Además se aprobó la Ley N°20.872 que establece normas permanentes para enfrentar las consecuencias de catástrofes naturales en el sector pesquero.

Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera

El año 2015 estuvo marcado por la tramitación de la nueva Ley Marco para la Inversión Extranjera, que creó la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera, sucesora del Comité de Inversiones Extranjeras. Esta Agencia inició sus actividades en enero 2016 y estará encargada de ejecutar la estrategia que el Comité de Ministros propondrá para aprobación de la Presidenta de la República.

Corporación de Fomento de la Producción y Comité Innova Chile

Durante el 2015 comenzaron a funcionar los Programas Estratégicos de Especialización Inteligente, que buscan potenciar la competitividad y sofisticación de sectores específicos, a través de acciones que permiten resolver fallas de mercado y de coordinación en la producción de conocimiento, tecnología, capital humano y regulación.

Fiscalía Nacional Económica

En marzo de 2015 se ingresó el proyecto de ley para el fortalecimiento de la Libre Competencia. Entre otras materias propone una serie de mejoras para fortalecer las herramientas de combate a la colusión; establece sanciones eficaces por conductas anticompetitivas; establece un control preventivo y obligatorio de fusiones u operaciones de concentración, y mejora las facultades de la Fiscalía para dismantelar carteles.

Instituto Nacional de Estadísticas

Durante el mes de noviembre de 2015 ingresó al Congreso el proyecto de ley que busca fortalecer la Institucionalidad Estadística de Chile, con la creación de un nuevo Instituto Nacional de Estadísticas. Una de las principales modificaciones que propone el proyecto de ley a la estructura de INE es la creación de un Consejo Técnico, órgano situado dentro de la estructura orgánica del Instituto, cuyo principal objetivo será asegurar la consistencia técnica de las estadísticas elaboradas por los órganos de la Administración del Estado.

Instituto Nacional de Propiedad Industrial

Al cumplirse el primer año desde que el Instituto Nacional de Propiedad Industrial inició su labor como ISA/IPEA de PCT, las cifras muestran un positivo balance. Esta oficina ha sido designada en 155 solicitudes internacionales de patentes, de las cuales 38 corresponden al año 2014 y 117 al 2015. En este periodo, ya son 11 países que han elegido a la oficina chilena: Además de Chile, lo han hecho Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú y República Dominicana. En la actualidad, esta función la cumplen las 21 oficinas de patentes más importantes del mundo. Junto a Brasil, son las únicas de Latinoamérica.

Servicio de Cooperación Técnica

Durante 2015 se puso a disposición de los emprendedores, micro y pequeñas empresas una oferta renovada de instrumentos y servicios, diseñados con el propósito de asegurar que estos negocios efectivamente crezcan y se sostengan en el tiempo. El presupuesto para transferencias aumentó en un 53%, con respecto a 2014. También se puso en marcha la red de Centros de Desarrollo de Negocios que será la fuente principal de asesoría técnica y de apoyo al acceso al financiamiento y gestión para micro y pequeñas empresas del país. Junto con esto se encuentra en plena operación el programa de fortalecimiento de barrios comerciales en todo Chile. El programa se encuentra financiando proyectos asociativos para el desarrollo comercial y urbano de los barrios.

Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura

Durante el año 2015 el Comité Estratégico del Programa de Modernización del Estado Hacienda – BID aprobó el perfil del proyecto “Fortalecimiento del modelo de fiscalización integral de la normativa pesquera y acuícola” por SERNAPESCA. Complementariamente, en diciembre del 2015 ingresó al Parlamento el proyecto de ley que “Moderniza y fortalece el ejercicio de la función pública del SERNAPESCA”, el cual se encuentra en primer trámite constitucional.

Servicio Nacional de Turismo

Gracias a los Programas de Turismo Social, que incluye Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar, el Gobierno ha beneficiado a 69.912 personas, las que pudieron recorrer el país durante 2015, lo que implicó una inversión de \$7.927 millones. Con el programa de Gira de Estudio viajaron 19.701 personas, con una inversión de \$2.132 millones; Vacaciones Tercera Edad tuvo 41.477 beneficiarios con un costo para el Gobierno de \$4.841 millones; y gracias a Turismo Familiar viajaron 8.734 pasajeros con una inversión de \$954 millones.

Servicio Nacional del Consumidor

Se presentaron indicaciones para introducir una serie de modificaciones al proyecto de ley que fortalecerá la institucionalidad del SERNAC. Dentro de lo más relevante está la creación de un cuerpo colegiado denominado “Consejo Normativo” a través del cual el Servicio Nacional del Consumidor ejercerá dos de sus nuevas atribuciones: interpretar administrativamente la ley de protección de derechos de los consumidores, y dictar normas e instrucciones de carácter general en materia de protección de derechos de los consumidores.

Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento

A un año de la entrada en vigencia de la nueva Ley N° 20.720 sobre insolvencia y reemprendimiento, las cifras muestran el alto grado de interés de la ciudadanía por los Procedimientos de Renegociación y Liquidación. Más de 32 mil personas se han acercado a la Superintendencia a solicitar información sobre los nuevos procedimientos y un 71% ha realizado consultas sobre los nuevos procedimientos concursales de personas deudoras.



2. Resumen Ejecutivo Servicio

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

La Dirección Nacional está ubicada en la ciudad de Santiago y tiene representación en todas las regiones del país a través de las Direcciones Regionales de Turismo. También hay oficinas locales en San Pedro de Atacama, Isla de Pascua, San Vicente, Chillán, Salto del Laja, Cañete, Los Ángeles, Arauco, La Unión, Osorno, Chiloé, Palena, Chile Chico y Puerto Natales.

En Sernatur Trabajan 526 personas, el 61,7% son mujeres equivalente a 325 funcionarias.

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

De acuerdo a lo comprometido en el Programa de Gobierno 2014 – 2018, el Servicio Nacional de Turismo logró el 2015 una amplia cobertura de los programas Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudio, beneficiando en total a 61.178 personas. Gira de Estudio hizo viajar a 19.701 beneficiarios, mientras que Vacaciones Tercera Edad a 41.47 adultos mayores. Con buenos resultados, también se puso en marcha el Programa Turismo Familiar, logrando beneficiar a 8.734 chilenos y chilenas, provenientes de 2.930 familias vulnerables de nuestro país. Esta iniciativa implicó un aporte estatal por concepto de subsidio de M\$954.658, aproximado.

En respuesta a otro aspecto propuesto por el Gobierno, corresponde al desarrollo turístico sustentable en Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE), durante el año 2015 el servicio participó como contraparte para promover y apoyar técnicamente en los diseños de puesta en valor en los Parques Nacionales Pan de Azúcar y Villarrica, Reserva Nacional Mocho Choshuenco, y del Parque Nacional Radal Siete Tazas, Parque Nacional Bernardo O'Higgins y Yendagaia. En el caso de las Zonas de Interés Turístico (ZOIT) se brindó apoyo técnico a la Subsecretaría de Turismo, quienes lideran este compromiso.

En relación al propósito de facilitar el acceso a instrumentos de fomento, SERNATUR colaboró en la difusión a nivel nacional de los mismos y facilitó el acceso de los instrumentos de fomento a la inversión turística tales como Bienes Públicos y FOCAL financiados por CORFO, además de programas que fomentan la industria desde el capital humano como son el "Más Capaz Mujer Emprendedora" financiado por SENCE y "Sistema Inicial de Gestión Organizacional" (SIGO) financiado por la Subsecretaría de Turismo y con el cual beneficiamos a micro y pequeños empresario/as.

Como parte de los ejes estratégicos del servicio es la promoción, los esfuerzos se centraron en realizar acciones dirigidas al consumidor final. Es así que durante el año 2015 se invirtió más de M\$4.800, que permitieron realizar más de 30 ferias y eventos internacionales en 15 países, diversas campañas internacionales on y off line en mercados prioritarios, capacitaciones a cerca de 11.936 agentes y operadores de viajes, llevar a cabo 15 viajes de familiarización de 9 países y con 116 operadores invitados a vivir la experiencia turística en Chile, como así también se invitaron a 134 medios de prensa de 17 países, logrando 10 portadas en las principales revistas especializadas en turismo a nivel mundial, entre otras importantes acciones que reforzaron la misión de promover los atractivos de Chile.

En el contexto de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento Económico (PIC) impulsada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, la Subsecretaría de Turismo transfirió a SERNATUR M\$2.200 del Fondo de Desarrollo Turístico Sustentable, de los cuales M\$1.700 fueron asignados al desarrollo de acciones de promoción internacional, M\$500 se utilizaron para acciones de promoción nacional y M\$1.030 para la implementación y ejecución del Programa Turismo Familiar, apoyando de esta manera en la implementación del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable. Asimismo, se trabajó activamente en los Programas Estratégicos para el Desarrollo Productivo del Turismo junto a otras entidades públicas y privadas, en las fases de identificación de brechas productivas y competitivas, actores claves y oportunidades, como también en las etapas de diseño y formulación de las hojas de ruta de cada programa, siendo parte constitutiva de los consejos directivos público – privado de los mismos, y participando de los comités ejecutivos, donde se realizaron observaciones y recomendaciones a los estados de avances de la consultorías.

Para el 2016 SERNATUR ha establecido líneas de acción para seguir avanzando en el desarrollo y promoción del turismo en el país. Entre los desafíos definidos para el presente año, se trabajará por aumentar la accesibilidad de los chilenos y chilenas al turismo a través de los Programas Turismo Familiar con un 20% de incremento, Gira de Estudio con un 12% y Vacaciones Tercera Edad con un 22% de ampliación en el número de beneficiarios. Respecto al fortalecimiento de la promoción, se implementará el Plan de Marketing Turístico Internacional (2016-2018) con una inversión de más de M\$10.000, mientras que en Turismo Interno, se generarán estrategias que favorezcan la diversificación de la oferta turística con elementos culturales a través de la promoción de productos y destinos emergentes. Adicionalmente, se generarán acciones para incorporar mejoras al Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos, se ejecutará un Programa de Emprendimiento de Turismo Indígena con financiamiento de CORFO, se seguirán apoyando Bienes Públicos para la competitividad del sector, como también en iniciativas que garanticen un crecimiento turístico basado en la sustentabilidad y potencien el desarrollo turístico sustentable en áreas Silvestres Protegidas del Estado.


OMAR HERNÁNDEZ ALCAYAGA
DIRECTOR NACIONAL
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO



3. Resultados de la Gestión año 2015

3.1. Resultados asociados al Programa de Gobierno, las 56 medidas, mensajes presidenciales del 21 de mayo y otros aspectos relevantes para el jefe de servicio.

En el marco del Programa de Gobierno 2014 – 2018, el Servicio Nacional de Turismo, durante el segundo año de Gobierno, ha sido el ejecutor del compromiso Presidencial de aumentar la cobertura de los programas Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudio.

Los y las beneficiario/as que viajaron durante el año 2015 a través de ambos programas ascienden a 61.178 personas, 19.701 pasajero/as a través del programa Gira de Estudio y 41.477 mediante el Programa Vacaciones Tercera Edad. Sumados a los/as beneficiario/as del primer año de Gobierno se obtiene un total de 142.807 beneficiario/as que viajaron durante este periodo. A su vez, hemos puesto en marcha el Programa Turismo Familiar durante el año 2015, con el cual 8.734 pasajero/as, provenientes de 2.930 familias vulnerables de nuestro país, pudieron optar a vacaciones en familia, lo que implicó un subsidio total de M\$954.658, aproximado.

Otro aspecto propuesto por el Gobierno, corresponde al desarrollo turístico sustentable en Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE) y el compromiso de establecer Zonas de Interés Turístico (ZOIT). Durante el año 2015 SERNATUR participó como contraparte para promover y apoyar técnicamente el desarrollo turístico de éstas áreas en los Diseños de Puesta en Valor en los Parques Nacionales Pan de Azúcar y Villarrica, Reserva Nacional Mocho Choshuenco, y del Parque Nacional Radal Siete Tazas, Parque Nacional Bernardo O'Higgins y Yendagaia. Estas iniciativas permitirán tener una infraestructura habilitante adecuada para la puesta en valor de los atractivos naturales y culturales presentes en las Áreas Silvestres Protegidas del Estado y que representen una oferta de oportunidades de recreación apropiada y compatible con los objetivos de protección, mejorando y/o incorporando senderos, señalética, punto de información, miradores, pasarelas, estacionamientos, zonas de camping y desarrollando centros de interpretación ambiental entre otras obras, que tienen por finalidad impulsar el desarrollo de una oferta turística de calidad, atractiva, sustentable, inclusiva contribuyendo al desarrollo de espacios para que los visitantes puedan disfrutar de la naturaleza de nuestro país.

En relación a las ZOIT se brindó apoyo técnico a la Subsecretaría de Turismo, quienes lideran este compromiso, en la generación de informes de revisión de postulaciones a actualizaciones de ZOIT y nuevas postulaciones bajo el Decreto N°172/2012, como también apoyo técnico en la revisión de los planes de acción asociadas a las ZOIT ya declaradas. Adicionalmente, durante el año, las Direcciones Regionales de Turismo se reunieron con los distintos actores involucrados para impulsar la actualización y/o generación de nuevas ZOIT. Durante el año de gestión se Decretó ZOIT Lago Ranco-Futroneo, y se aprobó, por Comité de Ministros, la ZOIT Saltos del Laja y la nueva ZOIT de Castro Chiloé.

En las propuestas gubernamentales se destaca el impulsar la oferta y promoción de la oferta turística con elementos culturales, es así como SERNATUR, en el año 2015, desarrolló proyectos para fortalecer la puesta en valor turística de recursos culturales tales como la implementación del "Plan de Interpretación Patrimonial para Cementerio General de Santiago" y los diseños del "Plan de

Interpretación Patrimonial del Circuito Iglesias de Chiloé”. En coordinación con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes se realizó el “Tercer Seminario Nacional de Turismo Cultural y Diálogos de Artesanía”, como eje de desarrollo local. Durante el 2015, se desarrolla el producto Agenda de Turismo Originario que considera una serie de acciones de apoyo para posicionar este tipo de turismo como eje estratégico de sustentabilidad en el desarrollo turístico de Chile. Respecto a esto último, en julio del 2015 se firmó el Convenio de colaboración entre la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI), SERNATUR y la Subsecretaría de Turismo.

Una de las medidas del Programa de Gobierno, se refiere a “Facilitar el acceso a instrumentos de fomento”, en este aspecto el Servicio Nacional de Turismo difundió a nivel nacional y facilitó el acceso de los instrumentos de fomento a la inversión turística tales como: Bienes Públicos y FOCAL financiados por CORFO y facilitó programas que fomentan la industria desde el capital humano como son el “Más Capaz Mujer Emprendedora” financiado por SENCE y “Sistema Inicial de Gestión Organizacional” (SIGO) financiado por la Subsecretaria de Turismo. Estos instrumentos han permitido financiar o desarrollar el capital humano de micro y pequeños empresario/as, para la ejecución de proyectos, la certificación de los prestadores o la disminución de brechas existentes en el sector.

De acuerdo con lo establecido en el Programa de Gobierno, parte importante de la estrategia de marketing se centra en realizar acciones de promoción dirigidas al consumidor final, entendiendo que existe una oportunidad de atraer a consumidores potenciales sobre todo en aquellos mercados donde se ha desarrollado el canal de comercialización. En este contexto, en el año 2015 se invirtió en estas acciones de promoción más de \$4.800 millones de pesos, recursos que permitieron realizar más de 30 ferias y eventos internacionales en 15 países, diversas campañas internacionales on y off line en mercados prioritarios, se capacitaron alrededor de 11.936 agentes y operadores de viajes, se realizaron 15 Viajes de Familiarización, de 9 países, con 116 operadores invitados a vivir la experiencia del destino Chile, así también se invitaron a 134 medios de prensa de 17 países, logrando 10 portadas en las principales revistas especializadas en Turismo a nivel Mundial, entre otras importantes acciones que refuerzan los atractivos de Chile y generan la acción de compra de los potenciales turistas.

