



# Balance de Gestión Integral

AÑO 2020

Ministerio de  
Economía,  
Fomento y  
Turismo

**Servicio Nacional de  
Turismo**





# Índice

---

.1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo	4
.2. Resumen Ejecutivo Servicio	20
.3. Resultados de la Gestión año 2020	25
.4. Desafíos para el período de Gobierno 2018 - 2022	45
.5. Anexos	52
.Anexo 1: Identificación de la Institución	53
.Anexo 2: Recursos Humanos	58
.Anexo 3: Recursos Financieros	69
.Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2017-2020	77
.Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2018 - 2022	80
.Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas (2019-2020)	81
.Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas	81
.Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2020	82
.Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2018 -2020	84
.Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2020	85
.Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2022	87
.Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2020	88
.Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2020	89

# 1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

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

La pandemia del Covid-19 llevó a que la economía chilena sufriera una profunda recesión el año 2020, experimentando una caída del producto de 5,8%, una cifra que no se producía en nuestro país desde la crisis de inicios de la década de 1980. Se perdieron cerca de dos millones de empleos en el peor momento de la pandemia, debido a las restricciones que debieron imponerse para proteger la salud de la población y que obligaron a la paralización temporal de ciertas actividades

Pese a la profunda caída de la actividad en 2020, la recuperación de la economía fue muy rápida, lo que permitió que el PIB recuperara los niveles previos a la crisis. Para 2021, la proyección de crecimiento de Chile (12%) es la más alta de toda la OCDE.

De la misma forma, se recuperaron 1,4 millones de empleos y la tasa de desocupación nacional fue de 8,1% en el trimestre agosto-octubre, disminuyendo 3,5 puntos en 12 meses. Sin embargo, en esta materia aún queda camino por recorrer. Resta por recobrar del orden de 600 mil puestos de trabajo para alcanzar el nivel de la tasa de ocupación prepandemia. Esta recuperación se ha visto frenada por una oferta de trabajo que sigue contenida. Según los datos del INE, hay alrededor de un millón de inactivos más que en enero del 2020. Asimismo, las mujeres y las personas de 55 años y más al igual que algunos sectores como restaurantes y hoteles, aún muestran rezagos importantes.

Esta rápida recuperación de la actividad fue posible gracias a la conjunción de diversos factores, entre los que se cuentan un fuerte impulso externo, política fiscal y monetaria fuertemente expansivas, ayudas económicas del Gobierno focalizadas en las pequeñas y medianas empresas de todos los sectores afectados por la pandemia, la instalación de mesas público-privadas de trabajo con los gremios para lograr el funcionamiento de sectores claves de la economía durante la pandemia, lo cual fue de la mano con el trabajo conjunto con MINSAL en materia de protocolos para que las distintas actividades económicas pudieran ir operando gradualmente en forma armónica con las restricciones sanitarias establecidas en el plan Paso a Paso. Todo lo anterior, respaldado por un exitoso y acelerado proceso de vacunación contra el COVID-19.

En línea con la agenda social del Gobierno de Chile, con especial foco en los efectos económicos derivados de la pandemia del COVID-19, la estrategia del ministerio se estructuró sobre la base de tres ejes fundamentales:

- Políticas fiscales para lograr el reimpulso económico, estimulando la demanda de los consumidores a través de transferencias directas, principalmente vía Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), pero fortaleciendo la oferta a través de incentivos al empleo (Ley de Protección del Empleo e IFE Laboral) y un amplio abanico de políticas de ayudas especiales a los emprendedores y medidas tributarias transitorias. Entre ellas, destacan los bonos directos a las PYMES (Bono Alivio MYPE, Anticipo Solidario para Cotizaciones, Bono Adicional Variable y Bono para el Pago de las Cotizaciones), el otorgamiento de garantías estatales a los créditos bancarios, los subsidios y beneficios vía Sercotec y Corfo, depreciación 100% instantánea, postergación de patentes, contribuciones, PPM, IVA y entrada en vigencia de la boleta electrónica, y la devolución de retenciones de independientes y de remanentes de crédito fiscal, entre otras medidas.
- Medidas tendientes a facilitar/simplificar los procesos de inversión a través de 39 medidas administrativas y de gestión, que abordaron las principales problemáticas para minimizar la burocracia de los servicios estatales que son críticos para agilizar la inversión. Adicionalmente, la plataforma Sistema Unificado de Permisos (Super), ventanilla única para la tramitación de los permisos sectoriales necesarios para poner en marcha un proyecto de inversión, ha registrado importantes avances. En esta misma línea y para facilitar el emprendimiento de las pequeñas y medianas empresas, en abril 2020 se habilitó la firma electrónica avanzada 100% online, que permite constituir empresas por menos de CH\$1.000 y en solo pocos minutos. En 2020, se crearon 158.586 empresas y en 2021, 185.485 empresas han sido creadas hasta el mes de noviembre. Casi el 90% de las constituciones se ha realizado a través del Registro de Empresas y Sociedades (RES). Solo en octubre se constituyeron 18.160 compañías. Más aún, las

quiebras de empresas han mostrado una tendencia decreciente este año, siendo los registros de los últimos dos meses los más bajos en tres años.

- Apoyo al proceso de Digitalización de las Pymes: A través de medidas de capacitación, donde se destacan el apoyo integral a las PYMES en su proceso de digitalización y formalización, con herramientas como Digitaliza Tu Pyme, el Chequeo Digital o el recientemente lanzado “Kit Digitalízate”, plataforma que permite a las pymes acceder a herramientas digitales a bajo costo. En esta misma línea, se ha fortalecido el carácter ciudadano de Sernac, con medidas entre las que destacan la ley de responsabilidad ante fraudes y la ley de portabilidad financiera. En lo que respecta a la emergencia sanitaria, el Sernac realizó el cotizador de productos básicos y abarrotes, y, además, un cotizador de productos básicos relacionados con el Covid-19. Además, se desarrollaron herramientas e iniciativas que apuntan a mejorar la calidad de vida de las personas y empoderar a los consumidores, como el rediseño de productos informativos financieros como las tarjetas de crédito, los créditos hipotecarios y los seguros automotrices, en base a las ciencias del comportamiento; Me quiero salir, en sus versiones de Telecomunicaciones y Seguros, herramienta diseñada para ponerle fin a contratos en forma expedita; buscador de sucursales bancarias; Calculadora de gastos de cobranza; El “Muro de Alertas Ciudadanas”, y la radiografía de los reclamos de los adultos mayores . Además, se elaboró el Reglamento de comercio electrónico, que busca entregar mejor y más información a los consumidores que adquieren productos o servicios a través de canales electrónicos, reconociendo el crecimiento exponencial de la digitalización de la actividad económica y la vida en general. Adicionalmente, se encuentra en proceso de desarrollo el nuevo “Registro Nacional de Mipymes”, plataforma de datos que permitirá la recolección, almacenamiento, actualización y análisis de datos de las Mipymes del país para la mejora de los programas e instrumentos del ministerio, y el apoyo a la toma de decisiones de política pública.

Dentro de los logros alcanzados por los servicios dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en 2020, podemos destacar:

## **Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño**

La ley de Pago a 30 Días, vigente desde el 16 de mayo de 2019, se tramitó con el fin de establecer un plazo máximo de pago de facturas a proveedores, entregando la posibilidad de realizar acuerdos por un plazo mayor en casos excepcionales y de establecer sanciones en caso de incumplimiento. Durante el segundo trimestre de 2020 entraron en vigor dos modificaciones destinadas a mejorar su aplicación y facilitar su cumplimiento:

1. Se adelantó la entrada en vigencia del plazo de pago de 30 días para todas las facturas emitidas a contar del 01 de abril de 2020.
2. La ley N° 21.217, desde el 03 de junio de 2020, limita la posibilidad de establecer acuerdos por un plazo de pago excepcional entre una gran empresa compradora y una pyme vendedora, excepto en los casos de: realización de pruebas, pagos anticipados, parcializados o por avance

Durante el 2020, se lanzó la versión 2.0 de "Tu Empresa en un Día", con una nueva imagen y mejoras que significan ahorro de tiempo y dinero para los emprendedores. La nueva versión logró una navegación más amigable, un lenguaje más simple y adaptado para uso en dispositivos móviles. También cabe destacar una nueva alternativa para comprar un paquete de Firma Electrónica Avanzada de manera fácil y a bajo costo en la misma plataforma, que permite la realización de trámites 100 por ciento remoto, evitando tener que acudir presencialmente al notario o al prestador de servicios de firma acreditado. Antes de la creación de "Tu Empresa en un Día" 2.0 el crecimiento en la constitución de empresas venía a la baja. Si en 2018 había llegado al 12%, en 2019 la cifra alcanzó un 7%. Tras la creación del nuevo portal, en 2020 la tasa de nuevas constituciones de empresas aumentó un 23%, alcanzando un récord histórico desde que existe registro de la creación de empresas (año 2014). En 2021 la cifra volvió a superarse, llegando a un 27% de crecimiento (considerando solo hasta septiembre de este año).

Digitaliza Tu Pyme: programa que acompaña y guía a las empresas de menor tamaño en el proceso de transformación digital, poniendo a su disposición eventos, capacitaciones, talleres y herramientas, tenía como meta en su primer año de implementación (2019) otorgar 20 mil beneficios a empresas de todo Chile -objetivo que se cumplió- con un fuerte énfasis en beneficiarios provenientes de regiones. La meta al 2021 era llegar a 250 mil, objetivo que se alcanzó y superó durante 2020, alcanzando más de 280 mil. Posterior al exitoso proceso de 2020 nos propusimos duplicar esa meta y llegar a 400 mil digitalizaciones, objetivo que se cumplió en diciembre de 2021 cuando superamos las 401 mil digitalizaciones.

## **Subsecretaría de Turismo**

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas, entre los años 2017 y 2019, las personas ocupadas en turismo crecieron un 10,1%, pasando de un promedio de 586 mil 731 (586.731 Ocupados) a 645 mil 773 (645.773 Ocupados). Sin embargo, durante el 2020, los ocupados en turismo promediaron 456 mil 513 (456.513 Ocupados), equivalente a una baja interanual de -29,3%, debido a la pandemia.

Según la Unidad de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, durante 2020 se registraron diez millones 890 mil 924 viajes turísticos con pernoctación (10.890.924), equivalente a una caída de 54,1% respecto al año anterior. Hubo doce millones 815 mil 95 viajes turísticos con pernoctación menos (-12.815.095) que en 2019, debido a la pandemia.

Respecto al Turismo Receptivo del país, en 2020, las llegadas de turistas extranjeros cayeron -75,1% respecto al 2019, pasando de 4 millones 517 mil 962 llegadas (4.517.962) a un millón 122 mil 858 (1.122.858), equivalente a una pérdida de tres millones 395 mil 104 (3.395.104) turistas extranjeros menos, debido a la pandemia.

Durante 2020, la subsecretaría desarrolló un Plan Maestro de Infraestructura para el desarrollo turístico, proyectando durante el periodo 2021-2025 la ejecución de inversión pública para disminuir las brechas de infraestructura turística e incentivar y reactivar la decreciente actividad económica que el país y el sector turístico han sufrido el último año

Una labor de la subsecretaría es generar iniciativas públicas para disminuir la brecha digital. En 2020 se reimpulsó la plataforma Conecta Turismo, con mejoras tecnológicas para facilitar la experiencia del usuario, junto con campañas comunicacionales y de capacitación que permitieron contar con un total de nuevos inscritos de 132 empresas turísticas y 25 proveedores de soluciones tecnológicas.

## **Subsecretaría de Pesca y Acuicultura**

La Ley N° 21.259, promulgada el 8 de septiembre de 2020, permite al sector artesanal proyectarse para seguir desarrollando su trabajo, contribuyendo así a la recuperación del sector y al sustento de sus familias. Se entrega más tiempo a los pescadores para instalar las cámaras en sus embarcaciones, cuyo propósito es disminuir la práctica del descarte sin que deban incurrir ahora en gastos para financiarlas y se suspenden las caducidades en el Registro Pesquero Artesanal.

Se trabajó en la implementación de la Ley N° 21.183, que establece la posibilidad de relocalizar centros de cultivo de algas y choritos y crea los



permisos especiales de colecta de semillas. Con esto, además, se busca mejorar las condiciones sanitarias y ambientales de operación de los centros de cultivo, constituyendo así un instrumento concreto hacia la sustentabilidad de la acuicultura.

## **Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera**

Durante 2020, la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera, gestionó y apoyó una cartera comercial de 500 proyectos de inversión extranjera en diferentes etapas de desarrollo, equivalentes a 22 mil 289 millones de dólares y asociados a la creación de quince mil empleos potenciales. De ellos, 81 proyectos materializaron su inversión durante el año 2020, correspondientes a 7.744 millones de dólares y 2.391 empleos.

En un contexto marcado por la pandemia, la agencia actualizó sus planes comerciales de promoción, cambió la modalidad de sus servicios y eventos y privilegió el contacto remoto con el inversionista. Esto se tradujo en 83 actividades enfocadas en 23 mercados distintos, con un 90% de ellas, desarrolladas de manera no presencial

Enmarcado en una estrategia proactiva de inclusión de nuevos clientes y de mantención de aquellos que ya se encontraban en la cartera comercial, la agencia entregó mil 205 servicios a inversionistas extranjeros en 2020, aumentando en un 12% respecto de aquellos prestados en el período anterior. Entre los servicios entregados se encuentran: servicio de agenda de reuniones de negocio y match-making, entrega de información relevante para toma de decisiones, asesorías generales sectoriales y legales, resolución de inquietudes técnicas y visita en terreno.

Dichos esfuerzos, sumados a una estrategia activa de marketing digital e inteligencia de negocios, permitieron generar 1.219 nuevos leads durante el año 2020, necesarios para la gestión de la agencia y el crecimiento de su cartera de proyectos.

## **Corporación de Fomento de la Producción**

Corfo, tal como lo ha hecho a lo largo de la historia, se adaptó con agilidad a la contingencia producida por la pandemia, impulsando distintas iniciativas que beneficiaron durante el año a más de 134 pymes y emprendedores de todo el territorio nacional, a través de la entrega de subsidios, financiamientos y capacitaciones.

Esta cifra comprende 47 mil 205 beneficiarios de subsidios directos pagados durante el año 2020 con recursos presupuestarios de 141 mil 904 millones de pesos y 87 mil 289 beneficiarios de líneas de créditos y coberturas estatales, en las cuales se comprometen recursos por 162 mil 289 millones de pesos.

A nivel de subsidios, si bien Corfo contó con un 20% menos de recursos que el año 2019, aumentó el número de beneficiarios en más de un 80%. El programa pymes en línea tuvo una fuerte incidencia en el número de beneficiarios directos (27 mil 693 personas), plataforma de capacitación y formación que tiene un alto número de beneficiarios.

## **Comité Innova Chile**

Durante 2020 Innova Chile benefició monetariamente a cerca de 860 empresas y emprendedores a nivel nacional mediante subsidio y beneficio tributario de la Ley I+D, equivalente a \$111.425 millones de pesos en recursos, siendo 76.738 de estos asociados a la Ley de incentivo tributario de I+D (rebaja tributaria).

A nivel de subsidio, si bien el comité contó con un 28% menos de presupuesto efectivo en 2020 respecto el año 2019, logró un alza de 5% en la asignación de estos y un 14% en su cobertura de beneficiarios. Complementariamente, alcanzó una cifra sin precedentes de apoyo en la Ley I+D, aumentando en 130% los beneficiarios en comparación al año anterior.

Así mismo, con el foco de conectar, fortalecer capacidades y promover la innovación como fuente de reactivación económica mediante la reconversión, digitalización y acceso al financiamiento, el comité llevó a cabo más de 280 actividades (capacitaciones, rondas de negocios, talleres, entre otros) que lograron más de 18.000 asistentes y 180 organizaciones asociadas a Innova Chile como actores que ayuden a facilitar el desempeño de las empresas en el contexto de crisis económica.

## **Fiscalía Nacional Económica**

La Fiscalía Nacional Económica (FNE) logró concretar 27 acciones de libre competencia. Dentro de ellas destacan siete requerimientos presentados ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC), el número más alto desde 2011. Dentro de los requerimientos se destacan dos

correspondientes a acuerdos colusorios, uno en conducta de abuso de posición dominante y tres por incumplimiento de normativa.

Con respecto de los avances en materia del perfeccionamiento en persecución de carteles, la FNE creó la Unidad de Inteligencia dependiente de la División Anticarteles, la que tiene por objetivo la actualización de un sistema de detección basado en ciencias de datos, el que cuenta con el aporte de profesionales especializados en ciencias económicas y en tecnologías de la información. De esta manera, se consolidan en 2020 diversos proyectos internos producto del traspaso de experiencias y aportes del taller internacional realizado en 2019, en el que participaron abogados y agentes del FBI y del Departamento de Justicia (DOJ) de los Estados Unidos.

Por último, y muy relevante, el 02 de noviembre de 2021 entró en vigencia el nuevo Reglamento sobre notificación de operaciones de concentración, contenido en el Decreto N°41 del 7 de mayo de 2021 del Ministerio de Economía, que establece ajustes a la información que deben acompañar las empresas que someten una operación al análisis de la Fiscalía Nacional Económica (FNE).

El nuevo reglamento, elaborado de manera conjunta entre el Ministerio de Economía y la FNE, actualiza y deja sin efecto el reglamento vigente desde el año 2016.

Adicionalmente, para clarificar los requerimientos de información establecidos bajo el nuevo reglamento, la FNE publicó el nuevo Formulario de Notificación de Operaciones de Concentración, que sistematiza, ejemplifica y explica los antecedentes requeridos para cada uno de los mecanismos de notificación de una operación de concentración: ordinario, simplificado o simplificado sin traslapes.

El nuevo reglamento y el nuevo formulario actualizan y fortalecen el régimen de control obligatorio de operaciones de concentración chileno, y se suman a la Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración Horizontales, que fue sometida a consulta pública -y se encuentra próxima a ser dictada en su versión definitiva-; y al Instructivo sobre Pre-Notificaciones, publicado por la FNE el 12 de mayo de 2021 que viene a modernizar y simplificar los procesos de notificación facilitando la fiscalización de operaciones relevantes para la libre competencia.

**Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala.**

En su primer año de operaciones y en medio de un año de crisis sanitaria, el Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala (INDESPA), desplegó de manera directa y en conjunto con los Gobiernos Regionales una cartera de 25 fondos concursables. Durante 2020, el Instituto ejecutó alrededor de 750 iniciativas y brindó apoyo a unos 30 mil pescadores, pescadoras y acuicultores artesanales del país, sobre un presupuesto que bordeó los 13.000 millones de pesos.

El foco de la gestión 2020 fue la seguridad y productividad de las faenas del sector artesanal con la entrega de grúas, camiones de carga, tractores, equipos de navegación, kits de salvataje y mejoras a embarcaciones artesanales. Un eje importante fue la comercialización y distribución a través de la entrega de vehículos con sistema de refrigerado.

## **Instituto Nacional de Estadísticas**

A raíz de la emergencia sanitaria, el Instituto Nacional de Estadísticas se enfrentó en 2020 al desafío de cumplir con la continuidad operativa de la producción estadística, para lo cual fue necesario implantar protocolos para resguardar la salud de recolectores de datos y de nuestros informantes.

Se logró la instauración de dos vías de recolección de datos: telefónica y web. Solo se mantuvo la recolección de datos en terreno en aquellos casos en donde resultaba imprescindible realizarla in situ. Gracias a estas metodologías de trabajo de campo, se mantuvo la producción estadística y la recolección de nuevas versiones de las encuestas Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana, de Superficie Sembrada de Cultivos Anuales y de Hortalizas, de los índices de Precios al Consumidor (IPC), de Precios de Productor (IPP) y del de Costos del Transporte (ICT). Asimismo, se modernizó el proceso de recolección de la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) a través del uso de dispositivos móviles, desde enero de 2020. Esta misma innovación se incorporó en la Encuesta Suplementaria de Ingresos en el trimestre octubre-diciembre de 2020. Además, el INE generó información actualizada respecto del impacto del COVID-19 en la realidad socioeconómica del país, a través de la incorporación de módulos temáticos en la Encuesta Nacional de Empleo y en los índices de Remuneraciones y de Costo de Mano de Obra.

Adicionalmente, se avanzó en la tramitación del proyecto de ley que crea el Sistema Estadístico Nacional y que refuerza la autonomía y carácter técnico del INE, creando además un Consejo Estadístico Nacional conformado por expertos en materia estadística.

## **Instituto Nacional de Propiedad Industrial**

A pesar de la pandemia, las solicitudes de marcas comerciales mostraron un incremento durante el año 2020: desde 34 mil 583 solicitudes multiclase presentadas en 2019 a 43 mil 511 presentadas en 2020, que equivale a un aumento de 25,8%. Este aumento no impidió que el tiempo promedio de tramitación mantuviera sus estándares de servicio para solicitudes sin observaciones ni oposiciones en 3,7 meses.

Con la finalidad de facilitar a los solicitantes la tramitación de forma remota, se lanzó un nuevo buscador de patentes permitiendo el acceso de forma gratuita a los expedientes digitales de patentes y se activó el pago de los derechos finales de patentes en línea.

En el marco de las 40 medidas de la agenda de Reimpulso Económico del ministerio, el proyecto de ley que persigue actualizar el sistema nacional de propiedad industrial siguió su tramitación en el Congreso Nacional, encontrándose a la espera de concluir su segundo trámite constitucional.

Un avance muy relevante fue el trámite y publicación con fecha 5 de julio de 2021, de la Ley N°21.355 que Modifica la Ley N° 19.039, de propiedad industrial y la Ley N° 20.254, que establece el Instituto Nacional de Propiedad Industrial. Esta ley presenta iniciativas concretas que permiten contribuir a mejorar y hacer más eficiente el ambiente para el aumento de la inversión y la productividad, mediante el fomento de la innovación y el emprendimiento, recogiendo de la experiencia de INAPI, propuestas que facilitan la tramitación de los procedimientos para constituir los derechos de propiedad industrial, ajustan los estándares existentes en materia de observancia y aumentan la certeza jurídica del sistema nacional de propiedad industrial, promoviendo la representatividad y transparencia de su registro.

Las iniciativas que este proyecto de ley propone para actualizar el sistema nacional de propiedad industrial se refieren a aspectos esenciales, entre los cuales destacamos las siguientes:

1. En primer lugar, introduce mejoras en materia operativa, a fin de optimizar el funcionamiento de INAPI como un servicio público competente en materia de otorgamiento, validez y vigencia de los derechos de propiedad industrial en Chile.
2. En un segundo pilar, este proyecto plantea mejoras procedimentales y nuevos beneficios disponibles para los ciudadanos que solicitan las inscripciones de sus marcas, patentes y otros.

3. En un tercer pilar, referido a mejoras a nivel sustantivo, se adoptan estándares internacionales transversalmente reconocidos por la industria, con el fin de fomentar la transparencia del registro de derechos de propiedad industrial, aclarando su sentido y alcance.
4. Finalmente, en un cuarto pilar, se incorporan mejoras en materias de observancia de Propiedad Industrial. Esto se refiere a la procedencia de indemnizaciones preestablecidas en caso de falsificación marcaria, para dar cumplimiento a los compromisos internacionales adquiridos por Chile.

## **Servicio de Cooperación Técnica**

Durante el 2020 el trabajo de Sercotec estuvo enfocado en apoyar la reactivación de las micro y pequeñas empresas afectadas por la crisis sanitaria. Con un presupuesto tres veces superior al de un año normal y mediante el arduo trabajo y compromiso de sus 303 funcionarios, el Servicio logró ejecutar, además de la oferta regular, nueve programas nacionales de emergencia productiva con una inversión de 68 mil 682 millones de pesos, apoyando económicamente a más de 20 mil micro y pequeñas empresas.

El compromiso de Sercotec por contribuir con la reactivación económica del país además se plasmó en el fortalecimiento de la red de Centros de Negocios con un aumento de 52 a 62 Centros en todo el país. El apoyo personalizado que ofrecen los Centros de Negocios Sercotec brindó la posibilidad de que más de 300 mil emprendedores y/o microempresarios surgieran, avanzaran y fortalecieran sus competencias y planes de negocio.

## **Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura**

A partir de marzo de 2020, se potenciaron los canales de atención virtual. Durante el año 2020 se atendió a 21 mil 571 usuarios y se realizaron 24 mil 534 trámites a través de atenciones virtuales. La pesca artesanal fue un sector favorecido con la reducción significativa de los tiempos de tramitación de solicitudes en el Registro Pesquero Artesanal (RPA) disminuyendo el plazo de 22 a 11 días.

Las actividades de fiscalización de la pesca y acuicultura ejecutadas durante el 2020 se vieron impactadas por la pandemia, por lo que se hicieron ajustes a la estrategia, reorientando parte del esfuerzo y recursos disponibles hacia el monitoreo electrónico a la operación de agentes de la pesca y acuicultura, esto es, a embarcaciones, centros de cultivo y plantas de proceso. Asimismo, se reorientaron esfuerzos hacia el análisis de datos de operación declarados

por los usuarios, reforzándose las revisiones de consistencia para detectar eventuales incumplimientos.

En el 2020, y ante la suspensión de las exportaciones de productos pesqueros y de acuicultura, de once establecimientos elaboradores a algunos mercados de destino, SERNAPESCA implementó, en conjunto con las autoridades oficiales de dichos países, un plan piloto que facilitó el desarrollo de visitas inspectivas de carácter remoto (on line) lo que permitió reanudar las exportaciones.

A fines del 2020 comenzó a operar en la Región de Magallanes, la primera embarcación de SERNAPESCA cien por ciento dedicada a la fiscalización de la acuicultura, la lancha PM 1250 “Guerrero”.

