



# Balance de Gestión Integral

AÑO 2021

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Servicio Nacional de Turismo**





# Índice

---

.1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo	3
.2. Resumen Ejecutivo Servicio	19
.3. Resultados de la Gestión año 2018-2021	24
.4. Desafíos para el período de Gobierno 2022	51
.5. Anexos	57
.Anexo 1: Identificación de la Institución	58
.Anexo 2: Recursos Humanos	63
.Anexo 3: Recursos Financieros	71
.Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2018-2021	72
.Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2018 - 2022	75
.Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas	76
.Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas	76
.Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2021	77
.Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2021	79
.Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2021	80
.Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2021	82
.Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2018-2021	83
.Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2018-2021	84

# 1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo

## Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

---

En el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tenemos 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. Esto lo realizamos mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que buscan facilitar 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 desempeñamos un activo rol en impulsar importantes reformas que apuntan a elevar la competitividad global de la economía, a perfeccionar el funcionamiento de los mercados, incluyendo la protección de los derechos del consumidor, fortalecer el crecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), además de promover el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país.

El año 2021 cumplimos con el objetivo de recuperar con fuerza la actividad económica y también el empleo. De acuerdo con el INE, durante el 2021 se recuperaron 652 mil puestos de trabajo, lo que permitió que el desempleo cerrara el año con un 7,2%. La recuperación del empleo se concentró en el segundo semestre, con más de 100 mil nuevos empleos promedio en cada trimestre móvil. Solo en el período octubre-diciembre se crearon 120 mil puestos, concentrados en construcción, comercio y servicios de alojamiento y comida.

La economía chilena cerró el año 2021 con un sólido crecimiento. En diciembre, el IMACEC se expandió 10,1% interanual, acumulando un aumento de 12% y todos los sectores crecieron en 12 meses. La estrategia de reactivación aplicada dio buenos resultados y la economía reaccionó con agilidad, comparado con el 2020. Este desempeño respondió a una mayor apertura de la economía y aplicación de protocolos sanitarios, al efecto de las transferencias fiscales y retiros de fondos, apoyo al empleo e inversión, entrega de herramientas a las pymes y reconversión productiva, entre otros.

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 cuatro ejes fundamentales:

- **Apoyo a las PYMES y medidas de reimpulso económico:** a través de herramientas de política fiscal, en trabajo conjunto con otros ministerios, 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, el otorgamiento de garantías estatales a los créditos bancarios, los subsidios y beneficios vía Sercotec y Corfo, depreciación instantánea del 100%, postergación de patentes, contribuciones, PPM, IVA entre otras medidas. Hemos logrado recuperar el 80% de los trabajos que destruyó la pandemia y la recesión, para eso fue necesario crear condiciones de seguridad sanitaria, operativa y de certeza para reactivar la economía y especialmente la inversión, que es la principal fuente de oportunidades para los chilenos. Aunque gran parte de la tarea está cumplida y habrá una inercia económica positiva los próximos meses, aún falta camino por recorrer y es necesario que las condiciones que permitieron a Chile ser líder en recuperación económica y del empleo en 2021, se mantengan y proyecten este año 2022.
- **Medidas tendientes a facilitar/simplificar los procesos de inversión:** a través de 39 iniciativas 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.
- **Economía Digital:** apoyando el proceso de Digitalización de las Pymes: Lanzamos la mayor plataforma de herramientas digitales para emprendedores del país [Kitdigitalizate.cl](http://Kitdigitalizate.cl) una plataforma que ofrece herramientas digitales para que las micro y pequeñas empresas puedan desarrollar sus canales de venta online; gestionar su empresa con inteligencia artificial, ofrecer medios de pago que sean una alternativa al efectivo y que incluso tengan acceso a la conectividad.
- **Agenda legislativa:** donde se destacan leyes en los distintos ámbitos de acción del ministerio, tal como la Modernización de la legislación bancaria, aquellas que apuntaron la protección de los derechos de los consumidores, así como ella enfocadas en emprendedores y pymes como pago a treinta días y la de perfeccionamiento y Modernización del registro de empresas y sociedades, también destaca la ley que moderniza el sistema de propiedad industrial, así como aquellas del sector de pesca y

acuicultura comprendiendo la Modernización y fortalecimiento de Sernapesca y la ley de equidad de género en el sector pesquero y acuícola. También son de importancia los proyectos de ley, en distintos trámites legislativos, entre los que destacan aquellos que buscan actualizar la normativa en materia de protección y tratamiento de datos personales; la eliminación de trabas regulatorias del sistema durante el proceso de evaluación de proyectos de inversión; la eliminación de las barreras de entrada al emprendimiento y a la innovación; el fomento del desarrollo pleno del comercio electrónico y fomentar la utilización de medios tecnológicos seguros; la nueva institucionalidad del Sistema Estadístico Nacional y la modificación de la Ley General de Pesca y Acuicultura.

Específicamente, dentro de los logros alcanzados por los servicios dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en el periodo podemos destacar:

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

Desde el comienzo de la pandemia, la Subsecretaría trabajó en el desarrollo y socialización de una visión estratégica que permitiera articular y desarrollar herramientas para acelerar y profundizar la adopción tecnología de las micro, pequeñas y medianas empresas. Durante la pandemia aumentamos 20 veces los beneficios de digitalización de empresas, pasando de menos de 20.000 en 2019 a casi 400.000, convirtiéndonos en el país de la OCDE que más aumentó la digitalización de empresas durante la crisis sanitaria. Cabe destacar el chequeo digital, herramienta de autodiagnóstico en línea que mide el nivel de madurez digital de las pymes. Esta plataforma, desarrollada por el Ministerio de Economía en conjunto con el BID, está siendo actualmente implementada desde 2019 en 12 países América Latina y el Caribe.

En esta línea, durante 2021 debutó el Kitdigitalizate.cl. En esta iniciativa, fruto de una alianza público-privada, participan 29 entidades con beneficios pensados especialmente para las necesidades de las empresas de menor tamaño, ayudándolas en su camino a la digitalización. La pertinencia de esta plataforma surgió como una necesidad levantada por las propias empresas, como parte de las más de 300 entrevistas que realizó la Unidad de Futuro y Adopción Social de la Tecnología a pymes de todo el territorio nacional. En aquella instancia, las empresas señalaron que uno de los problemas que enfrentan al momento de digitalizarse es la infinidad de ofertas existentes, pero dispersas entre distintas iniciativas. Con esta plataforma, contribuimos directamente a resolver los problemas de las pymes según sus propias inquietudes, ordenando una oferta de gran calidad para mejorar la efectividad de estas medidas.

En el área de las cooperativas, asociaciones gremiales y de consumidores se promovió la utilización de la plataforma digital DAES Digital donde se logró contar con más de 30 trámites digitales disponibles agilizando la respuesta a las más de 11.600 organizaciones bajo supervisión, además de publicar la Guía de Buenas Prácticas para las Organizaciones Asociativas. Por otro lado, uno de los mayores cambios internos en el funcionamiento de esta división fue la migración desde un modelo de fiscalización basado en cumplimiento a uno basado en riesgos, verificando así de manera más eficiente el cumplimiento normativo y previniendo algunas prácticas inadecuadas de gestión de diferentes instituciones bajo la supervisión de la DAES.

En el Registro de Empresas y Sociedades (RES) se implementó la firma electrónica 100% online que logró un aumento sin precedentes en la creación de empresas de forma completamente electrónica, sin tener que ir a una notaría (sólo 3% de las empresas y sociedades usaba firma electrónica en la plataforma, cifra que aumentó a un 54% a fines del 2021). Asimismo, se avanzó en las integraciones con otras entidades como el SII, la Dirección del Trabajo, bancos, INAPI y mercado público, entre otros. Durante 2021 se constituyeron 198.087 empresas en el país, el 86,9 % de éstas mediante el RES, lo que refleja un crecimiento de 24,9% respecto al 2020. Este aumento es explicado precisamente por el crecimiento de las constituciones en el RES de 27,7%. De esta forma, el 2021 se transformó en el año con el mayor número de empresas creadas desde la incorporación del sistema electrónico RES en 2013.