Por otra parte el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, impulso al Agenda Productividad, Innovación y Crecimiento (PIC), en la que como sector Turismo debemos apoyar la creación de Programas Estratégicos para el Desarrollo del turismo con el fin de impulsar la productividad y diversificación productiva del país e Implementar el Plan de Desarrollo Turístico Sustentable que permitirá posicionar a Chile como un polo de atracción turística de nivel mundial elaborado por la Subsecretaria de Turismo. A través de este Plan, la Subsecretaria crea el Fondo Desarrollo Turístico Sustentable, a través del cual fueron transferidos durante el 2015 a SERNATUR, para su ejecución M\$2.200, (M\$1.700 fueron asignados al desarrollo de acciones de promoción internacional y M\$500 se utilizaron para acciones de promoción nacional) y M\$1.030 para la implementación y ejecución del Programa Turismo Familiar.

Finalmente SERNATUR Programas Estratégicos para el Desarrollo del turismo ha sido parte fundacional, tanto desde el nivel nacional como regional, trabajando activamente durante el 2015, en conjunto con otras entidades públicas y privadas, en las fases de identificación de brechas productivas y competitivas, identificación de actores claves, identificación de oportunidades, diseño y formulación de las hojas de ruta de cada programa. SERNATUR forma parte constitutiva de los consejos directivos público – privado de los programas, siendo estos consejos la instancia estratégica de toma de

decisiones, a nivel regional, meso-regional y nacional. El Servicio también está participando de los comités ejecutivos, para llevar a cabo los desafíos, identificar las directrices de acciones específicas a realizar por cada Programa, además de efectuar seguimientos, observar y/o recomendar a los estados de avances de la Consultorías.

Gran parte de los Programas (8 de los 10 Programas Nacional, Meso y Regional) a fines del 2015 comenzaron en el diseño y priorización de acciones, actividades y proyectos para las Hojas de Rutas, que están siendo validado mediante mecanismos participativos.

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

Para dar cumplimiento a la misión y objetivos institucionales, el Servicio Nacional de Turismo, ha desarrollado su trabajo enfocado en los cinco componentes estratégicos definidos en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable: Diversificación de Experiencias, Desarrollo de Destinos, Fortalecimiento de la Calidad y el Capital Humano, Incentivo al Turismo Interno con Enfoque Inclusivo y Promoción Nacional e Internacional.

El Plan de Desarrollo Turístico Sustentable 2014-2018 forma parte de las medidas contenidas en la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento cuyo liderazgo y responsabilidad recae en la Subsecretaría de Turismo.

El Plan constituye un instrumento de planificación de corto y mediano plazo, que se enmarca en una visión de largo plazo, expresada en el Programa de Gobierno 2014-2018 de la Presidenta, cuyo fin es posicionar a Chile como un polo de atracción turística mundial.

A continuación se presentan los principales resultados logrados en cada uno de los componentes señalados.

a. Componentes Diversificación de Experiencias y Desarrollo de Destinos

A partir de las brechas identificadas en el “Informe Metodológico Focalización Territorial Turística, año 2015”, publicado en la Web institucional (sección Desarrollo de Destinos), y de la priorización de 84 destinos turísticos a nivel nacional, el año 2015 se comenzó a trabajar en las diferentes líneas de acción que define el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, donde la participación del Servicio ha estado principalmente vinculada al Desarrollo de Destinos y a la Diversificación de Experiencias. En estas líneas, los avances del año 2015 fueron los siguientes:

En cuanto al **desarrollo de destinos**, SERNATUR participó en el proceso de evaluación de las postulaciones a Zonas de Interés Turístico (ZOIT) y de los planes de acción propuestos; generó y gestionó una cartera de proyectos turísticos nacional y regional con un total de 305 Proyectos en diferentes estados de desarrollo que aportarán al desarrollo de nuevos destinos; inyectó llegadas a 5 destinos emergentes a través de los programas sociales intrarregionales para dinamizar el desarrollo de éstos (Ovalle-P.N Fray Jorge, Olmué- La Campana, Valle del Maipo, Navidad- Matanza, Alto Biobío) y 2 potenciales (Vilches -Altos de Lircay y Mapu Lahual - Costa de Osorno). Adicionalmente, desarrolló un trabajo colaborativo con la Dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas para la instalación de 70 señales turísticas viales en los destinos turísticos del país; impulsó un trabajo

interinstitucional y de colaboración nacional y regional para aplicar herramientas de mayor focalización para destinos que requieren un impulso y gestión de desarrollo, a través de agendas de corto y mediano plazo.

En el componente de **diversificación de experiencias**, SERNATUR contribuyó al desarrollo turístico sustentable de las Áreas Silvestre Protegidas del Estado (ASPE), a través de su puesta en valor y la generación de servicios de calidad y sustentables; generó agendas de trabajo para aportar al posicionamiento de las iniciativas turísticas de conservación privada; difundió y transfirió información a la industria para el diseño de experiencias turísticas especializadas; fomentó la creación y fortalecimiento de nuevas empresas turísticas; desarrolló un programa de puesta en valor del patrimonio cultural turístico para la diversificación de experiencias con enfoque cultural, a través de la gestión de financiamiento y la articulación con actores relacionados; finalmente inició el desarrollo de un programa de productos turísticos estratégicos para la diversificación, a través de agendas de trabajo colaborativas con actores interesados.

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable también instó a la articulación y coordinación de Sernatur con diferentes programas y entidades públicas como la Corporación de Fomento Productivo, Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, Ministerio de Obras Públicas, y Corporación Nacional Indígena.

En el entendido que estos componentes estratégicos son un pilar fundamental para desarrollar la industria turística del país, en el año 2015 SERNATUR modificó su estructura organizacional, creando la nueva Subdirección de Productos y Destinos Sustentables. Dentro de sus objetivos se encuentra el apoyar el desarrollo de destinos en territorios priorizados por su alto potencial; focalizar los recursos para el emprendimiento y la innovación en productos turísticos vinculados a experiencias priorizadas; mejorar la organización y capacidad de competir del empresario turístico y de la comunidad local; promover, difundir y fortalecer el turismo de intereses especiales como una parte importante de la oferta turística de nuestro país y fortalecer la gestión turística institucional a nivel nacional, regional y municipal.

De esta manera, para lograr el desarrollo de oferta de **actividades y productos turísticos innovadores**, que diversifiquen los destinos y que al mismo tiempo, ayuden a la sofisticación de la industria turística en pos de la mejora de la oferta actual, es que **SERNATUR participa como mandante y/u oferente en tres Bienes Públicos financiado por CORFO**: “Plataforma de rutas Outdoors para la interacción de sus actores utilizando tecnologías de la información y comunicación”, con un monto total del proyecto aproximado de 196 millones de pesos; “Plan de desarrollo y herramientas de competitividad para transformar a Chile en destino de Turismo Astronómico de clase mundial”, cuyo monto total del proyecto asciende a 183 millones de pesos y; “Sistema de uso público y servicios comerciales de los Parques Nacionales de Chile”, con monto total del proyecto aproximado de 183 millones de pesos. Estas 3 iniciativas han logrado llegar a sus etapas finales de ejecución y se encuentran próximos a transferir sus resultados.

En cuanto a la generación y difusión de conocimiento, SERNATUR elaboró la “**Guía Metodológica para la elaboración de productos turísticos**”, orientada a empresarios y emprendedores que se encuentren dando inicio a sus actividades o bien busquen dar un salto en materias de innovación en

la oferta que ya poseen. Esta herramienta será de utilidad también para los diferentes actores del sector que trabajen en el fomento de la industria y la **“Guía de Destinos Turísticos: Planificación, Gestión y Tendencias”**, que tiene como objetivo proponer conceptos, enfoques y lineamientos que contribuyan a la toma de decisiones y que sean adecuadas respecto al desarrollo sostenible de un destino turístico para profesionales del sector turístico tanto público como privado, que se desarrollan como administradores o gestores de un destino.

Con la finalidad de hacer más eficiente y técnica la gestión de SERNATUR en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, durante el año 2015 se elaboró la guía **“Proyectos de inversión ingresados al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental y su relación con el componente Turismo”**. En esta se realizó un levantamiento de información sobre los proyectos de inversión ingresados al SEIA con Resolución de Calificación Ambiental (RCA) Favorable entre los años 2010 – 2014 a nivel Nacional y se elaboró un documento técnico que a su vez contiene información sectorial disponible en el Sistema de Información Geográfico (SIG) de SERNATUR, tales como Atractivos Turísticos, Zonas de Interés Turístico (ZOIT), Destinos Turísticos, Circuitos Turísticos, Unidades del Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas del Estado (SNASPE), entre otros, esto con el fin de plasmar cartográficamente toda esta información elaborándose un total de 36 mapas temáticos, que cubren las regiones del territorio nacional. La relevancia de este trabajo radica en que, a través de la generación de cartografía temática es posible realizar cruces y análisis técnicos que permiten inferir conclusiones respecto de la relación de zonas con valor turístico y paisajístico en las distintas regiones del país y la materialización y efectos de proyectos productivos ingresados al SEIA. En relación a la gestión de financiamiento, se generó una **“Guía de Instrumentos de Fomento, Innovación y Emprendimiento para el Turismo”**, se elaboró y aplicó una metodología para levantamiento y priorización de cartera de proyectos y se desarrolló un **Sistema de Registro de Proyectos** a nivel nacional.

Bajo el mismo objetivo, SERNATUR elaboró el año 2015 la **Agenda de Turismo Originario**, que surge de una priorización nacional del turismo con pertinencia indígena y de un trabajo desarrollado previamente por diversas instituciones, organizaciones no gubernamentales y comunidades. De ella se desprenden una serie de acciones de apoyo para posicionar este tipo de turismo como eje estratégico de sustentabilidad en el desarrollo turístico de Chile. En julio del 2015 se firmó el Convenio de colaboración entre la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI), SERNATUR y la Subsecretaría de Turismo, con el objeto de aunar esfuerzos con el fin de ejecutar y promocionar el Turismo Indígena en Chile. En torno a dicho convenio, CONADI transfiere 19,5 millones de pesos a SERNATUR para desarrollar los siguientes hitos: Gira del Presidente Ben Sherman de la World Indigenous Tourism Alliance (WINTA) para reunirse con iniciativas, comunidades y gestores del turismo indígena en 4 regiones de Chile, Agosto 2015; Participación y presentación de ponencia de una delegación Chilena en el Asia-Pacific Indigenous Tourism Conference (PAITC) en Canadá, Septiembre 2015; Presentación protagónica en el panel de WINTA de la Cumbre Mundial de Turismo Aventura de la Adventure Tourism Trade Association (ATTA), Octubre 2015 en Puerto Varas; Realización del Foro Internacional de Turismo Originario, Octubre 2015 en Puerto Varas.

En el ámbito de Turismo Cultural, y con el objetivo de fortalecer la **puesta en valor turística a recursos culturales**, SERNATUR desarrolló en conjunto con el Cementerio General de Santiago la implementación del proyecto **“Plan de Interpretación Patrimonial para Cementerio General de**

Santiago, fase dos”, el cual tuvo un costo de 67,5 millones de pesos. En él se implementó el diseño del Plan de interpretación previamente diseñado, consistente en la habilitación de señalética de calles y paneles con información turística que permite al visitante complementar su recorrido a través de un relato coherente e interesante.

En este mismo ámbito de puesta en valor, se dio inicio a la fase 1 del **“Plan de Interpretación Patrimonial del Circuito Iglesias de Chiloé”**, el cual aborda 17 puntos del Archipiélago y ha tenido un costo de 52 millones de pesos. Esta etapa incluye el diseño de paneles con información turística, y la producción acabada de folletería general, un librito con información especializada, audioguías, videos, aplicación para Smartphones y página web, todo en torno a un relato de contenido histórico-cultural.

Además, considerando la importancia de dar una mirada a nuestro país como destino turístico cultural, SERNATUR organizó en conjunto con el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes el **“Tercer Seminario Nacional de Turismo Cultural y Diálogos de Artesanía, como eje de desarrollo local”**. El objetivo principal de esta actividad fue generar un espacio de debate y reflexión sobre el turismo cultural y creativo, y su relación con las manifestaciones de patrimonio relacionadas a la artesanía y la culinaria. En el seminario participaron distintos actores de instituciones públicas y privadas que de alguna u otra manera se desempeñan en el ámbito del turismo y la cultura.

SERNATUR para la actividad Foro Internacional de Turismo Indígena Comunitario en Puerto Varas y para el Tercer Seminario Nacional de Turismo Cultural y Diálogos de Artesanía aportó con 5 millones de pesos.

En el ámbito de la **Cooperación Internacional**, en el mes de enero durante la visita oficial de la Presidenta Michelle Bachelet a Guatemala, se firmó con el Presidente Otto Pérez Molina, un Memorandum de Entendimiento sobre Cooperación Turística que tiene como propósito impulsar el flujo de turistas entre Guatemala y Chile, así como acciones para promover los principales atractivos turísticos de los dos países. En ese marco SERNATUR realizó las siguientes actividades: Intercambio Cultural, Actividad “Desfile de trajes típicos Mayas”; Reuniones entre la Embajadora Doña Guisela Godínez, Embajador Don Domingo Namuncura y el Director Nacional de SERNATUR Don Omar Hernández; “Misión de Prospección en Turismo Rural – Guatemala 2015”, liderado por ProChile, Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) y SERNATUR, con la participación de 5 representantes de turismo rural para el intercambio de buenas prácticas en turismo comunitario y turismo social.

Otra instancia para el fortalecimiento y desarrollo de productos turísticos, fue el lanzamiento del **Concurso + Valor Turístico**, instancia que permitió contar con una base de 345 productos turísticos postulados. El objetivo del concurso fue distinguir a los productos turísticos que aporten a la diversificación de experiencias, pero además que presenten innovaciones destacadas, prácticas de sustentabilidad y/o que sean integradores de la comunidad local. Las temáticas de la convocatoria, se asociaron a aquellas experiencias en las que Chile posee ventajas comparativas, como son el ecoturismo, el turismo astronómico, el enoturismo, el turismo cultural, el turismo indígena, el turismo de naturaleza y aventura y el turismo científico. Se premió a 15 iniciativas, una por región, y se distinguió a nivel nacional 4 de estas.

Durante el 2015 se llevó a cabo la sexta versión del concurso Mujer Microempresaria, en cooperación con el SERNAM y Banco Estado, premiando a tres mujeres microempresarias del rubro turístico a

nivel nacional con \$1 millón para cada una, que se destacan por entregar servicios turísticos innovadores y sustentables, especializados y diversificados que cuenten con componentes innovadores; en suma, productos novedosos que logren que el turista viva una experiencia única, significativa y auténtica, transformándose así en un mayor aporte a la comunidad local. El propósito del concurso es reconocer los esfuerzos liderados por mujeres empresarias que desarrollan alguna faceta del turismo.

Componente Fortalecimiento de la Calidad y el Capital Humano

1. Capital Humano

Actualmente estamos altamente integrados al mundo y sus mercados, es por eso que la capacitación y formación del recurso humano del sector turístico es una necesidad que el servicio ha identificado y por tanto, ha generado acciones al respecto, a fin de responder a la creciente llegada de turistas que visita Chile, quienes demandan servicios de calidad y mayor personal calificado.

En el marco del **Programa de Capital Humano**, en el año 2015 se crea la Unidad de Capital Humano Turístico al interior de SERNATUR, dependiente de la Subdirección de Desarrollo, que tiene como objetivo mejorar la calidad del recurso humano, factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad del sector, propiciando espacios efectivos de interrelación y cooperación entre los actores involucrados en el tema y; promoviendo la difusión de iniciativas que favorezcan la formación, capacitación y/o reconocimiento de oficios en el sector. La Unidad contempla tres áreas de trabajo: **Formación, Capacitación y Competencias Laborales; Gestión Municipal y Conciencia Turística.**

En el área de Formación, Capacitación y Competencias Laborales, funciona periódicamente la **Mesa de Capital Humano**, instrumento que tienen como fin reunir a los empleadores, instituciones de educación superior que imparten carreras de turismo, profesionales y técnicos y sector público vinculado con esta materia (Ministerio de Educación, Chile Valora, CORFO, SENCE, entre otros), para abordar la brecha entre las necesidades de los empleadores turísticos, versus la formación técnica y profesional que entregan las instituciones de educación.