## **Servicio Nacional de Turismo**

Con el objeto de generar reactivación de los destinos turísticos afectados por la crisis sanitaria se implementó la iniciativa público-privada llamada ‘Tenemos un Plan para que Viajar por Chile Vuelva a ser un Plan’, fomentando la aplicación de protocolos sanitarios e informando activamente las medidas que permitieran reactivar, manteniendo las condiciones sanitarias necesarias para evitar la propagación del virus. Este plan de trabajo contempló la creación de dos landing informativas para fomentar un turismo responsable: ‘Plan Viajar por Chile’, con información actualizada sobre los pasos de las comunas y condiciones de viaje dentro del país, y “Plan Viajar a Chile”, con todos los antecedentes y requisitos para ingresar al país. En este mismo sentido sesionaron los encuentros público-privados regionales para elaborar hojas de ruta de cara a la reactivación del turismo, en las dieciséis regiones del país y estuvieron compuestas por diversos actores asociados a la industria del turismo: organismos de gobierno, municipios, gremios y emprendedores ligados a la actividad.

En materia de digitalización de los prestadores de turismo, se potenció la iniciativa Conecta Turismo, una plataforma con base tecnológica que permite reunir a prestadores de servicios turísticos con emprendimientos e innovaciones de tecnología en soluciones digitales, para generar oportunidades, desarrollar desafíos, impulsar el emprendimiento y presentar soluciones a las diferentes necesidades de las empresas turísticas, en torno a la digitalización de la oferta. Para ello, durante 2020 se buscó amplificar a todo el país esta iniciativa: se logró llegar a 110 proveedores tecnológicos y 253 prestadores de servicios turísticos de todo el país, que permitieron de acuerdo con el análisis de sus avances desarrollar la plataforma [www.conectaturismo.cl](http://www.conectaturismo.cl).



Asimismo, ante la necesidad de prepararse para la recuperación, en conjunto con la Subsecretaría de Turismo, Sernatur puso a disposición de la industria turística una serie de Protocolos Sanitarios y Guías de Buenas Prácticas para el manejo y la prevención ante el riesgo de transmisión de COVID-19, orientando al sector para operar y recibir visitantes en el momento en que fuera seguro hacerlo. De este modo, los prestadores de servicios turísticos pudieron adherirse al Certificado de Compromiso 'Confianza Turística', logrando durante el año la adhesión de 4.852 servicios. Dicho instrumento muestra el compromiso de implementación de protocolos y las guías de buenas prácticas de cada empresa o prestador de servicio turístico.

## **Servicio Nacional del Consumidor**

El servicio se propuso consolidar en 2020 las nuevas facultades introducidas con la entrada en vigencia de la Ley N° 21.081 sobre protección de los derechos de los consumidores, lo que además tuvo que conciliar con los desafíos de la pandemia. En materia de reclamos y consultas, se registró un aumento de un 140% (394 mil consultas y 892 mil reclamos), más del doble que el año anterior, principalmente a causa de la pandemia.

Con relación a la información de mercado y consumo, elaboró 26 estudios y se puso énfasis en herramientas útiles para la ciudadanía: desarrolló un cotizador de precios de productos básicos de supermercados y farmacias, un buscador de sucursales bancarias, así como la plataforma "Me Quiero salir" para terminar de contratos de telecomunicaciones sin trabas que en 2020 recibió más de 39 mil 715 solicitudes.

Se iniciaron 19 Procedimientos Voluntarios Colectivos y 1.065 fiscalizaciones a nivel nacional. Se interpuso 712 Juicios de Interés General y 10 Juicios de Interés Colectivo, financió 43 proyectos con el Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores y benefició a 1.87 escolares en el Programa de Desarrollo de Habilidades y Conocimientos en Alfabetización Financiera.

Por último, y muy relevante fue el trámite y aprobación en diciembre de 2021 de la Ley Pro-Consumidor, misceláneo que tiene por objeto la protección adecuada a los consumidores considerando el delicado equilibrio que debe existir entre los distintos actores, y el rol de la autoridad en ello. Con esta nueva ley se fortalecerá el respeto y la defensa de los derechos de los consumidores, y también se contribuirá al desarrollo de industrias innovadoras al establecer claramente regulaciones que otorguen certeza jurídica.



La referida ley introduce una serie de medidas muy relevantes, tales como:

1. Facilitar la terminación de contratos de adhesión
2. Derecho a retracto en compras electrónicas
3. Armonizar compensaciones de las denegaciones involuntarias de embarque aéreo por sobreventa
4. Se refuerza y clarifica la Garantía legal y voluntaria
5. Derecho de prepago de operaciones de consumo financiero regidos por la Ley del Consumidor, beneficiando especialmente a los deudores de créditos hipotecarios
6. Extensión de la garantía legal para bienes: Se extiende el plazo desde 3 meses a 6 meses.
7. Se clarifica el derecho del consumidor para optar por la devolución o reposición del bien si después de la reparación subsisten las deficiencias
8. Obligación de los proveedores de informar en las boletas de cobro de servicios el tiempo de suspensión, paralización o no prestación de estos
9. Disponibilidad de contratos para personas con discapacidad visual o auditiva
10. Reconocimiento expreso de que las normas que regulen derechos del consumidor serán interpretadas siempre en favor del consumidor.
11. Otras medidas relacionadas con mercado aeronáutico
12. Deber de información de talleres autorizados para automóviles
13. Regulación de ofertas con medio de pago, prohibiendo que éstas se condicionen a la compra en más de una cuota. Asimismo, se establecen deberes de información previos a la aceptación del contrato, así como obligaciones en materia de publicidad para garantizar que los consumidores tomen decisiones informadas de compra.

## **Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento**

A partir de la entrada en vigencia de la 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. Desde el año 2014 a diciembre de 2020, se han acogido a tramitación 30.462 procedimientos concursales; 16.886 de Liquidación de bienes de la persona deudora, 6.427 de Renegociación de la Persona Deudora, 6.856 de Liquidación de bienes de empresas, y 293 de Reorganización de la empresa deudora.

El año 2020, para que las personas deudoras admitidas en el procedimiento de Renegociación de Deudas no se vieran afectadas en su trámite por las restricciones de desplazamiento, la Superintendencia posibilitó que el deudor y sus acreedores pudiesen llegar a los acuerdos dentro del proceso de renegociación a través de audiencias virtuales. El año 2020 se realizaron 1.832 audiencias a nivel nacional, de las cuales 1.175 fueron audiencias telemáticas.

La Superintendencia también innovó en sus canales de atención. Se creó un canal de tele-atención para contactarse con funcionarios/as de la institución y recibir orientación sobre los procedimientos concursales y sus trámites. El año 2020 se efectuaron 370 tele-atenciones.

En el marco de la promoción de la Ley de N.º 20.720, la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento realizó 206 charlas virtuales dirigidas a Pymes en todo el país, a través de los convenios que tiene la Superintendencia con Sercotec y sus Centros de Negocio y organizaciones gremiales como Propyme y Asech, asistiendo a un total de 4.120 Pymes.

En 2020 se ampliaron las Asesorías Económicas de Insolvencia Gratuitas (AEIG) a MIPES afectadas por los perjuicios económicos derivados de la pandemia. El objetivo de las asesorías fue ayudar y proteger a aquellas micro y pequeñas empresas que atravesaban un periodo muy complejo en sus finanzas, no teniendo la liquidez para hacer frente a sus compromisos y deudas con terceros. El total de pymes asistidas el año 2020, fue de 329.

Por último, hay que destacar el ingreso y trámite del Proyecto de Ley Boletín N°13.802, desde el 22 de septiembre de 2020, y actualmente se encuentra finalizando su trámite en el Congreso Nacional. El proyecto moderniza la legislación concursal actual, a través de una batería importante de medidas que tienen por objeto:

1. Agilizar y simplificar aspectos burocráticos de los procedimientos concursales actuales;
2. Crear procedimientos simplificados de rápida tramitación y bajos costos de administración para personas, y micro y pequeñas empresas;
3. Incrementar las tasas de recuperación de créditos promoviendo las reestructuraciones de pasivos por sobre las liquidaciones de activos;
4. Entregar certeza jurídica respecto de ciertas disposiciones de la ley.

**Lucas Palacios Covarrubias**  
**MINISTRO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO**



## 2. Resumen Ejecutivo Servicio

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

Durante 2020, las acciones desarrolladas por Sernatur se vieron fuertemente condicionadas por la pandemia. La industria turística mundial vive aún un momento particularmente complejo: el cierre de fronteras, la suspensión de vuelos y la imposibilidad de trasladarse entre territorios para aminorar la propagación del virus han hecho que la demanda por servicios turísticos se contrajera a prácticamente cero.

En este contexto, solo se ejecutaron acciones de promoción turística nacional e internacional en los dos primeros meses del año, para luego dar paso a una reorientación de la estrategia de promoción acorde al contexto país, donde la comunicación tuvo un foco informativo y con campañas a nivel nacional denominada “Nos volveremos a Encontrar” y de promoción internacional “Sueño con Chile”.

Desde octubre se comenzó a implementar la iniciativa público-privada cuyo llamado fue **‘Tenemos un Plan para que Viajar por Chile Vuelva a ser un Plan’**, con la finalidad de generar reactivación de los destinos turísticos del país que se habían visto afectados, fomentando la aplicación de protocolos sanitarios e informando activamente las medidas que permitieran reactivar, manteniendo las condiciones sanitarias necesarias para evitar la propagación del virus. Este plan de trabajo contempló la creación de dos landing informativas para fomentar un turismo responsable: ‘Plan Viajar por Chile’, con información actualizada sobre los pasos de las comunas y condiciones de viaje dentro del país, y “Plan Viajar a Chile”, con todos los antecedentes y requisitos para ingresar al país.

Sernatur también promovió la observación del eclipse total de sol que se vio en las regiones del sur de Chile. Se invitó a vivir la experiencia de forma responsable y siguiendo todas las normas sanitarias que el gobierno dispuso, a través de acciones como una transmisión en vivo por redes sociales con el tema del astroturismo y otras campañas específicas. Se apoyó la gestión de la campaña del eclipse de la Región de La Araucanía, junto a la gestión de la transmisión en vivo de TVN y la difusión por los canales de Chile es TUYO, en acuerdo con Marca Chile (promotores oficiales del eclipse).

En mayo de 2020, comenzaron a sesionar los encuentros público-privados regionales para elaborar hojas de ruta de cara a la reactivación del turismo. Fueron mesas de trabajo en las dieciséis regiones del país y estuvieron compuestas por diversos actores asociados a la industria del turismo: organismos de gobierno, municipios, gremios y emprendedores ligados a la actividad.

Otra de las acciones lideradas desde el sector público en materia de apoyo fue **Turismo Atiende**, un nuevo canal de comunicación con la industria turística, el cual hasta hoy entrega información actualizada sobre las medidas que el gobierno está adoptando para enfrentar la pandemia. Gracias a este nuevo canal no presencial, que atiende a través de plataformas virtuales (teléfono, mail, buzón virtual, redes sociales y la inclusión de WhatsApp Business), Sernatur logra acercarse, guiar y asesorar a la ciudadanía, turistas y empresarios del rubro, estando disponible de lunes a sábado para responder a todas las consultas relativas a la operatividad turística de las regiones. De esta manera, se moderniza la atención a los clientes incorporando tecnología y otorgando un mejor servicio con información oportuna.

Una renovada medida fue **Activa Turismo en Línea**, que se retomó para apoyar a la industria en la contingencia sanitaria con mayor información y mejores herramientas. Se trató de un ciclo de charlas online con temas de interés sin costo para los trabajadores del turismo. Entre abril y noviembre, se realizaron 62 webinars con 22.523 asistentes, con un promedio de 363 asistentes por sesión. Se divulgaron medidas económicas, de contención y liderazgo en las empresas y webinars especializados en turismo en materias de proyecciones, marketing digital, segmentación de clientes, sustentabilidad, accesibilidad, modelos de negocios, entre otros temas

Se ejecutaron con éxito los programas **SIGO Innovación**, que entrena a micro y pequeñas empresas para diferenciar la oferta de productos y servicios de los destinos bajo conceptos identitarios comunes, y que benefició a 68 empresarios de Arica, Antofagasta y Panguipulli. Por otra parte, se realizó con éxito el **SIGO Turismo Tecnología** cuyo fin fue capacitar y brindar asistencias técnicas que permitieron a las mipymes desarrollar y fortalecer sus competencias digitales, para implementar y gestionar acciones de comercialización digital y con foco en mejorar y diferenciar la comunicación, la gestión, el posicionamiento, la visualización y el contenido, enriqueciendo la experiencia integral de enlace que ofrecen a sus clientes. Se benefició a 338 participantes de distintos destinos del país.

En materia de digitalización de los prestadores de turismo, se potenció la iniciativa **Conecta Turismo**, una plataforma con base tecnológica que permite reunir a prestadores de servicios turísticos con emprendimientos e innovaciones de tecnología en soluciones digitales, para generar oportunidades, desarrollar desafíos, impulsar el emprendimiento y presentar soluciones a las diferentes necesidades de las empresas turísticas, en torno a la digitalización de la oferta. Para ello, durante 2020 se buscó amplificar a todo el país esta iniciativa: se logró llegar a 110 proveedores tecnológicos y 253 prestadores de servicios turísticos de todo el país, que permitieron de acuerdo al análisis de sus avances desarrollar la plataforma [www.conectaturismo.cl](http://www.conectaturismo.cl).

Asimismo, gracias a una alianza entre Sernatur y Corfo, se realizó de manera colaborativa la décimo séptima **Ronda de Negocios con Impacto**; segunda versión 100% digital y primera enfocada en turismo. Se realizó entre el 23 de julio y el 5 de agosto de 2020 y contó con la presencia de 766 empresas. Tuvo participación de todas las regiones y empresas de la Rapa Nui. La iniciativa fue impulsada por Sistema B, Mentores de Impacto, Corfo, Sernatur y la Subsecretaría de Turismo, con el apoyo de Sofofa y AIEP.

Ante la necesidad de prepararse para la recuperación, en conjunto con la Subsecretaría de Turismo, Sernatur puso a disposición de la industria turística una serie de **Protocolos Sanitarios y Guías de Buenas Prácticas** para el manejo y la prevención ante el riesgo de transmisión de COVID-19. Estos documentos tienen como propósito orientar al sector para estar preparado para operar y recibir visitantes en el momento en que sea seguro hacerlo. De este modo, los prestadores de servicios turísticos pudieron adherirse al **Certificado de Compromiso 'Confianza Turística'**, logrando durante el año la adhesión de 4.852 servicios. Dicho instrumento muestra el compromiso de implementación de protocolos y las guías de buenas prácticas de cada empresa o prestador de servicio turístico.

Otra de las acciones relevantes de 2020 fue la implementación del nuevo reglamento de la Ley de Turismo (decreto N° 19 de 2018), que adapta los requisitos documentales para el registro según el tipo de servicio y con el cual se espera ampliar la cobertura del **Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos**. En paralelo, se implementó una nueva plataforma para el Registro de Sernatur, la cual brinda mayor autonomía al prestador en la actualización de su información.

En materia de generación de datos estadísticos, Sernatur intensificó la investigación y el desarrollo de proyectos que evidenciaran la situación del sector, como una acción de apoyo al fomento de la actividad turística nacional, destacando la puesta en producción del proyecto uso de big data para el turismo interno. En esta línea, se potenció la incorporación de herramientas BI (Business Intelligence) y se inició el desarrollo del proyecto **Data Turismo Chile**, iniciativa que, a través de herramientas digitales de autoconsulta, permitirá visualizar de forma interactiva las estadísticas oficiales de turismo del país, aportando en posicionamiento del turismo como sector económico, mediante la generación y el enriquecimiento en la visualización de estadísticas robustas, tanto de la demanda como de la oferta y del territorio.

Respecto a herramientas para el fortalecimiento de la gestión local, territorial y medioambiental, Sernatur firmó un convenio con Subsecretaría de Turismo para la implementación de la estrategia para la experiencia del visitante en Áreas Silvestres Protegidas y zonas aledañas. Como consecuencia de esta alianza, se diseñó el **Plan de capacitación para comunidades anfitrionas en Áreas Silvestres Protegidas y zonas aledañas** orientado a comunidades que viven en los entornos y se diseñó e implementó con 54 empresas beneficiarias, el **Programa Market Ready Turismo de Naturaleza** con el fin de especializar y diferenciar su oferta, fortaleciendo sus competencias de comercialización, posicionamiento de experiencias turísticas, incrementando su competitividad, sus ventas y creando valor para sus clientes.

En la temática de cambio climático, el Servicio elaboró la '**Guía de recomendaciones para prevenir la Saturación de los Destinos Turísticos**', cuyo objetivo es proporcionar recomendaciones para abordar de diferentes formas la prevención de la saturación de los destinos turísticos del país, con el propósito de avanzar hacia un modelo más respetuoso con el medio ambiente y la población local, más inclusivo, participativo, competitivo y más diverso.

Asimismo, se trabajó en el **Plan de Infraestructura en Turismo** para disminuir las brechas identificadas en infraestructura de apoyo al turismo a nivel nacional, y así mejorar la competitividad turística de Chile y reactivar la decreciente actividad económica que el país y el sector turístico han sufrido el último año producto de los efectos del Covid-19. El Plan contempla una inversión total de MMUS\$1.671 en un periodo de 5 años, y se agrupa en 4 componentes priorizados para su desarrollo: Parques Nacionales, Borde Costero, Rutas Escénicas y Habilitación de Atractivos.

El 2020 Sernatur fortaleció sus redes y la articulación con los 294 coordinadores municipales de turismo que son parte del programa Turismo Municipal, brindándoles asesoría y capacitación. Además, se cerró el año con nueve municipios que adquirieron la Distinción 'Municipalidad Turística'. En el Turismo Accesible se trabajó en la gestión de los destinos levantando información base de posible oferta accesible en cinco regiones del país. Finalmente, en el marco del programa Conciencia Turística, se capacitó a 507 trabajadores y empresarios de los sellos S y Q en talleres de sensibilización en la prevención de ESCNNA-VT (Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes, asociada a Viajes y Turismo).

En el marco del producto estratégico Programa de Turismo Social, se ejecutaron las iniciativas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar. Por motivo de la pandemia, en el país se desarrollaron distintas estrategias graduales de confinamiento y, como consecuencia, los programas no pudieron tener una ejecución normal de viajes. En el primer trimestre, periodo donde si hubo ejecución, y con una inversión aproximada de \$1.120 millones, los programas en su conjunto generaron 33.250 pernотaciones en 49 destinos turísticos y beneficiaron a cerca de 460 prestadores de servicios. Además, favorecieron a 8.324 personas de diversos segmentos de la población. El resto del año estuvo suspendido por los efectos de la pandemia, razón por la que el servicio se abocó a la preparación de viajes confiables con estrictos protocolos sanitarios a objeto de impulsar la recuperación de la industria.

Con el fin de preparar a los servicios turísticos vinculados a los programas sociales en contexto de pandemia, se creó un fondo para la implementación de protocolos sanitarios y el cumplimiento de las medidas sanitarias, el cual representó una inversión de más de \$200 millones destinados a la compra de elementos de protección personal e insumos para la ejecución exhaustiva de las medidas.

Adicionalmente, y debido al compromiso formalizado entre Sernatur, a través del Programa Turismo Familiar, y el MinMujeryEG - aprobado mediante Resolución Exenta N°458 de 5 de noviembre de 2020 - se han desarrollado acciones coordinadas para promover la equidad de género y la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, impulsando la participación de mujeres en los planos cultural, social

y turístico, como también en la integración social, la autonomía y el liderazgo de aquellas. De esta manera, se benefició a 999 grupos familiares, los cuales accedieron a algunos de los 22 destinos turísticos participantes del programa, fomentando el desarrollo económico regional y local de la industria turística y beneficiando a más de 140 empresas del sector.



# 3. Resultados de la Gestión año 2020

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

---

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

---

El Programa de Gobierno establece el compromiso de integrar a los pueblos originarios y hacerlos partícipes de los planes que regulan y afectan la actividad turística. En línea con este compromiso, el Servicio Nacional de Turismo fortaleció el trabajo interinstitucional entre la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (Conadi), la Subsecretaría de Turismo y el propio Sernatur. En 2018, se suscribió el convenio con la Subsecretaría de Turismo para fortalecer la oferta de productos de turismo indígena. En 2020, en el marco de un convenio de transferencia de recursos firmado por Conadi y la Dirección Regional Sernatur en La Araucanía, se diseñó e implementó el programa de capacitación Market Ready Turismo Indígena con cincuenta beneficiarios de la región. La iniciativa se desarrolló para guiar a los empresarios de turismo indígena a prepararse para mercados regionales, nacionales y receptivos e identificar el cumplimiento de requerimientos empresariales, operativos y comerciales en el contexto posterior al covid.

Potenciar la marca de turismo interno Chile es Tuyo también es una de las medidas definidas en el Programa de Gobierno. Se busca con esto difundir los beneficios de la actividad turística, mejorar la atención y fomentar que más chilenos conozcan el país. Considerando el confinamiento, se realizaron acciones tácticas y campañas con comunicación dirigidas a los distintos segmentos, principalmente en medios online, con el fin de mantener el contacto con nuestros usuarios, promoviendo la cultura de viaje responsable entre los residentes en Chile, fortaleciendo la identidad nacional y contribuyendo a un mayor conocimiento del país a través de sus paisajes, destinos y experiencias.

En total, la inversión en campañas de promoción nacional asciende a \$1.000.000.000, fondos obtenidos del convenio de transferencia entre Sernatur y la Subsecretaría de Turismo. Esta inversión nos permitió (1) realizar una asesoría comunicacional para apoyar la estrategia nacional de reactivación del turismo nacional; (2) implementar el plan de reactivación 'Plan Viajar por Chile', para prepararnos en conjunto con la industria para un turismo responsable y enfrentar los desafíos para una futura reapertura del sector; (3) realizar videos de recomendaciones para viajar de forma segura por Chile lanzados en Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn; (4) ejecutar el Plan Verano Responsable; (5) ejecutar campañas digitales de turismo always on, las

cuales corresponden a las iniciativas de promoción que se encuentran activas durante todo el año para responder a la demanda de destinos. Se ejecutan a través de medios y redes sociales, como Google Search, Google Display Network, Programmatic, YouTube, Instagram y Facebook; (6) realizar los ciclos nacionales 'Chile tu mejor apuesta', para promover el turismo interno y dar herramientas a la fuerza de ventas de agencias de viajes; (7) contar con las publicaciones de Francisco Saavedra, influencer rostro de Chile es Tuyo; (8) transmitir vía streaming por redes sociales experiencias que se pueden vivir en nuestro país; (9) desarrollar la campaña de tráfico GDN (Google Display Networ; (10) promover el eclipse en La Araucanía; (11) crear la Ronda de Negocios Nacional: vigésimo séptima Ronda de Negocios con Impacto, 100% digital y primera enfocada en turismo Corfo y Sernatur; (12) participar en la Feria Virtual Cocha de Turismo; (13) rediseñar el sitio web de Chile es Tuyo; y crear la landing informativa del 'Plan Viajar por Chile'.

Todas estas acciones han tenido excelente aceptación en nuestras plataformas digitales (web y redes sociales), logrando impactar a la audiencia, generar recordación de marca, promover la cultura viajera, contribuir a un mayor conocimiento, fortalecer la identidad nacional y local, lograr mayor alcance e inspirar a los distintos segmentos a viajar por Chile. Los principales mediciones y resultados obtenidos en comparación con el año anterior son las siguientes: +21% de contenido de videos, +78% de visualizaciones promedio de vídeo, +110% de alcance orgánico promedio, +53% de reacciones promedio en los contenidos publicados.

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

---

### Promoción turística

---

El Plan de Marketing Internacional considera cuatro ámbitos de acción. El primero corresponde a turismo MICE o de reuniones; el segundo ámbito es la participación de Chile en ferias y eventos internacionales; el tercero corresponde a viajes de prensa; y el cuarto ámbito se refiere a la realización de campañas comunicacionales en mercados estratégicos. Sin excepción, todos ellos se vieron impactados de forma negativa a consecuencia directa de la pandemia, las medidas de confinamiento y las restricciones de viajes. Se suma también la reducción del 83% presupuesto del programa promoción turística internacional, lo que provocó una reorientación en la estrategia de promoción, centrándola en acciones digitales y prácticamente sin inversión, a fin de mantener a Chile posicionado como destino para los futuros viajes.

**Primer ámbito. Turismo MICE o turismo de reuniones.** Su foco es apoyar la postulación de entidades a congresos y eventos internacionales para tener a Chile como sede, de manera de aumentar la cantidad de turistas de este segmento, quienes registran un mayor nivel de gasto total individual en destino y su desarrollo es una alternativa para reducir la estacionalidad turística, ya que no está asociada directamente a una temporada del año en específico.

El estallido social en Chile (en octubre de 2019) y la contingencia por el coronavirus, que en todo el mundo afectó enormemente el segmento de turismo MICE, cancelando y reprogramando un importante número de congresos, eventos, viajes de incentivos, ferias y seminarios. En este contexto, el gobierno ha lanzado los protocolos de seguridad sanitaria de alojamiento y restaurantes y la Guía de Buenas Prácticas MICE.