Respecto a la agenda de desburocratización, destaca la creación del programa Pyme Ágil, que tiene por finalidad reducir la burocracia que enfrentan las pymes para obtener su patente comercial, como incentivo a la formalización. De esta forma, en 2021 se implementó un botón en la plataforma del RES donde el contribuyente puede hacer la solicitud electrónica de la patente. Así, la solicitud se envía a la municipalidad con documentos legales (estatutos, certificados, entre otros) de la empresa que están en la base de datos del RES y los datos de inicio de actividad ante el SII, los cuales se anexarán automáticamente sin requerir acción alguna por parte de la pyme.

En relación con las medidas para facilitar los procesos de inversión, la creación del Sistema Unificado de Permisos (SUPER), permitió mejorar el acceso y estandarización de la información de permisos necesarios para los proyectos con una biblioteca de permisos; aumentar la transparencia y visibilidad entregando trazabilidad de estado de avance y notificaciones; y facilitar y agilizar la tramitación de permisos mediante su ingreso digital y centralizado. A la fecha, se han integrado con SUPER 82 permisos, de 17 instituciones, existiendo otros 21 más en desarrollo. Asimismo, el ministerio ha tenido un rol coordinador y de seguimiento de proyectos de inversión a través de la Oficina GPS, realizando recomendaciones de políticas públicas y de gestión para incentivar la inversión en el país. Por último, se publicó la Guía del Inversionista para guiar a los inversionistas acerca de los permisos que deben obtener.

Por último, en su labor de promover la competitividad de la estructura productiva del país y la acción eficiente de los mercados, se ingresaron una serie de proyectos de ley que proponen mejoras en industrias clave elaborados por la Oficina de Productividad y Emprendimiento Nacional. Por ejemplo, se ingresó el Proyecto de Ley de Apertura de Cabotaje, que tiene por objeto optimizar la cadena logística y el transporte multimodal, generando mejoras de competitividad en una industria que está altamente concentrada y erradicando movimientos de carga ineficientes que se desarrollan en las costas y puertos del país.

## **Subsecretaría de Turismo**

Dentro de las iniciativas destacadas y que lidera la Subsecretaria de Turismo está el Plan Maestro de Infraestructura para el Turismo, el cual será ejecutado por el Ministerio de Obras Públicas. Este plan contempla el desarrollo de 582 iniciativas durante el periodo 2021-2025 con una inversión de más de 2.200 millones de dólares destinados a disminuir las brechas de infraestructura turística y reactivar la actividad económica del país y del sector. De esta forma, constituye una iniciativa con una inédita dotación de recursos. Dentro de este plan, destaca el proyecto “Rutas Chile” que implementa señalética informativa, potenciando y fomentando recorridos que muestren el patrimonio natural y cultural del país.

Otras iniciativas e instancias de colaboración destacadas son el Comité Ejecutivo de Atracción de inversiones en turismo y su Plan de Acción con horizonte al 2025. Las iniciativas implementadas bajo este marco de acción han tenido un impacto positivo en los territorios en el marco de la reactivación, tales como el catastro de inversión, incentivos tributarios para la industria, el portafolio de oportunidades de inversión, la plataforma para el ecosistema de inversión <http://www.invierteturismo.cl/>, la Mesa técnica de concesiones y modelos de negocios relacionados, así como otras de carácter internacional y que aportan al objetivo de transformar a Chile en referente en la temática de inversión. Asimismo, destaca el Plan Estratégico Capital Humano, que contiene la plataforma de Capital Humano, el Marco de cualificaciones Técnico Profesional, las certificaciones de competencias laborales, entre otros.

Cabe destacar que el sector turismo fue uno de los sectores económicos más afectados por la pandemia, lo cual se ve reflejado en las cifras del 2020 y 2021. 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 586.731 ocupados a 645.773 ocupados. Sin embargo, durante el 2020, los ocupados en turismo promediaron 456.513, equivalente a una baja interanual de -29,3%, debido a la pandemia. Durante 2021, se recuperaron 47.487 puestos de trabajo, lo que equivale a un crecimiento interanual de 10,4%, totalizando en el año 504.00 ocupados. Sin embargo, esta cifra 2021 se ubica un -22,0% por debajo de los niveles observados durante 2019.



Según la Unidad de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, a noviembre de 2021 se realizaron 25.134.327 viajes turísticos no frecuentes con pernoctación, equivalente a un crecimiento de 15,7% respecto al mismo período del año anterior (enero a noviembre 2020). Sin embargo, todavía se encuentran -14,5% por debajo de los viajes realizados a noviembre de 2019. Respecto al Turismo Receptivo del país, en 2021, las llegadas de turistas extranjeros cayeron 83,0% respecto de 2020, pasando de 1.119.094 turistas extranjeros, a 190.022 llegadas de turistas extranjeros, equivalente a una pérdida de 929.072 llegadas de turistas debido a la pandemia, que golpeó fuertemente al turismo a partir de abril de 2020, por lo que este último año capturó la temporada alta antes de la crisis sanitaria.

## **Subsecretaría de Pesca y Acuicultura**

En el periodo, el trabajo en la Subsecretaría de Pesca y Acuicultura estuvo orientado en fortalecer y robustecer la institucionalidad pesquera y acuícola, a través de la articulación de Subpesca, Indespa, Sernapesca, a fin de que los esfuerzos del Estado se coordinen y potencien en beneficio de las personas y el desarrollo sostenible del sector. Todo lo anterior considerando la responsabilidad de contribuir con la seguridad alimentaria nacional y apoyar con los objetivos del Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.

En ese sentido, durante todo el periodo se ha privilegiado el trabajo con la pesca artesanal y acuicultura de pequeña escala en todo el territorio nacional, promoviendo la incorporación de valor agregado y la diversificación productiva. Lo anterior, se materializó mediante una serie de acciones tales como: programas sectoriales focalizados, mesas de trabajo, capacitaciones, articulación entre instituciones, entre otras actividades que contribuyeron positivamente con el crecimiento sectorial.

Además, en materia legislativa y normativa, se ha avanzado en distintos aspectos, como la entrada en vigencia de la Ley de Caletas que busca convertir a las caletas en verdaderos polos de desarrollo; la simplificación de trámites acuícolas y en materias de relocalización. También es importante destacar se comenzaron a aplicar la Ley de Mitílicos y la Ley de Equidad de Género en Pesca y Acuicultura. En relación con esta última normativa, es importante destacar que, durante todo el periodo existió una preocupación y ocupación por visibilizar la labor de las mujeres de mar, lo cual quedó de manifiesto con la creación del programa Mujer Empoderada en la Pesca Artesanal. La iniciativa nació el año 2021 junto con la Ley de Equidad de Género. La norma constituye un hito en el marco de los esfuerzos que las mujeres del ámbito artesanal han llevado adelante a lo largo de años para visibilizar su aporte al sector, dignificar su trabajo y crecer en igualdad de condiciones en la pesca artesanal.

Adicionalmente, se ha logrado continuar estableciendo protocolos en materia de pesca y captura incidental y además existe un gran avance en el



reglamento de Acuicultura de Pequeña Escala, al cual le quedan pocas instancias para poder entrar en vigencia. Ese instrumento normativo es de suma relevancia para quienes se dedican a esa actividad ya que permitiría reconocer al rubro y también promover la diversificación productiva de pescadores y la realización de los cultivos multitróficos.

Es importante destacar que Subpesca, durante estos años, también ha estado trabajando en cruciales desafíos contemporáneos como el cambio climático, motivo por el cual ha desarrollado estrategias de la mano de organismos internacionales como FAO y PNUD para fortalecer las acciones de adaptación de los pescadores y el sector a este fenómeno mundial.