En esta línea a fines del 2015 se creó la **Red Nacional de Instituciones de Educación Superior** que dictan carreras de turismo, hotelería y gastronomía, con el fin de responder a las necesidades detectadas en los análisis realizados.

Así también se llevó a cabo el **Encuentro Nacional de Capital Humano “A conversar”**, espacio de diálogo donde se analizaron los desafíos de capital humano que como sector se deben abordar en el escenario del Chile de hoy. Al evento concurren académicos, profesionales, gerentes de recursos humanos de empresas turísticas, funcionarios de sector público y gremios, alrededor de 200 personas asistieron al encuentro.

En materia de **gestión municipal** durante el año 2015 el evento más importante fue el **Encuentro de Coordinadores Municipales de Turismo**, el cual reunió a más de 150 municipios del país. Asimismo,

es importante destacar la Red de Coordinadores Municipales de Turismo que participan con SERNATUR, conformada por 303 municipios de un total de 345 municipios.

En el 2015 se firmó el Convenio entre el Servicio Nacional de Turismo y el Servicio Nacional de Capacitación y Empleo, para la ejecución del programa **Más Capaz Mujer Emprendedora**, el que contempla capacitar, al menos, 150 beneficiarias de tres regiones del país en el año 2016 (Tarapacá, Araucanía y Los Lagos) a fin de entregar herramientas y competencias tanto personales como técnicas que ayuden al mejoramiento de la gestión del negocio. De acuerdo a lo anterior, SERNATUR realizó las gestiones necesarias para implementar el Programa, tales como licitación, coordinación con SENCE, coordinación con OTEC adjudicataria, trabajo con Fundación Artesanías Chile y Municipalidades para selección de beneficiarias, entre otras. La inversión de esta iniciativa asciende a M\$151.010.

2. Calidad y Certificación

En el ámbito de Calidad, SERNATUR ejecuta el **Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos**, el que incluye el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, Inspección y Certificación de los prestadores mediante el Sello de Calidad Turística y Distinción de Sustentabilidad. Este sistema busca formalizar y ordenar la oferta turística del país. Durante el año 2015, el número de prestadores de servicios turísticos registrados alcanzó los 14 mil 332, implicando un aumento de un 19,08% respecto al año anterior.

En cuanto a los servicios de alojamiento y turismo aventura, estos presentaron un aumento de un 10,09% y 26,9% respectivamente. Vale mencionar que estos servicios presentan obligatoriedad de registro de acuerdo a lo estipulado en el artículo 34° de la Ley N° 20.423.

En la siguiente tabla se presenta el detalle por tipo de servicio de los prestadores turísticos registrados a diciembre de 2015:

TIPO DE SERVICIO	TOTAL
Alojamiento turístico	7.127
Turismo Aventura	1.621
Agencia de Viaje y Touroperadores	1.297
Arriendo de Vehículo	181
Artesanía	423
Guías de Turismo	932
Restaurantes y similares	1.832
Servicios Culturales	117
Servicios de Esparcimiento	252
Servicios Deportivos	42
Taxis y Buses de Turismo	281
Teleférico y Funiculares	1
Transporte de Pasajeros al Aeropuerto	121
Transporte de Pasajeros por Carretera Interurbana	156
Transporte de pasajeros por Vía Aérea	8
Transporte de Pasajeros por vía Marítima	75
Total	14.466

Fuente: Subdirección de Desarrollo 2015

Con la finalidad de verificar la información entregada por los prestadores de servicios turísticos, en el transcurso del 2015 se realizaron mil 420 inspecciones a servicios de alojamiento turístico. A la fecha, se ha inspeccionado el 79% de los alojamientos registrados.

Respecto a turismo aventura, se ejecutaron mil 85 inspecciones el año 2015. A la fecha, se ha inspeccionado el 89% del total de actividades registradas.

A continuación se presenta el número de inspecciones según Dirección Regional:

Dirección Regional	Inspecciones de Alojamiento	Inspecciones de Turismo Aventura	Total Inspecciones
Antofagasta	19	128	147
Araucanía	108	195	303
Arica y Parinacota	43	33	76
Atacama	60	18	78
Aysén	130	116	246
Bío Bío	212	36	248
Coquimbo	71	68	139
Los Lagos	47	167	214
Los Ríos	102	4	106
Magallanes	51	65	116
Maule	71	39	110
Metropolitana	71	93	164
O'Higgins	118	23	141
Tarapacá	59	37	96
Valparaíso	258	63	321
Total	1.420	1.085	2.505

Fuente: Subdirección de Desarrollo 2015

La **Certificación de Calidad Turística**, busca mejorar la calidad de servicios turísticos para contar con una oferta más competitiva. La certificación que comenzó en el año 2007 es voluntaria para los prestadores de servicios turísticos, logrando terminar el año 2015 con 342 servicios que cuentan con Sello de Calidad Turística vigente, 112 de los cuales fueron entregados en el año 2015, donde se destaca la gestión de las Direcciones Regionales de Turismo Metropolitana (31 sellos), Araucanía (24 sellos), Los Lagos (12 sellos), Los Ríos y Valparaíso (11 sellos cada una).

Para promocionar los servicios con Sello Q se realizó una campaña promocional a público final focalizada principalmente hacia los prestadores de servicios que poseen certificación de Calidad, para ello además se mantiene vigente el portal www.tusmejoresvacaciones.cl, donde los viajeros y viajeras pueden buscar de forma fácil los servicios turísticos con Sello de Calidad vigente. Junto con ello, se ejecutó una fuerte campaña en medios digitales para difundir los servicios con Sello de Calidad Turística en las principales plataformas y redes sociales. Además, se incorpora a todos los prestadores de alojamiento certificados a la plataforma WAZE. En las campañas se invirtió un total de 60 millones de pesos.

Finalmente, desde Mayo del 2013 está operando la **Distinción en Turismo Sustentable** (Sello S), una certificación que permite reconocer los esfuerzos realizados por los servicios turísticos en operar sustentablemente, minimizando su impacto medioambiental y social, y potenciando las culturas y economías locales. Esta distinción por ahora aplica sólo a alojamientos turísticos. A la fecha, el

programa cuenta con 59 prestadores distinguidos, distribuidos en 12 regiones del país donde se destacan las Direcciones Regionales de Los Lagos (14 distinciones), Metropolitana (8 Distinciones) y Valparaíso (7 Distinciones).

En cuanto a las acciones de difusión del Sello Q y S, las instancias más valoradas durante el 2015 fueron: (i) un curso de comercialización y marketing impartido por connotados consultores internacionales, el cual estuvo reservado sólo para empresas certificadas con Sello S o Sello Q y (ii) la campaña de activación de ambos sellos durante el mes de diciembre, en la cual se utilizaron imágenes de varios de los alojamientos turísticos certificados, en la cual se invirtieron 60 millones de pesos en medios radiales, publicidad on-line y redes sociales. Fruto de lo cual 14 servicios turísticos renovaron la vigencia del Sello S antes de que terminara el año, confirmando su interés y compromiso con la sustentabilidad y el programa.

Con el objetivo de seguir contribuyendo a la mejora continua en la actividad turística, se desarrolló en el año 2015 el proyecto de Norma de gestión de calidad para los servicios de alojamiento turístico.

En el ámbito de la gestión y gracias a una coordinación con el Ministerio de Turismo de Argentina y la Cámara Argentina de Turismo se realizó la implementación del piloto del **programa SIGO** (Sistema Inicial de Gestión Organizacional), enfocado en micro, pequeñas y medianas empresas, con la finalidad de disminuir las brechas de calidad que existen en el sector. Participaron alrededor de 25 empresas de los rubros de alojamiento, Agencias de Viajes, Tour Operadores, Transporte y Gastronomía.

c. Componente Incentivo al Turismo Interno con Enfoque Inclusivo

Desde el año 2001 el SERNATUR viene desarrollando programas de turismo social, que benefician a segmentos específicos de la población con un subsidio al valor total del paquete turístico. Ello permite a los usuarios y las usuarias de estos programas viajar a diferentes destinos turísticos ubicados en nuestra extensa geografía, avanzando de esa manera a un turismo cada vez más inclusivo.

Estos programas no sólo les permiten a los usuarios y las usuarias disfrutar de las bellezas de nuestro país y de los beneficios, sino también contribuyen a dinamizar las economías de las zonas que visitan, dando un empuje a los pequeños y medianos empresario/as del sector y potenciando el quiebre de la estacionalidad turística nacional, mediante la utilización de servicios turísticos en los destinos priorizados en épocas de baja demanda.

Durante el año 2015 Sernatur ejecutó el Programa Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio, y la versión piloto del Programa Turismo Familiar (este último comprometido en el Programa de Gobierno), reafirmando con ello su compromiso de facilitar el acceso a los beneficios del turismo y contribuir al desarrollo de la industria turística. En este sentido, el Programa Piloto Turismo Familiar, iniciado el año 2015, permitió a una gran cantidad de familias vulnerables disfrutar de unas vacaciones - muchas de ellas por primera vez- por medio de viajes realizados en temporada alta y baja en distintas regiones de nuestro país, al mismo tiempo que contribuyó a potenciar el turismo como motor de desarrollo en los destinos beneficiados. En su conjunto y a lo largo de su historia, el desarrollo de los programas sociales de Sernatur (incluido Turismo Familiar) ha beneficiado a más de 670 mil chilenos y chilenas de nuestro país, logrando un aporte a la industria turística nacional cercana a los \$60 mil millones solo por concepto de aporte estatal.

La Subsecretaría de Turismo, a través del Fondo de Desarrollo Turístico Sustentable, transfirió a SERNATUR un total de mil 30 millones de pesos para la ejecución del **Programa Turismo Familiar (TF)**, del cual 954 millones 658 mil 180 pesos fueron destinados a subsidiar el costo de los paquetes turísticos. Con dichos recursos, 8.734 pasajero/as provenientes de 2.930 familias vulnerables de nuestro país tuvieron la posibilidad de tener vacaciones y disfrutar de los múltiples beneficios asociados al turismo. Además, se debe destacar que un 80,68 por ciento de esas familias contaba con una mujer como jefa de hogar, cumpliendo de esta manera también con los criterios de focalización establecidos para el programa.

Al mismo tiempo, 86 prestadores de servicios turísticos participaron durante el año 2015 del Programa Turismo Familiar, de los cuales un 43,02% corresponde a guías de turismo, 33,72% a establecimientos de alojamiento, 16,28% a restaurantes y 6,98 a tour operadores.

Por su parte, el porcentaje de ocupabilidad generado por el Programa corresponde a un 3,07%, equivalente a 22.386 noches-cama respecto de 730.365 disponibles en los establecimientos de alojamiento participantes del programa en el año 2015.

Por último, considerando el aporte estatal por concepto de subsidio (mencionado anteriormente) y el copago efectuado por los beneficiarios/as, el programa supuso una inversión a la industria turística cercana a los \$990 millones.

Durante el año 2015, la ejecución del **Programa Vacaciones Tercera Edad (VTE)** benefició a 340 prestadores de servicios turísticos, de las cuales un 53,82% corresponde a agencias de viaje, 5,59% a tour operadores y un 40,59% establecimientos de alojamientos.

A su vez, 41.477 pasajeros/as -entre los cuales se encontraban personas mayores de 60 años, discapacitados/as, montepiados, pensionados y jubilados- se vieron también beneficiados al poder conocer distintas localidades de nuestro país, por medio de la subvención.

Asimismo, el aporte a la industria turística realizado por el Programa, considerando los conceptos de subsidio, copago y gasto extra en destino, y sólo contemplando los cupos nacionales, fue superior a los 11 mil 800 millones de pesos, lo que se traduce en que por cada \$1 invertido por el Estado las personas aportaron \$2,2.

Por su parte, el porcentaje de ocupabilidad generado por el Programa corresponde a un 18,14%, equivalente a 238.382 noches camas utilizadas respecto de 1.314.339 disponibles en los establecimientos de alojamiento participantes del programa en el año 2015.

Finalmente el programa VTE, contabilizando desde el año 2001 al 2015 se benefició a más de 510 mil pasajeros/as que pudieron viajar por este programa, al mismo tiempo que se invirtió en el rubro turístico más de \$44 mil millones solo por concepto de aporte estatal.

Durante el año 2015, el **Programa Gira de Estudio (GE)** benefició a 110 prestadores de servicios turísticos, de las cuales un 40,91% corresponde a guías de turismo, 34,5% a establecimientos de alojamiento, 22,7 % a servicios de alimentación y 1,82% a tour operadores turísticos.

Al mismo tiempo, 19.701 pasajeros/as, entre los cuales se encontraban alumnos/as y profesores/as, se vieron también beneficiados/as al poder visitar distintas localidades de nuestro país, por medio de la subvención realizada por Sernatur al costo total del paquete turístico.

Asimismo, el aporte a la industria turística realizado por el Programa, considerando el aporte estatal, el co-pago y los gastos extras efectuados por los/as usuarios/as, fue de más de 3 mil 300 millones de pesos, distribuidos en un 59,64% de aporte estatal, 23,02% de copago y 17,35% de gasto extra realizado en destino.

Por su parte, el porcentaje de ocupabilidad generado por el Programa corresponde a un 15,31%, equivalente a 95.569 noches camas utilizadas respecto de 623.988 disponibles en los establecimientos de alojamiento participantes en el año 2015.

Finalmente, el programa GE desde sus inicios en el año 2007 hasta el año 2015 ha beneficiado a más de 150 mil estudiantes y profesores/as, con un subsidio de aproximadamente el 70% (en el caso de los profesores un 100%). Junto con ello, la ejecución del programa ha permitido invertir en el mismo período más de \$14 mil millones solo por concepto de aporte estatal.

A lo ya mencionado, la ejecución de los tres programas sociales, se destaca que en el año 2015 se realizaron esfuerzos importantes para aumentar el alcance geográfico de los mismos, incorporando los siguientes destinos por programa:

- ✓ VTE: Alto Biobío, Curarrehue, Futrono, Isla de Maipo, Navidad, Ovalle, Puyehue, Quillota, Santa Barbara, Vilches.
- ✓ GE: La Serena, Talca, Puerto Natales.
- ✓ TF: Andacollo, Antuco, Cobquecura, Combarbalá, Concepción, Constitución, Curacautín, El Quisco, Las Cabras, Olmué, Puerto Saavedra, San Fernando, San Javier, Tirúa, Viña del Mar. (Debido a que el Programa Turismo Familiar comenzó el año 2015, todos sus destinos son considerados como incorporaciones).

Añadiendo estas nuevas incorporaciones con los ya participantes, el total de destinos contemplados para los tres programas en el año 2015 fue de 68. De esta manera, se pudo aumentar el alcance geográfico del programa, y contribuir a impulsar el desarrollo de otras economías locales (especialmente con la realización del nuevo programa Turismo Familiar).

d. Componente Promoción Nacional e Internacional

El Servicio Nacional de Turismo desarrolla acciones de promoción tanto en el ámbito nacional como internacional. Los principales resultados se destacan a continuación.

1. Programa de Promoción internacional

El Servicio ha adoptado las disposiciones necesarias para que las regiones se beneficien con las visitas cada vez más numerosas de los extranjeros atraídos por un turismo de calidad. De esta manera, la promoción de Chile en el extranjero busca promocionar y posicionar al país y sus destinos en los mercados actuales y potenciales, de manera de aumentar los ingresos por turismo receptivo y turismo interno, para lo cual se debe ampliar y adecuar las acciones de promoción turística.