Por ello es que se han realizado acciones de difusión para la industria del turismo de reuniones que no involucraron gasto de presupuesto y que mostraron las nuevas tendencias a aplicar en este segmento pospandemia. Estas acciones de difusión fueron (1) comunicado de apoyo a toda nuestra red de embajadores internacionales; (2) video especial de apoyo a la industria médica; (3) capacitación virtual a los embajadores internacionales; (4) encuesta a embajadores internacionales para analizar medidas que tomarán pospandemia; (5) webinar internacional 'Preparándonos para Retomar el Turismo de Reuniones'; (6) encuesta a asociaciones nacionales para analizar acciones pospandemia; (7) webinar para la industria chilena y latinoamericana con cuatro embajadores internacionales chilenos para la industria MICE y un experto chileno en viajes de incentivos en el marco de las charlas de Activa Turismo de Sernatur; (8) participación de Sernatur en el ICCA Client Supplier Virtual 2020, con diez reuniones con asociaciones latinoamericanas que buscan sede para realizar sus congresos; (9) presencia en la versión virtual de la Feria Fiexpo 2020, con un pabellón totalmente gratuito con veintidós empresarios turísticos chilenos que tuvieron reuniones virtuales con hosted buyers internacionales; y (10) landing especial para la contingencia llamada 'Plan Viajar a Chile' en dos idiomas, inglés y portugués.

En 2020, se postuló a cinco congresos de carácter internacional, 91% menos que el año anterior, cuando se realizaron 56 postulaciones. De las cinco de 2020, se logró obtener la sede para Chile de tres eventos para 2023 y 2024. Esto representa un 93% menos que el año anterior. Cabe destacar que la baja en postulaciones obedece a los efectos de la pandemia y que los resultados logrados fueron solo gestión de Sernatur, sin involucrar presupuesto a diferencia del año 2019, cuando se realizó la inversión en MICE de más de \$217 millones. A noviembre de 2020, según reportes de ICCA (International Congress & Convention Association), los eventos en Latinoamérica tuvieron un 30% de cancelaciones, un 60% de reprogramaciones para 2021 y solo un 11% se pudieron realizar de forma virtual. Esto corresponde a un universo de casi 1.400 eventos y congresos internacionales.

**Segundo ámbito. Participación de Chile en ferias y eventos.** Se asistió a ocho ferias y eventos internacionales, a diferencia de 2019, año en que se participó en 39 ferias eventos. Dos de los eventos de 2020 se desarrollaron de manera presencial durante el primer trimestre, antes del cierre de fronteras: Anato en Colombia y Fitur en España con un total de 89 beneficiarios directos y 5.147 indirectos. Seis ferias se realizaron de forma virtual durante el segundo semestre: Seatrade Virtual, en conjunto con la corporación de puertos que representa a los dieciséis puertos de Chile; Travelmart Virtual, presentación en conjunto con Enoturismo Chile en representación de los valles vitivinícolas de Chile; WTM UK, por primera vez solo como destino, puesto que años anteriores se realizaba con participación de la industria turística; Chile Virtual Expo, en conjunto con ProChile para atención de feria de industria de alimentos; Fiexpo Virtual, que convocó a veintidós empresarios; y la VI e-MCR de Turismo de la Alianza del Pacífico, encuentro empresarial virtual que se realizó entre el 5 y el 8 de octubre. Esta última fue la primera Macrorrueda de Negocios de Turismo en formato virtual, con 180 empresas invitadas de los seis países, 120 dirigidas al turismo receptivo y sesenta emisivos de los países miembro y Argentina y Brasil, como invitados.

Es importante recalcar el rol que tuvo Chile en la presidencia pro tempore de la Alianza del Pacífico (AP) y, dadas las restricciones de presupuesto, el logro de financiamiento de la Macrorrueda gracias a las gestiones con el Banco Interamericano de Desarrollo y el plan de promoción de la AP por 200.000 dólares, para realizarse en 2021 y que Chile queda como líder del proyecto. Además de esto, se generaron dos diálogos con los estados miembro de la Unión Europea, en que autoridades de la AP y de la UE presentaron los principales temas a tratar durante la pandemia para la industria turística y, de esta forma, ir generando aprendizajes que nos permitieran tomar decisiones sobre la experiencia del continente europeo.

Por otra parte, se realizaron once capacitaciones internacionales entre julio y noviembre con cuatro turoperadores y 35 capacitaciones entre julio y noviembre con 32 participantes. Estas capacitaciones fueron fruto del importante trabajo público-privado realizado durante el año 2020. Gracias a gestiones de ambas partes, se dio a conocer al país a la industria turística internacional.

**Tercer ámbito. Viajes de prensa.** En 2020, se realizaron 39 acciones en las que se coordinó la visita al país de diversos medios, blogueros e influenciadores. Por el cierre de fronteras, la ejecución de todas las acciones se realizó solo durante el primer trimestre del año. Del total de las acciones, 23 corresponden a mercados latinoamericanos, 12 en Europa, y 4 en Estados Unidos y Asia Pacífico. Producto de estas acciones, se generaron 72 publicaciones, como resultado de viajes realizados durante 2019 y 2020. La valorización de las publicaciones de los viajes realizados en 2020 es de 898.328 dólares,

que permitieron promover destinos de Chile en diversos medios y redes sociales, según las características de los periodistas, blogueros e influenciadores que visitaron el país. Cabe destacar que, en comparación con el año 2019, hubo una caída del 72% en los viajes realizados, resultado atribuible a la pandemia y a la reducción presupuestaria.

**Cuarto ámbito. Campañas comunicacionales en mercados estratégicos.** En enero, se hace el lanzamiento de la nueva campaña turística internacional: 'Chile, donde lo imposible es posible'. En los meses de marzo y abril, se bajó la comunicación debido a la contingencia nacional por el coronavirus. En mayo y junio se retomaron las acciones digitales, volviendo a comunicar en nuestras plataformas a través de un mensaje inspiracional e informativo con un llamado a viajar en un futuro próximo, de la mano de nuestra campaña internacional 'Sueño con Chile'. En 2020, conseguimos que más de 3.859.066 usuarios visitaran los sitios [www.chile.travel](http://www.chile.travel) y [www.chileestuyo.cl](http://www.chileestuyo.cl). El primero de ellos obtuvo 2.198.882 visitas y el segundo 1.660.184, ambos entre el 1 de enero de 2020 hasta el 31 de diciembre de 2020. En el caso de redes sociales, nuestras publicaciones llegaron a 1.488.567 personas segmentadas al público objetivo de nuestra comunicación. Además, se realizó un aumento en la frecuencia o repetición del mensaje (de acuerdo con la estrategia que abordamos con ejecutivos de Facebook e Instagram). Esto permitió mejorar el mensaje dirigido a los potenciales turistas para la toma de decisión para escoger a Chile como destino turístico.

En cuanto a **promoción nacional**, desde octubre se comenzó a implementar la iniciativa público privada "Plan viajar por Chile", con la finalidad de generar reactivación de los destinos turísticos del país que se han visto afectados, fomentando la aplicación de protocolos y las medidas que permitan reactivar, manteniendo las condiciones sanitarias necesarias para evitar la propagación del virus.

De esta iniciativa nace la campaña nacional 'Tenemos un plan para que viajar por Chile vuelva a ser un plan', que incentiva la reactivación del turismo nacional dentro de las medidas sanitarias y que ha generado un repunte en las visitas al sitio [www.chileestuyo.cl](http://www.chileestuyo.cl). Dentro de ese marco, se desarrollaron las siguientes acciones durante el año: (1) videos de recomendaciones como parte de la campaña Plan Viajar por Chile para viajar de forma segura por Chile, los que fueron lanzados en Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn; (2) Plan Verano Responsable, campaña informativa con canales de información oficial para que el turista se entere de las fases de cada comuna y qué debe hacer para viajar seguro y cumplir con los protocolos sanitarios del gobierno; (3) campaña postrecuperación, con el objetivo de incentivar los viajes por Chile tomando las precauciones y medidas para hacer un viaje seguro por el territorio nacional; (4) campaña estacional de verano 'Verano Responsable', llamando al cuidado y seguimiento de los protocolos sanitarios durante el tiempo de vacaciones, respetando además la fase del Plan Paso a Paso en la que se encuentra la comuna que se visite.

Adicionalmente, se realizaron campañas digitales de turismo always on durante todo 2020. Se trabajó en la comunicación constante de Chile y sus destinos a través de redes sociales (Facebook e Instagram), Google Search y Display. Durante el último trimestre, se comenzó a comunicar concretamente el mensaje 'Plan viajar por Chile', para las comunas de origen y destino en fase 3 o superior. También se ejecutaron publicaciones del influenciador Francisco Saavedra y campañas para fomentar la votación en los World Travel Awards, en específico para los premios sudamericanos, regional y mundial.

Se trabajó también en la web de Chile es Tuyo, con el fin de mejorar la experiencia de usuario, con un lenguaje dirigido al público final para motivar, a través de itinerarios y

experiencias, a realizar viajes de excursiones y escapadas por región. Adicional a esto, se realizó una auditoría de posicionamiento web que permitirá tener estrategia SEO de [chileestuyo.cl](http://chileestuyo.cl), proyecto que nació con el objetivo de mejorar la visibilidad de la marca y aumentar el tráfico hacia el sitio web. Asimismo, se realizaron acciones puntuales para potenciar la estrategia de promoción nacional con microcampañas digitales para aumentar las visitas al sitio de Chile es Tuyo y a la landing 'Plan viajar por Chile'.

Sernatur también promovió el eclipse total de sol que se vio en las regiones del sur de Chile. Se invitó a vivir la experiencia de forma responsable y siguiendo todas las normas sanitarias que el gobierno dispuso, a través de acciones como una transmisión en vivo por redes sociales con el tema del astroturismo y otras campañas específicas. Se apoyó la gestión de la campaña del eclipse de la Región de La Araucanía, junto a la gestión de la transmisión en vivo de TVN y la difusión por los canales de Chile es Tuyo, en acuerdo con Marca Chile (promotores oficiales del eclipse). Se replicaron todos sus contenidos en nuestras redes sociales, ayudando a tener flujo a su landing oficial del eclipse: [marcachile.cl/eclipse2020](http://marcachile.cl/eclipse2020).

Con la finalidad de diversificar los canales de comunicación se realizaron gestiones para obtener capítulos de TVN. Este proyecto es un programa de televisión enfocado y especializado en turismo nacional, grabados y producidos por la estación televisiva. Durante el año, se realizaron las proyecciones y ajustes para la grabación del programa, pero debido a las condiciones sanitarias se debieron correr para 2021. Además, se realizó un plan de influenciadores locales y nacionales, para comunicar la nueva forma de viajar por Chile, mostrando la preparación del sector, en términos de protocolos y otras medidas específicas. La idea es transmitir confianza hacia el turista comunicando a través de imágenes. El plan se comenzó a desarrollar y ejecutar desde noviembre 2020, el que ha ido sufriendo modificaciones a raíz de los cambios de fases de las distintas regiones.

Corfo y Sernatur colaboraron para hacer realidad la décimo séptima Ronda de Negocios con Impacto, la segunda 100% digital y primera enfocada en turismo. Se realizó entre el 23 de julio y el 5 de agosto de 2020 y contó con la presencia de 766 empresas. Tuvo participación de todas las regiones y empresas de la Rapa Nui. La iniciativa fue impulsada por Sistema B, Mentores de Impacto, Corfo, Sernatur y la Subsecretaría de Turismo, con el apoyo de Sofofa y AIEP.

También se participó en la Feria Virtual Cocha Beneficios organizada por Cocha para los colaboradores y clientes de las empresas del programa Beneficios. Entre el 15 y el 18 de diciembre, los expositores fueron empresarios y prestadores de servicio turístico regionales adheridos al Certificado de Compromiso 'Confianza Turística' de Sernatur. Además, se comunicó el 'Plan viajar por Chile'. Estas acciones han tenido excelente aceptación en nuestras plataformas digitales, logrando impactar a la audiencia, generando recordación de marca, promoviendo la cultura viajera, contribuyendo a mayor conocimiento, fortaleciendo la identidad nacional y local, logrando mayor alcance e inspirando a los distintos segmentos a viajar por Chile.

Pese a los efectos de la pandemia, tuvimos un importante alcance de comunicación en nuestras plataformas digitales: en comparación con el año anterior, aumentamos en +21% de contenido de videos, +78% de visualizaciones promedio de video, +110% de alcance orgánico promedio, +53% de reacciones promedio en los contenidos publicados, 68% de interacciones promedio y los formatos de video lograron 3.645.586 de views únicas. Durante todo el periodo, logramos alcanzar a más de 43MM de personas.



Tuvimos un crecimiento de fans y followers a una tasa promedio de 23,4% durante 2020. Asimismo, Instagram creció a una tasa promedio de 38,6%, Twitter, 1,8%, mientras que en Facebook crecimos un 0,2%.

En el caso de redes sociales, nuestras publicaciones llegaron a 1.488.567 de personas segmentadas al público objetivo de nuestra comunicación. La inversión en estas campañas asciende a \$1.285.400, lo que permitió aumentar el tráfico total en el año 2020, respecto del año anterior, en un 16,8% durante los meses de enero a junio, tiempo en que se ejecutó el plan de promoción.

## **Programa de Turismo Social**

---

Con el objetivo de disminuir la estacionalidad en temporadas media y baja a través del empaquetamiento de servicios turísticos, Sernatur ejecutó los programas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar.

La pandemia provocada por covid-19 trajo consigo estados de excepción constitucionales y distintas estrategias graduales de confinamiento durante el año 2020. Los programas de turismo social no pudieron desarrollar una ejecución normal de viajes, debido a la fuerte contracción en la demanda por servicios turísticos y la imposibilidad sanitaria de movilizarse. Ello provocó profundos efectos en la economía de los más de 1.000 prestadores de servicios turísticos que en tiempos normales participan de estas iniciativas, ya que se paralizó toda la cadena turística, afectando a servicios de alojamiento, restaurant, guías de turismo, empresas de transporte, excursiones, artesanos y proveedores alimenticios.

Con una inversión aproximada de \$1.120 millones (más de 8 mil millones menos de lo ejecutado durante 2019), los programas en su conjunto generaron 33.250 pernотaciones en 49 de los más de 80 destinos turísticos que se consideran normalmente, beneficiando a cerca de 459 prestadores, principalmente micro, pequeñas y medianas empresas. A su vez, además de contribuir a la economía de distintas comunas del país, estos programas facilitaron el acceso al turismo y favorecieron a 8.324 personas a diversos segmentos de la población, como adultos mayores, personas en situación de discapacidad, estudiantes de centros educativos que reciben subsidio estatal, estudiantes de escuelas especiales, niños, niñas y adolescentes de la red de Sename, familias vulnerables, entre otros segmentos de la población.

El programa **Vacaciones Tercera Edad**, en línea con el programa liderado por la Primera Dama, Cecilia Morel, 'Adulto Mayor, Adulto Mejor', el cual tiene como objetivo "promover un cambio cultural en las personas y las familias de nuestro país sobre la mirada que se tiene de las personas mayores en Chile, favoreciendo la integración social de ellas en todos los ámbitos de la vida", ha beneficiado a 3.904 pasajeros que lograron visitar 27 destinos de los 84 a nivel nacional, aportando a la dinamización de las economías locales de más de 300 empresas del sector turismo.

Asimismo, se facilitó el acceso al turismo de los adultos mayores. Los paquetes turísticos subsidiados por el programa Vacaciones Tercera Edad también consideran el factor

social del turismo, generando dinámicas que potencian la interrelación de adultos mayores, favoreciendo de esta forma su integración social mediante viajes grupales y actividades recreativas. Entendiendo la obligación de avanzar en materia de desarrollo tecnológico que nos presentó la pandemia, se ha incorporado a la ejecución de los viajes del programa la aplicación Viajero Conectado, una app de acompañamiento que busca atender en tiempo real situaciones acontecidas durante el viaje, proporcionar información de oferta turística a los pasajeros y recopilar información que ayude a la toma de decisiones.

El programa **Gira de Estudio** logró beneficiar a 930 pasajeros en 22 grupos de viaje provenientes de 19 establecimientos educacionales que reciben subsidio estatal y dos grupos conformados por niños, niñas y adolescentes que viven bajo la protección del Estado a través del Sename, gracias a un convenio firmado con dicha institución en 2017 y que se encuentra vigente. Por otro lado, se realizaron diferentes acciones para conocer el sentir de los establecimientos educacionales y el personal docente, desarrollando encuestas digitales y cinco focus groups, en los que se tuvo la participación de 55 personas, entre directores de colegios y profesores, a fin de evaluar el interés y las variables a considerar en futuros viajes.

A partir de dicho levantamiento de información, se efectuó una modificación al convenio vigente suscrito con Mineduc, aprobado por Decreto N° 919 de fecha 30 de septiembre de 2019, con el fin de rebajar el copago que deben hacer los pasajeros que viajen durante el año 2021, considerando la crisis económica que ha arrastrado la pandemia en las familias de los jóvenes participantes. Los viajes realizados favorecieron a siete destinos que participan del programa (22 en total), dinamizando sus economías locales y beneficiando a más de 50 prestadores de servicios turísticos.

Por su parte, el programa **Turismo Familiar** se desarrolló entre las regiones de Atacama y Los Lagos y benefició a 3.490 pasajeros a través de la ejecución de paquetes turísticos con la modalidad de viajes de escapada para familias nacionales y extranjeras con residencia en Chile, cuyos miembros que componen el grupo de viaje familiar están inscritos en el Registro Social de Hogares. A través del convenio celebrado entre el Ministerio de Desarrollo Social y Familia y el Servicio Nacional de Turismo aprobado a través de Resolución Exenta N°168 de 21 abril de 2020, el programa formalizó la participación de usuarios del Subsistema Seguridades y Oportunidades Ley 20.595, estableciendo las condiciones y formas en que se hará efectivo el acceso preferente y de manera particular para niñas, niños y adolescentes del Programa Abriendo Caminos y sus familias, con el fin de que todos ellos puedan disfrutar de los beneficios físicos, psicológicos y sociales del turismo, fortaleciendo de esta forma los lazos familiares y la vida sana.

Adicionalmente, y debido al compromiso formalizado entre Sernatur a través del Programa Turismo Familiar y el MinMujeryEG, el cual fue aprobado mediante Resolución Exenta N°458 de 5 de noviembre de 2020, se han desarrollado acciones coordinadas para promover la equidad de género, la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, impulsando la participación de mujeres en los planos cultural, social y turístico, como también en la integración social, la autonomía y el liderazgo de aquellas, velando por la equidad de género y la igualdad de oportunidades a través del Programa Turismo Familiar. De esta manera, se benefició a 999 grupos familiares, los cuales accedieron a algunos de los 22 destinos turísticos participantes del programa, fomentando el desarrollo económico regional y local de la industria turística y beneficiando a más de 140 empresas del sector.



La crisis sanitaria desafió a la industria a adaptarse rápidamente. En este escenario, los programas de turismo social se prepararon administrativa y operativamente, implementando en sus prestadores de servicios turísticos todas las medidas sanitarias contempladas en los protocolos sanitarios y las guías de buenas prácticas. Adicionalmente, el Departamento de Turismo Social de Sernatur diseñó indicaciones especiales para los programas y manuales operativos que orientan el desarrollo de cada viaje. Además, se desarrolló un ciclo de 5 conversatorios con prestadores de servicios turísticos, en los cuales participaron más de 150 prestadores que transmitieron sus aprensiones y propuestas para levantar el turismo social.

De esta manera, y con el objeto de velar por la seguridad de todos los pasajeros y trabajadores, los programas exigen a todos los prestadores de servicios turísticos participantes adherirse al Certificado de Compromiso 'Confianza Turística', logrando durante el año la adhesión de más de la mitad de los prestadores del programa turismo social. Dicho instrumento muestra el compromiso de implementación de protocolos y las guías de buenas prácticas de cada empresa o prestador de servicio turístico.

En ese sentido, y considerando que los servicios contratados no contemplaban la implementación de estos protocolos y lineamientos obligatorios, los programas de turismo social crearon un fondo para la implementación y el cumplimiento de las medidas sanitarias, el cual representó una inversión de más de \$200 millones destinados a la compra de elementos de protección personal e insumos para la implementación de las medidas.

## Información sectorial

---

Durante 2020, se potencia la atención a clientes en Sernatur y pasa a tomar forma **Turismo Atiende**, con una unidad responsable del mismo nombre que brinda atención presencial y no presencial. Se busca modernizar la atención a los clientes incorporando tecnología, otorgando un servicio de excelencia e información correcta en el instante apropiado.

Dada la contingencia, la atención no presencial a través de los múltiples canales que se han ido incorporando cobra mayor relevancia debido a la pandemia y sus consecuencias de confinamiento parcial y total dependiendo de las comunas. A través de estos canales, Sernatur logra acercarse, guiar y asesorar a la ciudadanía, turistas y empresarios del rubro, estando disponible de lunes a sábado para responder a todas las consultas relativas a la operatividad turística de las regiones. También se dan a conocer las iniciativas de apoyo a la industria, como Reactívale, Fogape, el Certificado de Compromiso, entre otras.

Sernatur dispuso 2020 de 37<sup>[1]</sup> Oficinas de Información Turística (OIT) que atendieron a 21.952 turistas, lo que representa una disminución del 78% respecto del año anterior, atribuible al cierre temporal de las oficinas de atención desde marzo por causa de la pandemia. Las OIT comenzaron a abrir paulatinamente en diciembre, dependiendo de las fases en que se encuentran las comunas. En específico, las oficinas pudieron abrir cuando la comuna se encontraba en fase 3 del Plan Paso a Paso.

Con este escenario, el servicio potenció la atención no presencial a través de nuestras plataformas virtuales: teléfono, mail, buzón virtual, redes sociales y la inclusión de Whatsapp Business, que se sumó como un canal de atención más en mayo de 2020. El total de atenciones por estos canales fue de 25.122, siendo el teléfono el que generó mayor demanda: 62% de las consultas ingresadas, seguido por el Whatsapp, que representó el 30% de los contactos.

Desde mayo, en apoyo a la industria turística, comenzamos a realizar llamados a la base de datos de prestadores de servicios registrados en Sernatur, con el fin de acercarnos e informar sobre los beneficios estatales a los cuales podrían acceder. Hasta diciembre, se realizaron 12.400 llamados. La atención de estos canales es realizada por asesores distribuidos a lo largo de Chile que por estar cerradas las oficinas no podían desempeñar su labor habitual de atender clientes presencialmente. Así hemos formado un equipo multifuncional, capacitado en múltiples temas para responder satisfactoriamente en línea, no solo temas de atractivos y operatividad de regiones, sino además guiar y entregar información acerca de beneficios y medidas económicas entregadas.

El hecho de tener capacitaciones permanentes y evaluadas nos ha permitido ser reconocidos por los clientes, quienes evalúan satisfactoriamente a través de encuestas que consideran dos dimensiones: satisfacción y calidad-amabilidad con la que estamos atendiendo. En ambas dimensiones, la evaluación de 2020 fue superior al 95% de satisfacción neta.

Sernatur también tiene un rol en la generación de **datos estadísticos**. Esto apunta a recopilar y analizar información de interés del sector, con el fin de acompañar las políticas y estrategias públicas para el desarrollo sostenible de la actividad turística. Con este propósito, durante 2020, y ajustados a la realidad impuesta por la pandemia, se intensificó la investigación y el desarrollo de proyectos que entreguen información estadística del estado de situación del sector, como una acción de apoyo al fomento de la actividad turística nacional, destacando la puesta en producción del proyecto uso de Bigdata para el turismo interno. A través de esto, fue posible entregar información de los viajes turísticos con origen, destino y pernoctación realizados por los residentes en Chile dentro del país. Los datos fueron desagregados a nivel territorial (región, destino turístico, comuna) durante todo el año, consiguiendo un monitoreo oportuno y constante de la actividad turística nacional.

Adicionalmente, se potenció la incorporación de herramientas BI (Business Intelligence) para entregar valor agregado a las bases de datos centralizadas que Sernatur dispone del sector. En esta línea, se inició el desarrollo del proyecto DataTurismo, iniciativa que, a través de herramientas digitales de autoconsulta, permite la visualización interactiva de las estadísticas oficiales de turismo de Chile. Se aporta en posicionamiento del turismo como sector económico, mediante la generación y el enriquecimiento en la visualización de estadísticas robustas, tanto de la demanda como de la oferta y del territorio.

De igual modo, ante el desafío de entregar información en un año de crisis, Sernatur trabajó en el desarrollo y la implementación de modelos de proyección para el turismo internacional e interno. Además, se avanzó en una segunda fase del proyecto Sistema de Información de Estadísticas del Turismo- SIET, centralizando un mayor número de bases de datos y automatizando la carga de la data para un trabajo sistemático y expedito, reduciendo así los desfases en la oportunidad de la información. Al mismo tiempo, se realizó un plan de trabajo piloto con profesionales de distintas Direcciones

Regionales de Sernatur, para que, a través de una serie de actividades previamente estructuradas, se realizaran ejercicios de consulta y análisis de la información, para lograr un diagnóstico colaborativo, con el objetivo macro de que este proyecto sea una herramienta para el respaldo de las decisiones institucionales basadas en cifras oficiales, aportando así a la gestión del conocimiento.

Finalmente, para asegurar estadísticas coordinadas con distintos órganos especialistas, se destaca la colaboración continua mediante mesas técnicas de trabajo con INE, Banco Central y organismos afines, a fin de desarrollar, impulsar, fortalecer y sostener el SET (Sistema de Estadísticas de Turismo) en el tiempo, asegurando así la provisión y la generación de información de base que permita calcular y estimar el impacto de la actividad en el empleo y en la economía.

---

## Innovación y tecnología

---

En 2020, se avanzó en fortalecer la innovación y la tecnología, en la búsqueda de instalar un proceso de transformación digital basado en la cultura, los procesos, la comunicación y nuevos canales; y digitalizar la oferta de pymes turísticas e incrementar las capacidades tecnológicas de las empresas de turismo por medio de programas de acompañamiento.

En este escenario, Sernatur lideró el trabajo de la industria desarrollando diferentes iniciativas. Una de estas iniciativas fue el **SIGO Turismo Tecnología**, piloteado y masificado durante 2020. Este programa de capacitación y asistencias técnicas permite a las mipymes desarrollar y fortalecer las competencias digitales de los participantes, para implementar y gestionar acciones de comercialización digital en su negocio turístico, con foco en mejorar y diferenciar la comunicación, la gestión, el posicionamiento, la visualización y el contenido, enriqueciendo la experiencia integral de enlace que ofrecen a sus clientes.