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

Durante 2021, InvestChile gestionó y apoyó una cartera comercial de 486 proyectos de inversión en diferentes etapas de desarrollo, equivalentes a 27.776 millones de dólares, asociados a la creación de alrededor de 20.686 empleos potenciales. De esta cartera, 81 proyectos se encuentran en fase de materialización, esto es, empresas que se están instalándose en el país, con una inversión de 11.857 millones de dólares y asociados a la generación de 4.029 empleos potenciales.

Estas cifras implican un aumento de alrededor de un 53% respecto del monto total de inversión en materialización en el año 2020.

En un contexto aún marcado por los efectos de la pandemia en la economía nacional, la agencia generó una estrategia proactiva de inclusión de nuevos inversionistas y mantención de aquellos que ya se encontraban en la cartera comercial, implementando una serie de medidas y acciones, para esto potenció la entrega de sus servicios y eventos privilegiando la entrega de estos por vía remota. Esto se tradujo en que la agencia entregó 1377 servicios, aumentando en un 14 por ciento respecto de aquellos prestados en el período anterior y realizó 115 actividades enfocadas en 23 mercados distintos, teniendo especial éxito las actividades realizadas bajo la modalidad de “webinars”

Dichos esfuerzos, sumados a una estrategia activa de marketing digital e inteligencia de negocios, permitieron la identificación de 1.334 nuevos clientes potenciales durante el año 2021, necesarios para la gestión de la agencia y el crecimiento de su cartera de proyectos.

En 2021, la Agencia continuó activamente su trabajo con las empresas ya instaladas en el país, implementándose una serie de acciones prioritarias, generándose una oferta diferenciada de servicios (línea directa y gestión de medios) e iniciativas público-privadas.

## Corporación de Fomento de la Producción

Durante el período 2018-2022, especialmente tras el estallido social y la pandemia del Covid-19, Corfo ha realizado esfuerzos excepcionales para apoyar a pymes, emprendedores e innovadores, desplegando planes y programas especiales, y avanzando en el apoyo de nuevas industrias que son las que apalancarán el desarrollo de Chile en el futuro. La Corporación ha beneficiado, durante el período a más de 685.000 pymes y emprendedores de todo el territorio nacional (considera subsidios, certificados Ley I+D, créditos a intermediarios financieros y a los fondos de capital de riesgo, y los créditos con garantía- sean estos de nuevas operaciones, refinanciamiento y reprogramaciones).

De esta forma, durante el periodo se movilizaron US\$8.965 millones en créditos con garantía estatal- sean estos de nuevas operaciones, refinanciamiento y reprogramaciones, y US\$1.415 millones en subsidios y créditos directo a Intermediarios financieros. Lo anterior, a pesar de que Corfo vio reducido su presupuesto en subsidios y créditos desde US\$369 millones el 2018 a US\$276 millones el 2021.

Siguiendo con el compromiso por potenciar cada uno de los territorios, sus vocaciones productivas y particularidades, se han potenciado las alianzas con los Gobiernos Regionales, logrando ejecutar más de 100 mil millones de pesos extrapresupuestarios durante el periodo, lo que además permitió apoyar la implementación de 7 mil proyectos en los ámbitos del emprendimiento y la innovación.

## Comité Innova Chile

Durante el período 2018-2022, especialmente tras el estallido social y la pandemia del Covid-19, InnovaChile realizó esfuerzos importantes para apoyar a pymes e innovadores a través del despliegue de una oferta programática modificada y una serie de actividades a potenciar el ecosistema de manera transversal en las industrias, como también en aquellas más afectadas por el contexto. El comité, durante el período 2018 - 2021, logró llegar a casi 2.300 empresas en todo el territorio nacional a través de Subsidios y certificaciones de la Ley I+D.

Así, se movilizaron US\$483 mil dólares, 33% a través de programas y un 67% mediante la certificación de proyectos de I+D. Un 36,2% de este monto fue movilizado durante 2021 (US\$174.634). En particular, un punto a destacar es que este año, pese a los reajustes a la baja, se logró apoyar a más de 800 proyectos y alcanzar un récord histórico de certificación de US \$136.518.

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 800 actividades en el período (capacitaciones, rondas de negocios, talleres, entre otros) que lograron más de 150.000 asistentes. Más de la mitad de estas actividades y un 21% de los asistentes fueron apoyados este último año, permitiendo así facilitar el desempeño de las empresas apoyadas y externas en el contexto de crisis económica.

## **Fiscalía Nacional Económica**

La Fiscalía Nacional Económica (FNE) logró concretar 96 acciones de libre competencia en el período 2018-2021. Dentro de las cuales se presentaron 18 requerimientos ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC), destacándose aquellos presentados por interlocking o participación en empresas competidoras (2021) y los presentados por conducta colusorias contra las empresas de helicópteros para el combate y extinción de incendios forestales, en donde de forma inédita se requirió por primera vez a personas naturales involucradas en los hechos ilícitos (2020).

Se suma a su línea de Enforcement y en materia del perfeccionamiento en persecución de carteles, la creación de Unidad de Inteligencia dependiente de la División Anticarteles, que tiene por objetivo la actualización de un sistema de detección basado en ciencias de datos. Por otra parte, en su línea de Advocacy, destacan los Estudios de Mercado implementados a partir de las nuevas facultades otorgadas a la FNE desde 2017. Entre ellos destacan los estudios en materia de Notarios, Rentas Vitalicias, Textos Escolares, Medicamentos, Compras Públicas y Gas, presentando contundentes conclusiones y recomendaciones que fueron formuladas a los reguladores con la finalidad de mejorar las condiciones de competitividad para beneficio de los consumidores y el mercado en general.

Finalmente, el éxito alcanzado en las sentencias dictadas por tribunales en este período, considerando el o los argumentos presentados por la institución, permitió una efectividad casos acogidos favorablemente a la institución para 10 casos de 11 sentencias totales, en donde sólo un caso fue acogido parcialmente, y ninguno rechazado. Esto permitió dar continuidad al estándar de excelencia en la gestión de materia litigante. También en relación con este ámbito, se obtuvo como resultado en multas y pagos a beneficio fiscal por sentencias y acuerdos extrajudiciales, el mayor valor histórico institucional con más de 107 Millones de dólares a pagar por las contrapartes.

De esta manera, se consolidan en el período los diversos desafíos estratégicos que permiten la consolidación de proyectos institucionales que dan continuidad a la realización y mejora permanente de acciones estratégicas para la defensa y promoción de la libre competencia.

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

El Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala, Indespa, fue creado bajo la Ley N°21.069 del 15 de febrero del 2018 y comenzó sus funciones el 12 de agosto de 2019 con sede en Valparaíso.

La misión de este nuevo Instituto es fomentar y promover el desarrollo sustentable de la pesca artesanal, de la acuicultura de pequeña escala y de sus beneficiarios y beneficiarias. Para alcanzar dicho propósito, Indespa orienta su trabajo a facilitar el financiamiento de equipamiento e infraestructura, asesoría técnica y capacitación en iniciativas que contribuyan al impulso productivo, diversificación e innovación del sector, y que brinden bienestar a los más de 91 mil pescadores y pescadoras artesanales que componen este rubro en el país, desempeñando labores en la pesca, buceo, recolección de orilla y cultivo de pequeña escala de recursos hidrobiológicos frescos y nutritivos fundamentales para garantizar la seguridad alimentaria del territorio.

Durante estos dos primeros años de funcionamiento, los principales objetivos del Instituto han estado centrados en avanzar en la instalación institucional a nivel central y territorial, facilitar el acceso a iniciativas de fomento productivo y aumentar la capacidad productiva comercial del sector mediante el Programa de Fomento y Desarrollo Productivo con sus siete líneas de inversión, y los Convenios de Transferencia vigentes con los Gobiernos Regionales del país. En estos dos años de gestión, Indespa ha apoyado a más de 66 mil usuarios y usuarias inyectando recursos por cerca de 27 mil millones de pesos en beneficio de la pesca artesanal y de la acuicultura de pequeña escala.