Las acciones de promoción han contribuido a la llegada de turistas extranjero/as, que para el año 2015 alcanzó más de 4 millones 400 mil turistas, aumentando en un 21,8 por ciento las llegadas respecto del año anterior, en este resultado fue predominante la llegada de turistas provenientes de América del Sur, que registraron 3 millones 429 mil 554 llegadas.

En el año 2015, la estrategia de marketing internacional se ha centrado en dos ámbitos. Primero, en generar acciones de promoción para mantener la visibilidad de Chile como destino turístico en los mercados denominados prioritarios, estos son, Norteamérica (Estados Unidos y Canadá), Latinoamérica (Brasil, Argentina, Perú, Colombia y México), Europa (España, Francia, Alemania e Inglaterra) y Países Lejanos (Australia), estableciendo lazos con operadores turísticos y agencias de viajes que permitan fortalecer el canal de comercialización. En segundo lugar, la estrategia se centró

en realizar acciones de promoción dirigidas al consumidor final, entendiendo que existe una oportunidad de atraer a consumidores potenciales sobre todo en aquellos mercados donde se ha desarrollado el canal de comercialización. La llegada de turistas de los mercados definidos como prioritarios fue de 3 millones 440 mil 801 llegadas al 31 de diciembre.

Para desarrollar esta estrategia se aumentó la inversión para el **Plan de Promoción Internacional 2014-2016** a 16 mil millones de pesos entre aportes públicos y privados. Sólo para el año 2015 la inversión total alcanzó 8 mil 595 millones de pesos. Con esta inversión se buscó continuar con los esfuerzos de posicionar a Chile como destino turístico, aumentar el número de turistas y a su vez, aumentar la cantidad de divisas que estos aportan a la economía del país.

Entre las diversas acciones realizadas durante el año 2015, se destacan los siguientes resultados: En **ferias internacionales**, en total se realizaron 88 ferias y eventos comerciales en 15 países, lográndose una cifra de 11 mil 936 personas capacitadas en destino Chile pertenecientes a la industria de mercados emisores.

En lo que respecta a **famtours**, se ejecutaron 15 dirigidos a 116 operadores turísticos de 9 países, llevándoles a conocer in situ la oferta turística de destinos como Chiloé, Aysén, Lagos y Volcanes, Colchagua y vinos, Carretera Austral, Valle de Elqui, Casablanca, Arica, Ruta de las Misiones, Putre y zona altiplánica.

Respecto del **trabajo con la prensa**, se trabajó con bloggers e influenciadores de la redes sociales y medios masivos, en países de Europa y China, logrando establecer un alcance de mil 600 millones de personas en el mundo, con casi 4 millones de impresiones en web y más de 6 millones de impresiones en redes sociales, lográndose el objetivo de generar awareness en un gran volumen de audiencia. Además, se invitaron a 134 medios de 17 países a tours de familiarización, lográndose 10 portadas valorizadas en 15 millones de dólares.

En términos de **campañas en medios digitales** se realizó inversión en Google, YouTube y Trip Advisor, lográndose, al mes de noviembre 2015, más de 156 millones de impresiones durante el período de implementación. En términos de engagement de Facebook Chile está posicionado en el primer lugar respecto de la Región con (0,78 por ciento) y en el cuarto lugar de número de fans con 557 mil 652, logrando superar a Brasil y Colombia. Respecto de Twitter contamos con 32 mil 837 seguidores, siendo el sexto lugar de Latinoamérica.

Por otro lado, se establecieron más de **23 alianzas de campañas cooperadas** o de cobranding con empresas como Quantas, United, Columbia Sportswear, Eagle Creek, Tui, Marmot, Cox & Kings, Latour, entre otras.

En el ámbito del **Turismo de Reuniones**, se presentaron 53 postulaciones del país como sede de congresos y eventos internacionales, con un 82 por ciento es la tasa de éxito de eventos ganados, cabe destacar además que la Ciudad de Santiago ocupó el segundo lugar del ranking ICCA (International Congress and Convention Association) en las Américas. Chile ocupó el lugar 33 del mundo de este ranking con 118 eventos reconocidos, correspondiendo al cuarto lugar de Sudamérica,

debajo de Brasil, Argentina y Colombia. En total se registraron más de 40 mil delegados un 32% más que en 2014, reportándose ingresos por alrededor de 68 millones de USD.

Uno de los eventos más significativos fue la **Cumbre ATTA** (Adventure Travel Trade Association) Chile 2015, principal evento de turismo aventura a nivel mundial, realizado en octubre en la ciudad de Puerto Varas y que reunió alrededor de 750 delegados de 60 países, de los cuales un 37 por ciento provino de Norteamérica. Una encuesta realizada a los delegados tras la Cumbre reveló que el 87 por ciento de ellos se llevó una buena percepción de Chile como destino de turismo aventura. En términos de difusión, los hashtag de la cumbre de Chile se reprodujeron 10 millones de veces y se generaron 12 millones de impresiones en medios digitales.

En lo que respecta a participaciones emblemáticas de Chile, nuestro sector organizó la semana del Turismo en la Expo Milán 2015, en dicha oportunidad se generaron activaciones que impactaron directamente a 7 mil personas y se capacitaron sobre el destino Chile a más de 50 operadores turísticos, agentes de viajes y representantes de la prensa italiana.

En el ámbito comunicacional, ser sede de la Copa América Chile 2015, permitió organizar viajes de familiarización para prensa latinoamericana, invitándose a más de 20 medios, quienes mediante sus publicaciones generaron un retorno publicitario de 623 mil dólares. Por otro lado, la inversión en pauta televisiva a través de la exhibición de un spot de Chile de 30", generó un alcance de 6 millones 800 mil de hogares en Sudamérica, con un costo por contacto de 21,5 pesos. Los resultados en términos de visitantes fueron un 47 por ciento de aumento de turistas en el mes de junio, en comparación al 2014.

Dichas acciones de marketing sumadas a los esfuerzos de campañas cooperadas entre privados y el sector público han hecho que el Turismo sea un eje descentralizador y potenciador de las economías locales y regionales, que permiten hacer crecer a pequeños y medianos empresarios, en post de una mejor calidad de servicio y atención al extranjero.

2. Promocional Nacional

Las acciones desarrolladas en el marco de la promoción nacional se han enfocado en incentivar el desarrollo del turismo interno en el país con el fin de mejorar las economías locales y contribuir a mejorar la calidad de vida de los chilenos.

Durante los últimos años, se han realizado **diversas estrategias dirigidas al público final** incentivando a los chilenos a viajar por el país bajo la promoción de la marca paraguas "Chile es TUYO".

El objetivo principal ha sido posicionar a Chile en el mercado nacional y aumentar los indicadores de turismo interno en el país a lo largo de todo el año. La construcción del posicionamiento de la marca se ha dado por transmitir que Chile en general como destino, es cercano y que está al alcance, en términos de distancia y costos.

Bajo este contexto se han desarrollado las siguientes campañas promocionales:

En las acciones promocionales, se ejecutó la “**Campaña de Turismo Interno Chile es Tuyo 2015**”, en la cual mediante un mensaje de corte publicitario y unitario releva la importancia de viajar por Chile todo el año, bajo el lema “Yo Amo Viajar Por Chile”. Con él, se desarrolló una nueva línea comunicacional en 360 grados que dotó de una nueva forma de comunicar las ganas de viajar por Chile principalmente en temporada baja y media incentivando el turismo interno y permitiendo la dinamización de las economías locales en los destinos nacionales.

En el marco del concurso “**Viaje Maestro**”, se desarrollaron tres importantes activaciones de la marca en las ciudades de Santiago, Concepción y Antofagasta y donde más de 3 mil personas participaron físicamente por ganarse viajes dentro del país de forma inmediata. La campaña tuvo una inversión de 60 millones de pesos y con ella se contribuyó a amplificar el mensaje sobre la importancia de viajar por Chile, alcanzando más 30 minutos en televisión abierta nacional, espacios en radios y prensa escrita, aparte de toda la cobertura en medios digitales.

El año 2015, también se celebró haber alcanzado los 500 mil seguidores en el Facebook de Chile es Tuyo, constituyéndose en el segundo fanspage de Gobierno con más cantidad de seguidores. Bajo esta misma línea, durante los meses de octubre, noviembre y diciembre, se implementó la “**Campaña de Turismo Interno Chile es Tuyo - Radio**” con el fin de tener un gran alcance y frecuencia en todo el territorio nacional a través de diversas radios con un monto total de 35 millones, que ayudó a recordar la importancia de viajar todo el año por el país.

Con respecto a **ferias dirigidas a público final** con el fin de incentivar el turismo interno, SERNATUR participó y ayudó a concretar importantes iniciativas a nivel nacional como la Feria Artesanías de Chile, Feria Chile a la Carta, Festival ÑAM de Valdivia, además doce regiones del país tuvieron cita en el hall de la institución lo que les permitió poner en escena su oferta turística local dirigida a público final. En otro ámbito, la formación de los empresarios turísticos, especialmente de las pequeñas y medianas empresas, es de gran relevancia para la promoción nacional, es por este motivo que se llevaron a cabo **Ruedas de Negocios** denominadas “formativas” en las ciudades de Concepción, La Serena y Valdivia en las que participaron más de 150 empresarios beneficiados con el fin de capacitarlos en técnicas de comercialización para la cadena comercial de turismo formal. En la misma jornada tuvieron además la oportunidad de tener una rueda de negocios formal con tour operadores de regiones vecinas.

Los **socios privados para la promoción del turismo** interno son sumamente importante pues contribuyen a llegar con el mensaje sobre la importancia de viajar por Chile dentro de otras categorías y en otros formatos de comunicación. De esta manera se lograron distintas alianzas y proyectos con las siguientes marcas: Tur Bus, Monarch, Estaciones de Servicio COPEC, Potenciamiento de Start – Up www.recorrido.cl, Aerolínea del Desierto, Monopoly Chile y Día de la Cocina Chilena con ACHIGA. Por otro lado, se avanzó en la implementación de la **Estrategia Comunicacional de Conciencia Turística** de Chile, mediante una herramienta dirigida especialmente al público infantil: Libro Aprendo y Pinto Chile, en el que invirtieron 5 millones de pesos.

También, se ejecutó la **Campaña Vacaciones Tercera Edad 2015**, con una renovada comunicación del mensaje, frases de radio, auspicios en televisión abierta y gráfica para prensa. En la campaña se

inviertió 150 millones de pesos y en sólo cuatro semanas de exhibición, se logró comercializar el 33 por ciento de los cupos anuales, lo que demuestra el gran interés por parte de los beneficiarios.

SERNATUR, además, desarrolló la **Campaña de Calidad Turística y Empresas Competitivas 2015** que tuvo por objetivo desarrollar, mejorar y fortalecer el posicionamiento de las herramientas con las que cuenta la institución para aportar competitividad y calidad a los servicios turísticos del país. La campaña estuvo dirigida a público final y trade (público profesional o comercial: Tour operadores y agencias de viajes.) y tuvo una inversión de 60 millones de pesos, los cuales se invirtieron en prensa escrita, radio y medios digitales. Esto, con el fin que la gente prefiriera servicios turísticos certificados. Finalmente, el otro objetivo fue mejorar la percepción del target frente al Sistema de Clasificación, Calidad, Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos (Sello Q y Distinción de Sustentabilidad), Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) y Capital Humano.

Finalmente, la temporada estival del 2015, estuvo marcada por una importante iniciativa tripartita entre SERNATUR, la Subsecretaría de Turismo y Subsecretaría de Pesca denominada **“Vacaciona Caleta”**. Ella fue un impulso a la diversificación de la actividad pesquera para que los chilenos y chilenas pudieran disfrutar de las bondades del mar y compartir experiencias con los pescadores de las diversas caletas que existen en el país.

Durante el 2015, ingresaron a las Oficinas de Información Turística, OIT, un total de 486.700 personas en las 23 oficinas a lo largo del país. Las oficinas que presentan una mayor cantidad de visitas son OIT San Pedro de Atacama (80.498), OIT Puerto Montt (40.534) y OIT Copiapó (38.518). A fines del mes de noviembre el procedimiento de proceso Recepción y Respuesta a Solicitudes Ciudadanas Ley 19.880, asociado a la atención en OIT fue certificado en 13 Direcciones Regionales, esta certificación permite garantizar que la atención entregada a los turistas que nos visitan sea controlada y homogénea a lo largo de todo el país bajo un proceso de calidad.

GESTIÓN PRESUPUESTARIA DE LAS DIRECCIONES REGIONALES DE TURISMO: FONDO NACIONAL DE DESARROLLO REGIONAL.

SERNATUR cuenta con 45¹ proyectos financiados por el Fondo Nacional de Desarrollo Regional por un total de 36 mil 950 millones 866 mil 818 pesos.

De estos, 12 mil 608 millones 949 mil 126 pesos fueron programados para ser ejecutados el año 2015, el Servicio ejecutó un 88,5% de los recursos, correspondientes a 10 mil 631 millones 759 mil 597 pesos.

Cabe destacar que los aportes por concepto de este fondo aumentaron en un 61,2% respecto al año anterior y que en el 2015 representaron un aumento de 51% 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.

¹ Considera los proyectos en estado “aprobados (en tramitación)”, “en ejecución” y “finalizados”. Existen iniciativas desde el año 2011 y programadas hasta el año 2018.

4. Desafíos para el año 2016

En el marco del Programa de Gobierno y de los principales desafíos para el sector turismo, en SERNATUR, se han asumido los siguientes desafíos para el año 2016.

En cuanto a las **Áreas Silvestres protegidas del Estado**, para el año 2016, Sernatur continuará siendo contraparte técnica de los proyectos de Puesta en Valor de los Parques Nacionales Pan de Azúcar y Villarrica, Reserva Nacional Mocho Choshuenco, y Radal Siete Tazas, además de ejecutar directamente la Puesta en Valor del Parque Nacional Bernardo O'Higgins.

A partir de un Convenio de Colaboración para el año 2016 entre Sernatur, la Subsecretaría de Turismo y Así Conserva Chile, se vincularán las Iniciativas de Conservación Privada y los Programas de Turismo Social de Sernatur, con miras al apoyo de destinos emergentes y emprendimientos relacionadas al turismo y la conservación. Junto con ello, esta alianza busca generar y difundir conocimientos específicos en charlas técnicas y seminarios, además de la difusión de actividades y de la generación de productos, utilizando las redes e instancias de comunicación de las que Sernatur dispone (redes sociales, páginas web, eventos, ferias, entre otros).

Para el mejoramiento de la oferta turística en torno a las áreas silvestres del país, Sernatur se encuentra colaborando como mandate de 4 **Bienes Públicos** para la Competitividad, entre los cuales se encuentra el proyecto "Puesta en valor de las ASPE, implementando actividades y contenidos que contribuyan al desarrollo productivo del sector turístico", el cual se sitúa en las Áreas Silvestres Protegidas del Estado, el Bien Público "Desarrollo de productos de cicloturismo en modalidad auto guiado con base de alojamiento microempresarial – rural", el "Programa de Geoturismo para la mesoregión La Araucanía - Los Rios - Los Lagos", y el Bien Público "Generación de un modelo de destino turístico inteligente aplicado a meso región que concentra el 51 % de las termas de Chile". Con la convicción de poner en Valor el Patrimonio Turístico, SERNATUR se ha propuesto el desafío de elaborar **proyectos de Interpretación turística patrimonial**, tales como el Plan de Interpretación del Circuito Iglesias de Chiloé, el que se encuentra en su etapa de diseño final por un total de \$M 52.000; y el Plan de Interpretación del Morro de Arica, proyecto financiado a través de un FNDR regional por un total de \$ M114.000; así como el apoyo a iniciativas en esta misma línea lideradas por Municipios, tales como el Plan de Interpretación del Cementerio de Punta Arenas y el Plan de Interpretación de Robinson Crusoe.