Estos contenidos fueron testeados exitosamente durante los meses de abril y mayo con 20 empresas de la Región de Valparaíso. Luego, junto a la Subsecretaría de Turismo y Corfo, durante el segundo semestre se realizó el llamado mediante el Programa de Formación de Competitividad de Corfo “Digitalización empresas de turismo” 19PFC-121104 (Becas Capital Humano). Se alcanzaron 900 postulaciones y el programa de capacitación se desarrolló con 506 estudiantes matriculados; este programa de capacitación se impartió entre septiembre de 2020 y enero de 2021, resultando en 338 participantes distinguidos.

En materia de digitalización de los prestadores de turismo, se potenció la iniciativa **Conecta Turismo**, una plataforma con base tecnológica que permite reunir a prestadores de servicios turísticos con emprendimientos e innovaciones de tecnología en soluciones digitales, para generar oportunidades, desarrollar desafíos, impulsar el emprendimiento y presentar soluciones a las diferentes necesidades de las empresas turísticas, en torno a la digitalización de la oferta. Para ello, durante 2020 se buscó

amplificar a todo el país esta iniciativa: se logró llegar a 110 proveedores tecnológicos y 253 prestadores de servicios turísticos de todo el país, que permitieron de acuerdo al análisis de sus avances desarrollar la plataforma [www.conectaturismo.cl](http://www.conectaturismo.cl).

En materia de innovación pública, el servicio decidió participar de manera voluntaria en el piloto del **Índice de Innovación Pública** liderado por Laboratorio de Gobierno y el BID. Como resultado, Sernatur obtuvo 29,04 puntos superando la media de la categoría, que alcanzó los 26,6 puntos. Se midieron tres dimensiones, resultando la más sobresaliente entre todas las instituciones medidas la de Recursos Institucionales (15.50 puntos de 20). En las otras dimensiones, se nos presentan desafíos en Prácticas y procesos (5.70 de 40) y en Colaboración y Apertura (7.83 de 40 puntos). Las subdimensiones más destacadas fueron Estrategia y Gobernanza, Actividades Prácticas (proyectos reportados como el SIGO Innovación, Turismo Atiende y Activa Turismo presencial) y el Talento Humano.

Uno de estos retos, sin duda, fue la crisis económica a partir de la crisis social vivida en Chile desde octubre de 2019 y la pandemia que ha enfrentado al mundo y generado nuevos desafíos para el turismo con una serie de cambios y replanteamientos ante un nuevo escenario lleno de incertidumbres y cambios de comportamiento. Sin embargo, también ha acelerado cambios que ya se estaban generando, como la necesidad de innovar en los productos y servicios, la digitalización como una obligación y no una opción y el fortalecimiento de la asociatividad y el trabajo público-privado, donde los municipios tienen un rol articulador fundamental.

Para ello, se creó **Activa Turismo en Línea**, un espacio de seminarios virtuales con información relevante para las empresas turísticas y charlas de especialistas que permitieron enfrentar la crisis económica actual y reactivar la industria (en su debido momento) con mayor información y mejores herramientas. Este espacio se caracteriza por permitir la interacción con y entre los asistentes a través de un chat para comentarios, además de un espacio de preguntas y respuestas. Entre abril y noviembre, se realizaron 62 webinars con 22.523 asistentes con un promedio de 363 asistentes por sesión. Fueron revisadas medidas económicas, de contención y liderazgo en las empresas y webinars especializados en turismo en materias de proyecciones, marketing digital, segmentación de clientes, sustentabilidad, accesibilidad, modelos de negocios, entre otros temas.

## **Herramientas para el fortalecimiento de la gestión local, territorial y medioambiental.**

---

En el marco del convenio de transferencia de recursos para la implementación de la estrategia para la experiencia del visitante en Áreas Silvestres Protegidas y zonas aledañas, firmado entre la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo, se diseñó el **Plan de capacitación para Comunidades Anfitrionas en áreas silvestres protegidas y zonas aledañas** orientado a comunidades que viven en los entornos de estas áreas. En una segunda etapa, se diseñó e implementó con 54 empresas beneficiarias el **Programa Market Ready Turismo de Naturaleza**, que tiene como objetivo “fortalecer competencias de comercialización para promover y

posicionar experiencias turísticas, con el fin de especializar y diferenciar su oferta, incrementando con ello su competitividad, sus ventas y creando valor para sus clientes”.

Es importante consignar que Sernatur forma parte de los órganos de la administración del Estado que tiene competencia ambiental, razón por la cual participa en el **Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental** (SEIA), instancia que permite resguardar que los proyectos de inversión, tanto públicos como privados que se realizan en el país, sean evaluados a través de este instrumento. Estos proyectos deben introducir la dimensión ambiental en su diseño y ejecución. Durante 2020, se realizaron 734 pronunciamientos emitidos por la Dirección Nacional y las Direcciones Regionales de Turismo.

Por otra parte, la declaración de **Zonas de Interés Turístico** (ZOIT) permite potenciar el desarrollo territorial del turismo, mediante la priorización de recursos públicos e incentivos a la inversión privada. En este contexto, Sernatur participó en el proceso de actualización y creación de nuevas declaraciones de ZOIT, revisando los contenidos de los expedientes de postulación y emitiendo cuatro informes de postulaciones.

Estas ZOIT corresponden a: (1) Mamiña en la Región de Tarapacá; (2) Putaendo en la Región de Valparaíso; (3) Olmué en la Región de Valparaíso; y (4) Melipeuco en la Región de La Araucanía. Además, participaron en el proceso de prórroga de siete ZOIT vigentes: (1) Robinson Crusoe en la Región de Valparaíso; (2) Lago Colbún- Rari en la Región del Maule; (3) Salto del Laja en la Región del Biobío; (4) Araucanía Lacustre en la Región de La Araucanía; (5) Valdivia en la Región de Los Ríos; (6) Corral en la Región de Los Ríos; y (7) Futaleufú-Palena en la Región de Los Lagos.

Sernatur en conjunto con la Subsecretaría de Turismo elaboró dos instructivos para apoyar la gestión en la declaración ZOIT: la ‘Guía para la declaración y gestión de las Zonas de Interés Turístico (ZOIT) en regiones’ y el ‘Instructivo sobre procedimiento para tramitación del Informe de Sernatur previsto en el Artículo N°16 de la Ley N°20.423”.

Respecto a la crisis sanitaria y cómo esto afecta al turismo y los destinos del país, Sernatur elaboró una ‘Guía para Municipios: Reactivación del Turismo Local’, con el fin de guiar a los gestores de destinos turísticos (sectoriales, municipales u otros) en el camino para restablecer las confianzas en el destino y reactivar la actividad turística en un marco de cuidado y prevención por el covid-19.

En relación al Índice de Saturación de Destinos Turísticos (ISDT), Sernatur elaboró la ‘Guía de recomendaciones para prevenir la Saturación de los Destinos Turísticos’, cuyo objetivo es proporcionar recomendaciones para abordar de diferentes formas la prevención de la saturación de los destinos turísticos del país, con el propósito de avanzar hacia un modelo más respetuoso con el medio ambiente y la población local, más inclusivo, participativo, competitivo y más diverso. Además, se elaboraron 4 infografías por cada dimensión del índice “Infraestructura y medio ambiente, Calidad de vida, Capacidad turística y Gestión”, con recomendaciones para los Municipios, Sernatur, autoridad de medio ambiente, obras públicas, entre otros, y recomendaciones para los actores locales del turismo.

Respecto a la autorización de construcciones en el área rural con fines ajenos a la agricultura (como es el caso de los proyectos turísticos), se requiere tramitar ante la Secretaría Regional Ministerial de Agricultura el Informe Favorable para la Construcción (IFC). En este escenario, Sernatur colaboró en la elaboración de 42 informes previos y respuestas a consultas a solicitantes externos, en lo que respecta al otorgamiento del

Informe Favorable para la Construcción (ex Cambio de Uso de Suelo) para solicitantes y clientes externos cuyos proyectos se localicen en una ZOIT.

En el marco del **Sistema de Información Geográfico** (SIG) de Sernatur, se actualizó el catastro de atractivos turísticos a nivel nacional con un total de 4.881 atractivos: 477 atractivos de jerarquía internacional, 1.544 atractivos de jerarquía nacional, 1.747 atractivos de jerarquía regional y 1.113 atractivos de jerarquía local. Además, se incorporó un nuevo subtipo denominado olas, específicamente para las comunas de Arica y Pichilemu, en las Regiones de Arica y Parinacota y del Libertador Bernardo O'Higgins, respectivamente.

En la temática de **Cambio Climático**, durante 2020, se abordaron las siguientes acciones:

- I. Se capacitaron 74 profesionales de Sernatur a nivel nacional en el curso 'Introducción al cambio climático para el sector turismo' dictado por el Ministerio de Medio Ambiente, en el marco del Plan de Adaptación de Cambio Climático del Sector Turismo.
- II. Sernatur participa, como contraparte técnica y beneficiario postulante, del primer acuerdo territorial de adaptación al cambio climático coordinado por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático (ASCC Corfo). El objetivo de este acuerdo territorial es avanzar en el diseño de un Plan de Adaptación al Cambio Climático para zonas de cordillera y precordillera. De esta forma, a través de un proceso de participación en el territorio, se busca consolidar un modelo de alianza público-privada que se traduzca en un acuerdo de carácter voluntario para promover mejoras en el territorio para enfrentar los riesgos climáticos.

El 2020 el Plan de Infraestructura en Turismo, busca disminuir las brechas identificadas en infraestructura de apoyo al turismo a nivel nacional, para así mejorar la competitividad turística de Chile y reactivar la decreciente actividad económica que el país y el sector turístico han sufrido el último año producto de los efectos del Covid-19. El Plan contempla una inversión total de MMUS\$1.671 en un periodo de 5 años, y se agrupa en 4 componentes priorizados para su desarrollo: Parques Nacionales, Borde Costero, Rutas Escénicas y Habilitación de Atractivos.

## **Herramientas de competitividad para prestadores de servicios turísticos y capital humano.**

---

En 2020, se trabajó en el desarrollo de la oferta de **astroturismo**, especialmente en las regiones de La Araucanía y Los Ríos con foco especial en el eclipse total de sol del 14 de diciembre. Desde Sernatur, se promovió la oferta de servicios turísticos y se trabajó a nivel local con las municipalidades de los destinos en que se vería el eclipse.

El programa estratégico de **Enoturismo Chile** consolidó su institucionalidad, implementó capacitaciones de enoturismo para 280 guías de turismo y generó campañas y alianzas para su posicionamiento comunicacional en canales digitales. En términos de crecimiento, logró incorporar nuevos territorios enoturísticos de las regiones de Coquimbo y Ñuble.



Respecto al **Programa Nacional de Turismo Municipal**, actualmente, de un total de 345 municipios, 294 cuentan con coordinador municipal de turismo que mantiene una relación técnica con Sernatur. Durante 2020, se realizó el Encuentro Nacional de Encargados Municipales de Turismo en forma virtual. El evento contó con dos días de exposición de las autoridades (7 y 8 de julio), que abordaron la realidad del turismo en el marco de la pandemia y la recuperación y el rol que les toca cumplir a los municipios en este trabajo. Se realizaron trece aulas virtuales que plantearon temáticas según las necesidades de los municipios. Durante los días que se desarrolló el encuentro, hubo un total de 3.428 personas conectadas. En la implementación del Modelo de Gestión que fortalece la gestión turística interna de los municipios, a los cinco que ya tenían la Distinción 'Municipalidad Turística' (Concón, Vicuña, Caldera, Machalí y Valdivia), en 2020 se sumaron Algarrobo, Isla de Maipo, Pucón y Coyhaique.

Para mejorar la calidad de los servicios turísticos y desarrollar una oferta más competitiva, desde 2007, año en que comenzó la **certificación de calidad turística**, hasta 2020, se cuenta con 311 servicios con Sello de Calidad Turística vigente. Entre enero y diciembre de 2020 se entregaron en total 17 sellos, de los cuales trece corresponden a nuevas empresas y 4 renovaciones de certificación. <sup>[2]</sup>.

En el ámbito de la **sustentabilidad**, contamos con 166 sellos vigentes hasta 2020, de los cuales 83 son nuevas empresas que se sumaron al camino de la sustentabilidad. Se trabajó en traspasar el Sello S a una postulación digital a través del Registro de Sernatur y capacitar a organismos certificadores y encargados regionales. Asimismo, para ambos sellos, se trabajó de manera permanente en generar incentivos para los prestadores con sello vigente, siendo algunos de estos beneficios cursos exclusivos de capacitación técnica y descuentos para participar en acciones promocionales fuera del país.

El **Programa SIGO Innovación** busca entrenar a micro y pequeñas empresas para diferenciar la oferta de productos y servicios de los destinos bajo conceptos identitarios comunes. SIGO Innovación (anteriormente llamado SIGO Experiencias) fue ejecutado de manera virtual en los destinos de Arica, Antofagasta y Panguipulli, donde se benefició a 68 empresas.

En materia de **capital humano**, se trabajó en la línea de las acciones definidas en el Plan Estratégico de Capital Humano 2019-2022 y se continuó el trabajo del Comité Técnico Público Privado de Capital Humano, con representantes de los gremios, profesionales, otras instituciones del estado y académicos de las áreas de turismo, gastronomía y hotelería. Esta mesa de trabajo se ha replicado en seis regiones del país, lo que ha permitido avanzar en el poblamiento del Marco de Cualificaciones Técnico Profesional en esta industria que, siendo liderado por el Ministerio de Educación, ha seleccionado al turismo como un sector focalizado para el avance en materia de articulación con este marco.

En paralelo, durante 2020 se otorgaron 3.318 certificaciones de competencias laborales de ChileValora, se capacitó a 1.229 personas a través de tres cursos online disponibles en la plataforma online del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence) y, adicionalmente, se capacitó a 241 personas con el curso 'Turismo para Municipios y Gobiernos Regionales' disponible a través de la Academia Virtual de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere).

En 2020, el Servicio Nacional de Turismo trabajó en la gestión de los destinos entorno al **turismo accesible**. Se invitó a nivel nacional y de forma voluntaria a participar del



proyecto piloto 'Rejuvenecimiento de los destinos. Levantamiento de información en base a la posible oferta accesible', iniciativa en la que participaron cinco regiones de manera activa, generando lazos público-privados dentro de la región y conformando la mesa de turismo accesible en la mayoría de los casos.

En este ámbito, se generó un trabajo colaborativo con distintas instituciones públicas, como Conaf, Senadis, Minvu, municipios y por supuesto con universidades y empresas turísticas, logrando un levantamiento de 180 empresas y servicios turísticos accesibles en las regiones de Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, Maule y Biobío, sin contar la diversidad de atractivos e iniciativas que ya existen en los mismos destinos respecto a esta temática. Además, se realizaron capacitaciones entorno al turismo accesible tanto a nivel nacional como internacional (en Perú y Argentina), teniendo un alcance de más de 900 personas.

En cuanto al programa de **Conciencia Turística**, se realizaron talleres de sensibilización en la prevención de ESCNNA-VT (Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes, asociada a Viajes y Turismo) para trabajadores y empresarios de los sellos S y Q capacitando a 507 personas durante el año.

## **Formalización de los prestadores de servicios turísticos.**

---

El **Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos** es un sistema que busca formalizar y ordenar la oferta turística del país. En enero de 2020, se da inicio a la implementación del nuevo reglamento de la ley de Turismo (decreto n° 19 de 2018). Este reglamento, adapta los requisitos documentales para el registro de acuerdo con el tipo de servicio, solicitando los antecedentes más idóneos de acuerdo con el rubro en que se desempeña cada prestador. De este modo, se espera ampliar la cobertura del registro, con el fin de contar con información más representativa y de mejor calidad del sector. También, producto de la entrada en vigencia del nuevo reglamento, comienza la implementación del registro provisorio, el cual permite el registro de prestadores de servicios con brechas de formalización por causales externas al propio prestador. A la fecha, existen 340 servicios con registro provisorio, de los cuales un 84% (286) corresponden a Guías de Turismo, 6% a Alojamientos Turísticos (23), 6% Restaurantes (22) y 4% tour operadores y actividades de turismo aventura (9).

Paralelamente, luego de un año de desarrollo, comienza la implementación de una nueva plataforma de Registro, la cual se actualiza en función de las nuevas necesidades tecnológicas y de seguridad, brindando mayor autonomía al prestador en la actualización de su información. A su vez, permite subir fotografías, agregar nuevos servicios, postular al sello de Sustentabilidad Turística, adherir al certificado de compromiso para los protocolos COVID, descarga de logo de Registro y QR que valida la información del prestador registrado.

Durante 2020, el número de prestadores de servicios turísticos registrados alcanzó los 27.105, implicando un aumento de un 17% respecto al año anterior. El aumento en el registro se explica por el interés de los prestadores de servicios turísticos por acceder a las herramientas que el estado ha dispuesto para ayudar al sector en el contexto de la

pandemia. En la siguiente tabla, se presenta el detalle por tipo de servicio de los prestadores turísticos registrados a diciembre de 2020.

**[1] Considera OIT's propias de Sernatur y otras financiadas o administradas por terceros a través de Convenios o Fondo Nacional de Desarrollo Regional.**

**[2] Considera nuevas empresas certificadas por primera vez y empresas que renuevan su certificación.**

<b>Tipo de servicio</b>	<b>N° servicios registrados</b>
Agencia de viajes	1.093
Alojamiento turístico	9.704
Arriendo de Vehículos	323
Guías de Turismo	2.381
Restaurantes y similares	5.484
Servicios Culturales	306
Servicios de esparcimiento	499
Servicios de Producción Artesanal	796
Servicios de Souvenir	66
Servicios deportivos	112
Tour operador	2.090
Transporte de pasajeros por ferrocarril	4
Transporte de pasajeros por vía aérea	19
Transporte de pasajeros por vía Marítima	184
Transporte de Pasajeros Vía Terrestre	1.395
Turismo aventura	2.649
<b>Total general</b>	<b>27.105</b>

Con la finalidad de verificar la información entregada por los prestadores de servicios turísticos en el registro y dar cumplimiento a la normativa vigente, desde el año 2012 Sernatur ejecuta el proceso de **inspección a los servicios turísticos**. Actualmente, del total de alojamientos registrados, el 74,2% se encuentra inspeccionado, mientras que, del total de actividades de turismo aventura registradas, el 90,8% se está en la misma situación.

En 2020, se ejecutaron a nivel nacional 214 inspecciones de alojamiento y 597 inspecciones de turismo aventura, dando un total nacional de 811 inspecciones, 48% menos de las inspecciones realizadas el año anterior. La disminución se atribuye a las

restricciones de desplazamiento asociados a la pandemia, lo que limitó la salida de funcionarios para ejecutar las inspecciones. De forma adicional, se ejecutaron 34 **operativos de fiscalización a los servicios de turismo aventura**, los cuales fueron coordinados con otros organismos públicos, como Directemar, Carabineros de Chile, Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, Municipios, solo por mencionar algunos.

Por otra parte, entendiendo la necesidad de preparar y apoyar a la industria en el proceso de reactivación por la pandemia, se creó el **Certificado de Compromiso ‘Confianza Turística’** que da cuenta de la implementación y el cumplimiento de los Protocolos Sanitarios y las Guías de Buenas Prácticas para el Manejo y Prevención del Covid-19 en el Sector Turismo. Este distintivo es otorgado a todos los prestadores de servicios turísticos que estén registrados en Sernatur y su objeto es obtener el compromiso y la declaración por parte de los prestadores turísticos de cumplir con todas las medidas sanitarias, las recomendaciones y las orientaciones de manejo y prevención para reducir el riesgo de contagio de coronavirus, las que están dispuestas tanto en los protocolos de la industria del turismo como en las guías de buenas prácticas relacionadas con la actividad.

El Certificado de Compromiso es sinónimo de confianza turística y da cuenta del compromiso de prepararse para operar y recibir visitantes en el momento en que sea seguro hacerlo, comprendiendo que la crisis sanitaria trae consigo nuevas exigencias de higiene, sanitización y seguridad, asegurando condiciones óptimas para trabajadores y turistas. En 2020, se alcanzó un total de 4.852 servicios con Certificado de Compromiso, siendo su distribución por tipó de servicio la siguiente:

Región	Servicios Adheridos
Agencia de viajes	214
Alojamiento turístico	2.246
Guías de Turismo	340
Restaurantes y similares	1.009
Servicios Culturales	53
Servicios de esparcimiento	25
Servicios de Producción Artesanal	43
Servicios de Souvenir	5
Servicios deportivos	1
Tour operador	527
Transporte de pasajeros por vía aérea	1
Turismo aventura	388
Total general	4.852

En tanto la distribución de servicios adheridos por región es la siguiente:

Región	Servicios Adheridos
Arica y Parinacota	122
Tarapacá	194
Antofagasta	340
Atacama	95
Coquimbo	341
Valparaíso	669
Metropolitana	640
O'Higgins	201
Maule	160
Ñuble	155
Bío Bío	276
Araucanía	356
Los Ríos	275
Los Lagos	466
Aysén	347
Magallanes	215
Total general	4.852

## Gestión presupuestaria de las Direcciones Regionales de Turismo: iniciativas de inversión con fondos de terceros y alianzas intersectoriales.

---

Las Direcciones Regionales de Sernatur informaron que durante el año 2020 contaron con un total de 38 iniciativas de inversión con fondos de terceros (FNDR u otro), por un total de \$46.608.489.077. De estas iniciativas, un 37% fueron aprobadas en 2020, el resto de las iniciativas corresponden a proyectos que vienen de años anteriores. Respecto a la ejecución, inicialmente las Direcciones Regionales programaron ejecutar en 2020 \$8.694.244.390, sin embargo, dada la pandemia y distintos ajustes presupuestarios, el monto final ejecutado fue de \$5.784.392.015, es decir, un 67% respecto del total programado a ejecutar. Cabe señalar que los recursos ejecutados en 2020 tuvieron especial foco hacia la reactivación del turismo.

De los fondos ejecutados en 2020, la apertura se desglosa de la siguiente manera: un 78% en el componente Promoción, un 21% en el componente de Desarrollo y un 1% en el componente de Turismo Social. Esta asignación ha permitido a las Direcciones Regionales desarrollar, comunicar y asesorar a la industria regional en la implementación de protocolos, guías de buenas prácticas, adherencia al Certificado de Compromiso 'Confianza Turística' e incentivar el registro en Sernatur, con el objetivo de realizar un funcionamiento acorde a las medidas sanitarias vigentes y al Plan Paso a Paso establecido por el gobierno, en el marco de la pandemia por covid.

Asimismo, se ha logrado entregar capacitaciones y herramientas al sector, con el propósito de enfocar su gestión hacia el turismo local e interno y fortalecer su desempeño de cara a la reactivación de la industria. También hay que señalar que la inversión en promoción ha estado dirigida principalmente en el ámbito intrarregional y nacional, aportando a recuperar su funcionamiento, apoyando su gestión y el desarrollo de sus destinos. El componente de Turismo Social, en gran parte del año, debido a las condiciones actuales, ha tenido que ser reprogramado en la mayoría de las Direcciones Regionales.

Es muy importante señalar que durante 2020 los efectos sociales y económicos de la pandemia profundizaron las alianzas interinstitucionales. Se pudo realizar un trabajo en conjunto con Sercotec, a partir de un Convenio de Colaboración y Transferencia de Datos, junto a un Plan de Trabajo Anual. Se desarrollaron iniciativas tanto en términos de fomento como de capacitación a través de sus programas multisectoriales. Cabe destacar en materias de fomento, el programa Reactívatelo Turismo, que benefició a 4.961 beneficiarios con más de \$11.708 millones; y el Programa Reactívatelo FOGAPE, con un aporte de \$2.314 millones entre 1.273 beneficiarios. Ambos programas fueron orientados directamente a los prestadores de servicios turísticos. Otra iniciativa destacada con Sercotec fue el aporte de Sernatur al programa de capacitación Ruta Digital. Esto consistió en el desarrollo de contenidos de un curso especializado de Comercialización Turística, que consisten en un nivel básico y uno avanzado, con un total de 5 módulos y un sistema de evaluación.

Respecto de los esfuerzos desarrollados en conjunto con Corfo, se destaca el rol de las Direcciones Regionales de Sernatur en la articulación y difusión de los programas en apoyo a la reactivación (PAR), que permitieron colocar en el sector turístico más de \$1.000 millones entre 448 empresas.

Gestiones similares se desarrollaron también desde Sernatur con BancoEstado, difundiendo entre los prestadores de servicios turísticos, los nuevos beneficios crediticios con Fondo de Garantía para el Pequeño Empresario (Fogape). Estas gestiones se tradujeron en 17.359 operaciones con el Banco y créditos por \$550.465 millones.

# 4. Desafíos para el período de Gobierno 2018 - 2022

## Promoción

En promoción nacional, la estrategia está centrada en reactivar los destinos turísticos del país afectados por la pandemia, a través de iniciativas conjuntas con otros actores del turismo, además de fortalecer el desarrollo del turismo interno mediante campañas principalmente digitales, con foco en escapadas, vacaciones y excursiones dentro del territorio nacional. Aquí el rol informativo que ha adquirido el Servicio Nacional de Turismo es fundamental en la reactivación de la industria y, por lo tanto, la coordinación público-privada será necesaria para esta importante labor, al igual que el trabajo conjunto con las regiones de nuestro país.