## **Instituto Nacional de Estadísticas**

Durante el período comprendido entre los años 2018-2021, la institución trabajó con una estrategia definida que se orientó en torno a tres ejes estratégicos: Valor público del dato estadístico, Estadística nacional y Excelencia organizacional. En esta línea, uno de los principales desafíos fue la ejecución de cuatro proyectos estratégicos vinculados a la producción estadística.

Por su parte, a partir de la crisis sanitaria, se generaron alternativas que aseguraron la continuidad de la producción estadística, incluyendo la aceleración de iniciativas de modernización, tales como la adaptación de formas de recolección y la optimización de procesos internos, dando así un paso importante en la búsqueda por incrementar el valor agregado en la generación y difusión de los diversos resultados estadísticos.

Frente al aumento de demanda, la institución reaccionó a través de la producción de nuevas encuestas y datos, como la Encuesta Social Covid-19 (realizada en conjunto con el Ministerio de Desarrollo social y Familia y el PNUD), la incorporación de módulos relativos al COVID-19 en la Encuesta Nacional de Empleo e Índice de Remuneraciones y, la actualización de la oferta a través de la integración de datos de pandemia en la Plataforma de datos Geoestadísticos.

Entre los grandes proyectos, se destaca la exitosa realización del VIII Censo Nacional Agropecuario y Forestal, entre marzo y junio del 2021, en todo el territorio nacional, cuyos resultados parciales y finales serán entregados el 2022. Asimismo, se sigue avanzando en relación con el Censo de Población y Vivienda, materializando en el 2021 la instancia de participación intercultural de comunidades indígenas y pueblos afrodescendientes, además se llevó a cabo el Piloto presencial en 3 regiones del país, y se ejecutó una Prueba Piloto Multimodal en 5 regiones.

Finalmente, respecto a la relación con el entorno y con la ciudadanía, la institución materializó acciones para acercar la información estadística oficial a las y los usuarios, por ejemplo, a través de conferencias ciudadanas.

## **Instituto Nacional de Propiedad Industrial**

Durante 2021, las solicitudes de marcas comerciales mostraron un incremento de un 15% desde 43 mil 511 solicitudes multiclase presentadas en 2020 a 50 mil 93 presentadas en 2021. Por el lado de las solicitudes de patentes de invención, las presentaciones alcanzaron un total de 3.082 peticiones, lo que equivale a un incremento de 9,6% en comparación con las que se contabilizaron en 2020.

En materia de modernización del sistema de propiedad industrial, durante el año 2021 se aprobó la Ley N°21.355 que representa una modernización efectiva del sistema de propiedad industrial, respondiendo así a las actuales tendencias en materia de protección de derechos de propiedad industrial. Uno de los avances más importantes de esta ley, es la introducción de las patentes provisionales que apunta a evitar que aspectos como la evaluación de patentabilidad o su escalabilidad comercial se conviertan en un freno para proteger las innovaciones, manifestó la autoridad del organismo. Los innovadores también se verán beneficiados mediante el pago por anualidades, como medida alternativa al sistema de decenios o quinquenios, dependiendo del tipo de derecho.

En mayo de 2021, el Congreso Nacional aprobó la incorporación de Chile al Protocolo de Madrid, iniciativa administrada por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) y que permitirá que los usuarios chilenos puedan solicitar sus registros fuera de nuestras fronteras en forma centralizada, por medio de un procedimiento sencillo, más rápido y económico.

## **Servicio de Cooperación Técnica**

Durante el periodo 2018 - 2021 Sercotec operó un presupuesto para transferencias de MM\$ 299.729 con el que asesoró, capacitó y entregó subsidios a 49.078 Mipes, benefició a más de 1.700 organizaciones de micro y pequeñas empresas, brindó capacitaciones y asesorías virtuales a 147.898 emprendedores/as y microempresarios/as participantes y realizó más de 229.000 atenciones a través de sus Puntos Mipe a lo largo del país. Se implementaron más de 18 programas especiales de emergencia productiva que permitieron beneficiar a más de 21 mil Mipes y los Centros de Negocios brindaron asesoría técnica de alto valor, especializada e individual a 58.362 emprendedores/as y microempresas apoyándolos en el inicio, administración o mejora de sus negocios. Además, durante el periodo, los Centros realizaron 48.232 capacitaciones con un total de 843.710 participantes y contribuyeron para que 16.589 empresas lograran aumentar sus ventas y se crearán 12.617 nuevos empleos formales.

Con el inicio de la pandemia a Sercotec se le encomendó apoyar la reactivación económica de los micro y pequeños negocios lo que implicó que, al año 2021, el Servicio registrase un presupuesto para ejecutar programas 310% superior respecto al del año 2018, lo que le permitió aumentar en más de 77% la cobertura de beneficiarios, asesorados, capacitados y atendidos. El compromiso de Sercotec por contribuir con la reactivación económica del país también se plasmó en el fortalecimiento de la red de Centros de Negocios que, a fines del año 2019, contó con 62 Centros en todo el país, permitiendo aumentar 41% la cantidad de asesorados respecto al año 2018 y en 165% la de participantes en capacitaciones impartidas por los Centros. Adicionalmente, y con el objetivo de llegar a las Mipes más golpeadas por la pandemia, el Servicio amplió y modificó su oferta de programas de acuerdo con las necesidades específicas de los distintos rubros, creando programas como Formalízate, Reactívatte Jardines Infantiles, Programa Especial para la Industria de la Belleza y Programa Kit de Sanitización para Ferias Libres y Barrios Comerciales.

En paralelo a los esfuerzos por potenciar la reactivación, el crecimiento y desarrollo de las Mipes del país, el Servicio implementó el mandato establecido en la Ley N° 21.074 de transferir las competencias de focalización de la oferta de servicios y programas a los Gobiernos Regionales.



Finalmente, se destaca que, durante el periodo, el Servicio simplificó y modernizó los procesos de postulación y evaluación de sus principales programas de cara a los/las emprendedores/as y microempresarios/as, implementando una nueva plataforma, simplificando el formulario de postulación y agilizando la revisión de admisibilidad lo que permitió reducir en 80% el tiempo de postulación y en 10 días hábiles el resultado de admisibilidad.

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

Dentro de los principales logros de Sernapesca estuvo la consolidación y reforzamiento del instrumento de apoyo a la certificación de desembarque lo que permitió incrementar significativamente la certificación presencial. Además, se mejoró el sistema de fiscalización de descargas a través de la validación de software de proveedores de sistemas de pesaje; se desarrolló el primer modelo para la estimación de la pesca ilegal en la pesquería de Merluza Común, en conjunto con FAO; se implementó y se hizo seguimiento de los indicadores de pesca ilegal en esta pesquería; se reforzó el sistema de fiscalización del descarte, a través de imágenes de video y su preparación para incorporar a la flota artesanal y se implementa el Programa caleta + Cerca cuyo objetivo es mejorar el comportamiento promoviendo el cumplimiento de normas asociadas a la pesca artesanal.

En Acuicultura se controlaron las enfermedades de alto riesgo manteniendo la condición de país libre de estas patologías en especies hidrobiológicas; se evitó la diseminación del Virus ISA, alcanzando una de las prevalencias más bajas desde que apareció la enfermedad; se incorporó el monitoreo electrónico y cruce de información para la fiscalización del proceso de Informes Ambientales (INFAs); se fiscalizó el 100 por ciento de los eventos de mortalidad masiva y con el fin de apoyar y dar celeridad al proceso de relocalizaciones de concesiones se realizaron más de 80 inspecciones de terreno con el fin de verificar la ausencia de recursos hidrobiológicos en los sitios solicitados.