En paralelo a ello, Sernatur se encuentra trabajando en la formulación de proyectos que permitan la puesta en valor y el desarrollo del recurso "**Momias de Chinchorro**" como un producto turístico de clase mundial. Entre estos proyectos, es posible mencionar: apoyo para los diseños y ejecución del Parque Arqueológico Camarones; formulación y apoyo al Bien Público "Modelo de Gestión para el desarrollo del producto turístico Momias de Chinchorro"; y la formulación del proyecto de infraestructura "Núcleo Gestor" del producto turístico Momias de Chinchorro.

Para el desarrollo y diversificación de una oferta turística cultural en el país, Sernatur se encuentra apoyando activamente **Bienes Públicos** para la competitividad, que buscan identificar la oferta existente, además de generar modelos de desarrollo aplicados en pilotos. Entre ellos destacan: "Fiestas y Ferias Costumbristas Chilenas", proyecto estratégico en proceso de formulación por \$M 180.000; y "Desarrollo Sustentable del Patrimonio Gastronómico de Chile", proyecto que busca

rescatar el patrimonio gastronómico nacional y desarrollarlo a través de un modelo sustentable que permita establecer nuevos modelos de gestión entre los servicios y la actividad turística, por un monto de \$M 200.000.-

Sernatur, el 2016, tiene como desafío ejecutar un **Programa de Emprendimiento de Turismo Indígena**, con financiamiento de CORFO a través de 3 Concursos Subsidio Semilla de Asignación Flexible (SSAF), Desafío y 4 PAEi para Eventos de Turismo Indígena. En esta misma línea, Sernatur se encuentra trabajando en los Programas Estratégicos Regionales “Turismo Naturaleza y Cultura en el territorio de Nahuelbuta y Araucanía Costera” y “Turismo Histórico Cultural en el Territorio Arauco”. Ambos se encuentran en el cierre de la etapa final de la Hoja de Ruta para dar paso a la siguiente etapa de implementación.

El 2016 Sernatur trabajará en levantar un **Catálogo de Productos Turísticos** a nivel nacional, basado en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, y que apunte a vincularlos con las experiencias y destinos priorizados.

En conjunto con los Programas de Turismo Social, se pretende desarrollar acciones de impulso y fortalecimiento para la oferta turística, a lo menos en 3 destinos emergentes y potenciales. Junto con ello, se firmará un Convenio de Colaboración con la Dirección de Vialidad, para apoyar las necesidades de destacar y señalar atractivos turísticos, ZOIT, localidades y destinos, que se definan en un trabajo conjunto con las Direcciones Regionales de SERNATUR y MOP.

Para el año 2016, se contará con un **Sistema Informático de Registro de Iniciativas de Inversión**, que permita no sólo visualizar las inversiones de Estado en turismo a nivel nacional, sino también visualizar nuevas estrategias de inversión.

Buscaremos fortalecer la gestión de evaluación ambiental a nivel de todo el país para lo cual se desarrollará, por parte de la Dirección Nacional un completo **Plan de Capacitación y apoyo a la Gestión del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA)** de todas las Direcciones Regionales.

En el 2016 se actualizará información georeferenciada sectorial para continuar con el trabajo permanente de uso de herramientas SIG, **Sistema de Información Geográfica** para abordar y fortalecer la gestión técnica sectorial, tanto de atractivos turísticos, destinos rutas o circuitos, ZOIT entre otros, la cual permite apoyar a consultores como profesionales de regiones de SERNATUR encargados de la evaluación de los proyectos que ingresan al SEIA en los ámbitos de turismo y Paisaje, y en su gestión sectorial regular. El presupuesto para la actividad asciende a 25 millones.

En el marco de concentrar la oferta en un solo instrumento que nos permita tomar decisiones y focalizar los esfuerzos, durante el 2016 se incorporarán al Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos, mejoras que permitirá al sector turístico información ordenada y georeferenciada, para ello se diseñará una **Plataforma de Registro de Prestadores Turísticos**, más moderna y confiable que permita administrar la información de servicios registrados. En este contexto es que SERNATUR se ha sumado al proyecto gubernamental “Escritorio Empresa”, que nos permitirá interoperar información con otras instituciones que facilitará a los empresarios y empresarias acceder a los trámites del Estado.

Para fortalecer el sistema se ha comprometido la elaboración de una **nueva norma de calidad turística**, enfocada en la gestión de calidad (enfocada en los clientes/turistas) de los servicios de alojamiento turístico, la cual será aplicable de manera transversal a las 17 clases definidas en la NCh2760.

En relación al **Sello Q y la Distinción S**, se trabajará en la consolidación de estos para ponerlos en valor como instrumentos de mercado de manera de mejorar el estándar, calidad y sustentabilidad de los servicios turísticos. Se espera para el 2016 contar con más de 110 sellos nuevos, aumentando en un 50% los sellos obtenidos durante el año de inicio de la gestión 2014. Se desarrollará un Plan de Difusión y Promoción del Sello al igual que en el 2015, con la finalidad de aumentar el posicionamiento del Sello, y acercarse a los empresarios del sector, fidelizando a los prestadores que ya cuentan con el Sello y motivando a los potenciales, a través de una mayor comunicación y generando mayores y mejores incentivos.

Para la Distinción S durante el 2016 se lanzará un **nuevo sello de sustentabilidad** para turoperadores (TTOO). Durante el año se desarrollará los nuevos criterios en la gestión de los TTOO. Hoy existen y 9 empresas² de turoperadores que se están pilotando y que se espera contar con el sello S para TTOO en la fecha de lanzamiento.

Durante el 2016 se ejecutara la primera **Cumbre Nacional de Turismo Aventura** en conjunto con ATTA, en la región de Los Ríos. Este evento busca brindar una instancia de intercambio de información, experiencias, conocimiento técnico, técnicas de comercialización, etc. a prestadores de turismo aventura de nuestro país. En este contexto, es de nuestro interés destacar que todas las actividades de turismo aventura que se desarrollan en nuestro país lo hacen en un marco de seguridad para los turistas.

En lo que respecta a Fortalecimiento del Capital Humano, a los esfuerzos que se han venido realizando se espera para el 2016 capacitar en una alianza con SENCE, a 150 mujeres del **Programa +Capaz Mujer Emprendedora** en una primera experiencia en las regiones de Araucanía (Nueva Imperial), Los Lagos (Ancud y San Juan de la Costa) y Tarapacá (por definir), con el objetivo de entregar herramientas a las artesanas para mejor gestión y vincularlas con el sector turístico para iniciar una posible relación comercial entre ambos.

Durante el 2016 se llevará a cabo el **2º Encuentro Nacional de Capital Humano “A conversar”**, a realizarse en la Región Metropolitana, que busca agrupar a distintos actores de la industria para potenciar la articulación entre estos y mejorar las competencias técnicas. En este encuentro se expondrán los primeros resultados de los compromisos y mesas de diálogos desarrollados en el año.

En esta línea de Trabajo también se llevará a cabo el **1º Seminario Internacional de Turismo Accesible**, organizado junto a la Organización Mundial del Turismo (OMT) y que tiene por objetivo compartir mejores prácticas y lecciones aprendidas, tanto de experiencias nacionales, como extranjeras, informarse de las tendencias y desafíos a nivel internacional y mejorar la colaboración

² Pilotos: Gran Patagonia, Bicicleta Verde, Andes nativa, Smartrip, Turavion, Protours, Novojet, Andina del Sud.

entre actores como factor clave, para el desarrollo de productos y el fortalecimiento de destinos accesibles. Este se llevará a cabo en la Región Metropolitana.

En materia de gestión municipal durante el año 2016 se realizará nuevamente el **Encuentro de Coordinadores Municipales de Turismo**, en la región de Coquimbo donde se espera contar con la participación de 200 municipios del país.

Trabajaremos y se concentrarán los esfuerzos por aumentar la accesibilidad de los chilenos y chilenas al turismo a través de los Programas Turismo Familiar, Gira de Estudio y Vacaciones Tercera Edad.

En el 2016 se ejecutará la segunda temporada del **Programa Turismo Familiar** beneficiando a 10.500 personas que corresponden a más de 2.600 familias vulnerables del país, destacándose que se espera beneficiar a más de 2.000 mujeres jefas de hogar. La ejecución del 2016 significará un incremento en el beneficio de un 20,2% respecto al año anterior, lo que tendrá un costo de mil doscientos quince millones en subsidio.

En el **Programa Gira de Estudio** se espera incrementar en un 12,4% los beneficiarios y las beneficiarias del programa, lo que se traduce en llevar a través del programa a 22.146 pasajeros/as (incluyendo la modalidad nacional e intrarregional), lo que implica la ejecución de dos mil doscientos setecientos ochenta millones de pesos en subsidio.

Para el año 2016 se busca incrementar la participación de escuelas públicas, para ello SERNATUR firmó un convenio con el Ministerio de Educación, para que estudiantes de establecimientos educacionales municipales (DAEM o Corporación Municipal) pudieran acceder a giras de estudios, mejorando de esta forma sus condiciones de aprendizaje.

Para el **Programa Vacaciones Tercera Edad** se espera contribuir con la tercera edad en esparcimiento y descanso para un total de 50.914 beneficiarios y beneficiarias del país, lo que implica aumentar en un 22,75% los pasajeros respecto al 2015. Para este año SERNATUR ha puesto a disposición alrededor de cinco mil 90 millones de pesos en subsidio para activar la industria y reducir la estacionalidad.

En lo que respecta a la promoción del país, los esfuerzos serán dirigidos a la promoción nacional e internacional. Respecto a la promoción nacional se busca **favorecer la diversificación de la oferta turística** mediante la generación de encadenamientos con los rubros gastronómicos y la puesta en valor de la oferta turístico cultural, a través de la participación en vitrinas como las ferias Chile a La Carta y Artesanías y Turismo, entre otras instancias.

También buscaremos **promover productos y destinos emergentes** para el turismo interno, con características e identidad cultural y de alto valor patrimonial, a través de campañas comunicacionales en medios digitales, mediante activaciones de alto impacto, así como a través de llamados tácticos que propicien la toma de decisión de viajar durante todo el año por el país.

El principal desafío es apoyar al **fortalecimiento de la oferta de prestadores turísticos emprendedores e innovadores insertos en destinos emergentes**, por medio de la entrega de herramientas que apoyen su inserción al canal de comercialización, así como que ayuden a

incrementar sus ventas directas. Para ello desarrollaremos un trabajo de capacitación en conjunto con ACHET, para preparar su participación en la V Feria Internacional de Turismo VYVA 2016.

Co Organización de la **V Feria de Turismo Internacional VYVA 2016** (Viajes y Vacaciones), en conjunto con ACHET (Asociación Chilena de Empresas de Turismo), instancia que contará con la participación de las 15 regiones de Chile con una puesta en valor de las pymes de nuestro país, además de las principales empresas de turismo emisoro y receptoro del Chile, así como de expositores de otros países. Dicha feria será la vitrina de oferta innovadora y emergente para el público capitalino y contará con instancias de relacionamiento comercial, a través de ruedas de negocios nacional e internacional, que permitirán generar más de 1.500 reuniones comerciales, abriéndose oportunidades de negocios para el turismo receptoro chileno y para prestadores de servicios turísticos.

En el ámbito de la Promoción Internacional se implementará el **Plan de acción establecido en el Plan de marketing Turístico Internacional (2016-2018)**, el cual ha definido mercados geográficos prioritarios y segmentos específicos a los cuales comunicar. Para ello se ha asignado un presupuesto de más de 10 mil millones de pesos.

Trabajaremos en contar con un **nuevo posicionamiento de imagen del sector turismo para el extranjero**, el que se verá traducido en llamados de campañas y en la comunicación visual, los que se desplegarán en todos los soportes, tanto digitales (nuevo portal web chile.travel y plataformas complementarias) como offline (campañas en medios masivos). Buscaremos de manera conjunta con la industria turística, mediante el apoyo de un plan de acción que promueva el posicionamiento de ésta y de los destinos, en el canal comercial emisoro de los mercados geográficos meta. Lo anterior a través de la participación en ferias de turismo, generación de campañas cooperadas, organización de eventos comerciales turísticos y apoyo al conocimiento de la oferta turística in situ del canal operador extranjero a través de tours de familiarización

5. Anexos

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

Anexo 1: Identificación de la Institución

a) Definiciones Estratégicas

Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución:	<ul style="list-style-type: none"> - 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 2015	<p>Se incluye un presupuesto total de M\$ 25.642.672 para el año 2015, lo que representa un incremento de 1% (M\$ 918.584) respecto a la Ley Inicial. En comparación a la Ley de presupuestos año 2014, se presentó un incremento de M\$ 2.931.391, lo que equivale a un 1,1% de variación.</p> <p>En SERNATUR se incluyen M\$ 6.594.657 para la ejecución (Subsidio) del Programa Promoción Turística en el extranjero. Dicho programa experimenta un incremento de M\$ 200.851 respecto a la Ley 2014.</p> <p>Los programas Tercera Edad y Giras de Estudio incluyen un total de M\$ 6.983.107 para la ejecución (Subsidio). En el caso del Programa Vacaciones Tercera Edad, se experimentó un incremento de M\$ 806.711 con respecto a la Ley año 2014, y el Programa Giras de Estudio presentó un incremento de M\$ 146.897 con respecto al año anterior.</p> <p>Desde la Subsecretaría de Turismo se transfieren mediante convenio recursos por M\$ 1.030.000 para la implementación y ejecución de un nuevo programa social, llamado "Turismo Familiar".</p>

- **Objetivos Estratégicos**

Número	Descripción
1	Ejecutar acciones de promoción y difusión de los productos y destinos turísticos del país, a través de la participación y acción coordinada de los actores públicos y privados, para generar crecimiento en la industria turística.
2	Promover la competitividad 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.

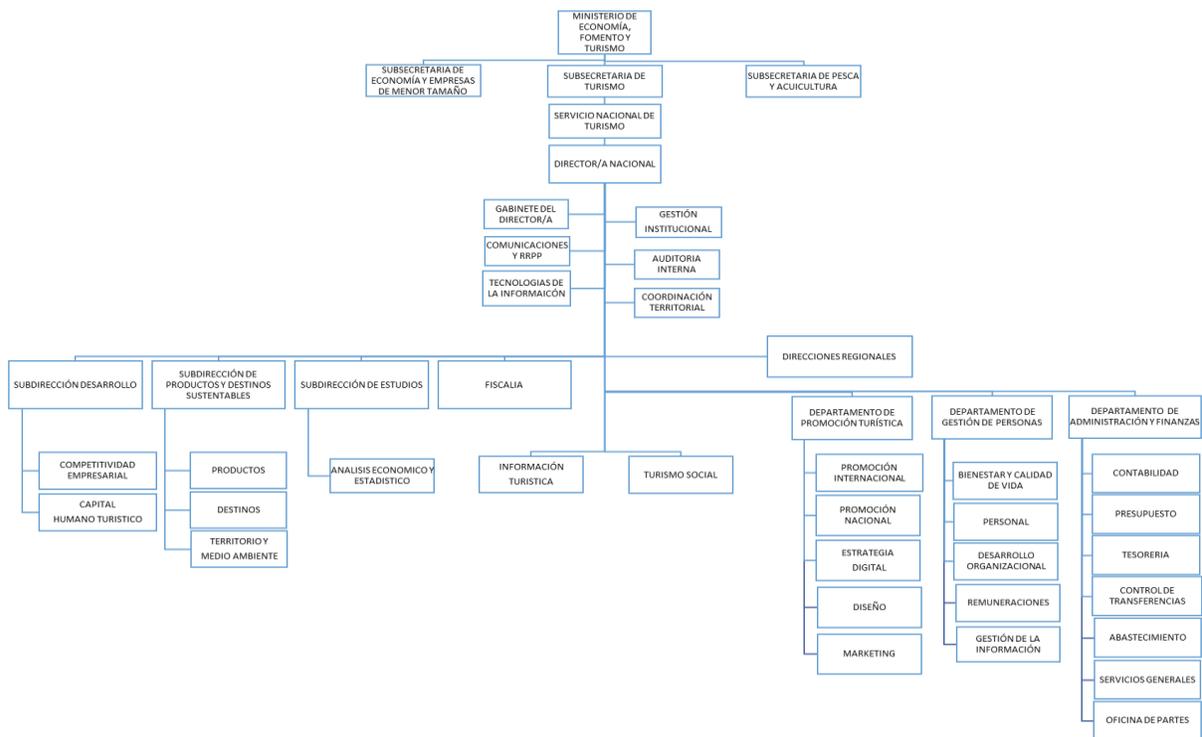
- Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

Número	Nombre - Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	Diseño, elaboración, publicación y/o difusión de información turística general y especializada relacionada con el sector turismo a través de los distintos espacios de atención.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11.
2	Diseño e implementación de los planes de marketing y promoción de los productos turísticos, a través de distintos canales de comunicación de la oferta turística chilena.	1, 2, 3, 7, 11.
3	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, 3, 6, 8, 9, 10, 11.
4	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.	4, 5, 7, 8, 11.
5	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, 6, 7, 8, 9, 10, 11
6	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, 3, 4, 5, 7, 8, 11.