En tanto, en promoción internacional, las estrategias se enfocan en mantener el posicionamiento construido en los últimos años mediante la comunicación promocional del destino Chile y apoyar la reactivación mediante la generación de campañas que permitan aumentar la demanda en los principales mercados emisores. Considerando también el escenario actual, hay que entender que las llegadas de turistas se verán completamente afectadas por la pandemia, con lo cual se espera una leve recuperación respecto a lo ocurrido en 2020.

Otra de lo que se espera es aumentar el capital de marca, a través de la realización de campañas comunicacionales, participación en ferias y eventos, tanto presenciales como online, y diversas acciones dirigidas a los mercados abordados. Se actualizará la estrategia de promoción en cuanto a la reactivación de los mercados definidos como prioritarios y los mercados en desarrollo establecidos en el Plan de Marketing 2019-2022.

En este mismo sentido, se buscará alinear a las regiones para asegurar la implementación de la estrategia de marketing a nivel internacional, para lograr que la comunicación del mensaje sea potente y reconocida en el mundo.

## Turismo Social

En cuanto al programa Vacaciones Tercera Edad, si consideramos un contexto sanitario marcado por la vacunación masiva contra el covid-19, se espera alcanzar una alta ejecución de viajes que permitan reactivar las golpeadas economías locales e incentivar el empleo en los más de 80 destinos turísticos del programa. Se potenciarán iniciativas, como Experiencias Mayores que busca ser más eficiente a través de la incorporación de nuevas tendencias (ecommerce, personalización y experiencias), traccionar destinos potenciales y beneficiar a más prestadores de servicios turísticos.



El programa Gira de Estudio implementará nuevos cupos de viaje dirigidos a estudiantes de turismo de educación superior con el objeto de reactivar la demanda y dinamizar la economía de los 22 destinos que considera. A la vez, se potenciará el trabajo con el Ministerio de Educación, mediante las Seremis de cada región, para potenciar los viajes de centros educativos durante el segundo semestre de 2021 y fortalecer la salud psíquicosocial de los jóvenes.

Finalmente, el programa Turismo Familiar dispondrá de cupos de viajes orientados a mujeres en coherencia con el desafío gubernamental de promover la equidad de género. También ampliará su segmento de beneficiarios mediante cupos de viajes para funcionarios de la salud pública y sus familias, otorgándoles un reconocimiento por la labor que han tenido que enfrentar durante el desarrollo de la pandemia. A su vez, esto favorecerá y potenciará la utilización y la ocupabilidad de los servicios turísticos en los distintos destinos que participan del programa.

En un contexto de pandemia, los programas de Turismo Social en su conjunto enfrentarán el desafío de diseñar e implementar indicaciones respecto a la prestación de los servicios turísticos, adaptando el paquete turístico con el fin de lograr una experiencia segura. A la vez, es fundamental apuntar hacia la integración tecnológica en los programas, de manera paulatinamente en trámites digitales, comunicación a distancia, comercialización online y mejoras a las páginas web, avances que permitan una mejor comunicación con los usuarios.

Respecto la aplicación de protocolos y medidas sanitarias, se gestionará la adhesión al Certificado de Compromiso 'Confianza Turística' de todos los prestadores faltantes, a fin de resguardar la integridad de los pasajeros y trabajadores.

Por último, también se planifica implementar los incentivos al consumo turístico, de acuerdo con las tendencias en esta materia, denominada por ahora Cheque Vacaciones y que corresponde a una app para teléfonos inteligentes que agrupará y ordenará la oferta turística publicada directamente por los empresarios, con descuentos que podrán ser complementados con un aporte estatal y que cada pasajero administrará según sus intereses y posibilidades. Esto busca estimular el consumo turístico formal y personalizado, reactivando la economía de distintos destinos turísticos.

## **Información sectorial**

Así también se continuará fortaleciendo la plataforma de atención Turismo Atiende como un eje de acompañamiento a los turistas y a la industria. Se trabajará sobre la base de los siguientes pilares: (1) Clientes, para entregar de forma clara y oportuna la información requerida a través de los múltiples canales, asegurando atención de excelencia y cumpliendo con protocolos, horarios, plazos establecidos por canal e idiomas, logrando sintonizar con las emociones del cliente, lo que puede ser evaluado mediante encuestas de satisfacción; (2) Personas, con el que se busca tener un equipo multifuncional, capacitado y evaluado mensualmente, capaz de asesorar en línea, cumpliendo nuestros estándares de servicio; (3) Tecnología, para poner a disposición herramientas de apoyo y, de este modo, automatizar procesos que no agregan valor y que permitan mejorar el servicio disminuyendo los tiempos de atención; y (4) Gestión, con el fin de contar con una base de datos operacional



que nos permita gestionar en forma eficiente y oportuna los indicadores de servicio a los turistas, asegurando una operación de excelencia y activación de planes de mejora que aseguren el cumplimiento del modelo de atención.

Durante el periodo, se espera potenciar el escalonamiento de los proyectos digitales que están en ejecución y que apuntan a la incorporación de herramientas BI (Business Intelligence), para así acercar la información al usuario por medio de herramientas atractivas, modernas e intuitivas. Así, se podrá facilitar la navegación y la comprensión de los datos, de manera de posicionar a la institución como la puerta de entrada oficial hacia el conjunto de estadísticas del turismo.

De igual modo, se buscará fortalecer y profundizar el estudio de la inteligencia de datos para ampliar el alcance de la información a las distintas formas de turismo, potenciando nuevas técnicas de recopilación de datos con una analítica avanzada de la información.

Otro de los desafíos de la institución es dar continuidad a los proyectos de recopilación de información primaria que se dispone y del análisis y la puesta en valor de la data derivada de los estudios del turismo internacional e interno, aplicando diversas técnicas estadísticas y fortaleciendo la línea de publicaciones y estadísticas continuas que se realizan de manera sistemática.

## **Innovación y tecnología**

Un desafío, en este ámbito, es avanzar en la implementación del nuevo pilar de innovación y tecnología de la Estrategia Nacional de Turismo, potenciando el trabajo colaborativo con el mundo público-privado, la academia y los diferentes actores del turismo y de la innovación. Se continuará con el trabajo asociado al posicionamiento y el escalamiento a nivel nacional de la plataforma Conecta Turismo.

Por otra parte, y con miras a la necesidad de reactivación de la industria se seleccionarán las temáticas del espacio Activa Turismo En Línea, de manera de acercar a los prestadores de servicios turísticos información de interés en materias de reactivación, sustentabilidad, tecnología, fortalecimiento del capital humano y medidas del Estado.

En materias de creación de cultura innovadora, se potenciará el trabajo interno y externo para difundir los valores de la innovación, transformación digital y de la sustentabilidad. Para ello, continuará el trabajo conjunto con la Organización Mundial de Turismo y se implementará un plan de trabajo que permita incorporar mejoras a los procesos de innovación institucional evidenciadas en el informe de brechas del Índice de Innovación Pública.

Promover la innovación y la transformación digital también es un desafío para Sernatur. Se diseñará e implementará junto a la Subsecretaría de Turismo espacios

de aprendizaje online con herramientas que permitan instalar capacidades referentes a la competitividad y la reactivación, dicho espacio se denominará “Aprende Turismo” y además de alojar capacitaciones propias, también tendrá el objetivo de derivar a capacitaciones de otras instituciones públicas que beneficien a colaboradores y empresas del turismo.

En materia de apoyo a micro, pequeñas y medianas empresas, se mejorará una plataforma de visualización y derivación de herramientas digitales para el sector, denominada Aprende Turismo. Se identificará cada fase de escalamiento del sector, comenzando con entender, profundizar y adoptar; también habrá conexiones con instrumentos de fomento, capacitaciones en línea, convocatorias a concursos y acceso a proveedores tecnológicos. En el ámbito de herramientas transferibles, se ejecutarán (a través de PFC de Corfo) los programas de capacitación SIGO Innovación y SIGO Tecnología, además de que se diseñarán e implementarán los cursos de primeros auxilios para guías de turismo aventura y de seguridad para empresas de turismo aventura.

### **Herramientas para el fortalecimiento de la gestión local, territorial y medioambiental**

En materia de turismo indígena, se implementará la capacitación Market Ready Turismo Indígena en las regiones de La Araucanía y Tarapacá. Para esto, la Subsecretaría de Turismo hará una transferencia de recursos a ambas Direcciones Regionales para ejecutar a través de un convenio.

En materia de turismo de naturaleza, se implementará el Plan de Capacitación para Comunidades Anfitrionas en Áreas Silvestres Protegidas y zonas aledañas en el Parque Nacional Huerquehue de la Región de La Araucanía y en el Parque Nacional Cerro Castillo de la Región de Aysén. Para la ejecución de dichas capacitaciones, la Subsecretaría de Turismo hará convenios de transferencia directamente con las Direcciones Regionales de Sernatur.

En materia de turismo rural, se trabajará en conjunto con la Subsecretaría de Turismo e Indap en los procesos de formalización de la oferta turística rural, la revisión y la difusión de instrumentos legales, como el de Cocinas Patrimoniales y la difusión de la ley MEF [\[1\]](#).

En materias de territorio, medio ambiente y desarrollo de destinos, se busca (1) contar con un plan de difusión de las recomendaciones orientadas a la prevención y la reducción de la saturación de un destino turístico; (2) apoyar a 13 ZOIT en su solicitud de prórroga y a el concurso PMU [\[2\]](#)- ZOIT; (3) ejecutar y hacer seguimiento y monitoreo del Plan de Adaptación Cambio Climático y Turismo; y (4) elaborar un programa de financiamiento para la reactivación de los destinos turísticos.

## **Herramientas de competitividad para prestadores de servicios turísticos y capital humano**

Fortalecer la gestión municipal, incentivando a estas entidades a que apliquen el modelo de gestión turística interna en el municipio, con el fin de que obtengan la Distinción 'Municipalidad Turística'.

De igual forma se elaborará una guía práctica para la implementación y el funcionamiento de una unidad de turismo al interior de los municipios.

Se realizará la octava versión del Encuentro Nacional de Coordinadores Municipales de Turismo, esta vez vía online, para fortalecer las competencias de los coordinadores municipales de turismo del país.

El Programa Estratégico Mesorregional de Enoturismo Sustentable implementará una nueva hoja de ruta diseñada para enfrentar los nuevos desafíos de la demanda nacional e internacional, fortaleciendo los ejes asociados a la comercialización, la transformación digital y la innovación. Se diseñará e implementará el programa de capacitación Market Ready para enoturismo.

Se creará también un curso online en temáticas de sustentabilidad, donde se implementen practicas simples que ayuden al empresario a entender el espíritu de la sustentabilidad e incorporarlo en el centro de su negocio. La base de los temas que contendrá el curso saldrá de la columna vertebral del Sello S, con el objetivo de que queden preparados para una postulación voluntaria a esta distinción por gestionar de buena manera los tres ámbitos de la sustentabilidad en todos sus aspectos.

Se espera mejorar la batería de beneficios para los prestadores de servicios turísticos que han obtenido el Sello Q y el Sello S. Se buscará también difundir herramientas que permitan posicionar prácticas de calidad y sustentabilidad, así como facilitar la postulación de los prestadores a los sellos. Asimismo, Sernatur desarrollará charlas y talleres para difundir prácticas de calidad, sustentabilidad y otras temáticas asociadas a la prevención del covid-19 en prestadores certificados con el Sello de Calidad Turística o el Sello de Turismo Sustentable, siempre que la condición sanitaria del país lo permita.

Continuar con la coordinación entre entes técnicos, públicos y privados del capital humano turístico de Chile, tarea que se llevará a efecto junto a la Subsecretaría de Turismo en vías de avanzar en la implementación del Plan Estratégico de Capital Humano 2019-2022. Se implementará el marco de cualificaciones técnico profesional y se gestionarán los cupos para capacitaciones y certificaciones en competencias laborales a lo largo de todo el país. Adicionalmente, para continuar difundiendo las carreras de nuestro sector, se realizará la cuarta versión de la Guía de Perfiles de Egreso, incorporando la educación media técnico-profesional y los estudios de postítulos. También se fortalecerá el vínculo con bolsas de empleo especializadas para apoyar con la situación laboral de nuestra industria.

Para sensibilizar aún más el turismo accesible y generar las competencias necesarias, tanto para la adecuación de entornos como para la atención al público por parte de los prestadores, se realizará un proyecto piloto llamado Diseño Instruccional y Pilotaje del Plan de Formación Digital en Turismo Accesible. Su objetivo es disminuir las barreras arquitectónicas y de calidad en materia de accesibilidad universal para los prestadores de servicios turísticos de alojamiento registrados a través de un plan de formación digital.

Con el fin de continuar apoyando a la industria en el contexto de la pandemia, Sernatur tiene como desafío para el 2021 desarrollar un trabajo conjunto con CORFO, a través de un Convenio de Colaboración y Transferencia de Datos, buscando designar financiamiento sectorial para turismo de unos \$50.000 millones, asegurando la transmisión fidedigna y confiable de datos recabados en el sistema de postulación de las intervenciones “PAR IMPULSA Turismo”, y colaborar en la gestión, promoción, postulación y seguimiento del Programa.

De cara a seguir promoviendo la igualdad y la equidad de género, Sernatur realizará por undécimo año el concurso Mujer Empresaria Turística, certamen con el que se visibilizan y difunden emprendimientos de mujeres que destacan en la industria, gracias a sus historias de esfuerzo y superación. Para este año 2021, el foco del concurso será la resiliencia de la mujer, a propósito de la pandemia.

### **Formalización de los prestadores de servicios turísticos**

Se implementará el Plan Nacional de Formalización de los servicios turísticos, poniendo énfasis en las acciones comunicacionales para fortalecer el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, mantener la adherencia de los servicios turísticos al Certificado de Compromiso ‘Confianza Turística’ y ejecutar inspecciones a los servicios turísticos, supervisando el correcto cumplimiento a los Protocolos Sanitarios y las Guías de Buenas Prácticas de Manejo y Prevención ante el Covid-19.

También, se dará continuidad a las inspecciones de servicios de alojamiento turístico y actividades de turismo aventura, de acuerdo con la normativa vigente.

Asimismo, se seguirá difundiendo por las redes sociales institucionales las acciones regionales dirigidas a los turistas, recomendando hacer uso de servicios turísticos registrados y que cuenten con el Certificado de Compromiso ‘Confianza Turística’.

Se ejecutará un Plan Formativo para Guías de Turismo General. En modalidad b-learning, incluirá cursos de primeros auxilios para el sector turismo, dejando a los guías habilitados para ser parte de Registro definitivo de Sernatur.

---

**[1] MEF: Microempresa Familiar.**

**[2] PMU: Planes de Mejoramiento Urbano.**

# 5. Anexos

## Índice

---

.Anexo 1: Identificación de la Institución	53
.Anexo 2: Recursos Humanos	58
.Anexo 3: Recursos Financieros	69
.Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2017-2020	77
.Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2018 - 2022	80
.Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas (2019-2020)	81
.Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas	81
.Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2020	82
.Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2018 -2020	84
.Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2020	85
.Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2022	87
.Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2020	88
.Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2020	89

## Anexo 1: Identificación de la Institución

---

### a) Definiciones Estratégicas 2018-2022

#### Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución

Decreto Ley N°1.224 (22.10.75) del Ministerio de Economía. Ley de Turismo N° 20.423

#### Misión Institucional

Ejecutar 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.

### Objetivos Ministeriales

Nro.	Descripción
5	Incentivar el turismo interno con un enfoque sostenible, inclusivo y tecnológico, con el fin de contribuir al desarrollo de la actividad y mejorar el acceso de distintos segmentos de la población.
7	Generar actividades de promoción, desarrollo de infraestructura y el acceso a instrumentos de fomento y capacitación en destinos turísticos distribuidos a lo largo de Chile, en coordinación con los sectores público y privado, a fin de potenciar sus atractivos y mejorar la competitividad de la industria

### Objetivos Estratégicos

Nro.	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, impulsando la innovación y transformación digital, especializando el capital humano, 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 productos y destinos para generar una oferta turística país integrada, especializada, diversa y sustentable, así como también una mejor gestión del territorio.



## Productos Estratégicos vinculados a Objetivos Estratégicos

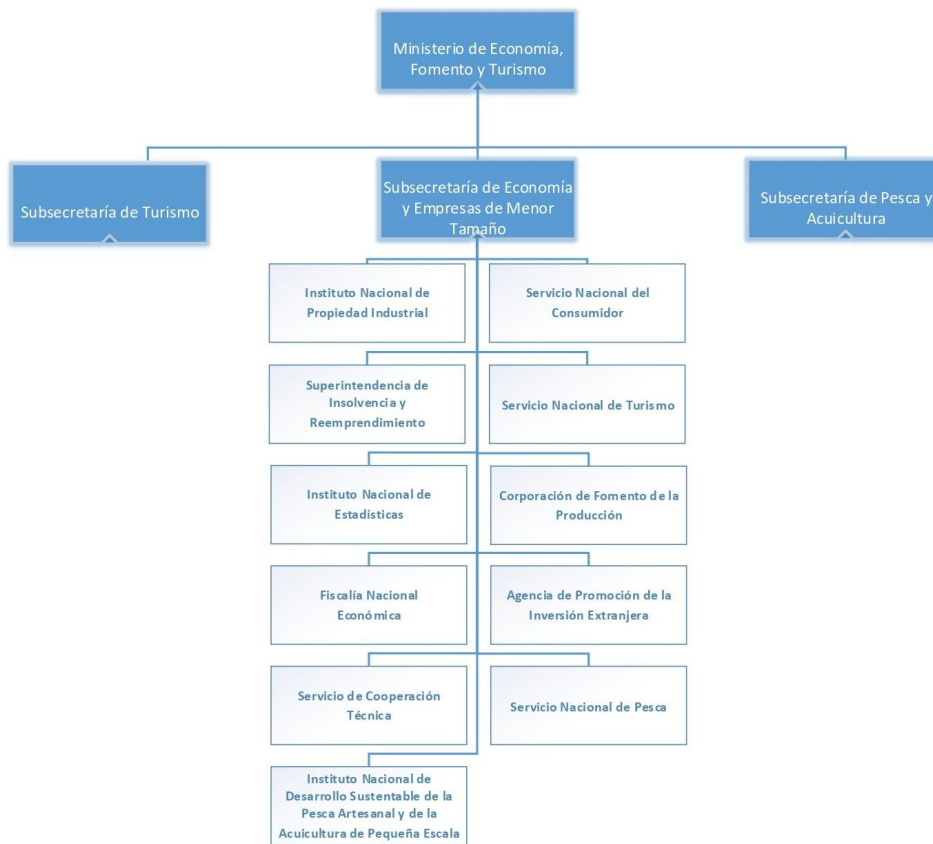
Nro.	Nombre	Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	Información Sectorial	Diseño, elaboración, publicación y/o difusión de información turística general y especializada relacionada con el sector turismo a través de los distintos espacios de atención.	1, 2, 3, 4
2	Promoción y difusión de los productos y destinos turísticos	Implementación de los planes de marketing y promoción de los productos destinos turísticos, a través de distintos canales de comunicación	1, 4
3	Programas de Turismo social.	Ejecución de programas para el desarrollo de la oferta turística regional y quiebre estacional, que facilita el acceso de distintos segmentos de la población al turismo.	1, 2, 3, 4
4	Herramientas para el fortalecimiento de la gestión local, territorial y medioambiental	Incentivar el desarrollo turístico sustentable de los destinos turísticos del país, y apoyar técnicamente a través de instrumentos de gestión y de la coordinación público privado.	1, 4
5	Formalización de los prestadores de servicios turísticos	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.	1, 2, 4
6	Herramientas de competitividad para prestadores de servicios turísticos y capital humano	Comprende las iniciativas orientadas a mejorar la calidad, sustentabilidad de los servicios turísticos, así como también a mejorar la calidad del capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación. Para esto, por un lado se enfocará en la coordinación, articulación y vinculación de los agentes públicos y privados relacionados con la educación. Por otro, lado, se transfieren y difunden conocimientos a el capital humano asociado a empresas, coordinador municipal y comunidad.	1, 2, 4

## Clientes / Beneficiarios / Usuarios

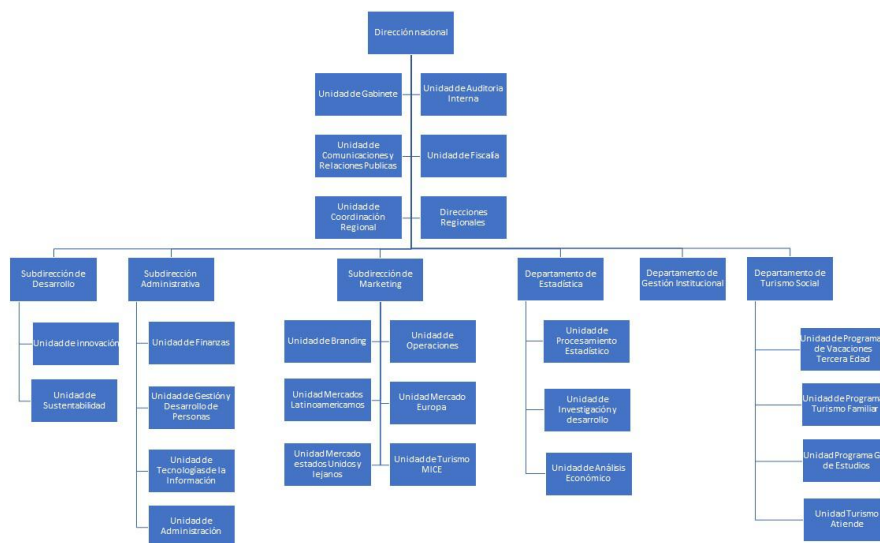
Nro.	Descripción	Cantidad
1	Turistas nacionales.	11.600.934
2	Turistas extranjero/as.	5.722.928
3	Prestadores de servicios turísticos.	22.043
4	Organismo públicos.	21
5	Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica y liceos de educación media técnico profesional que imparten carreras de turismo a nivel nacional.	35

Nro.	Descripción	Cantidad
6	Estudiantes en enseñanza media de centros educativos con financiamiento estatal de régimen diurno, que cuenten con puntaje IVE-SINAE y los adultos acompañantes respectivos.	850.449
7	Organismos internacionales.	1
8	Entidades privadas (Cámaras de turismo, Corporaciones, Asociaciones Gremiales, Federaciones).	7.149
9	Adulto/as Mayores.	3.143.226
10	Personas con capacidad disminuida mayores de 18 años.	2.606.914
11	Municipalidades.	345
12	Banco Central.	1

## b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



## Organigrama y ubicación en la Estructura del Servicio



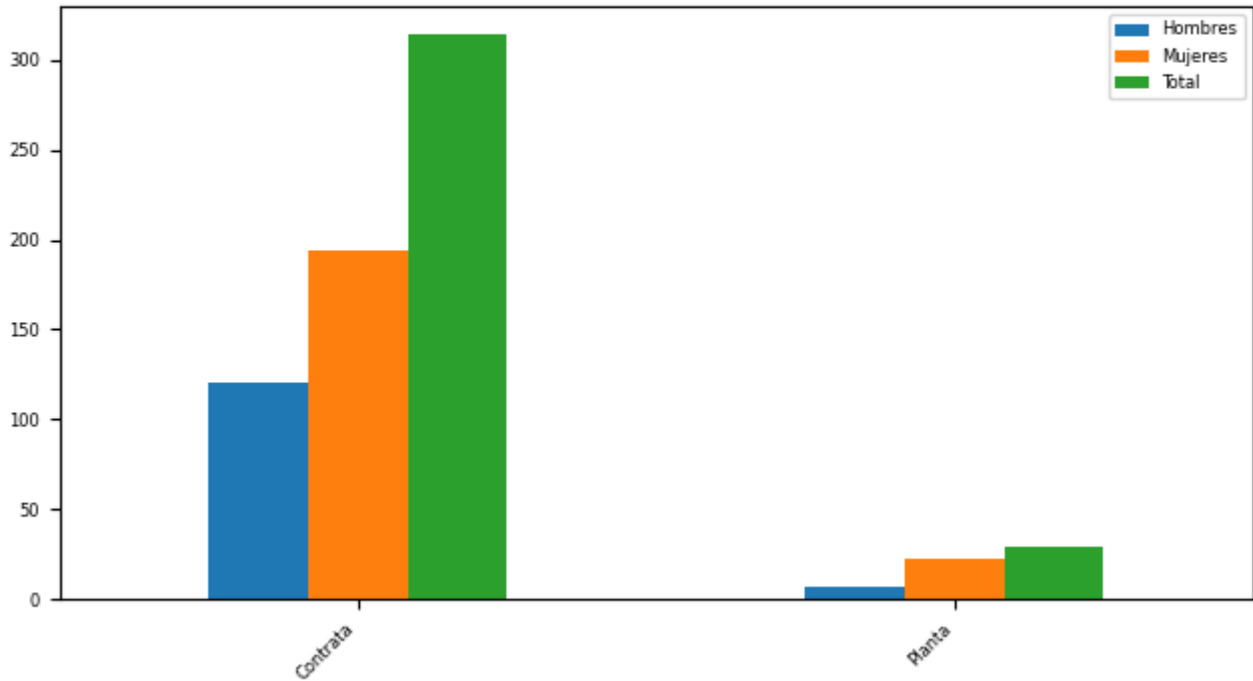
## c) Principales Autoridades

---

Cargo	Nombre
Jefa de Servicio	Andrea Verónica Wolleter Eyheramendy
Fiscal	María José Gutiérrez Araque
Subdirectora de Desarrollo	Beatriz Andrea Román Alzérreca
Subdirector/a de Marketing	Paulina Eugenia Sierra Hormazábal
Subdirección Administrativo	Juan Matías Sime Zegarra
Directora Regional Arica y Parinacota	Lelia Luz Mazzini Galdames
Directora Regional Tarapacá	Bárbara Loreto Rojas Tamborino
Directora Regional Antofagasta	Irina Tania Salgado Gomez
Director Regional Atacama	Alejandro Antonio Martín Caro
Directora Regional Coquimbo	Angélica María Funes Tapia
Director Regional Valparaíso	Marcelo Eladio Vidal Acevedo
Directora Regional O´Higgins	Josefina Teresita Sáez Larraín
Directora Regional Maule	Cecilia Alejandra Arancibia Cepeda
Directora Regional Bio-Bío	Natalia Eugenia Villegas Castro
Director Regional Araucanía	Alexis Danilo Figueroa Yáñez
Directora Regional Los Ríos	Paulina Eugenia Steffen Aninat
Directora Regional Los Lagos	Paulina Ros Arriagada
Director Regional Aysén	Patricio Alberto Bastías Mora
Directora Regional Magallanes	Ximena Andrea Castro Rojas
Directora Regional Metropolitana	Claudia Alejandra Bravo Olivares
Directora Regional Ñuble	Heidi Marion Inostroza Rojas