En Inocuidad y Certificación se incorporó una nueva estrategia de muestreos basada en riesgo en la elaboración del programa anual de control de residuos farmacéuticos de uso en la acuicultura; se implementa la fiscalización remota en tiempo real con el fin de mantener la continuidad de la fiscalización de Sernapesca, en el contexto de la pandemia por Covid-19, permitiendo así que el proceso exportador funcione con total normalidad; se efectuaron autorizaciones de embarques y certificación electrónica como vía de tramitación para todas las exportaciones lo que permitió acortar los tiempos de respuesta para estos trámites. Además, se implementó la Firma Electrónica Avanzada (FEA) para los principales certificados sanitarios emitidos por el Servicio.



## Servicio Nacional de Turismo

La Organización Mundial del Turismo (OMT) declaraba al 2020 como el peor año de la historia en materia turística, con mil millones menos de llegadas internacionales y pérdidas estimadas en 1,3 billones de dólares en ingresos de exportación, cifra que multiplica por más de once las registradas durante la crisis económica de 2009. Esto se extendió al año 2021, cuando la reanudación de la actividad siguió condicionada a la pandemia, lo que ha ralentizado la activación del sector.

El turismo en su conjunto tuvo que adaptarse y tener un énfasis especial en la digitalización y la seguridad de los viajeros. Como respuesta a este desafío, seguimos apoyando a la industria con diversos instrumentos y poniendo a su disposición protocolos sanitarios para resguardar de la salud de todos.

Fue así también que, entre los años 2020 y 2021, se desarrollaron distintas iniciativas que iban en búsqueda de la reactivación, gracias al trabajo conjunto con otras instituciones, como Sercotec, con el que se ejecutaron los instrumentos Crece, Formación Empresarial, Reactídate y el Programa de Emergencia, con los cuales se apoyó a 13.033 empresas turísticas por un monto superior a los \$38.400 millones. Por otra parte, en el caso de Corfo, se implementó el PAR Impulsa Turismo, un programa orientado directamente a los prestadores de servicios turísticos que contó con 4.541 beneficiarios por \$13.202 millones. Y también en materias de fomento, se realizaron gestiones con BancoEstado para la difusión de los créditos especiales de apoyo a la reactivación del turismo, con lo que se apoyó a 4.260 empresas, equivalentes al 19% de empresas registradas, que accedieron a medidas de apoyo, como créditos Covid o Fogape Reactiva, por un monto total de \$106.500 millones desde abril de 2020 hasta diciembre de 2021.

Asimismo, el trabajo de promoción turística impulsado por Sernatur contribuyó a que, durante 2021, Chile se quedara con el título de Mejor Destino de Turismo Aventura del mundo en los World Travel Awards, un premio que reafirma su liderazgo pues se ostenta consecutivamente desde 2016. Además, a nivel sudamericano, Chile mantuvo su categoría de Mejor Destino de Turismo Aventura y de Destino Más Romántico por el desierto de Atacama, consolidando su liderazgo como un destino único para la práctica del turismo.

## Servicio Nacional del Consumidor

Durante la administración 2018-2021, entró en vigencia la Ley N° 21.081, que modificó la Ley N° 19.496, sobre los derechos de los consumidores, del Servicio Nacional del Consumidor, dotando a la institución de nuevas facultades y atribuciones, entre las cuales se destacan las siguientes:

incrementar multas por infracciones a la Ley del Consumidor, la capacidad de iniciar Procedimientos Voluntarios Colectivos, la facultad de poder fiscalizar al mercado y a los proveedores, interpretar administrativamente las normas relacionadas con los derechos de los consumidores y validar el cumplimiento y gestionar certificaciones, mediar la aprobación de planes de cumplimiento. A fines del año 2021, entra en vigencia la Ley N° 21.398 o Pro-Consumidor, que establece medidas para incentivar la protección de los derechos de los consumidores. Junto a estas modificaciones normativas, manteniendo un fuerte compromiso en el mejoramiento de los productos y servicios existentes, entre los que destacan reclamos, consultas, estudios, vigilancia del mercado, juicios, educación para la ciudadanía y el relacionamiento con las Asociaciones de Consumidores.

Es así como durante el año 2021, se iniciaron 17 Procedimientos Voluntarios Colectivos y realizaron 800 fiscalizaciones a nivel nacional. También se elaboraron 5 circulares administrativas y 12 dictámenes interpretativos, que fijan criterios respecto a la protección al consumidor, se interpuso 954 Juicios de Interés General y 14 Juicios de Interés Colectivo. Junto a esto, se comenzó con la tramitación del reglamento para la obtención del Sello SERNAC.

En el período antes citado, el Servicio recibió 331.358 consultas, 710.634 reclamos y 5.088 alertas ciudadanas. En relación con los nuevos productos de atención al consumidor desarrollados entre 2018 a 2021, ingresaron 127.608 solicitudes del No Molestar y 47.130, de Me Quiero Salir, para los mercados de telecomunicaciones y seguros generales.

En materia de educación, 17.589 personas se beneficiaron del Programa de Desarrollo de Habilidades y Conocimientos en Alfabetización Financiera. Se realizaron 33 estudios de mercado y consumo, 5 estudios en materia de economía del comportamiento y se financiaron 48 proyectos con el Fondo Concursable para Asociaciones de Consumidores.

## **Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento**

Durante los últimos 4 años, la Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento ha trabajado en acercar los beneficios de la Ley N° 20.720 a los ciudadanos. Lo anterior, mediante la difusión, el mejoramiento del acceso al procedimiento concursal de renegociación, la ampliación de la cobertura de atención a través de plataformas remotas y tecnologías de la información, así como también el desarrollo de una fiscalización más eficiente que haga mejor uso de los recursos institucionales conforme a la creciente cantidad de procedimientos vigentes bajo su resguardo.

En efecto, a partir de la entrada en vigencia de la Ley N° 20.720 sobre insolvencia y reemprendimiento, las cifras muestran el interés de la ciudadanía por los Procedimientos de Renegociación y Liquidación. Desde el

año 2014 a diciembre de 2021, se han acogido a tramitación 35.666 procedimientos concursales; 20.401 de Liquidación de bienes de la persona deudora, 6.614 de Renegociación de la Persona Deudora, 8.328 de Liquidación de bienes de empresas, y 323 de Reorganización de la empresa deudora.

Con relación a la difusión de la Ley, aspecto que busca contribuir a la alfabetización financiera, es que desde el año 2018 se ha implementado un Plan de Educación Financiera cuya ejecución a la fecha supone más de 2.414 actividades de difusión (charlas, ferias y medios), a nivel nacional. Lo anterior se complementó con la creación del sitio web [www.tenlaclara.cl](http://www.tenlaclara.cl), donde personas naturales y emprendedores pueden utilizar calculadoras de deuda que entregan al usuario/a un prediagnóstico de su situación financiera. A diciembre de 2021, dicho sitio contabilizó 19.525 visitas.

Complementariamente, en estos últimos 4 años, la Superintendencia ha revisado sus procesos y servicios, alcanzado el 100% de digitalización en sus trámites. En este mismo contexto, 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 producto a la pandemia por Covid-19, la Superintendencia posibilitó que el deudor y sus acreedores pudiesen llegar a los acuerdos dentro del proceso de renegociación a través de audiencias virtuales. Desde mayo de 2020, cuando se implementaron las audiencias telemáticas, a diciembre de 2021, se contabilizaron un total de 1.734 audiencias. Asimismo, la Superintendencia estableció también mecanismos de atención a usuarios/as, creando un canal de tele atención para contactarse con funcionarios/as de la institución y recibir orientación sobre los procedimientos concursales. Desde su implementación en septiembre de 2020, a diciembre de 2021, se han realizado 1.159 tele atenciones.