- Clientes / Beneficiarios / Usuarios

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

b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



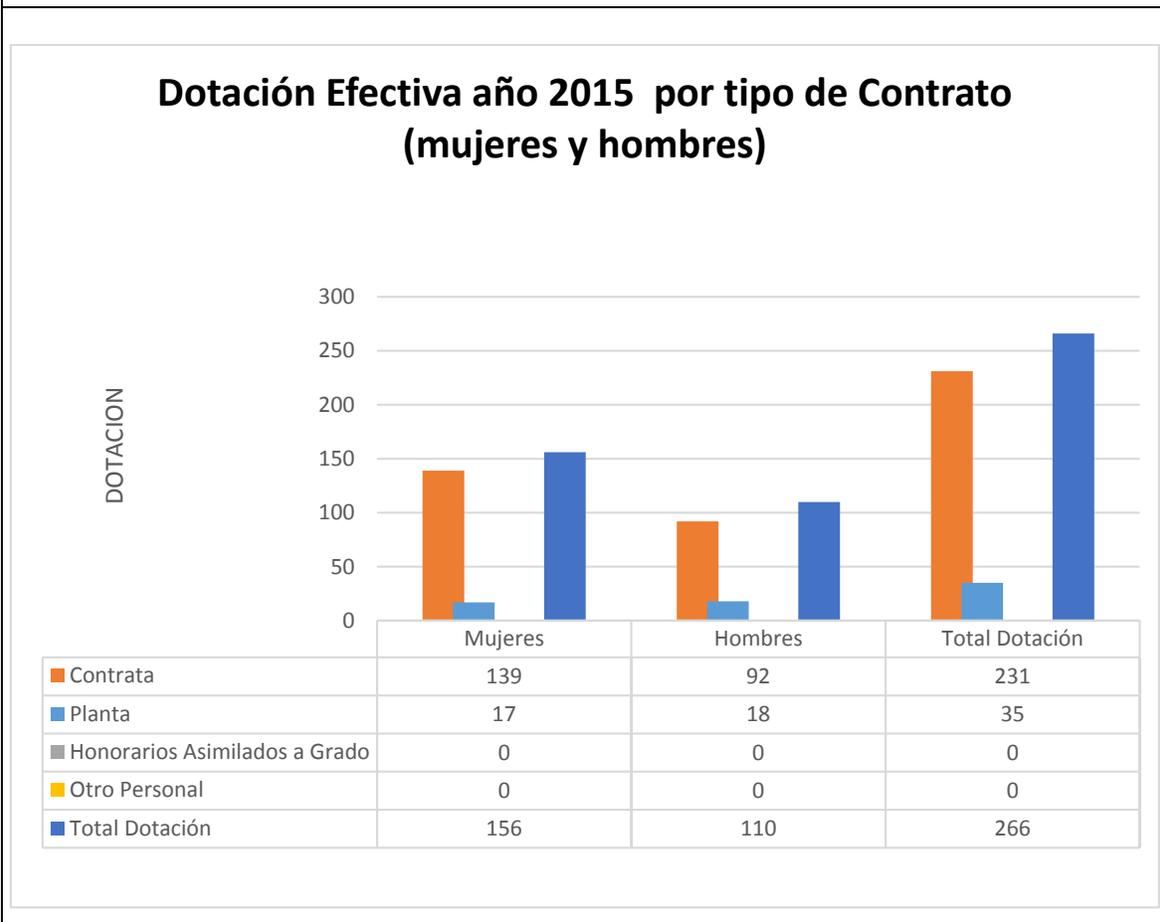
c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director/a Nacional	Omar Hernández Alcayaga
Fiscal	Carlos García
Subdirector/a de Desarrollo	Beatriz Roman Alzerreca
Subdirector/a de Estudios (S)	Rafael Basualto
Subdirector/a de Productos y Destinos Sustentables (PT)	Militza Aguirre
Director/a Regional Arica y Parinacota (PT)	Angela Lázaro
Director/a Regional Tarapacá	Carolina Quinteros
Director/a Regional Antofagasta	Claudio Yáñez
Director/a Regional Atacama	Daniel Díaz
Director/a Regional Coquimbo	Luis Alberto Duarte
Director/a Regional Valparaíso	Katrina Sanguinetti
Director/a Regional O'Higgins (S)	Manuel Díaz
Director/a Regional Maule	Carolina Reyes
Director/a Regional Bio-Bío (PT)	Paola Núñez
Director/a Regional Araucanía	Richard Quintana
Director/a Regional Los Ríos	Pedro Burgos
Director/a Regional Los Lagos	Claudia Díaz
Director/a Regional Aysén	Gabriel Inostroza
Director/a Regional Magallanes	Lorena Araya
Director/a Regional Metropolitana	Felipe Vásquez

Anexo 2: Recursos Humanos

a) Dotación de Personal

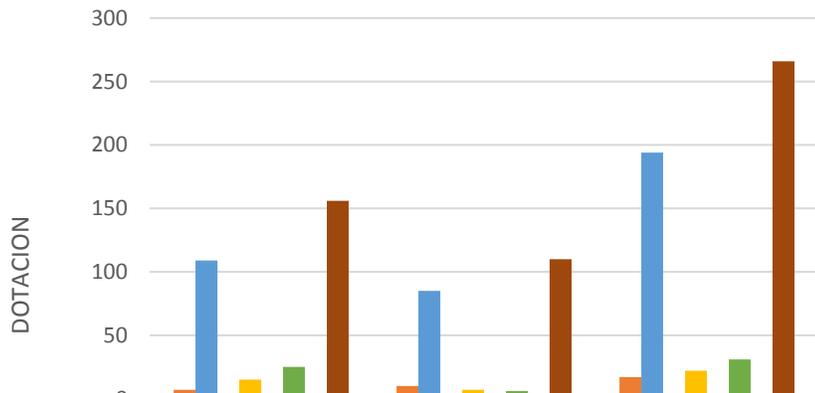
Dotación Efectiva año 2015³ por tipo de Contrato (mujeres y hombres)



³ Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de las leyes Nos 15.076 y 19.664, jornales permanentes y otro personal permanente afecto al código del trabajo, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2015. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no se contabiliza como personal permanente de la institución.

Dotación Efectiva año 2015 por Estamento (mujeres y hombres)

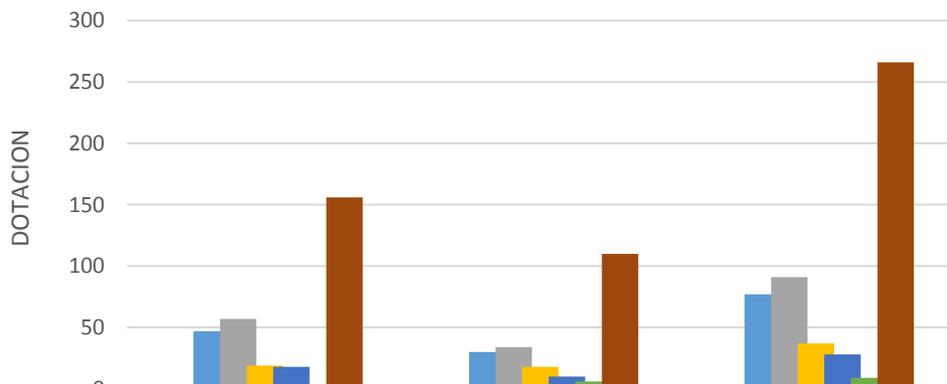
**Dotación Efectiva año 2015 por Estamento
(mujeres y hombres)**



	Mujeres	Hombres	Total Dotación
Directivos	7	10	17
Profesionales	109	85	194
Fiscalizadores	0	0	0
Técnicos	15	7	22
Jefaturas	0	0	0
Administrativos	25	6	31
Auxiliares	0	2	2
Total Dotación	156	110	266

Dotación Efectiva año 2015 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)

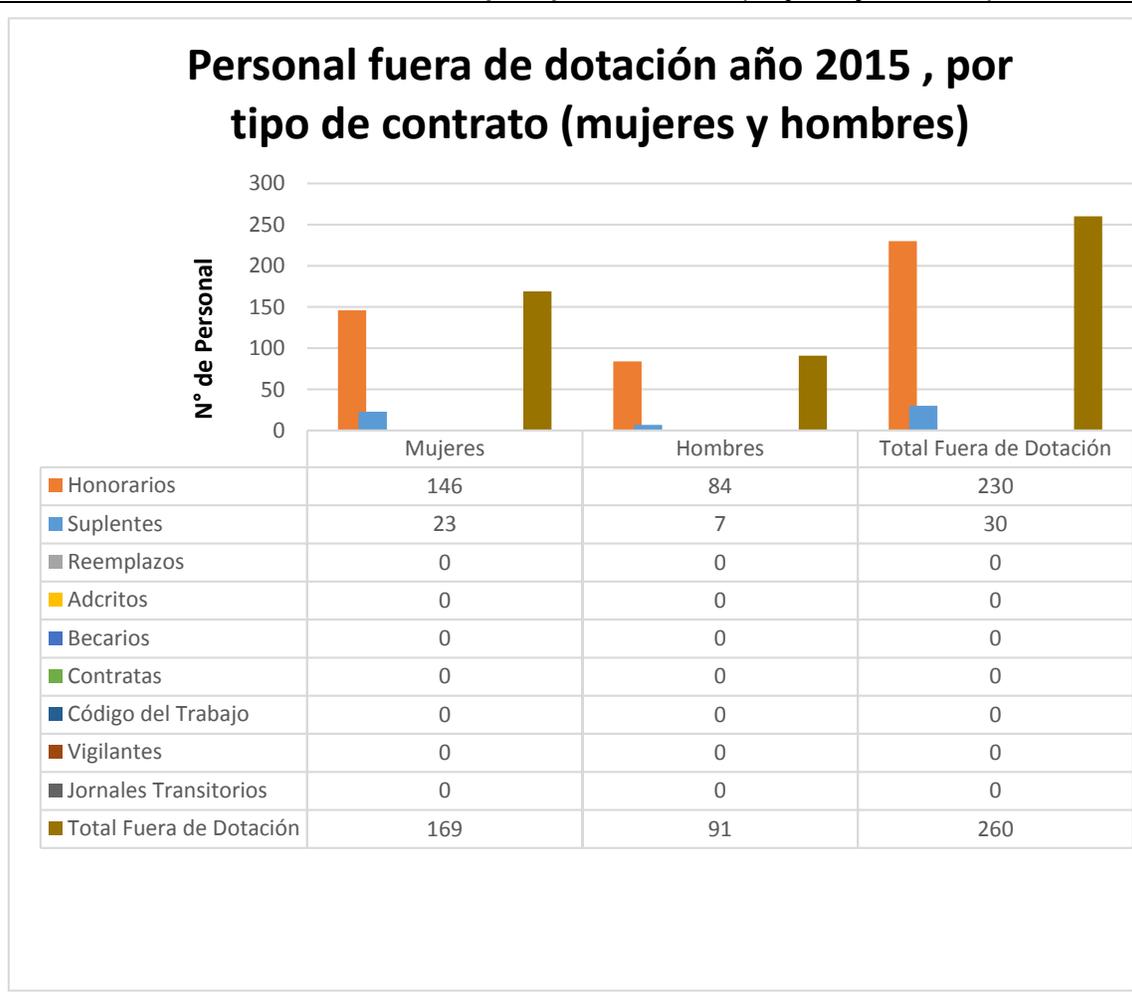
Dotación Efectiva año 2015 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



	Mujeres	Hombres	Total Dotación
■ 24 años o menos	1	0	1
■ 25 – 34 años	47	30	77
■ 35 – 44 años	57	34	91
■ 45 – 54 años	19	18	37
■ 55 – 64 años	18	10	28
■ 65 años y más	3	6	9
■ Total Dotación	156	110	266

b) Personal fuera de dotación

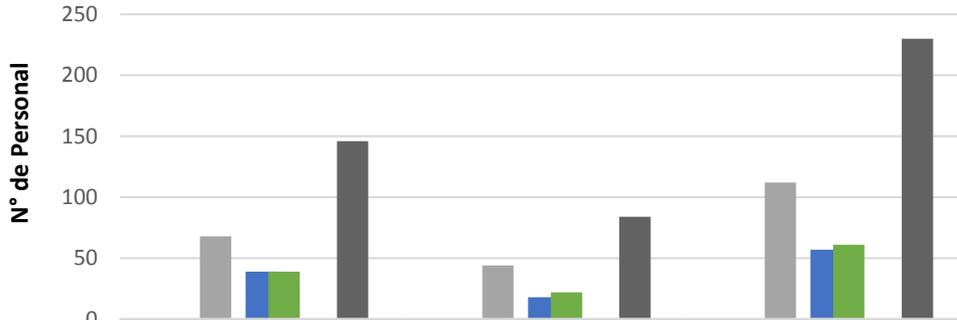
Personal fuera de dotación año 2015⁴, por tipo de contrato (mujeres y hombres)



⁴ Corresponde a toda persona excluida del cálculo de la dotación efectiva, por desempeñar funciones transitorias en la institución, tales como cargos adcritos, 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 2015.