## Anexo 2: Recursos Humanos

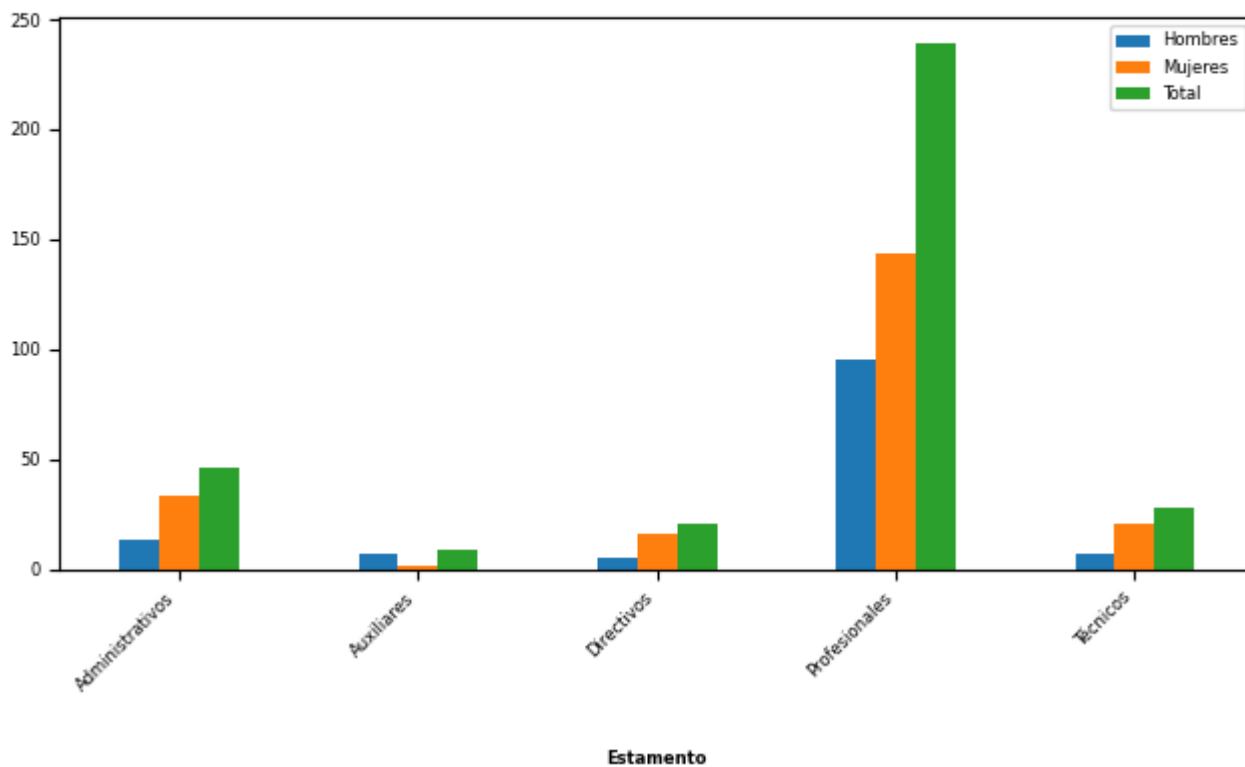
### Dotación efectiva año 2020, por Tipo de Contrato (mujeres y hombres)



Tipo Contrato

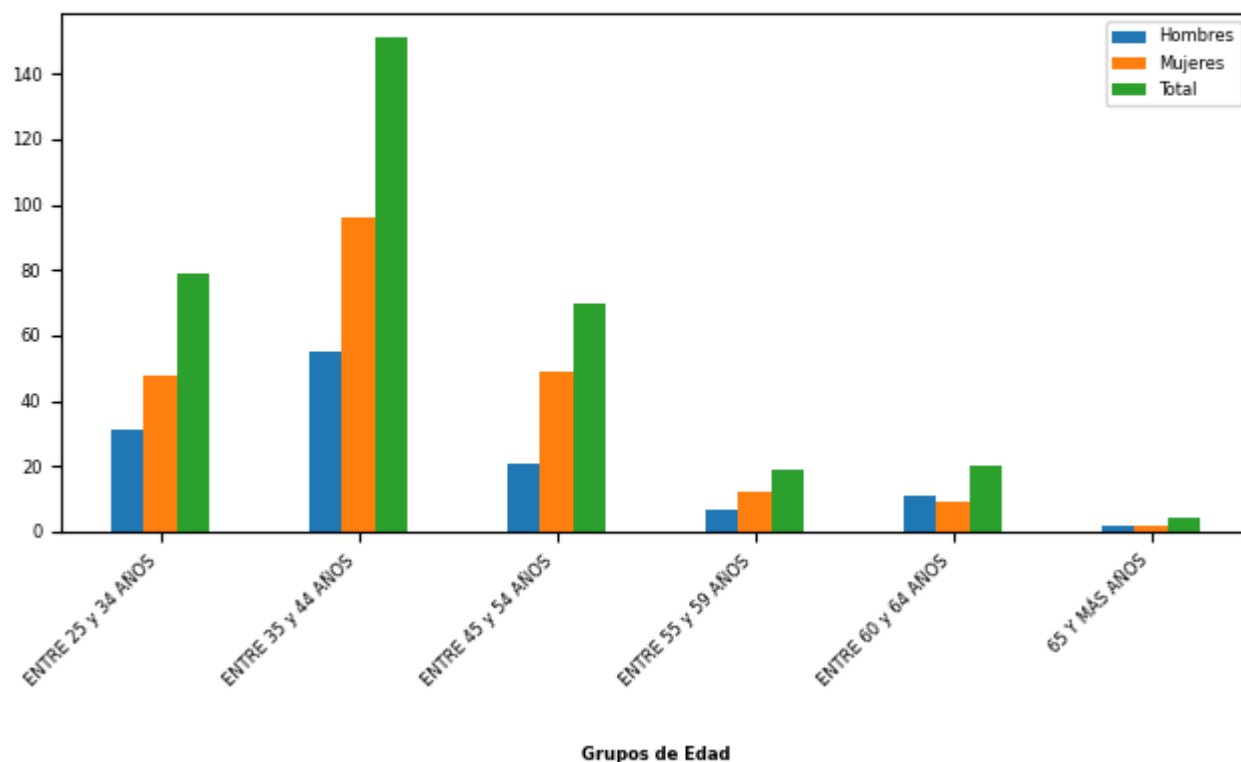
Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Contrata	194	89,81	120	94,49	314	91,55
Planta	22	10,19	7	5,51	29	8,45
Total	216		127		343	
Porcentaje	62,97		37,03			

## Dotación efectiva año 2020, por Estamento (mujeres y hombres)



Estamentos	Mujeres		Hombres		Total Dotación	
	N°	%	N°	%	N°	%
Administrativos	33	15,28	13	10,24	46	13,41
Auxiliares	2	0,93	7	5,51	9	2,62
Directivos	16	7,41	5	3,94	21	6,12
Profesionales	144	66,67	95	74,8	239	69,68
Técnicos	21	9,72	7	5,51	28	8,16
Total	216		127		343	
Porcentaje	62,97		37,03			

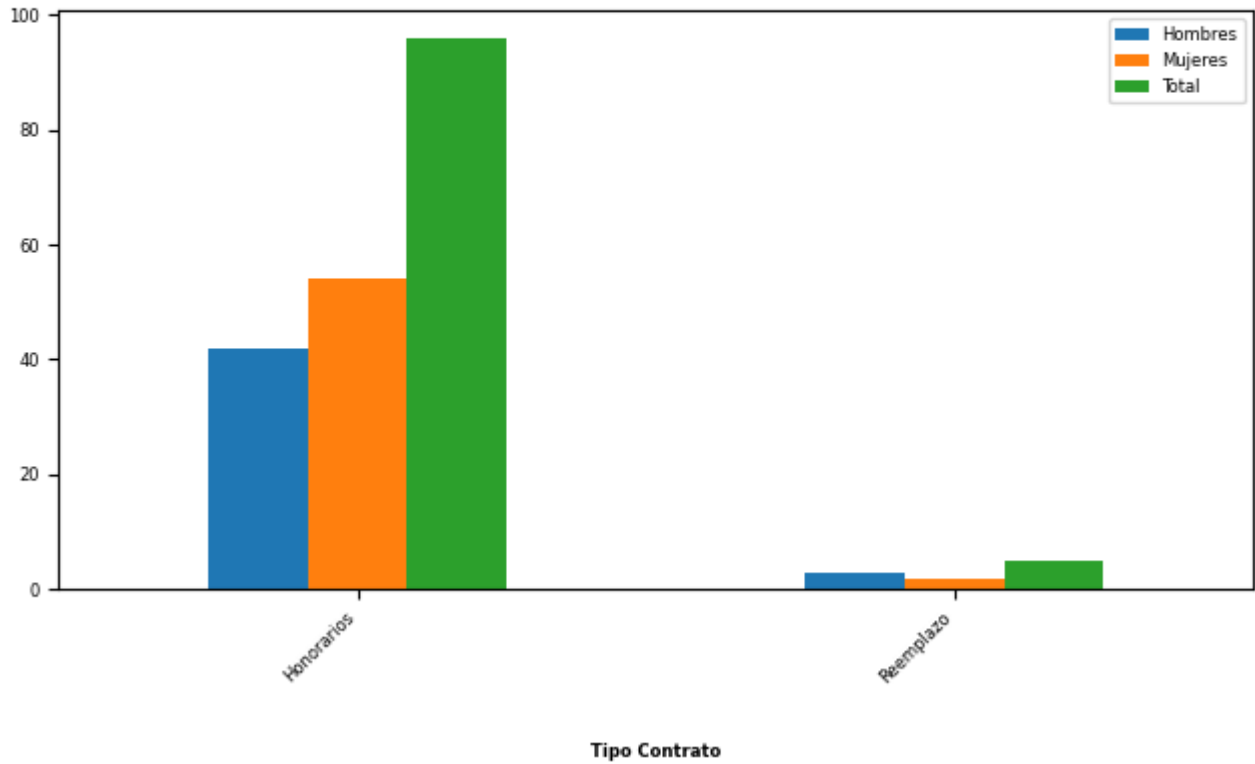
## Dotación Efectiva año 2020 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)



Grupo de edad	Mujeres		Hombres		Total Dotación	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
ENTRE 25 y 34 AÑOS	48	22,22	31	24,41	79	23,03
ENTRE 35 y 44 AÑOS	96	44,44	55	43,31	151	44,02
ENTRE 45 y 54 AÑOS	49	22,69	21	16,54	70	20,41
ENTRE 55 y 59 AÑOS	12	5,56	7	5,51	19	5,54
ENTRE 60 y 64 AÑOS	9	4,17	11	8,66	20	5,83
65 Y MÁS AÑOS	2	0,93	2	1,57	4	1,17
Total	216		127		343	
Porcentaje	62,97		37,03			

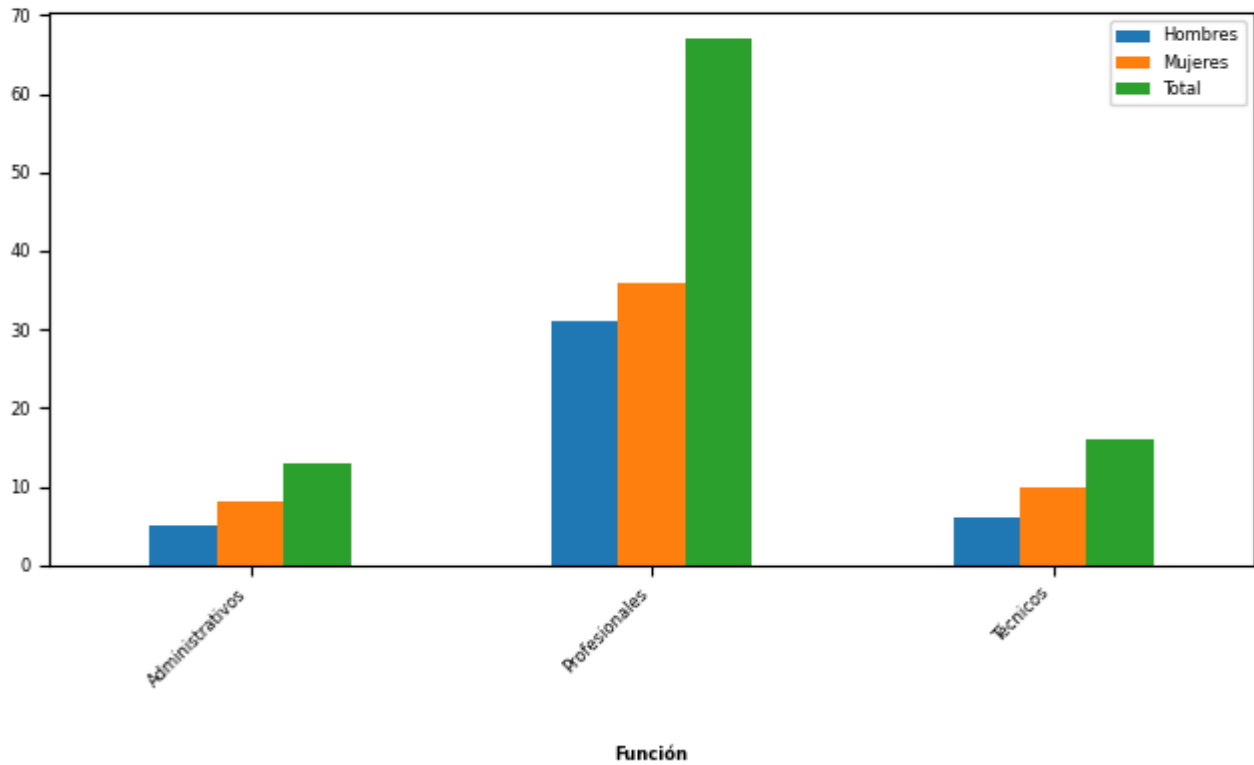


## Personal fuera de dotación año 2020 , por tipo de contrato (mujeres y hombres)



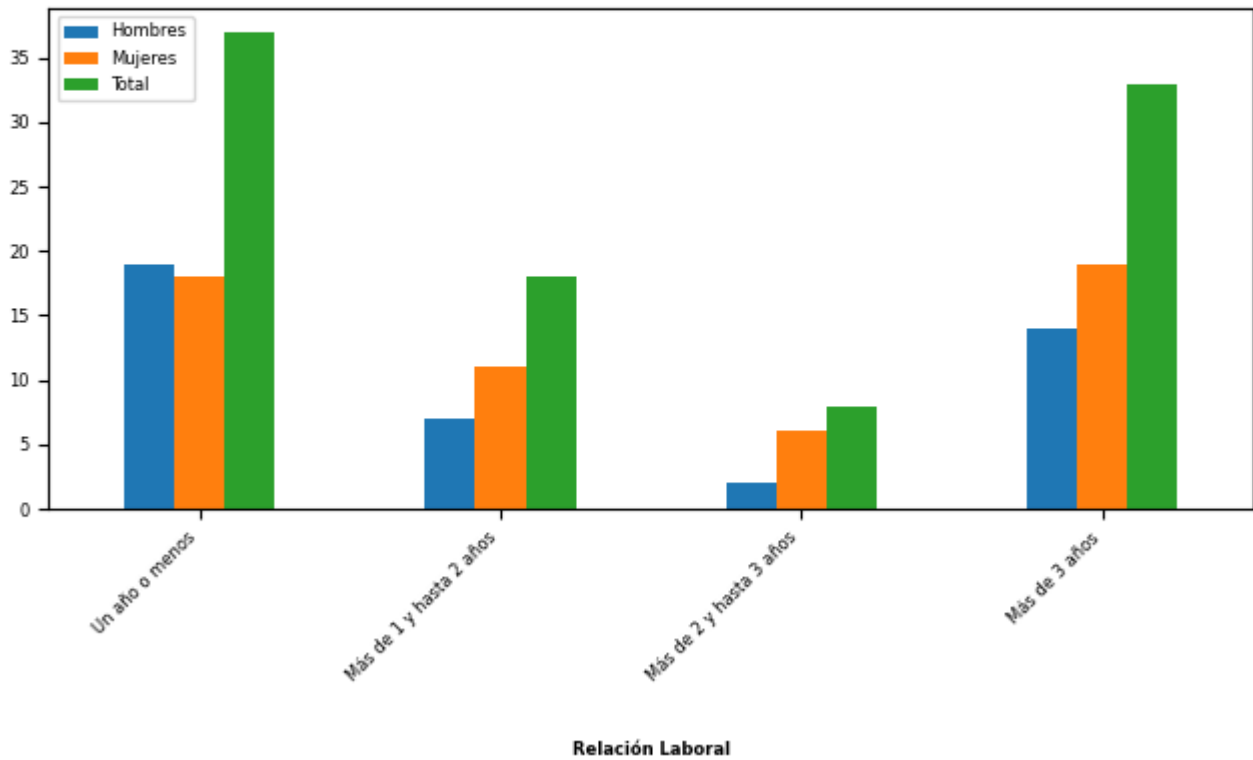
Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Honorarios	54	96,43	42	93,33	96	95,05
Reemplazo	2	3,57	3	6,67	5	4,95
Total	56		45		101	
Porcentaje	55,45		44,55			

## Personal a honorarios año 2020 según función desempeñada (mujeres y hombres)



Función desempeñada	Mujeres		Hombres		Total Dotación	
	N°	%	N°	%	N°	%
Administrativos	8	14,81	5	11,9	13	13,54
Profesionales	36	66,67	31	73,81	67	69,79
Técnicos	10	18,52	6	14,29	16	16,67
Total	54		42		96	
Porcentaje	56,25		43,75			

## Personal a honorarios año 2020 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)



Rango de Permanencia	Mujeres		Hombres		Total Dotación	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Un año o menos	18	33,33	19	45,24	37	38,54
Más de 1 y hasta 2 años	11	20,37	7	16,67	18	18,75
Más de 2 y hasta 3 años	6	11,11	2	4,76	8	8,33
Más de 3 años	19	35,19	14	33,33	33	34,38
Total	54		42		96	
Porcentaje	56,25		43,75			

## b) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

### 1 Reclutamiento y Selección

#### 1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata cubiertos por procesos de reclutamiento y selección

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección.	21	25	20
(b) Total de ingresos a la contrata año t	72	67	25
Porcentaje ingresos a la contrata con proceso de reclutamiento y selección (a/b)	29%	37%	80%

#### 1.2 Efectividad de la selección

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección año t, con renovación de contrato para año t+1	18	23	19
(b) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección	21	25	20
Porcentaje de ingresos con proceso de reclutamiento y selección, con renovación (a/b)	85%	92%	95%

### 2 Rotación de Personal

#### 2.1 Porcentaje de egresos del Servicio respecto de la dotación efectiva

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	43	18	58
(b) Total dotación efectiva año t	326	343	343
Porcentaje de funcionarios que cesan o se retiran (a/b)	13,19%	5,25%	16,91%

#### 2.2 Causales de cese o retiro

Causales	2018	2019	2020
Funcionarios jubilados año t	10	4	7
Funcionarios fallecidos año t	0	0	1
Retiros voluntarios con incentivo al retiro año t	10	4	7
Otros retiros voluntarios año t	0	0	0
Funcionarios retirados por otras causales año t	23	10	43

<b>Causales</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Total de ceses o retiros	43	18	58

### 2.3 Porcentaje de recuperación de funcionarios

<b>Variables</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
(a) N° de funcionarios que ingresan a la dotación del Servicio año t	32	10	43
(b) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	43	18	58
Porcentaje de recuperación (a/b)	74%	55%	74%

## 3 Grado de Movilidad en el Servicio

### 3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos o promovidos, respecto de la Planta Efectiva de Personal

<b>Variables</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
(a) N° de funcionarios de Planta ascendidos o promovidos año t	0	0	0
(b) Total Planta efectiva año t	26	30	29
Porcentaje de funcionarios ascendidos o promovidos (a/b)	0,00%	0,00%	0,00%

### 3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior, respecto del total de funcionarios contratados

<b>Variables</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
(a) N° de funcionarios recontractados en grado superior año t	47	58	42
(b) Total Contratos efectivos año t	300	313	314
Porcentaje de recontractados en grado superior (a/b)	15,67%	18,53%	13,38%

## 4 Capacitación y Perfeccionamiento del Personal

### 4.1 Porcentaje de funcionarios capacitados, respecto de la Dotación Efectiva

<b>Variables</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
(a) N° de funcionarios capacitados año t	93	63	238
(b) Total Dotación Efectiva año t	326	343	343
Porcentaje de funcionarios capacitados (a/b)	28,53%	18,37%	69,39%

#### 4.2 Promedio anual de horas contratadas para Capacitación por funcionario

Variables	2018	2019	2020
(a) $\sum$ (N° horas contratadas en act. de capacitación año t * N° participantes capacitados en act. de capacitación año t)	4.907	2.269	6.689
(b) Total de participantes capacitados año t	194	133	214
Promedio de horas de capacitación por funcionario (a/b)	25,29	17,06	31,26

#### 4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t	3	1	1
(b) N° de actividades de capacitación año t	30	25	47
(Porcentaje de actividades con evaluación de transferencia (a/b)	10,00%	4,00%	2,13%

#### 4.4 Porcentaje de becas otorgadas respecto a la Dotación Efectiva

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de becas otorgadas año t	7	10	11
(b) Total Dotación Efectiva año t	326	343	343
Porcentaje de becados (a/b)	2,15%	2,92%	3,21%

## 5 Días no Trabajados

#### 5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas Tipo 1

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de días de licencia médica Tipo 1, año t, / 12	4.082	4.088	3.993
(b) Total Dotación Efectiva año t	326	343	343
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias médicas Tipo 1 (a/b)	12,52	11,92	11,64

## 5.2 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas otro tipo

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de días de licencia médica de otro tipo , año t, / 12	3.048	2.601	2.781
(b) Total Dotación Efectiva año t	326	343	343
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias de otro tipo (a/b)	9,35	7,58	8,11

## 5.3 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de días de permisos sin goce de remuneraciones, año t, / 12	175	29	4
(b) Total Dotación Efectiva año t	326	343	343
Promedio mensual días no trabajados por permisos sin goce de remuneraciones (a/b)	0,54	0,08	0,01

## 6 Grado de Extensión de la Jornada

### 6 Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionarios

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de horas extraordinarias año t, / 12	1.607	1.157	441
(b) Total Dotación Efectiva año t	326	343	343
Promedio mensual horas extraordinarias por funcionario (a/b)	4,93	3,37	1,29

## 7 Evaluación del Desempeño

### 7.1 Distribución del Personal según los resultados de las Calificaciones

Listas	2018	2019	2020
Lista 1	228	243	243
Lista 2	12	31	31
Lista 3	0	0	0
Lista 4	0	0	0
(a) Total de funcionarios evaluados	240	274	274
(b) Total Dotación Efectiva año t	326	343	343
Porcentaje de funcionarios evaluados (a/b)	73,62%	79,88%	79,88%



## 7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño implementado

Variables	2018	2019	2020
Tiene sistema de retroalimentación implementado (Sí / No)	SI	SI	SI

## 8 Política de Gestión de Personas

### 8 Política de Gestión de Personas formalizada

Variables	2018	2019	2020
Tiene Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución (Sí / No)	SI	SI	SI

## 9 Regularización de Honorarios

### 9.1 Representación en el ingreso a la Contrata

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	11	16	9
(b) Total de ingresos a la contrata año t	72	67	25
Porcentaje de honorarios traspasados a la contrata(a/b)	15,28%	23,88%	36,00%

### 9.2 Efectividad proceso regularización

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	11	16	9
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	7	22	14
Porcentaje de honorarios regularizados (a/b)	157,14%	72,73%	64,29%

### 9.3 Índice honorarios regularizables

Variables	2018	2019	2020
(a) N° de personas a honorarios regularizables año t	8	23	15
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	7	22	14
Porcentaje (a/b)	114%	104%	107%

## Anexo 3: Recursos Financieros

---

### a) Resultados de la Gestión Financiera

#### Cuadro 1: Ingresos y Gastos devengados año 2019 - 2020 (miles de pesos)

Denom.	Año 2019 M\$	Año 2020 M\$	Notas
<b>INGRESOS</b>	<b>31.057.227</b>	<b>13.394.039</b>	
RENTAS DE LA PROPIEDAD	0	6.089	
OTROS INGRESOS CORRIENTES	488.740	416.820	
APORTE FISCAL	30.548.517	12.862.686	
VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	16.023	10.970	
RECUPERACIÓN DE PRÉSTAMOS	3.947	97.474	
<b>GASTOS</b>	<b>31.338.110</b>	<b>14.802.215</b>	
GASTOS EN PERSONAL	9.669.438	9.642.984	
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	10.780.501	2.490.851	
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	417.102	311.345	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	9.678.633	1.120.512	
INTEGROS AL FISCO	0	523.278	
OTROS GASTOS CORRIENTES	16.951	46.341	
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	619.828	461.399	
SERVICIO DE LA DEUDA	155.657	205.505	
<b>RESULTADO</b>	<b>-280.883</b>	<b>-1.408.176</b>	