Finalmente, y con relación a la fiscalización sobre los agentes intervinientes en los procedimientos concursales, la Superintendencia se encuentra comprometida en implementar la fiscalización basada en riesgo de incumplimiento, desarrollando esta metodología y ajustando los sistemas de información para adecuar su fiscalización, En este contexto, se han implementado diversas iniciativas, como por ejemplo, la emisión de informes de gestión para liquidadores, y la emisión de notificaciones masivas sobre incumplimientos, tales como, la no rendición de cuentas provisorias, la demora en la tramitación de procedimientos, entre otros. Sólo en 2021, se llevaron a cabo más de 4 mil acciones de fiscalización.

**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.

La Dirección Nacional está ubicada en la ciudad de Santiago y tiene representación en todas las regiones del país, a través de las Direcciones Regionales de Turismo. También hay oficinas locales y/o en convenio con municipios tales como: San Pedro de Atacama, Mina San José, Isla de Pascua, San Vicente, Chillán, Panquipulli, Chiloé, Puerto Natales, Pichidegua, San Vicente, Hualqui y ZOFRI.

Este servicio atiende necesidades de turistas nacionales e internacionales, prestadores de servicios turísticos, inversionistas del sector, centros de estudios superiores y medios que imparten carreras de turismo a nivel nacional, organismos internacionales, gremios del sector, municipios y otros. En total trabajan 455 personas; el 58,24% de ellas son mujeres, equivalentes a 265 funcionarias.

Desde 2020, Chile ha estado haciendo frente a la pandemia, un desafío inédito que se extiende hasta estos días y que ha tenido impactos severos en la salud y la calidad de vida de las personas, así como también en la economía del país y, por supuesto, en el turismo, que ha visto a todo su ecosistema afectado. En este contexto, la industria ha debido reinventarse para afrontar un nuevo turismo que tiene, en la actualidad, un foco especial en la digitalización y la seguridad de los viajeros.

A nivel nacional, con la incipiente reactivación del primer trimestre de 2021 y gracias a la apertura parcial del Aeropuerto Arturo Merino Benítez, se apuntaron 65.613 llegadas, esto es, un -93,9% de lo registrado en igual periodo de 2020. Esta leve recuperación se vio eclipsada por un nuevo cierre de fronteras producto de la expansión del virus, lo que para efectos del indicador significó cero ingresos de turistas extranjeros entre abril y septiembre. No obstante, considerando los avances de la vacunación, las restricciones fueron graduándose: en octubre de 2021, se habilitó el ingreso de extranjeros, sumando a diciembre un total de 190.022 llegadas de turistas internacionales, es decir, un -83,0% por debajo del año 2020 y un -95,8% respecto a igual periodo de 2019. Es por eso que hemos realizado esfuerzos que van en respuesta a esta crisis en distintos ámbitos, a fin de apuntar a la preparación de nuestros destinos y a la pronta recuperación del sector.

En este escenario, se hizo indispensable promover el turismo interno. Para ello, se potenció a la marca de promoción nacional Chile es Tuyo para difundir los beneficios de la actividad turística, mejorar la atención y fomentar que más chilenos conozcan el país, mediante sus plataformas. En total, la inversión en acciones de promoción nacional fue de \$947 millones en 2021, lo que sumado al resto del periodo de gobierno asciende a \$3.447 millones. Con esta inversión se puso especial énfasis en la eficiencia de los recursos, lo que conllevó a crear estrategias digitales, campañas de comunicación y alianzas con baja o nula inversión. En este ámbito, se implementó el plan de reactivación denominado Plan Viajar por Chile, que apuntó a la preparación en conjunto con la industria para un turismo responsable y enfrentar los desafíos de la reapertura del sector.

En turismo de reuniones o MICE, uno de los hitos más importantes fue la elaboración de la Guía de Viajes de Incentivos, realizada en conjunto con todas las regiones de Chile. Su propósito fue plasmar experiencias únicas e inolvidables enfocadas en el mercado de incentivo y en directo beneficio, como material de apoyo a los destinos y operadores. En este mismo ámbito, otro de los hitos destacados del periodo es el programa de embajadores Meet in Chile. Al año 2021, se han nombrado a 70 embajadores internacionales quienes representan y ofrecen a nuestro país como sede de los eventos de las organizaciones internacionales de las cuales son parte en sus respectivos directorios. De los 70 profesionales, 17 fueron galardonados durante el periodo 2018-2021.

La pandemia por covid-19 motivó a la industria a reinventarse y conectarse con fuerza en nuevos formatos asociados a las nuevas tecnologías, las que permitieron mantener la presencia de marca en los distintos mercados turísticos emisores. De este modo fue que, durante el año 2021, se realizaron 11 acciones promocionales, de las cuales 9 estaban dirigidas al público internacional y dos al público nacional. Entre las acciones promocionales con foco en el mercado extranjero, tres fueron presenciales y marcaron el regreso de Chile a las actividades: Fiexpo, FIT y Elevate.

Respecto a la promoción internacional de nuestros destinos, se ejecutaron campañas comunicacionales en mercados estratégicos. En 2021, se mantuvo la comunicación que había comenzado en 2020, bajo el concepto de Plan Viajar a Chile y, al finalizar el año, se lanzó la campaña Chile is Back, que luego de un exitoso proceso de vacunación nos permitía abrir nuevamente las fronteras a los turistas internacionales e invitarlos a viajar por nuestro país. En 2021, conseguimos que más de 4.159.641 usuarios visitaran los sitios [www.chile.travel](http://www.chile.travel) y [www.chileestuyo.cl](http://www.chileestuyo.cl).

Ante la necesidad de prepararse para la recuperación, Sernatur lideró distintas iniciativas que fueron en favor de la industria. Una de ellas fue poner a disposición una serie de Protocolos Sanitarios y Guías de Buenas Prácticas para el manejo y la prevención del coronavirus. Estos documentos han servido para orientar al sector y estar preparado para operar y recibir visitantes resguardando la seguridad de las personas. De esta forma, los prestadores de servicios turísticos pudieron adherirse al Certificado de Compromiso 'Confianza Turística', logrando una adhesión de 6.278 hasta el año 2021. Dicho instrumento muestra el compromiso de cada

empresa turística en la implementación de protocolos y las guías de buenas prácticas.

Dada la continuidad de la contingencia sanitaria, Activa Turismo en Línea siguió siendo un espacio para entregar herramientas e información a la industria. Durante 2020 y 2021, el ciclo de charlas online se centró en las acciones de apoyo en materia de capacitación, fomento y empleo. Se realizaron 85 webinars que abordaron medidas económicas, marketing digital, subsidio al empleo, programas de capacitación y apoyo a empresas, entre otros temas, alcanzando a 26.070 participantes, entre ambos años.

La pandemia planteó también nuevos desafíos que el servicio sacó adelante gracias a la fuerte articulación con otras instituciones de gobierno y la industria turística nacional, como el programa Becas Capital Humano de Corfo, marco dentro del cual se ejecutó con éxito el programa SIGO Turismo Innovación, que entrena a mipymes turísticas para diferenciar la oferta de productos y servicios de los destinos. Esta iniciativa llegó a 414 beneficiarios durante el periodo 2018-2022. Por otra parte, también junto a Corfo, se realizó un segundo llamado al programa SIGO Turismo Tecnología, cuyo fin fue brindar asistencias técnicas a las mipymes para desarrollar y fortalecer sus competencias digitales, enriqueciendo la experiencia integral de enlace que ofrecen a sus clientes. Se benefició a 188 participantes de distintos destinos de Chile durante el 2021, totalizando 714 beneficiarios desde su implementación piloto en el año 2020.

Otro de los segmentos que la pandemia afectó fuertemente fue el de los guías de turismo. Para esto, se diseñó un plan de ayuda por más de \$2.100 millones, especialmente enfocado en este segmento, el cual aportó empleabilidad (con Relatos de Guías, iniciativa que brindó un espacio digital para que los guías turísticos pudieran continuar desarrollando su trabajo), formalización (con la certificación de competencias laborales a través de becas de Sence, reconocimiento de certificaciones internacionales y entrega de credenciales para destacar a los profesionales como parte de la oferta formal) y capacitación (cursos de primeros auxilios, de montaña y alta montaña con certificación internacional y cursos de b-learning de formación de guías generales).