Personal a honorarios año 2015 según función desempeñada (mujeres y hombres)

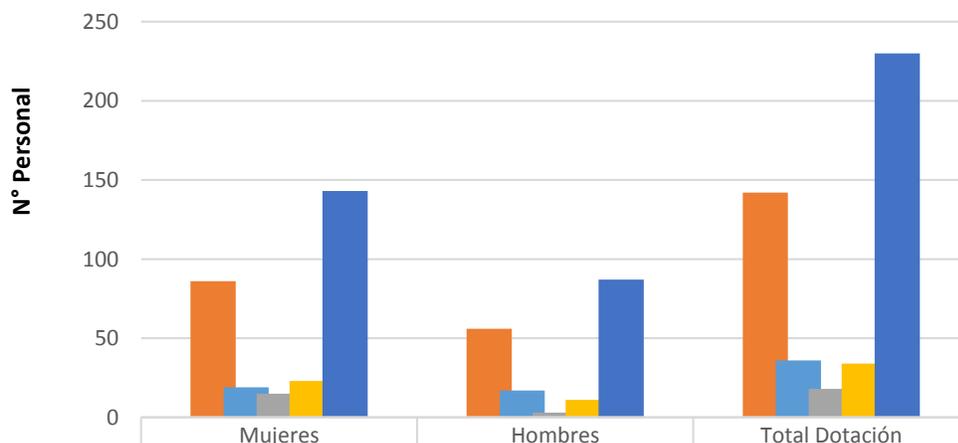
Personal a honorarios año 2015 según función desempeñada (mujeres y hombres)



	Mujeres	Hombres	Total Dotación
Directivos	0	0	0
Jefaturas	0	0	0
Profesionales	68	44	112
Fiscalizadores	0	0	0
Técnicos	39	18	57
Administrativos	39	22	61
Auxiliares	0	0	0
Personal Área Médica	0	0	0
Total Dotación	146	84	230

Personal a honorarios año 2015 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)

Personal a honorarios año 2015 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)



	Mujeres	Hombres	Total Dotación
1 año o menos	86	56	142
Más de 1 año y hasta 2	19	17	36
Más de 2 año y hasta 3	15	3	18
Más de 3 años	23	11	34
Total Dotación	143	87	230

c) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 1

Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁵		Avance ⁶	Notas
		2014	2015		
1. Reclutamiento y Selección					
1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata ⁷ cubiertos por procesos de reclutamiento y selección ⁸	$(\text{N}^\circ \text{ de ingresos a la contrata año } t \text{ vía proceso de reclutamiento y selección} / \text{Total de ingresos a la contrata año } t) * 100$	0%	31.25%	-	
1.2 Efectividad de la selección	$(\text{N}^\circ \text{ ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección en año } t, \text{ con renovación de contrato para año } t+1 / \text{N}^\circ \text{ de ingresos a la contrata año } t \text{ vía proceso de reclutamiento y selección}) * 100$	0%	100%	-	
2. Rotación de Personal					
2.1 Porcentaje de egresos del servicio respecto de la dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios que han cesado en sus funciones o se han retirado del servicio por cualquier causal año } t / \text{Dotación Efectiva año } t) * 100$	19.9%	17.30%	115.02	
2.2 Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación.					
- Funcionarios jubilados	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios Jubilados año } t / \text{Dotación Efectiva año } t) * 100$	0.38%	4.13%	1086	
• Funcionarios fallecidos	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios fallecidos año } t / \text{Dotación Efectiva año } t) * 100$	0	0.37%	-	
- Retiros voluntarios					
o con incentivo al retiro	$(\text{N}^\circ \text{ de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	0.38%	4.13%	1086	
o otros retiros voluntarios	$(\text{N}^\circ \text{ de retiros otros retiros voluntarios año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	9.96%	5.63%	176,9	
• Otros	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios retirados por otras causales año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	9.57%	7.14%	134.03	
2.3 Índice de recuperación de funcionarios	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios ingresados año } t / \text{N}^\circ \text{ de funcionarios en egreso año } t) * 100$	117.3%	110.6 ^c	94.2	
3. Grado de Movilidad en el servicio					

5 La información corresponde al período Enero 2015 - Diciembre 2015 y Enero 2014 - Diciembre 2014, según corresponda.

6 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.

7 Ingreso a la contrata: No considera el personal a contrata por reemplazo, contratado conforme al artículo 11 de la ley de presupuestos 2015.

8 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 ⁵		Avance ⁶	Notas
		2014	2015		
3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	$(\text{N}^\circ \text{ de Funcionarios Ascendidos o Promovidos}) / (\text{N}^\circ \text{ de funcionarios de la Planta Efectiva}) * 100$	0	0	0	
3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios contratados.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontractados en grado superior, año t}) / (\text{Total contratos efectivos año t}) * 100$	18%	20.78%		
4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal					
4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año t} / \text{Dotación efectiva año t}) * 100$	53	57%	107.5	
4.2 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	$\sum (\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas en act. de capacitación año t} * \text{N}^\circ \text{ participantes en act. de capacitación año t}) / \text{N}^\circ \text{ de participantes capacitados año t}$	10.6	9.39	88.5	
4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia ⁹	$(\text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t} / \text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación en año t}) * 100$	44	6.89%	16.65	
4.4 Porcentaje de becas ¹⁰ otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año t} / \text{Dotación efectiva año t}) * 100$	0	0	0	
5. Días No Trabajados					
5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas, según tipo.					
• Licencias médicas por enfermedad o accidente común (tipo 1).	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas tipo 1, año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	0.99	1.48	66.9	
• Licencias médicas de otro tipo ¹¹	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas de tipo diferente al 1, año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	0.63	1.25	198.4	
5.2 Promedio Mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones.	$(\text{N}^\circ \text{ de días de permisos sin sueldo año t} / 12) / \text{Dotación Efectiva año t}$	0.29	0.23	79.3	
6. Grado de Extensión de la Jornada					

9 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.

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

11 No considerar como licencia médica el permiso postnatal parental.

Cuadro 1

Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados ⁵		Avance ⁶	Notas
		2014	2015		
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	$(\text{N}^\circ \text{ de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año } t/12) / \text{Dotación efectiva año } t$	0.75	1.054	140	
7. Evaluación del Desempeño¹²					
7.1 Distribución del personal de acuerdo a los resultados de sus calificaciones.	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 1 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	96.12	99.6%	-	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 2 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	3.87	0.40%	-	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 3 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	0	0	0	
	$\text{N}^\circ \text{ de funcionarios en lista 4 año } t / \text{Total funcionarios evaluados en el proceso año } t$	0	0	0	
7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño ¹³ 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	NO		
8. Política de Gestión de Personas					
Política de Gestión de Personas ¹⁴ 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		
9. Regularización de Honorarios					
9.1 Representación en el ingreso a la contrata	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios traspasadas a la contrata año } t / \text{Total de ingresos a la contrata año } t) * 100$	3.28%	7.79%	42.1	
9.2 Efectividad proceso regularización	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios traspasadas a la contrata año } t / \text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t-1) * 100$	0	23.07%	-	
9.3 Índice honorarios regularizables	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t / \text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t-1) * 100$	100%	100%	-	

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

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

14 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

Cuadro 2			
Ingresos y Gastos devengados año 2014 – 2015			
Denominación	Monto Año 2014 M\$¹⁵	Monto Año 2015 M\$	Notas
INGRESOS	25.311.823	25.575.988	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	0	1.108.138	1
OTROS INGRESOS CORRIENTES	377.654	233.528	
APORTE FISCAL	24.932.351	24.233.145	
RECUPERACION DE PRESTAMOS	1.818	1.177	
SALDO INICIAL DE CAJA	0		
GASTOS	25.962.591	25.594.695	
GASTOS EN PERSONAL	7.355.617	7.565.024	
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.256.712	2.095.191	
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	126.504	261.801	2
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	15.682.145	15.175.526	
OTROS GASTOS CORRIENTES		16.295	3
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	105.343	289.466	
INICIATIVAS DE INVERSION	234.823	67.500	
SERVICIO DE LA DEUDA	201.447	123.892	
RESULTADO	-650.768	-18.707	

1. Considera transferencias efectuadas por la Administradora del Fondo para la Bonificación por Retiro y por convenio con la Subsecretaría de Turismo.
2. Presupuesto corresponde a indemnizaciones a directivos ADP y bonificación por retiro de personal que se acoge a dicho beneficio.
3. Corresponde a devoluciones por retención a contratistas por ejecución de iniciativas de inversión, de proyecto Conservación señales informativas turísticas, Rutas Chile.

¹⁵ La cifras están expresadas en M\$ del año 2015. El factor de actualización de las cifras del año 2014 es 1,0435.

b) Comportamiento Presupuestario año 2015

Cuadro 3
Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2015

Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial ¹⁶ (M\$)	Presupuesto Final ¹⁷ (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia ¹⁸ (M\$)	Notas ¹⁹
			INGRESOS	24.724.088	25.500.723	25.575.988	-75265	
05			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	1.030.000	1.108.138	1.108.138	0	
	01		Del Sector Privado	0	78.138	78.138	0	
		003	Administradora del Fondo para Bonificación por Retiro	0	78.138	0	78.138	
		999	Otros	0		78.138	-78.138	
	02		Del Gobierno Central	1.030.000	1.030.000	1.030.000	0	
		129	Subsecretaria de Turismo	1.030.000	1.030.000	1.030.000	0	
08			OTROS INGRESOS CORRIENTES	158.263	158.263	233.528	-75.265	
	01		Recuperaciones y Reembolsos por Licencias Médicas	143.222	143.222	182.786	-39.564	
	99		Otros	15.041	15.041	50.742	-35.701	
09			APORTE FISCAL	23.535.815	24.233.145	24.233.145	0	
	01		Libre	23.535.815	24.233.145	24.233.145	0	
12			RECUPERACION DE PRESTAMOS	0	1.177	1.177	0	
	10		Ingresos por Percibir	0	1.177	1.177	0	
							0	
			GASTOS	24.724.088	25.687.002	25.594.695	92.307	
							0	
21			GASTOS EN PERSONAL	7.030.462	7.606.507	7.565.024	41.483	
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.176.470	2.102.776	2.095.191	7.585	
23			PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	0	261.800	261.801	-1	
	03		Prestaciones Sociales del Empleador	0	261.800	261.801	-1	
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	15.271.441	15.216.441	15.175.526	40.915	

16 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

17 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2015.

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.

	01	Al Sector Privado	15.271.441	15.216.441	15.175.526	40.915
	131	Programa de Promoción Turística	6.895.898	6.895.898	6.877.433	18.465
	132	Programa Vacaciones Tercera Edad	5.114.175	5.059.175	5.044.695	14.480
	133	Programa Giras de Estudio	2.231.368	2.231.368	2.228.177	3.191
	135	Programa Turismo Familiar	1.030.000	1.030.000	1.025.221	4.779
26		OTROS GASTOS CORRIENTES	0	16.295	16.295	0
	01	Devoluciones	0	16.295	16.295	0
29		ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	245.715	291.791	289.466	2.325
	03	Vehículos	30.754	33.891	33.891	0
	04	Mobiliario y Otros	0	21.721	21.544	177
	05	Máquinas y Equipos	0	12.324	10.954	1.370
	06	Equipos Informáticos	18.128	85.741	85.346	395
	07	Programas Informáticos	196.833	138.114	137.731	383
31		INICIATIVAS DE INVERSION	0	67.500	67.500	0
	02	Proyectos	0	67.500	67.500	0
34		SERVICIO DE LA DEUDA	0	123.892	123.892	0
	07	Deuda Flotante	0	123.892	123.892	0
		RESULTADO	-10	-186.279	-18.707	-167.572

c) Indicadores Financieros

Cuadro 4
Indicadores de Gestión Financiera

Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo ²⁰			Avance ²¹ 2015/ 2014	Notas
			2013	2014	2015		
Comportamiento del Aporte Fiscal (AF)	AF Ley inicial / (AF Ley vigente – Políticas Presidenciales ²²)		0,99	0,90	0,97	1,07	
Comportamiento de los Ingresos Propios (IP)	[IP Ley inicial / IP devengados]						
	[IP percibidos / IP devengados]						
Comportamiento de la Deuda Flotante (DF)	[IP percibidos / Ley inicial]						
	[DF/ Saldo final de caja]		0,91	0,31	6,62	21,39	
	(DF + compromisos cierto no devengados) / (Saldo final de caja + ingresos devengados no percibidos)		0,91	0,31	7,07	22,77	

20 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2015. Los factores de actualización de las cifras de los años 2013 y 2014 son 1.0927 y 1.0435 respectivamente.

21 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.

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

d) Fuente y Uso de Fondos

Cuadro 5
Análisis del Resultado Presupuestario 2015²³

Código	Descripción	Saldo Inicial	Flujo Neto	Saldo Final
FUENTES Y USOS		194.305	-18.700	175.605
Carteras Netas		0	-76.794	-76.794
115	Deudores Presupuestarios	0	810	810
215	Acreedores Presupuestarios	0	-77.604	-77.604
Disponibilidad Neta		5.383.256	-1.543.136	3.840.120
111	Disponibilidades en Moneda Nacional	5.380.458	-1.542.279	3.838.179
112	Disponibilidad en Moneda Extranjera	2.798	-857	1.941
Extrapresupuestario neto		-5.188.951	1.601.230	-3.587.721
114	Anticipo y Aplicación de Fondos	6.093.237	2.002.736	8.095.973
116	Ajustes a Disponibilidades	10.224	1	10.225
119	Trasposos Interdependencias	0	3.113.123	3.113.123
214	Depósitos a Terceros	-11.248.510	-398.304	-11.646.814
216	Ajustes a Disponibilidades	-43.902	-3.196	-47.098
219	Trasposos Interdependencias	0	-3.113.130	-3.113.130

e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

Cuadro 6
Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2015

Denominación	Ley Inicial	Presupuesto Final	Devengado	Observaciones
INGRESOS	24.724.088	25.687.002	25.575.988	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	1.030.000	1.108.138	1.108.138	
OTROS INGRESOS CORRIENTES	158.263	158.263	233.528	
APORTE FISCAL	23.535.815	24.233.145	24.233.145	
RECUPERACION DE PRESTAMOS	0	1177	1177	
SALDO INICIAL DE CAJA	10	186.279	0	
GASTOS	24.724.088	25.687.002	25.594.695	
GASTOS EN PERSONAL	7.030.462	7.606.507	7.565.024	

²³ Corresponde a ingresos devengados – gastos devengados.

BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.176.470	2.102.776	2.095.191
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	0	261.800	261.801
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	15.271.441	15.216.441	15.175.526
OTROS GASTOS CORRIENTES	0	16.295	16.295
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	245.715	291.791	289.466
INICIATIVAS DE INVERSIÓN	0	67.500	67.500
SERVICIO DE LA DEUDA	0	123.892	123.892
RESULTADO	0	0	-18.707

f) Transferencias²⁴

Cuadro 7
Transferencias Corrientes

Descripción	Presupuesto Inicial 2015 ²⁵ (M\$)	Presupuesto Final 2015 ²⁶ (M\$)	Gasto Devengado (M\$)	Diferencia ²⁷	Notas
TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO	15.271.441	15.216.441	15.175.526	40.915	
Gastos en Personal	584.652	584.652	559.001	25.651	
Bienes y Servicios de Consumo	70.375	70.375	70.059	316	
Inversión Real	0	0	0	0	
Otros	14.616.414	14.561.414	14.546.466	14.948	
TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS					
Gastos en Personal					
Bienes y Servicios de Consumo					
Inversión Real					
Otros ²⁸					
TOTAL TRANSFERENCIAS	15.271.441	15.216.441	15.175.526	40.915	

g) Inversiones²⁹

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

25 Corresponde al aprobado en el Congreso.

26 Corresponde al vigente al 31.12.2015

27 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

28 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

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

Cuadro 8
Comportamiento Presupuestario de las Iniciativas de Inversión año 2015

Iniciativas de Inversión	Costo Total Estimado ³⁰	Ejecución Acumulada al año 2015 ³¹	% Avance al Año 2015	Presupuesto Final 2015 ³²	Ejecución Año 2015 ³³	Saldo por Ejecutar	por Notas
	(1)	(2)	(3) = (2) / (1)	(4)	(5)	(7) = (4) - (5)	

Equipamiento Plan Interpretación Cementerio General	de	67.500	67.500	100%	67-500	67.500	0	
---	----	--------	--------	------	--------	--------	---	--

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

31 Corresponde a la ejecución de todos los años de inversión, incluyendo el año 2015.

32 Corresponde al presupuesto máximo autorizado para el año 2015.

33 Corresponde al valor que se obtiene del informe de ejecución presupuestaria devengada del año 2015.

Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2015

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

N°	Producto Estrategico	Nombre Indicador	Formula Indicador	Unidad de Medida	Efectivo			Meta	Logro ¹	Notas
					2013	2014	2015	2015	%	
1	Programas de turismo interno	Porcentaje de beneficiarios/as viajados/as a través del Programa Gira de Estudio del total de potenciales beneficiarios/as del programa Enfoque de Género: No	(N° de participantes viajados a través del Programa Gira de Estudio año t/N° Total de potenciales participantes del programa año t-1)*100	%	2.01 (19479.00/ 968769.00) *100	2.64 (23580.00/89 1954.00) *100	2.14 (19701.00/ 918482.00) *100	2.22 (20354.00/ 918432.00) *100	96%	1
2	Programas de turismo interno	Porcentaje de adultos/as mayores viajados/as a través del Programa Vacaciones Tercera Edad del total de adultos/as mayores del país (Censo 2002) Enfoque de Género: Si	(N° de adultos/as mayores viajados/as por el Programa año t/Total de adultos/as mayores del país Censo 2002 (Dato INE))*100 Hombres: Mujeres	%	2.39 (41026.00/ 1717478.0 0)*100 H: 0.00 M: 0.00	2.31 (39689.00/17 17478.00) *100 H: 0.00 M: 0.00	2.41 (41477.00/ 1717478.0 0)*100 H: 0.63 (10841.00/ 1717478.0 0)*100 M: 1.78 (30636.00/ 1717478.0 0)*100	2.38 (40954.00/ 1717478.0 0)*100 H: 0.00 M: 0.00	100%	2
3	Información Sectorial	Promedio mensual de visitas únicas a los sitios web dispuestos por Sernatur Enfoque de Género: No	(Total de visitas a los sitios web dispuestos por Sernatur en el año t/12)	personas	266823 (3201870/1 2)	307437 (3689245/12)	396980 (4763758/1 2)	250000 (3000000/ 12)	100%	3