## b) Comportamiento Presupuestario año 2020

### Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2020: Programa 01 (miles de pesos)

Subt.	Item	Asig.	Denom.	Presupuesto Inicial	Presupuesto Final	Ingresos y Gastos Devengados	Diferencia	Notas
			INGRESOS	21.327.213	12.805.132	11.826.222	978.910	
6			RENTAS DE LA PROPIEDAD	0	6.090	6.089	1	
8			OTROS INGRESOS CORRIENTES	253.263	336.523	388.317	-51.794	
	01		Recuperaciones y Reembolsos por Licencias Médicas	235.827	235.827	290.626	-54.799	
	02		Multas y Sanciones Pecuniarias	0	4.539	4.539	0	
	99		Otros	17.436	96.157	93.152	3.005	
9			APORTE FISCAL	21.073.950	12.354.074	11.323.372	1.030.702	
	01		Libre	21.073.950	12.354.074	11.323.372	1.030.702	
10			VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	0	10.971	10.970	1	
	03		Vehículos	0	10.971	10.970	1	
12			RECUPERACIÓN DE PRÉSTAMOS	0	97.474	97.474	0	
	10		Ingresos por Percibir	0	97.474	97.474	0	
			GASTOS	21.327.213	13.304.371	13.173.801	130.570	
21			GASTOS EN PERSONAL	8.878.307	8.878.165	8.876.188	1.977	
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.244.614	1.794.091	1.759.148	34.943	
23			PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	0	311.362	311.345	17	
	03		Prestaciones Sociales del Empleador	0	311.362	311.345	17	
24			TRANSFERENCIAS CORRIENTES	9.637.189	1.164.906	1.120.512	44.394	
	01		Al Sector Privado	9.637.189	1.164.906	1.120.512	44.394	
		132	Programa Vacaciones Tercera y Cuarta Edad	5.757.845	661.114	629.402	31.712	
		133	Programa Giras de Estudio	2.463.955	80.584	70.205	10.379	

Subt.	Item	Asig.	Denom.	Presupuesto Inicial	Presupuesto Final	Ingresos y Gastos Devengados	Diferencia	Notas
		135	Programa Turismo Familiar	1.415.389	423.208	420.905	2.303	
25			INTEGROS AL FISCO	0	455.512	455.512	0	
	99		Otros Integros al Fisco	0	455.512	455.512	0	
26			OTROS GASTOS CORRIENTES	0	46.341	46.341	0	
	02		Compensaciones por Daños a Terceros y/o a la Propiedad	0	46.341	46.341	0	
29			ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	567.103	410.225	404.240	5.985	
	03		Vehículos	40.322	0	0	0	
	04		Mobiliario y Otros	218.583	216.501	216.352	149	
	06		Equipos Informáticos	46.170	16.295	14.621	1.674	
	07		Programas Informáticos	262.028	177.429	173.267	4.162	
34			SERVICIO DE LA DEUDA	0	243.769	200.515	43.254	
	07		Deuda Flotante	0	243.769	200.515	43.254	

### Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2020: Programa 03 (miles de pesos)

Subt.	Item	Asig.	Denom.	Presupuesto Inicial	Presupuesto Final	Ingresos y Gastos Devengados	Diferencia	Notas
			INGRESOS	9.287.350	1.519.401	1.567.817	-48.416	
8			OTROS INGRESOS CORRIENTES	0	67.767	28.503	39.264	
	99		Otros	0	67.767	28.503	39.264	
9			APORTE FISCAL	9.287.350	1.451.634	1.539.314	-87.680	
	01		Libre	9.287.350	1.451.634	1.539.314	-87.680	
			GASTOS	9.287.350	1.642.216	1.628.414	13.802	
21			GASTOS EN PERSONAL	814.497	775.607	766.796	8.811	
22			BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	8.381.518	734.341	731.703	2.638	
25			INTEGROS AL FISCO	0	67.767	67.766	1	
	99		Otros Integros al Fisco	0	67.767	67.766	1	

Subt.	Item	Asig.	Denom.	Presupuesto Inicial	Presupuesto Final	Ingresos y Gastos Devengados	Diferencia	Notas
29			ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	91.335	59.511	57.159	2.352	
	07		Programas Informáticos	91.335	59.511	57.159	2.352	
34			SERVICIO DE LA DEUDA	0	4.990	4.990	0	
	07		Deuda Flotante	0	4.990	4.990	0	

### c) Indicadores Financieros

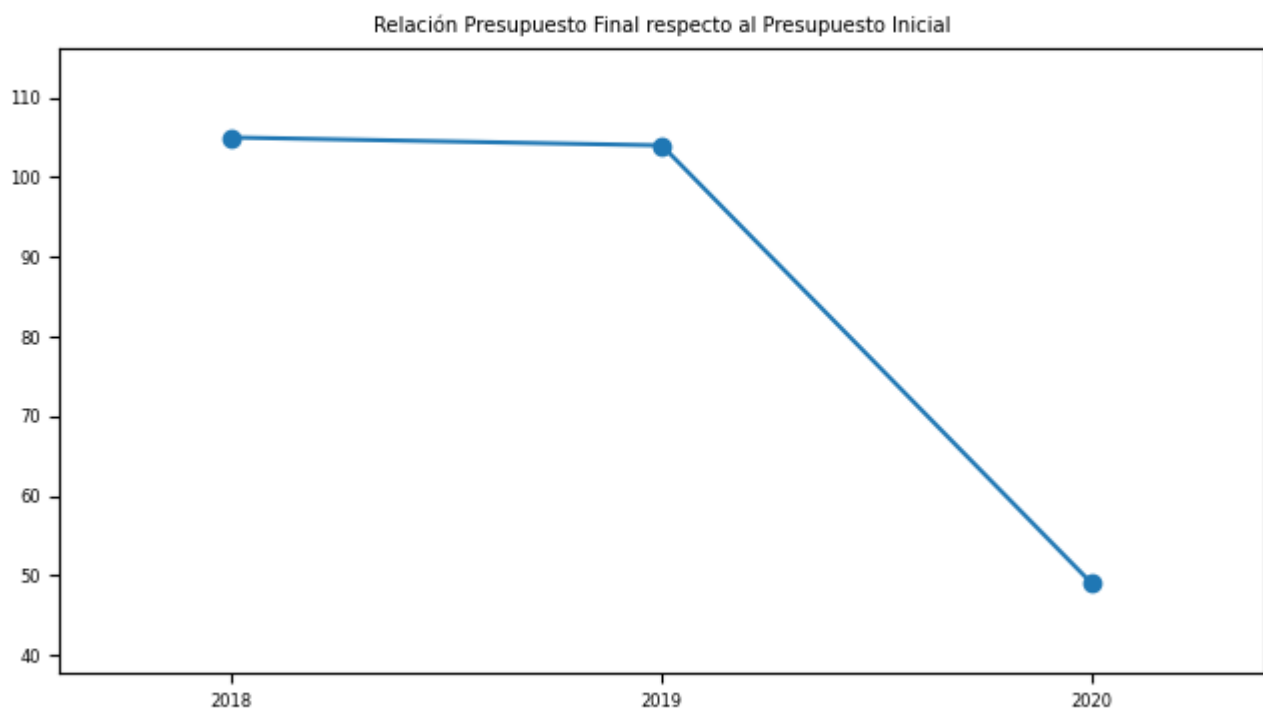
#### Cuadro 3: Indicadores de Gestión Financiera

**Indicador:** Relación Presupuesto Final respecto al Presupuesto Inicial

**Fórmula:**  $(\text{Presupuesto Final} / \text{Presupuesto Inicial}) * 100$

**Unidad de medida:** %

2018	2019	2020
105	104	49

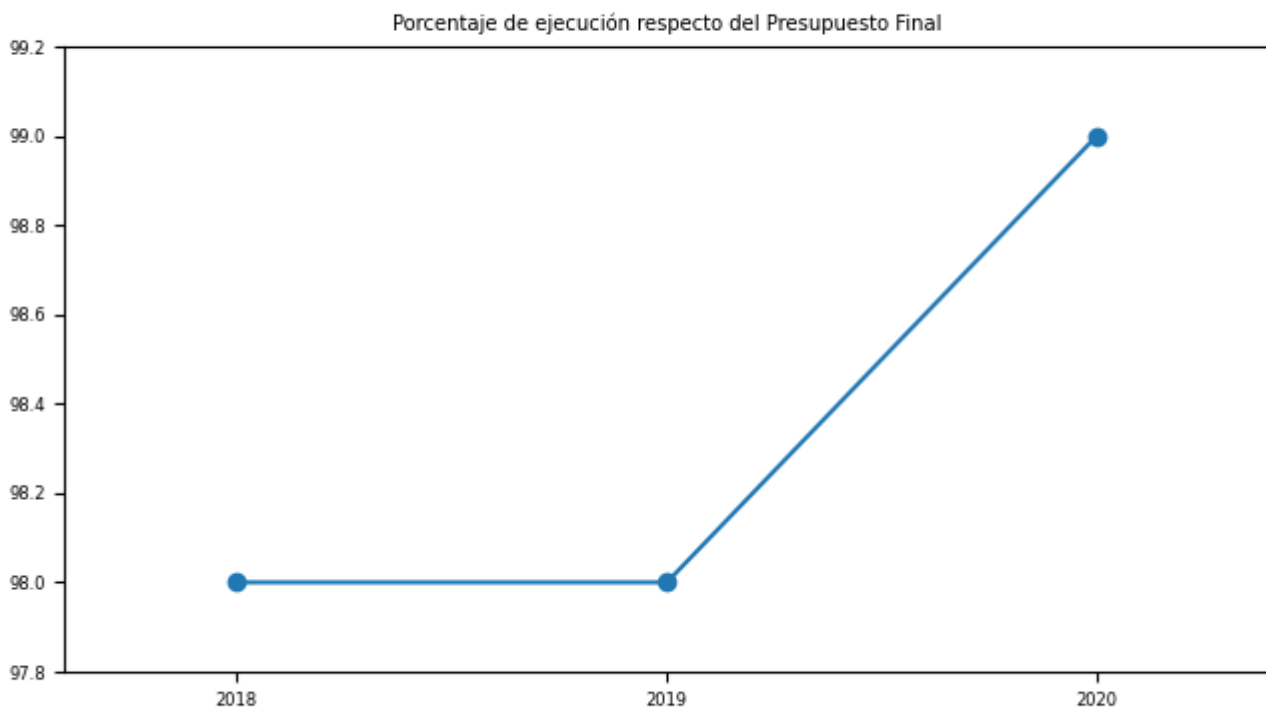


**Indicador:** Porcentaje de ejecución respecto del Presupuesto Final

**Fórmula:**  $(\text{Gastos devengados} / \text{Presupuesto Final}) * 100$

**Unidad de medida:** %

2018	2019	2020
98	98	99



**d) Cumplimiento Líneas Programáticas o Aspectos Relevantes de la Ley de Presupuestos (miles de \$)**

**Cuadro 4: Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2020 (miles de pesos)**

Denom.	Ley Inicial	Presupuesto Final	Devengado	Observaciones
Programa Vacaciones Tercera Edad	5.757.845	661.114	629.403	Producto de la crisis Sanitaria generada por el COVID-19, los recursos fueron disminuidos significativamente lo que impactó en el nivel de ejecución final
Programa Gira de Estudios	2.463.955	80.584	70.204	Producto de la crisis Sanitaria generada por el COVID-19, los recursos fueron disminuidos significativamente lo que impactó en el nivel de ejecución final
Programa Turismo Familiar	1.415.389	423.208	420.908	Producto de la crisis Sanitaria generada por el COVID-19, los recursos fueron disminuidos significativamente lo que impactó en el nivel de ejecución final
Programa de Promoción Internacional	9.287.350	1.642.216	1.628.416	Producto de la crisis Sanitaria generada por el COVID-19, los recursos fueron disminuidos significativamente lo que impactó en el nivel de ejecución final



## **e) Inversiones**

### **Cuadro 5: Comportamiento Presupuestario de las Inversiones año 2020 (miles de \$)**

No aplica

## Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2017-2020

### Cuadro 6: RESULTADO GLOBAL AÑO 2020: 25,4%

#### Programas de Turismo social.

Porcentaje de beneficiario/as viajado/as en el Programa Vacaciones Tercera y Cuarta Edad en el año t

**Fórmula de cálculo:**  $(N^{\circ} \text{ de beneficiario/as viajado/as en el Programa Vacaciones Tercera y Cuarta Edad año t} / N^{\circ} \text{ total de población potencial del Programa Vacaciones Tercera y Cuarta Edad año t}) * 100$

VARIABLES	2017	2018	2019	2020	Meta 2020	% de Logro 2020
Valor efectivo (%)	1,69%	1,89%	1,8%	0,12%	1,65%	7,3%
N° de beneficiario viajado en el Programa Vacaciones Tercera y Cuarta Edad año t	49.125	57.063	56.471	3.904	54.000	
N° total de población potencial del Programa Vacaciones Tercera y Cuarta Edad año t	2.899.621	3.018.688	3.143.226	3.271.990	3.271.990	

#### Programas de Turismo social.

Porcentaje de beneficiario/as viajado/as en el Programa Gira de Estudio en el año t

**Fórmula de cálculo:**  $(N^{\circ} \text{ de beneficiario/as viajado/as en el Programa Gira de Estudio año t} / N^{\circ} \text{ total de población potencial del Programa Gira de Estudio año t-1}) * 100$

VARIABLES	2017	2018	2019	2020	Meta 2020	% de Logro 2020
Valor efectivo (%)	2,93%	3,04%	2,61%	0,11%	2,77%	4,0%
N° de beneficiario viajado en el Programa Gira de Estudio año t	24.988	26.227	22.221	930	23.709	
N° total de población potencial del Programa Gira de Estudio año t-1	854.230	862.130	851.898	854.414	854.414	

## Promoción y difusión de los productos y destinos turísticos - Acciones a Público final (Campañas comunicacionales, Redes sociales y sitios web de promoción, Oficinas de Información Turística)

Promedio mensual de usuarios que visitan el o los sitios web para la de promoción turística dispuestos por Sernatur en el año t

**Fórmula de cálculo:** (Total de usuarios que visitan el o los sitios web de promoción turística dispuestos por Sernatur en el año t/12)

Variables	2017	2018	2019	2020	Meta 2020	% de Logro 2020
Valor efectivo (número)	472.971,0	393.671,9 2	468.665,7 5	321.588,8 3	456.500,0	70,4%
Total de usuarios que visitan el o los sitios web de promoción turística dispuestos por Sernatur en el año t	5.675.652	4.724.063	5.623.989	3.859.066	5.478.000	
12	12	12	12	12	12	

## Programas de Turismo social.

Tasa de aumento de beneficiario/as viajado/as en el Programa turismo familiar en el año t respecto del año base

**Fórmula de cálculo:** ((N° de beneficiario/as viajado/as en el Programa Turismo Familiar año t/N° de beneficiario/as viajado/as en el Programa Turismo Familiar en el año base)-1)\*100

Variables	2017	2018	2019	2020	Meta 2020	% de Logro 2020
Valor efectivo (%)	1,31%	3,87%	0,0%	-68,82%	10,78%	0,0%
N° de beneficiario viajado en el Programa Turismo Familiar año t	11.340	11.626		3.490	12.400	
N° de beneficiario viajado en el Programa Turismo Familiar en el año base)-1	None	None		None	None	

## Programas de Turismo social.

Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en los Programas de Turismo Social en el año t

**Fórmula de cálculo:** (Número de noches cama ocupadas por los Programas de Turismo Social, en temporadas baja y media, año t/Número de noches cama disponibles en los establecimientos de alojamiento participantes en los Programas de Turismo, en temporadas baja y media, año t)\*100

VARIABLES	2017	2018	2019	2020	Meta 2020	% de Logro 2020
Valor efectivo (%)	22,62%	22,73%	0,0%	15,06%	21,28%	70,8%
Número de noches cama ocupadas por los Programas de Turismo Social, en temporadas baja y media, año t	379.759	433.043		33.250	386.869	
Número de noches cama disponibles en los establecimientos de alojamiento participantes en los Programas de Turismo, en temporadas baja y media, año t	1.678.893	1.904.850		220.763	1.817.877	

## Promoción y difusión de los productos y destinos turísticos

Tasa de variación media anual acumulada de llegadas de turistas al país respecto del año base t0=2010

**Fórmula de cálculo:** Tasa de variación media anual acumulada de llegadas de turistas al país respecto del año base t0=2010

VARIABLES	2017	2018	2019	2020	Meta 2020	% de Logro 2020
Valor efectivo (%)	%	%	%	-8,8%	5,13%	0,0%

## **Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2018 - 2022**

---

No aplica

**Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas  
(2019-2020)**

---

No aplica

**Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los  
Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas**

---

No aplica

## Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2020

### Informe de cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión año 2020

Ministerio	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	Partida Presupuestaria	7
Servicio	SERVICIO NACIONAL DE TURISMO	Capitulo Presupuestario	9
Dotación	343		

### Objetivos de Gestión

Objetivos de Gestión	N° Indicadores comprometidos	% Ponderación Comprometida	% Ponderación obtenida
1.- Gestión Eficaz	2	30	30,0
2.- Eficiencia Institucional	3	30	30,0
3.- Calidad de Servicio	4	40	39,0
Total	9	100	99,0

### Detalle Compromisos

N°	Indicador	Compromiso / Meta	Efectivo	Cumplimiento	Ponderación comprometida	Ponderación obtenida
Objetivo 1: Gestión Eficaz					30%	30,0%
1	Promedio mensual de usuarios que visitan el o los sitios web para la de promoción turística dispuestos por Sernatur en el año t	456500,00 número	321588.83 número (3859066.00 /12)	70.45 %	20	20,0
2	Porcentaje de medidas para la igualdad de género en el año t implementadas de las seleccionadas del Programa de Trabajo anual en el año t	100 %	75.00 % (3 /4 )*100	75.00 %	10	10,0
Objetivo 2: Eficiencia Institucional					30%	30,0%

N°	Indicador	Compromiso / Meta	Efectivo	Cumplimiento	Ponderación Comprometida	Ponderación obtenida
3	Porcentaje de ejecución de Gasto de subtítulos 22 y 29 en el año t, respecto del Presupuesto inicial de Gasto de subtítulos 22 y 29 año t	Medir	26.16 % (2952250.00 / 11284570.00)*100	Cumple	10	10,0
4	Porcentaje de ejecución presupuestaria en el mes de diciembre del año t respecto a la ejecución del gasto total del año t	Medir	19.73 % (2920454.00 / 14802215.00)*100	Cumple	10	10,0
5	Índice de eficiencia energética.	Medir	62.42 kWh/m2 500083.00 / 8011.80	Cumple	10	10,0
<b>Objetivo 3: Calidad de los Servicios</b>					<b>40%</b>	<b>39,0%</b>
6	Porcentaje de reclamos respondidos respecto de los reclamos recibidos al año t	96,00 %	98.96 % (286.00 / 289.00)*100	103.08 %	10	10,0
7	Porcentaje de trámites digitalizados al año t respecto del total de trámites identificados en el Registro Nacional de Trámites vigente en el año t	100,00 %	100.00 % (7.00 / 7.00)*100	100.00 %	10	10,0
8	Tiempo promedio de trámites finalizados	Medir	3.21 días 27337.87 / 8515.00	Cumple Descuento por informar con error	10	9,0
9	Porcentaje de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en el año t.	39,95 %	56.63 % (175.00 / 309.00)*100	141.75 %	10	10,0
<b>Porcentaje de Cumplimiento Global</b>					<b>99,0%</b>	
<b>Porcentaje de incremento por desempeño institucional</b>					<b>7,6% (100% del Bono)</b>	

Para los indicadores de Promedio mensual de visitas en sitio web y el de Medidas de equidad de género, se aplicó causa externa acreditada, ya que el servicio por pandemia no pudo ejecutar todas las acciones comprometidas. Respecto a la pagina web, por COVID las personas no visitaban la pagina de chile como destino en el primer semestre lo que afecto el cumplimiento del año. En el indicador de genero no se ejecutó la medida 8 debido a una reducción presupuestaria, en particular no se implementó en el Programa de Turismo Familiar el piloto orientado a mujeres. El descuento por error del indicador de Tiempo promedio se debe a que en la etapa de validación técnica existía diferencias en las planillas de cálculos y registros duplicados, en instancia de reclamos y posterior aclaración, se explica la inconsistencia y por ende se aplicó el descuento por error de omisión.



## Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2018 -2020

---

**Cuadro 11**

Año	Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas	Incremento por Desempeño Colectivo
2018	22	14,0	4,0	100,0	319.240.668,0
2019	23	15,0	5,0	100,0	418.961.100,0
2020	23	14,0	3,0	100,0	389.210.182,0

## Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2020

### Medidas

Medidas	Resultados 2020
i. Diagnóstico institucional de género.	
ii. Planificación institucional incorporando perspectiva de género.	No aplica
iii. Política institucional de gestión de personas con perspectiva de género.	No aplica
iv. Protocolos y/o procedimientos en caso de maltrato, acoso sexual y/o laboral con perspectiva de género.	Compromiso cumplido.
v. Capacitación a funcionarias/os del servicio en materia de género nivel básico.	Compromiso cumplido.
vi. Capacitación a funcionarias/os del servicio en materia de género nivel avanzado (aplicado al quehacer del servicio).	Compromiso cumplido.
vii. Comunicaciones y difusión interna y externa con perspectiva de género.	Compromiso cumplido.
viii. Políticas y programas públicos elaborados por el servicio: perspectiva de género en el diseño, implementación, seguimiento y/o evaluación de uno o más programas públicos.	De las 6 medidas comprometidas con sus 17 acciones en total, sólo 2 acciones ambas correspondientes a la medida N°8 no pudieron ser implementadas a consecuencia directa de la pandemia y sus efectos tales como la reducción del presupuesto y las restricciones de movilidad, lo que imposibilitó la ejecución del programa SIGO Gestión Empresarial (Medida 8 Acción 8.7) y del piloto de cupos orientados a mujeres a través del Programa Turismo Familiar (Medida 8 Acción 8.5). Dado lo anterior, Sernatur invocó causa externa de hecho fortuito para este indicador en la evaluación del Programa de Mejoramiento de la Gestión - PMG.
ix. Legislación/normativa con perspectiva de género.	No aplica
x. Estudios, datos y estadísticas con información desagregada por sexo.	Compromiso cumplido.

### Iniciativas

Iniciativa	Resultado
11 versión del concurso Mujer Empresaria Turística en conjunto con Banco Estado Microempresas y Ministerio de la Mujer y E.G.	El concurso MET contó con más de 300 postulaciones este año y su premiación con 180 participantes de las cuales el 71% corresponde a mujeres, lo cual significó todo un éxito dada la transmisión por zoom, pudiendo acercar emprendimientos exitosos a distintos rincones del país.

Iniciativa	Resultado
Sensibilización sobre la perspectiva de género entre los encargados regionales de capital humano	La instancia contó con una participación total de 15 personas, donde se definieron conceptos como género, equidad de género, igualdad de género y brecha de género, además de la presentación de varios antecedentes que relatan las dificultades que explican la brecha de género perpetuada en la sociedad actual, en ámbitos laborales, de pobreza, entre otros. En conclusión, las(os) participantes lograron identificar los conceptos antes señalados, sin embargo, se hace necesario seguir avanzando en esta materia, de manera que logremos, no solo que estas(os) encargados logren aplicar en su trabajo cotidiano el enfoque de género, sino que también sean agentes de cambio para otras(os).

## **Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2022**

---

No aplica

## **Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2020**

---

**N° Ley:**

**Fecha de promulgación:**

**Fecha de entrada en Vigencia:**

## **Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2020**

A continuación, se presentan los reconocimientos y premios recibidos durante el periodo período 2015 - 2020 por el país a nivel internacional. También se listan las menciones que diversos medios hicieron de un destino en particular o de Chile en general. Cabe destacar que estos reconocimientos están relacionados con la ejecución de la Promoción Internacional realizada por Sernatur en los mercados prioritarios, donde se invierte en difusión del país (tanto online como offline), para posicionar a Chile como un destino a visitar.