Otra de las acciones relevantes fue la implementación del nuevo reglamento de la Ley de Turismo, 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 este registro, la cual brinda mayor autonomía a los prestadores en la actualización de su información.

En materia de turismo social, pilar fundamental en la gestión de Sernatur, la pandemia impidió que los viajes de los programas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar se desarrollaran con regularidad y relativa normalidad desde 2020 hasta el primer semestre de 2021. De igual modo, los programas se prepararon administrativa y operativamente en el cumplimiento de las medidas sanitarias contempladas en los protocolos sanitarios, las guías de



buenas prácticas y en la inclusión de medidas adicionales orientadas principalmente a disminuir los riesgos asociados a contagios.

Durante el periodo 2018-2021, con una inversión aproximada de 21.146 mil millones se logró facilitar el acceso a la actividad turística a 224.530 pasajeros adultos mayores, estudiantes, familias, mujeres, personas en situación de discapacidad, estudiantes de escuelas especiales niños, niñas y adolescentes de la red de Sename, generando 947.566 pernотaciones y beneficiando en promedio cada año del periodo de gobierno a alrededor de 67 destinos turísticos 750 prestadores de servicios turísticos, que, en su mayoría, corresponden a micro, pequeñas y medianas empresas.

Otra de las maneras de ser un apoyo para la industria fue la creación de la plataforma multicanal Turismo Atiende, que desde 2020 entrega asesoría a turistas nacionales y extranjeros ofreciendo información turística de calidad, excelencia en el servicio e incorporando tecnología en sus canales de atención. A los ya existentes, se sumaron en 2021 la atención vía WhatsApp y una agenda virtual para entregar, mediante videollamadas, asesoría en materia turística a la industria y la ciudadanía. De esta manera, Sernatur mantuvo operación en canales presenciales y no presenciales con un total de 68.377 atenciones durante el último año. Respecto a la atención presencial, las 28 Oficinas de Información Turística atendieron a 12.504 clientes, lo que significó una disminución del 43% respecto del año anterior, debido a la intermitencia del servicio por las variables sanitarias.

En materia de estudios en turismo, Sernatur (en conjunto con la Subsecretaría de Turismo) desarrolló un sistema que reúne en un solo lugar toda la estadística disponible del sector, su objetivo es contribuir a la reactivación de la actividad turística facilitando la toma de decisiones tanto a nivel de política pública como de inversión, en todos sus niveles. DataTurismo Chile es una plataforma de libre acceso y cien por ciento digital que se trabajó desde 2020 y a la cual se han ido incorporando nuevas aplicaciones, como el análisis de big data sobre el turismo interno, lo que pone a Chile a la vanguardia en la utilización de nuevas tecnologías en la captura de información estadística.

Respecto de los desafíos, el más relevante dice relación con continuar con la reactivación del sector para lo cual a través de iniciativas conjuntas con otros actores del turismo, se debe fortalecer el desarrollo del turismo interno mediante el impulso a generar demanda hacia las diferentes regiones del país mediante campañas de promoción y marketing principalmente en soportes digitales, con foco en escapadas, vacaciones y excursiones. La promoción internacional de Chile seguirá constituyéndose como elemento gravitante en la recuperación del sector. Es así como la implementación y profundización de estrategias en los diferentes mercados será relevante con el fin de mantener el posicionamiento construido en los últimos años mediante la comunicación promocional del destino Chile.



En temas de los programas sociales la velocidad evolutiva de la pandemia, demanda por parte del Servicio mejorar la agilidad en la adaptación a las condiciones sanitarias, ya obtenida, y medidas implementadas por la autoridad sanitaria, para incorporándolas de la manera más eficiente a su ejecución

Continuar con el desarrollo, mejora y publicación de información estadística del sector que permita ir tomando mejoras y mas informadas decisiones, haciendo mas eficiente las acciones que se toman en este ámbito.

Seguir avanzando en los temas de innovación y tecnología de manera de entregar más y mejores herramientas a los diferentes actores que les permita insertarse y mantenerse en este mundo digital.

# 3. Resultados de la Gestión año 2018-2021

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

---

Potenciar la marca de turismo interno Chile es Tuyo fue una de las medidas definidas en el Programa de Gobierno, con la cual se buscó 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 y promover la cultura de viaje responsable entre los residentes en Chile. Así se fortaleció la identidad nacional y se contribuyó a un mayor conocimiento del país a través de sus paisajes, destinos y experiencias.

Durante 2021, la inversión en acciones de promoción nacional fue de \$947 millones, lo que sumado al resto del periodo de gobierno asciende a \$ 3.447 millones. Con esta inversión, se puso especial énfasis en la eficiencia de los recursos, lo que conllevó a crear estrategias digitales, campañas de comunicación y alianzas con baja o nula inversión. Además, se realizaron campañas estacionales que buscan incentivar las llegadas de turistas desde mercados vecinos, que mantuvieron el concepto de escapada y apuntaron a los viajes cortos durante temporada baja. Durante estos años, se han realizado las campañas always on, que corresponden a las iniciativas de promoción, que se mantienen activas durante todo el año, y que responden a la demanda de destinos, las cuales se ejecutan a través de medios y redes sociales, como Google Search, Google Display Network, Programmatic, YouTube, Instagram y Facebook. Las principales acciones realizadas durante 2018-2021 para la promoción nacional fueron campañas de escapadas; campañas de género Mujeres en Ruta, para potenciar a la mujer como un referente del turismo nacional; campaña de Fiestas Patrias; y se potenció la campaña de turismo interno Chile es Tuyo, que permitió desarrollar acciones de promoción, como “Cuánto conoces Chile”, “Disfruto 18 en Chile” y eventos como la “Feria Ñam Santiago” y la feria “Verano 2020 Elige Chile”.

Así también, se realizó una asesoría comunicacional para apoyar la estrategia nacional de reactivación del turismo nacional; se implementó el plan de reactivación Plan Viajar por Chile, para prepararnos en conjunto con la industria para un turismo responsable y enfrentar los desafíos de la reapertura del sector; Se realizaron videos de recomendaciones para viajar de forma segura por Chile y estos fueron lanzados en a través de Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn; se ejecutó el Plan Verano Responsable; se realizaron los ciclos nacionales Chile tu mejor apuesta que permiten promover el turismo interno y entregar herramientas a las agencias de viajes para aumentar sus ventas; se rediseñó el sitio web de Chile es Tuyo y se creó una página informativa del Plan Viajar por Chile.

## **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. A lo anterior, se suma la reducción por segundo año consecutivo del 48% del presupuesto, respecto del presupuesto inicial del año anterior 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.

En los diversos mercados prioritarios, se realizaron más de 22 campañas cooperadas con diversos actores de la industria turística, en general. Estas acciones levantan al menos un 50% más de los fondos invertidos para así promocionar nuestro país. Destacan campañas con cuatro aerolíneas que llegan a nueve países dentro de los considerados prioritarios. Asimismo, se realizaron acciones con los principales turoperadores y agencias de viajes en cada mercado. Se realizó también un evento de sustentabilidad en Nueva York junto a importantes empresas públicas y privadas, para así potenciar Chile en estos nichos tan importantes. Destacamos el trabajo de las agencias de representación (PR) para los diversos mercados.

- Turismo MICE o turismo de reuniones.