4	Programas de turismo interno	<p>Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en los Programas de Turismo Social del total de noches cama disponibles en temporada baja y media en los establecimientos participantes de los programas.</p> <p>Enfoque de Género: No</p>	<p>(Número de noches cama ocupadas por los Programas de Turismo Social, en temporadas baja y medio, año t /Número de noches cama disponibles en los establecimientos de alojamiento participantes en los Programas de Turismo Social, en temporadas baja y media, año t)*100</p>	%	18.21 (335961.00/1844966.00)*100	21.37 (375946.00/1759253.00)*100	20.53 (333951.00/1626451.00)*100	19.99 (351617.00/1759253.00)*100	100%	4
---	------------------------------	--	--	---	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	------	---

5	Promoción y desarrollo de la actividad turística	<p>Porcentaje de variación en la llegada de turistas provenientes de mercados prioritarios respecto al año base 2013</p> <p>Enfoque de Género: No</p>	<p>((Número de llegadas de turistas extranjeros al país desde mercados definidos como prioritarios en el año t/Número de llegadas de turistas extranjeros al país desde mercados definidos como prioritarios en el año base 2013) -1)*100</p>	%	0.00 ((2647057.00/2647057.00)-1)*100	0.00	29.99 ((3440801.00/2647057.00)-1)*100	2.00 ((2700000.00/2647057.00)-1)*100	100%	5
---	--	---	---	---	---	------	--	---	------	---

Porcentaje de Logro del Servicio 2	99
------------------------------------	----

- Se considerará como participantes viajado/as (numerador) a todo/as aquello/as alumnos/as y profesores y/o inspectores efectivamente viajados en el marco del Programa Gira de Estudio del año vigente de medición del indicador. Se considerará como potenciales participantes del Programa (denominador) al número total de alumno/as de enseñanza media, pertenecientes a establecimientos de educación de dependencia municipal y particular subvencionados, informados en la encuesta IVE-SINAE del año anterior de medición del indicador, junto con la estimación de profesores y/o inspectores que viajarían junto a la totalidad de alumnos potenciales
- Se considerará como viajes de adultos/as mayores por el Programa año t, al número total de viajes realizados por lo/as beneficiario/as en el marco de VTE durante el año calendario correspondiente a la medición del indicador. El denominador contempla la estimación de adultos/as mayores del país como la cifra total de personas de 60 años y más existentes en el país según Censo 2002.
- Se entenderá por "total de visitas únicas a los sitios web dispuestos por Sematur año t", la sumatoria de visitas a los sitios webs: www.chile.travel, www.chileestuyo.cl, www.sematur.cl y www.calidadturistica.cl. Las visitas consideradas son: aquellas realizadas entre el 01 de enero y el 31 de diciembre del año de medición y que permanecen al menos 4 segundos en la respectiva página.

Notas

1. 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. Si éste es descendente se divide la meta respecto al valor efectivo. El cociente obtenido se denomina "Porcentaje de logro". Este porcentaje toma valores en el rango entre 0% y 100%.

2. 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%.

- 4 El indicador considera la sumatoria de ocupabilidad noches-cama lograda en cada año por los Programas de Turismo Social: Gira de Estudio y Vacaciones Tercera Edad, que abarcan todas las comunas de destino del programa; así como los establecimientos de alojamiento que recibieron pasajero/as de estos Programas durante el año de medición. El indicador porcentaje de ocupación de noches camas considera como camas disponibles a aquellas existentes en cada establecimiento de alojamiento participante en los Programas durante las temporadas de ejecución definidas para cada comuna en función de sus meses de estacionalidad media y baja. Para el cálculo de la ocupabilidad efectiva de los programas se promediaron las noches de los paquetes de Gira de Estudio y Vacaciones Tercera Edad y se multiplicó por la cantidad de pasajeros propuestos para cada año. Se estima como supuesto la misma oferta de camas del año 2014
- 5 El indicador ha considerado las mediciones de llegada de turistas definidos como aquellas personas residentes en el extranjero que ingresan a Chile por motivos turísticos y pernoctan en el país (RIET, OMT 2009), a través de los pasos fronterizos terrestres y aéreos de Chile. El detalle de mercados prioritarios debe ser informado cada año por la Subdirección de Marketing, vía memorándum, a la Subdirección de Estudios. Los resultados del indicador, durante el transcurso del año, puede sufrir modificaciones como consecuencia de factores exógenos que afecten directamente a los países prioritarios definidos para efectos del cálculo, tales como; desastres naturales, restricciones económicas en los países, eventos deportivos-musicales masivos en países de la región, entre otros. El escenario moderado-positivo del indicador 2015 se sustenta en factores tales como; levantamiento de restricción de compra de dólares en Argentina, que podría ayudar a frenar el alza del dólar formal e informal, recuperación del mercado brasileño luego del freno que ha significado este año el mundial en ese país, la realización de la Copa América en los meses de junio-julio en 8 estadios de nuestro país. El rango de error del indicador se debe medir en puntos porcentuales. El año base 2013 (denominador) se elaborará en base a la definición de los países prioritarios definidos para el año de medición de la meta, por lo que eventualmente podría variar.

Anexo 5: Informe Preliminar³⁴ de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas³⁵ (01 DE JULIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015)

No aplica al Servicio Nacional de Turismo

Anexo 6: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2015

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de Gestión				Prioridad	Ponderador asignado	Ponderador obtenido	Cumple Objetivos de Gestión Sistema
			Etapas de Desarrollo o Estados de							
			I	II	III	IV				
Marco Básico	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional	O				Alta	80.00%	77.00%	✓
Marco de la Calidad	Gestión de la Calidad	Sistema de Gestión de la Calidad (ISO 9001)				O	Mediana	20.00%	20.00%	✓
Porcentaje Total de Cumplimiento :									97.00	

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

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

DETALLE EVALUACIÓN SISTEMA DE MONITOREO DEL DESEMPEÑO INSTITUCIONAL

**OBJETIVO DE GESTIÓN N°1 - INDICADORES DE DESEMPEÑO ASOCIADOS A PRODUCTOS ESTRATÉGICOS
(Cumplimiento Metas)**

Indicador	Ponderación Formulario Incentivo	Meta 2015	% Cumplimiento indicador informado por el Servicio	Ponderación obtenida Formulario Incentivo, informado por el Servicio	Efectivo 2015 (evaluación final)	% Cumplimiento final indicador Incentivo (evaluación final)	Ponderación obtenida Formulario Incentivo (evaluación final)
Porcentaje de beneficiarios/as viajados/as a través del Programa Gira de Estudio del total de potenciales beneficiarios/as del programa	10.00	2,22	96.40	10.00	2.14	96.40	10.00
Porcentaje de adultos/as mayores viajados/as a través del Programa Vacaciones Tercera Edad del total de adultos/as mayores del país (Censo 2002)	10.00	2,38	101.26	10.00	2.41	101.26	10.00
Promedio mensual de visitas únicas a los sitios web dispuestos por Sernatur	10.00	250000	158.79	10.00	396980.00	158.79	10.00
Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en los Programas de Turismo Social del total de noches cama disponibles en temporada baja y	10.00	19,99	102.70	10.00	20.53	102.70	10.00

media en los establecimientos participantes de los programas.							
Porcentaje de variación en la llegada de turistas provenientes de mercados prioritarios respecto al año base 2013	10.00	2,00	1499.50	10.00	29.99	1499.50	10.00
Total:	50.00			50.00			50.00

OBJETIVO DE GESTIÓN N°2 - INDICADORES TRANSVERSALES (Medir, informar a las respectivas redes de expertos y publicar sus resultados)

Indicador	Efectivo 2015 (informado por el Servicio)	Efectivo 2015 (evaluación final)	Cumplimiento Requisitos Técnicos
Porcentaje de compromisos del Plan de Seguimiento de Auditorías implementados en el año t	53	53.00	Si
Porcentaje de controles de seguridad de la información implementados respecto del total definido en la Norma NCh-ISO 27001 en el año t	0	0.00	No
Porcentaje de iniciativas para la descentralización del Plan de Descentralización implementadas en el año t	75	75.00	Si
Porcentaje de licitaciones sin oferente en el año t	11	11.00	Si
Porcentaje de actividades de capacitación con compromiso de evaluación de transferencia en el puesto de trabajo realizadas en el año t	100,00	100.00	Si
Tasa de accidentabilidad por accidentes del trabajo en el año t	1,02	1.02	Si
Tasa de siniestralidad por incapacidades temporales en el año t	17,69	17.69	Si
Porcentaje de trámites digitalizados respecto del total de trámites identificados en el catastro de trámites del año 2014	50,00	50.00	Si
Porcentaje de medidas para la igualdad de género del Programa de Trabajo implementadas en el año t	100	100.00	Si

Porcentaje de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en el año t	71	71.00	Si
--	----	-------	----

Resumen Cumplimiento Objetivo 2

Total Indicadores comprometidos:	10
Total Indicadores cumplidos:	9
% cumplimiento Objetivo 2:	90.00 %
% ponderación asignada:	30.00 %
% ponderación obtenida:	27.00 %

Nota: El grado de cumplimiento del Objetivo 2 corresponde al porcentaje de indicadores cumplidos respecto del total de indicadores transversales comprometidos, multiplicado por la ponderación asignada del Objetivo 2. Se entiende por cumplido cada indicador si está correctamente medido, informado a la red de expertos respectiva y DIPRES y publicado. Por lo tanto, el cumplimiento para cada uno de los indicadores toma valores de 0% o 100%.

OBJETIVO DE GESTIÓN N°3 - INDICADORES TRANSVERSALES (Cumplimiento Metas)

No aplica al Servicio Nacional de Turismo

Número total de la dotación afecta al incentivo: 299 personas (Planta / Contrata / Suplencia).
Monto de recursos que se pagará en el año 2016 en base a su cumplimiento total: \$317.625.312.
Promedio por persona: \$1.062.292.
Porcentaje del gasto total en subtítulo 21: 4,69%.

Anexo 7: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

Cuadro 12 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2015				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo³⁶	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas³⁷	Incremento por Desempeño Colectivo³⁸
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%
Dpto. 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 Atacama	9	5	100%	8%
Dirección Regional Coquimbo	9	5	100%	8%
Dirección Regional Valparaíso	16	5	100%	8%
Dirección Regional O'Higgins	12	5	100%	8%
Dirección Regional Maule	7	5	100%	8%
Dirección Regional Bio Bio	19	5	100%	8%

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

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

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

Dirección Regional Araucanía	11	5	100%	8%
Dirección Regional Los Lagos	18	5	100%	8%
Dirección Regional Los Ríos	16	5	100%	8%
Dirección Regional Aysén	13	5	100%	8%
Dirección Regional Magallanes	13	5	100%	8%
Dirección Regional Metropolitana	9	5	100%	8%

Monto de recursos que se pagará en el año 2016 en base a su cumplimiento total: \$300.700.728.
Promedio por persona: \$1.044.100.
Porcentaje del gasto total en subtítulo 21: 4,44%.

Anexo 8: Resultados en la Implementación de medidas de Género y descentralización / desconcentración en 2015.

- Género

Durante el 2015 se llevó a cabo en su totalidad el Programa de Equidad de Género Sernatur, dando cumplimiento con las 9 medidas establecidas de gestión interna y de impacto a la ciudadanía, donde se destacan las siguientes:

- ✓ Se realizaron 10 publicaciones (notas y entrevistas) en página web institución www.sernatur.cl, destacando el rol de la Mujer en el turismo a nivel nacional.
- ✓ Se realizaron 15 charlas a nivel nacional a empresarias turísticas sobre el Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos. A través de las charlas que Sernatur ha realizado, hemos logrado identificar negocios asociados a mujeres, y contribuir a la formalización de sus emprendimientos turísticos, en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos (RNPST), y ayudándolas a mejorar sus estándares de calidad, a través de la sociabilización del Sello Q y S.
- ✓ Concurso Mujer Empresaria Turística en alianza con Banco Estado y Sernam. Durante el 2015 se llevó a cabo la sexta versión del concurso Mujer Microempresaria, premiando a tres mujeres microempresarias del rubro turístico a nivel nacional con \$1 millón para cada una, y dar visibilidad a sus empresas/emprendimientos a través de SERNATUR. Esta iniciativa ha contribuido a que estas emprendedoras den a conocer sus ofertas y servicios, y además, nos ha permitido como instituciones enfocar los esfuerzos y aprovechar esta instancia como una oportunidad de entregar herramientas e instrumentos que permitan mejorar la calidad de sus servicios, a través del traspaso de conocimientos técnicos como la muestra de instrumentos de fomento a los que pueden optar.
- ✓ Ejecutar Programa Piloto de Turismo Familiar. Del total de familias viajadas el 80,6% constituyeron hogares con jefas de hogar. Este programa nos ha permitido insertar a mujeres jefas de hogar, de estratos socio económicos bajos en la participación del mercado turístico, desde el rol de turistas, brindando un espacio de esparcimiento a mujeres que nunca tienen esta oportunidad, y menos brindársela a sus familias. El desarrollo de este piloto, responde a un compromiso asumido por la Presidenta Bachellet en su programa de Gobierno.

- Descentralización / Desconcentración

Durante el 2015 SERNATUR comprometió en el Plan de Descentralización Anual:

- ✓ Informar ARI/PROPIR a través de la Plataforma Chile Indica. Esta iniciativa se cumplió en un 100%. La información del PROPIR 2015 de todas las regiones fue ingresada a la plataforma Chile Indica al mes de febrero. El ARI 2016 de cada Dirección Regional de Turismo fue ingresada a la plataforma Chile Indica al 30 de junio.
- ✓ Informar gasto anual ejecutado en la plataforma Chile Indica. La ejecución mensual del PROPIR de los Programas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar fue reportada en la plataforma ChileIndica en cada región según lo programado y ejecutado por cada Dirección Regional.

- ✓ Formular ARI 2016 en coordinación con el Gobierno Regional respectivo. Esta iniciativa, se implementó en un 80%, en 12 Direcciones Regionales de las 15. La Dirección Regional de Antofagasta, por motivos justificados al Gobierno Regional, no pudo participar de las reuniones de coordinación del ARI 2016. Por su parte, la región de Los Ríos no cuenta con el acta de respaldo de participación en las reuniones ARI 2016. Finalmente, la región de Los Lagos, sí asistió a las reuniones realizadas por el Gobierno Regional, pero no cuenta con listado de asistencia ni acta.
- ✓ 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. Cada Dirección Regional estableció un plan de trabajo, el que se desarrolló en coordinación con la Subsecretaría de Turismo. De los compromisos asumidos para el 2015, estos se encuentran cumplidos en un 100%. En las regiones afectadas por catástrofes, algunas acciones, debido a la contingencia (Atacama, Coquimbo, Los Lagos) no pudieron concretarse en la fecha o bien tuvieron que retrasar la implementación de algunas actividades

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

No aplica para el Servicio Nacional de Turismo

Anexo 9b: Leyes Promulgadas durante 2015

No aplica para el Servicio Nacional de Turismo

Anexo 10: Premios o Reconocimientos Institucionales

No aplica para el Servicio Nacional de Turismo.