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
USA	Reconocimiento	ARCADIS	2015	50 Ciudades Más Sustentables de Sudamérica (#30 Santiago)	Santiago
AU	Reconocimiento	INTERNATIONAL TRAVELER	2015	100 Most Incredible Cities in the world (#83 Santiago)	Santiago
USA	Premio	WORLD TRAVEL AWARDS	2015	South America's Leading Adventure Tourism Destination 2015	Chile
ES	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	2015	Mejor Destino Turístico 2015 (Patagonia)	Patagonia
UK	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	2015	Gold Standard Hotel	Awasi Patagonia

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
USA	Reconocimiento	NEW YORK TIMES	ene-15	52 Places To Go On 2015 (#5 Valle del Elqui)	Valle del Elqui
USA	Reconocimiento	THE ECONOMIST	ene-15	Santiago Entre Los 20 Mejores Lugares Para Vivir En El Orbe Y #1 En Latinoamérica	Santiago
ES	Reconocimiento	GRUPO EXCELENCIAS	ene-15	FITUR Excelencia Turística: Chile, Destino Más Austral Del Mundo 2014	Chile
USA	Reconocimiento	FODORS	feb-15	World´s Best Honeymoon Destinations For 2015	Chile
USA	Reconocimiento	OUTSIDE MAGAZINE	mar-15	Best International Adventure Hub	Chile
DE	Premio	NATIONAL GEOGRAPHIC	mar-15	2015 World Legacy Awards - Conserving The Natural World (Huilo Huilo)	Huilo Huilo
PE	Reconocimiento	FIEXPO	jun-15	Stand Más Ecológico	Chile
USA	Reconocimiento	SAVEUR	sept-15	The Next Great Food City (Santiago)	Santiago

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	FODOR'S TRAVEL	oct-15	20 Places To See Abroad Before You Die (Torres del Paine)	Torres del Paine
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	oct-15	The World's Most Extraordinary Sleepovers (Valle Del Elqui)	Elqui Domos, Valle del Elqui
UK	Reconocimiento	WANDERLUST MAGAZINE	nov-15	Where To Travel 2016 (Patagonia)	Chile
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELER	nov-15	The 50 most beautiful places in the world (#49 Torres del Paine)	Torres del Paine
AU	Reconocimiento	TRAVELLER .COM.AU	nov-15	The 16 Best Countries To Visit For 2016	Chile
USA	Reconocimiento	FORBES	dic-15	The Best 10 Adventures Of 2015 (Desierto de Atacama)	Torres del Paine
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	dic-15	Hotel Gold List 2016 (#41)	Explora Patagonia
USA	Reconocimiento	TRAVEL & LEISURE	dic-15	Best Places to Travel 2016 (#42 Chiloé)	Chiloe



PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	dic-15	Best Winter Trips 2016 (Chiloé)	Chiloe
AR	Reconocimiento	TRIP ADVISOR	dic-15	Destinos En Auge En America Del Sur (#4 San Pedro de Atacama, #5 Puerto Natales, #6 Puerto Varas)	N/A
USA	Reconocimiento	FORBES	dic-15	Mejores Países Para Hacer Negocios (#36)	Chile
ES	Reconocimiento	<u>FINANZAS.COM</u>	dic-15	16 Ciudades Que No Hay Que Perderse 2016 (#15 Valdivia)	Valdivia
USA	Reconocimiento	<u>AFAR.COM</u>	2016	27 Of The World's Most Remote And Beautiful Places	Isla de Pascua (#13)
USA	Reconocimiento	<u>BACKPACKER.COM</u>	dic-16	12 Epic Adventures You Need To Have In 2017	Isla Navarino
USA	Premio	WORLD TRAVEL AWARDS	2016	World's Leading Adventure Tourism Destination 2016	Chile

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
USA	Premio	WORLD TRAVEL AWARDS	2016	South America's Leading Adventure Tourism Destination 2016	Chile
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	ene-16	The 50 Most Beautiful Cities In The World	Valparaíso (#30)
USA	Premio	TRAVVY AWARDS	ene-16	Best City Destination: Santiago	Santiago
USA	Premio	TRAVVY AWARDS	ene-16	Best Wine Destination: Colchagua	Colchagua
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	may-16	Where To See The World's Best Sunsets	Desierto de Atacama (#5)
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	dic-16	The Best Places To Travel In 2017	Patagonia (#16)
USA	Reconocimiento	CONSULTORA MERCER	feb-16	2016 Quality of Living Rankings	Santiago (#94)
UK	Reconocimiento	DAILY MAIL ONLINE	ene-16	Best Hostels Around The World - Latin America	Pucón - Chili Kiwi Hostel (#3)

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
UK	Reconocimiento	<a href="http://EXPRESS.CO.M.UK">EXPRESS.CO M.UK</a>	ene-16	Best Winter Cruises Destinations For 2016	Fiordos Patagonia
USA	Reconocimiento	FORBES	ene-16	The Top Ten Travel Adventures For 2016	Patagonia
USA	Reconocimiento	FROMMER'S	2016	14 Top Destinations For Solo Travelers	Valparaíso
UK	Reconocimiento	INDEPENDENT	dic-16	Piscos And Mountain Views: How To Spend A Weekend In Santiago	Santiago
USA	Reconocimiento	INDEPENDENT TRAVELER	may-16	6 National Parks We Want To Visit Around The World	Torres del Paine
USA	Reconocimiento	INDEPENDENT TRAVELER	jun-16	The 9 Best Places To Travel Alone	Chile
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	2017	Best In Travel 2017 - Top Regions	Aysén (#6)
USA	Reconocimiento	MATADOR NETWORK.COM	abr-16	17 Of The World's Best Cities For Craft Beer	Santiago (#11)

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
UK	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	dic-16	The Cool List: 17 For 2017	Santiago (#2)
USA	Reconocimiento	ROUGH GUIDES	dic-16	20 Places To Travel If You Like A Challenge	Isla de Pascua (#5)
UK	Reconocimiento	TELEGRAPH.CO.UK	ene-16	The Ultimate Travel Bucket List : 25 Things To Do Before You Die	Patagonia (#5) e Isla de Pascua (#21)
UK	Reconocimiento	THE EVENING STANDARD	ene-16	Where To Go In 2016 - Adventure	Desierto de Atacama
UK	Reconocimiento	THE GUARDIAN	ene-16	The Most Colorful Cities In The World	Valparaíso
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	may-16	The World's Happiest Places	Valparaíso
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	dic-16	10 Amazing Ways To See Chile	Chile
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	dic-16	Is This The Coolest City In South America?	Santiago
USA	Reconocimiento	THE WORLD 50 BEST RESTAURANTS	ene-16	5 Foodie Destinations To Visit In 2016	Santiago (#1)

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
USA	Reconocimiento	VIRTUOSO	feb-16	Best Emerging Destinations 2016	Chile (#9)
USA	Reconocimiento	VOGUE	dic-16	It's Summer In South America —Here's Where To Go To Escape The Cold	Valparaíso
UK	Reconocimiento	WANDERLUST TRAVEL MAGAZINE	feb-16	Top Country 2016	Chile (#5)
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	ene-17	6 Unexpected Cities For The Food Lover - South America	Santiago
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	ene-17	The Ultimate Travel Bucket List : 31 Things To Do Before You Die	Patagonia (#5), Isla de Pascua (#21) y Desierto de Atacama (#26)
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	ene-17	The 20 Best Destinations To Visit In 2017	Chile (#1)
USA	Reconocimiento	THE NEW YORK TIMES	ene-17	52 Places To Go In 2017	Desierto de Atacama (#2)
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	ene-17	15 mountain holiday to conquer in your lifetime	Torres del Paine
UK	Reconocimiento	NAT GEO TRAVELLER	ene-17	The cool list for 2017	Santiago

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
Mundial	Reconocimiento	THE ETHICAL TRAVELER	ene-17	Most Ethical Travel Destination	Chile
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	ene-17	6 Unexpected Cities for food lovers	Santiago
Mundial	Reconocimiento	CCN TRAVELLER	ene-17	The top 10 destination to watch for 2017	Atacama
UK	Reconocimiento	Wendy Fisher-WANDERLUST	ene-17	The world's 5 best ski destinations, by Olympic skier Wendy Fisher	Portillo-Chile
UK	Reconocimiento	A luxury travel blog	ene-17	Top 5 cycling destinations for beginners	Chile
UK	Reconocimiento	Wired for adventure	ene-17	12 treks you simply cannot miss in 2017	Patagonia
UK	Reconocimiento	WANDERLUST	ene-17	12 trips to 2017's new frontiers	Chiloé, San Pedro de Atacama Y Torres del Paine
USA	Reconocimiento	Matador Network	ene-17	35 of the worlds best places to travel 2017	Curanipe

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
ES	Premio	FITUR Y Revista Al aire libre	ene-17	Mejor Producto de Turismo Activo (categoría inter de naturaleza)	Ruta de las estrellas_Desierto de Atacama
USA	Premio	Trip advisor	ene-17	Los 25 hoteles de lujo más populares: Mundo	Singular Patagonia-Patafonia
ES	Reconocimiento	Info Bae	feb-17	los 5 mejores lugares del mundo para observar las estrellas	Desierto de Atacama
USA	Reconocimiento	Trip advisor	feb-17	Las 25 playas más populares del mundo	Anakena, Isla de Pascua
Mundial	Reconocimiento	Wanderlust	feb-17	9 incredible self-drive holidays from around the world	Chile
Mundial	Reconocimiento	Rough guides	feb-17	15 of the best places to camp around the world	Patagonia
USA	Reconocimiento	CNN Business Traveller	feb-17	11 best hotels in the middle of nowhere	Tierra Atacama-Desierto de Atacama
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	mar-17	9 Most Romantic Places To Visit In Spring	Desierto de Atacama

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
Mundial	Reconocimiento	National Geographic Traveller	mar-17	Santiago es una de las 10 mejores ciudades del mundo para visitar en 2017	Santiago
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	mar-17	Top 10 White-Water Rafting	Futaleufú
Mundial	Reconocimiento	Red de Soluciones de Desarrollo Sostenible de la ONU	mar-17	Chile se ubica dentro de los 20 países más felices del mundo	Chile
USA	Premio	TRIP ADVISOR	mar-17	Travel Choice Top 25 Destination - South America	Santiago (#7), Isla de Pascua (#21) y San Pedro de Atacama (#24)
ES	Premio	TURISMO C Y L	abr-17	Premio Al Mejor Viaje	Patagonia
Mundial	Premio	The World's 50 Best Restaurants 2017	abr-17	Restaurante Boragó (puesto 42)	Santiago/ Gastronomía
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	abr-17	Atacama among the 5 surprisingly sexy spring vacation destinations	Desierto de Atacama



<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
Mundial	Reconocimiento	Word of wanderlust	abr-17	The 25 Places you Must Visit in South America	Desierto de Atacama, Torres del Paine, Isla de Pascua, Geysers del Tatio y La mano del desierto
Mundial	Reconocimiento	Ranking Mercer 2017	may-17	Ranking sitúa a Santiago como la ciudad con mejor infraestructura urbana de A. Latina	Santiago
Mundial	Premio	Revista Business Destinations	jun-17	Mejor destino de turismo de negocios de Latinoamérica	Santiago
Mundial	Reconocimiento	RANKING ICCA	jun-17	Santiago elegido en el tercer lugar latinoamericano como destino de Turismo de Reuniones	Santiago

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The top 100 hotels (4 hoteles chilenos: EcoCamp Patagonia, Tierra Atacama Boutique Hotel & Spa, The Singular Patagonia y Tierra Patagonia Hotel & Spa)	Atacama y Patagonia
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The Top Small-ship Ocean Cruise Lines (en tercer lugar Australis)	Cruceros
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The Top Islands in Mexico & Central & South America	Isla de Pascua (segundo lugar)

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The Best Resorts in South America (The Singular Patagonia (4), Tierra Atacama Boutique Hotel & Spa (3) y EcoCamp Patagonia (2) )	Patagonia, Atacama
Mundial	Premio	World Travel Awards	sept-17	South America's Leading Adventure Tourism Destination	Chile
Mundial	Premio	OMT	sept-17	Mejor video de promoción turística de las Américas	Chile
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	oct-17	Best In Travel 2018 - Top countries	Chile (#1)
Mundial	Reconocimiento	Green Destinations	oct-17	Top 100 Destinos Sustentables 2017	Huilo Huilo, Cabo de Hornos y Chiloé
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	oct-17	Readers' Choice Awards 2017/ the best hotels in the world	The Singular Santiago

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	oct-17	Readers' Choice Awards 2017/ The Best Resorts in the World	Hangaróa Eco Village & Spa de Isla de Pascua
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	oct-17	Readers' Choice Awards 2017/ Top Resorts in South America	Hangaróa Eco Village & Spa, Viña Vik, The Singular Patagonia vy Awasi
PO	Premio	Art & Tur International Festival	nov-17	Best promotional or corporate film	Gastronomía Chile
USA	Reconocimiento	THE WORLD 50 BEST RESTAURANTS	nov-17	Latin Americas's 50 Best Restaurants	Boragó, restaurante 99, Ambrosia y Restaurante 040
Mundial	Premio	World Ski Awards	nov-17	Chile's Best ski resort 2017	Nevados de Chillan
Mundial	Premio	World Travel Awards	dic-17	World's Leading Adventure Tourism Destination	Chile
USA	Reconocimiento	Fodors	nov-17	Fodor's Go List 2018	Patagonia
USA	Reconocimiento	New York Times	ene-18	52 Places to go in 2018	Patagonia

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
UK	Reconocimiento	The Rough Guides	ene-18	Top travel destinations for 2018	
ES	Reconocimiento	Fitur	ene-18	18 destinos del mundo esenciales para viajar en 2018	Chile
IT	Reconocimiento	Tgcom24	feb-18	10 lagos más hermosos del mundo	Lago Pehoe - Torres del Paine
ES	Reconocimiento	El país	feb-18	Los 25 parques nacionales más espectaculares del mundo	Torres del Paine
USA	Premio	Trip Advisor	mar-18	Travellers choice awards-sudamérica (n°8)	Santiago de Chile
USA	Premio	Trip Advisor	mar-18	Travellers choice awards-sudamérica (n°23)	San Pedro de Atacama
USA	Reconocimiento	National Geographic	mar-18	10 bosques más hermosos del planeta	Araucanía
Mundial	Reconocimiento	Los 10 destinos más populares de Chile	mar-18	Travellers choice Lonely Planet	Chile
USA	Reconocimiento	National Geographic	abr-18	Top 10 Literary Cities	Santiago de Chile

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
ES	Reconocimiento	La Vanguardia	abr-18	Los barrios más cool del mundo	Barrio Lastarria
USA	Reconocimiento	Trip Advisor	abr-18	Las 25 playas más populares de América del Sur	Iquique, Copiapó, Isla de Pascua,
USA	Reconocimiento	Forbes	abr-18	The Ten Travel Destinations Trending Most Right Now	Santiago de Chile
USA	Reconocimiento	National Geographic Adventure	may-18	Escenas naturales que inspirarán tu próxima aventura	Torres del Paine
USA	Reconocimiento	New York Times	may-18	Un viaje fantástico, lluvioso y algo solitario en Chile	Chile
USA	Reconocimiento	Chile	Jun-18	Chile Top 10 países de excelencia para vivir experiencias	Chile
UK	Premio	World Travel Awards Sudamérica	sep18	Mejor Destino de Turismo Aventura	Chile
UK	Premio	World Travel Awards Sudamérica	sep-18	Desierto de Atacama Mejor Destino Romántico	Atacama

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
US	Premio	Lonely Planet	oct-18	Best in Travel 2019 (Elqui Valley)	Valle del Elqui
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	oct-18	Best In Travel 2018 - Top countries	Valle del Elqui
USA	Reconocimiento	Fodors	nov-18	Fodor's Go List 2018	Patagonia
USA	Reconocimiento	THE WORLD 50 BEST RESTAURANTS	nov-18	Latin Americas's 50 Best Restaurants	Restaurantes: Boragó, Ambrosía, De Patio, 040, Osaka, 99.
USA	Reconocimiento	25 of the World's Most Iconic Mountains	nov-18	Brilliant stargazing destinations around the world	Observatorio del Cerro Paranal
USA	Reconocimiento	Natgeo	nov-18	Reconocimiento patagonia programa "Your Shot" de National Geographic	Patagonia
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	nov-18	Los mejores ríos para hacer 'rafting' - Río Futaleufú	Río Futaleufú
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	nov-18	Los mejores sitios para pasar la noche - Elqui Doms, valle de Elqui	Valle del Elqui

<b>PAÍS</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>MEDIO</b>	<b>FECHA</b>	<b>MENCION</b>	<b>DESTINO DESTACADO</b>
Mundial	Premio	World Travel Awards	dic-18	World's Leading Adventure Tourism Destination	Chile



En total durante el año 2019 el país y/o sus destinos fueron reconocido con 11 premios a nivel internacional, siendo uno de los más importantes el ser reconocido, por quinto año consecutivo, como el “Mejor Destino de Turismo Aventura de Sudamérica” por los World Travel Awards, que se consideran los premios Óscar del Turismo. Los premios fueron los siguientes:

<b>País</b>	<b>Nombre</b>	<b>Mes</b>	<b>Descripción</b>	<b>Destino/ Experiencia Destacado</b>
FRANCIA	Concours Vinalies International es 2019, FRANCIA	MARZO	En el mes de marzo el destino “Ñuble” obtiene el premio al mejor Vino campesino chileno Secano Semillón 2018, de la Viña Mora Reyes, otorgado por Concours Vinalies Internationales 2019, Francia.	Ñuble
USA	Mejor destino de turismo de aventura de Sudamérica, WTA	JULIO	En el mes de julio Chile es reconocido como el principal destino de turismo de aventura de Sudamérica 2019 por los World Travel Awards (USA), que se consideran los premios Óscar del Turismo.	Chile
USA	Mejor destino natural de América del Sur, WTA	JULIO	En el mes de julio Chile es reconocido como el principal destino natural de América del Sur 2019 por los World Travel Awards (USA).	Chile
USA	Mejor destino romántico de América del Sur, WTA	JULIO	En el mes de julio Atacama es reconocido como el mejor destino romántico de América del Sur 2019 por los World Travel Awards (USA).	Atacama

USA	Mejor hotel boutique de Chile, WTA	JULIO	En el mes de julio el hotel Explora de Atacama es reconocido como el mejor hotel boutique de Chile 2019 por los World Travel Awards (USA).	Atacama
USA	Hotel de negocios líder en Chile, WTA	JULIO	En el mes de julio el Hotel W Santiago es reconocido como el hotel de negocios líder en Chile 2019 por los World Travel Awards (USA).	Hotel W Santiago
USA	Hotel líder de Chile, WTA	JULIO	En el mes de julio el Hotel Radisson Blu Acqua Hotel & Spa Concón, es reconocido como el Hotel líder de Chile 2019 por los World Travel Awards (USA).	Radisson Blu Acqua Hotel & Spa Concón
USA	Suite de hotel líder en Chile, WTA	JULIO	En el mes de julio la Extreme WOW Suite @ W Santiago es reconocida como la Suite de hotel líder en Chile 2019 por los World Travel Awards (USA).	Hotel W Santiago
USA	Resort líder de Chile, WTA	JULIO	En el mes de julio el resort Explora Patagonia es reconocido como el Resort líder de Chile 2019 por los World Travel Awards (USA).	Patagonia
USA	Mejor destino de turismo de aventura del mundo, WTA	NOVIEMBRE	En el mes de noviembre Chile es reconocido como el principal destino de turismo de aventura del mundo 2019 por los World Travel Awards (USA).	Chile
USA	Mejor destino ecológico del mundo, WTA	NOVIEMBRE	En el mes de noviembre Chile es reconocido como el principal destino ecológico del mundo 2019 por los World Travel Awards (USA).	Chile

Además, se cuentan 16 recomendaciones en diversos medios internacionales, de los destinos que cuenta el país, en donde se hace mención o reconocimiento a la característica ya sea del destino completo, atractivos particulares o servicios turísticos.

<b>País</b>	<b>Medio</b>	<b>Mes</b>	<b>Reconocimiento</b>	<b>Destino/ Experiencia Destacado</b>
USA	New York Times	JUNIO	New York Times destaca al Valle del Elqui como destino imperdible	Valle del Elqui
ESPAÑA	Twenergy	AGOSTO	Los 10 Parques Nacionales del mundo más espectaculares - Torres del Paine	Torres del Paine
USA	National Geographic	MARZO	LOS BOSQUES MÁS BELLOS DEL MUNDO - Bosque de la Araucanía (Temuco, Chile)	Araucanía
USA	Lonely Planet	OCTUBRE	Lonely Planet: los mejores destinos para viajar en el mundo en 2019 -Valle del Elqui, Chile	Valle del Elqui
USA	Trip Advisor		Las 25 playas más populares: América del Sur - Anakena Beach Isla de Pascua, Chile (13)	Isla de Pascua
USA	Trip Advisor		Las 25 playas más populares: América del Sur - Playa Cavancho Iquique, Chile (17)	Iquique
USA	Trip Advisor		Las 25 playas más populares: América del Sur - Bahía Inglesa Copiapó, Chile (24)	Bahía Inglesa
CHILE	Denomades	AGOSTO	Las 10 mejores playas desconocidas de Sudamérica - Playa Ovahe, Chile (8)	Isla de Pascua

CHILE	Denomades	AGOSTO	Las 10 mejores playas desconocidas de Sudamérica - Playa Ramuntcho, Chile (9)	Biobío
USA	Forbes	NOVIE MBRE	10 destinos subestimados para visitar en 2020 - Santiago de Chile	Santiago de Chile
USA	Forbes	JULIO	Los spas de hotel y resort más bellos de América Latina - Valle de Millahue, Chile	Valle de Millahue, Chile
USA	Forbes	JULIO	Los spas de hotel y resort más bellos de América Latina - Torres de Paine, Chile: Tierra Patagonia	Torres de Paine, Chile: Tierra Patagonia
USA	Fodor's	NOVIE MBRE	Fodor's Go List 2019 - Desierto de Atacama	Atacama
Chile	The New York Times	MARZO	Pesca deportiva en Coyhaique	Coyhaique
USA	Tripadvisor		Valparaíso / Las 10 experiencias más populares: América del Sur	Valparaíso
USA	interrailero.com	NOVIE MBRE	6 lugares que ver en Chile - Turismo en Chile	Santiago de Chile, Isla de Pascua, Atacama, Torres del Paine, Valparaíso y Viña del Mar, Chiloé y Puerto Montt

En total durante el año 2020 el país y/o sus destinos fueron reconocido con 37 premios y mención a nivel internacional, siendo uno de los más importantes el ser reconocido, por su quinto año consecutivo, como el “Mejor Destino de Turismo Aventura de Sudamérica” por los World Travel Awards, que se consideran los premios Óscar del Turismo. Los premios fueron los siguientes:

<b>País</b>	<b>Nombre</b>	<b>Mes</b>	<b>Descripción</b>	<b>Destino/ Experiencia Destacado</b>
Chile	Premio	febrero	Chile gana dos premios en los "Oscars" del Turismo Mundial	Chile
Chile	<b>Mención</b>	enero	Chile gana dos premios en los "Oscars" del Turismo Mundial Chile	Chile
Chile	<b>Mención</b>		Chile 2020: claves para viajar al país vecino esta temporada Chile	Chile
USA	Premio: Silver	febrero	Travvy Awards: Best Cruise Destination - Central & South America	Chile
USA	Premio: Silver	febrero	Travvy Awards: Best Expedition / Adventure Destination -Overall	Chile
España	Premio	septiembre	Video Welcome to Adventure Tourism: Tourism Destination, Terres Travel Festival	Chile
Países Bajos	Entre los 100 mejores	octubre	Sustainable Destinations Top 100: Futaleufú	Futaleufú
Países Bajos	Entre los 100 mejores	octubre	Sustainable Destinations Top 100: Puerto Natales	Puerto Natales
USA	Premio	noviembre	World's Leading Adventure Hotel 2020 - explora Patagonia	Explora Patagonia
USA	Premio	noviembre	World's Leading Adventure Tourism Destination 2020	Chile

USA	Premio	noviembre	World's Leading Green Destination 2020	Chile
USA	Premio	noviembre	South America's Leading Adventure Tourism Destination 2020	Chile
USA	Premio	noviembre	South America's Leading Airline 2020 - LATAM Airlines	Chile
USA	Premio	noviembre	South America's Leading Airline Brand 2020 - LATAM Airlines	Chile
USA	Premio	noviembre	South America's Leading Destination 2020	Chile
USA	Premio	noviembre	South America's Leading Festival & Event Destination 2020 - Santiago	Chile
USA	Premio	noviembre	South America's Leading Natural Tourist Attraction 2020 - Parque Nacional Torres del Paine	Parque nacional Torres del Paine
USA	Premio	noviembre	South America's Leading Nature Destination 2020	Chile
USA	Premio	noviembre	South America's Most Romantic Destination 2020 - Desierto de Atacama	Desierto de Atacama
USA	Premio	noviembre	Chile's Leading Boutique Hotel 2020 - Explora Atacama	Explora Atacama
USA	Premio	noviembre	Chile's Leading Business Hotel 2020 - Santiago Marriott Hotel	Santiago Marriott Hotel

USA	Premio	noviembre	Chile's Leading Car Rental Company 2020 - Europcar	Chile
USA	Premio	noviembre	Chile's Leading Hotel 2020 - Mandarin Oriental, Santiago	Mandarín Oriental Santiago
USA	Premio	noviembre	Chile's Leading Hotel Suite 2020 - Presidential Suite @ Santiago Marriott Hotel	Santiago Marriott Hotel
	Premio	noviembre	Chile's Leading Resort 2020 - explora Patagonia	Explora Patagonia
USA	Premio	noviembre	Chile's Best Restaurant 2020 - Ambrosia	Chile
USA	Premio	noviembre	Chile's Best Hotel Restaurant 2020 - Terraza @ W Santiago	Santiago
USA	Premio	noviembre	Chile's Best Golf Course 2020 - Los Leones	Santiago
USA	Premio	noviembre	Chile's Best Golf Hotel 2020 - Marbella Resort	Marbella Resort Valparaíso
USA	Premio	noviembre	Chile's Best Convention Centre 2020 - Centro Parque	Santiago Centro Parque
USA	Premio	noviembre	Chile's Best MICE Hotel 2020 - W Santiago	W Santiago
USA	Premio	noviembre	Chile's Best MICE Organiser 2020 - Alchemy DMC Chile	Chile
USA	Premio	noviembre	Chile's Best Ski Resort 2020 - Nevados de Chillán	Nevados de Chillán
USA	Premio	noviembre	Chile's Best Ski Hotel 2020 - Hotel Portillo	Hotel Portillo

USA	Premio	noviembre	Chile's Best Ski Boutique Hotel 2020 - MI Lodge Las Trancas	MI Logde Las Trancas
USA	Premio	noviembre	Chile's Best Hotel Spa 2020 - The Wine Spa at Puro Vik	Hotel SPA Chile
España	Premio	diciembre	AstroFotografíaChile: Categoría Astroturismo: el cielo como motor de desarrollo sostenible	ChileAstroturismo