Su foco es apoyar la postulación de entidades nacionales a congresos y eventos internacionales para posicionar a Chile como destino sede, de manera de aumentar la cantidad de turistas de este segmento, quienes registran alto nivel de gasto total individual (1,7 veces mayor al promedio de un turista que viaja por motivos personales). El desarrollo del MICE es una alternativa para reducir la estacionalidad turística, ya que no está asociada directamente a una temporada del año en específico. Durante 2021, las restricciones producto de la pandemia impidieron un normal desarrollo de la actividad de reuniones, sin embargo, en la búsqueda de entregar herramientas para la industria, se llevaron a cabo diferentes instancias en post de una pronta recuperación, destacando entre ellos el kit de herramientas de marketing para el segmento MICE y la participación en distintos eventos, tales como el Encuentro Nacional de Convention Bureaus de Chile; el lanzamiento de la alianza Latin Destination; la feria virtual E-ncuentro de Negocios Chile-Colombia; la Chile Virtual Expo; la feria virtual WTM Latin America 2021; la Macrorrueda de Turismo de la Alianza del Pacífico 2021; el Encuentro Digital Business Exchange ICCA de América Latina y el Caribe 2021; y la Fiexpo 2021, por mencionar algunos.

Uno de los hitos más importantes fue la elaboración de la Guía de Viajes de Incentivos realizada en conjunto con todas las regiones de Chile, que buscó plasmar experiencias únicas e inolvidables, enfocadas en el mercado de incentivo y en directo beneficio de los destinos y los operadores.

Otro de los hitos destacados del periodo es el Programa de Embajadores Meet in Chile. Al año 2021, se han nombrado 70 embajadores internacionales, de los cuales 17 fueron galardonados entre 2018 y 2021. Del total de embajadores, 38 han realizado al menos una postulación a un evento internacional. Hay que destacar que un embajador en su rol ha traído más de diez eventos internacionales e incluso ha logrado traer a Chile un evento que solo se realizaba en Inglaterra, lo que indica la importancia y el poder de convocatoria de este programa.

Durante el periodo 2018-2021, se postuló a 110 congresos y viajes de incentivo de carácter internacional, logrando que Chile sea sede de 79 eventos. Por su parte, la tasa de éxito promedio de los cuatro años es de 79%, generando 14.869 llegadas de delegados, mientras que los ingresos esperados ascendieron a USD 29.5 MM. Se destaca la gestión del año 2019, cuando la tasa de éxito fue de 82%, ganando 46 de las 56 postulaciones realizadas.

- Participación de Chile en ferias y eventos.

Las condiciones sanitarias impidieron la realización presencial de eventos. Sin embargo, las investigaciones y las nuevas medidas tomadas por los gobiernos crearon un escenario auspicioso para la reapertura y la vuelta paulatina a la presencialidad. Estos años de pandemia motivaron a la industria a reinventarse y conectarse con fuerza en nuevos formatos asociados a las nuevas tecnologías, que permitieron mantener la presencia de marca en los distintos mercados turísticos emisores. Además, este tiempo fue bien aprovechado para capacitar a la industria y apoyarlos, dándoles nuevas herramientas para mejorar su desempeño.

Durante 2021, se realizaron once acciones promocionales, de las cuales nueve estaban dirigidas al público internacional y dos al público nacional. Entre las acciones promocionales con foco en el mercado extranjero, tres fueron presenciales y marcaron el regreso de Chile a las actividades: Fiexpo, FIT y Elevate.

Los otros 63 eventos que se realizaron de manera virtual estuvieron compuestos por 34 capacitaciones virtuales, diez seminarios, tres webinar, dos ferias, siete eventos entre lanzamientos y vitrinas turísticas, más siete ruedas de negocios que tuvieron una participación de 397 asistentes. Estas acciones estuvieron enfocadas en los mercados estadounidense, brasileño y nacional. Las capacitaciones estuvieron dirigidas a la industria en los mercados prioritarios de Inglaterra, España, Francia, Alemania, Estados Unidos, Brasil, Colombia, al creciente mercado chino y a los mercados de Asia, Medio Oriente y Oceanía.

Para mejorar el alcance y el impacto de estas capacitaciones, se creó el canal de Chile Travel Training en la plataforma YouTube, el cual estuvo enfocado en capacitar a la industria para mejorar su conocimiento de Chile, sus destinos y a los mercados emisores; además, de mostrar las novedades de la industria. Este proyecto busca apoyar la reactivación turística. Durante el año, se publicaron 137 videos en los que los empresarios mostraron sus emprendimientos y, en conjunto con la agencia de representación (PR) de los mercados objetivos, se inició su

difusión para la internacionalización de las empresas. También se destacan actividades innovadoras de colaboración público-privada, tales como la vitrina turística con Copesa, en la que participaron 503 empresarios nacionales y se alcanzó un total de 37.000 visitantes únicos.

Estos años de pandemia motivaron a la industria a reinventarse y conectarse con fuerza en nuevos formatos asociados a las nuevas tecnologías que permitieron mantener la presencia de marca en los distintos mercados turísticos emisores. Además, este tiempo fue bien aprovechado para capacitar a la industria y apoyarla, otorgando nuevas herramientas para mejorar su desempeño.

Durante el periodo 2018-2021, se realizaron 168 capacitaciones con un total de 10.689 participantes. Por otra parte, se realizaron 51 ferias y eventos, con un total de 1.994 beneficiarios directos y 22.229 beneficiarios indirectos. En total, durante el periodo se realizaron 219 acciones.

Se destaca que en el periodo Chile realizó su primera feria virtual multimercado en conjunto con Prochile. Chile Virtual Expo Tourism contó con la participación de 199 empresarios nacionales y 1.189 asistentes que pudieron reunirse con los expositores. Esta actividad resalta por ser una de las actividades más relevantes debido al número de expositores, la más alta en una acción del país con foco en el turismo receptivo, que logró ampliar la oferta expuesta y representada por cada región del país. Por otro lado, esta actividad estuvo dirigida simultáneamente a todos los mercados prioritarios.

- Viajes de prensa.

En el año 2021, se realizaron diversas acciones de promoción en medios o redes sociales a partir de viajes de prensa e influenciadores. Por el contexto de pandemia y con las fronteras cerradas gran parte del año, se priorizaron los influencers de carácter nacional, para realizar promoción del turismo interno. Se trabajó con un total de 121 medios o influenciadores en distintos viajes, de los cuales solo 12 corresponden a internacionales y todo el resto al mercado nacional. Por el carácter interno de la promoción, hubo especial preocupación porque las dieciséis regiones fuesen destino de estos viajes, sin dejar ninguna fuera del plan de acciones. Se fortalecieron además alianzas importantes en términos de prensa internacional, como por ejemplo con Marca Chile, donde se realizó un viaje en conjunto con corresponsales que tuvo más de 350 réplicas en distintos medios del mundo. Las alianzas con influenciadores también fueron trascendentales, realizándose incluso un concurso para las redes nacionales, en las que la persona ganadora podía viajar con su influencer favorito. Durante el periodo 2018-2021, se realizaron 322 acciones con prensa e influenciadores de carácter internacional y nacional desde fines del año 2020, que concluyeron en 502 publicaciones tanto en medios internacionales y nacionales, tanto digitales y análogos. A partir del año 2020 se comenzó a incrementar el trabajo con medios digitales en línea con las nuevas tendencias de medios de comunicación y de marketing.

- Campañas comunicacionales en mercados estratégicos.

Durante todo el año se desarrolló una comunicación bajo la estrategia de always on, con el propósito de mantener informados a los usuarios sobre nuestros destinos y experiencias en los mercados prioritarios definidos en el plan de marketing. Por otro lado, entre enero y marzo se mantuvo la comunicación que había comenzado

en 2020, bajo el concepto de Plan Viajar a Chile. Entre mayo y septiembre, se desarrolló una campaña de votación para las nominaciones World Travel Awards, certamen que finalmente logramos revalidar con el título de Mejor Destino Mundial de Turismo Aventura. Y, al finalizar el año, se lanzó la campaña Chile is Back, que luego de un exitoso proceso de vacunación permitió abrir nuevamente las fronteras a los turistas internacionales e invitarlos a viajar por nuestro país. En el año 2021, Sernatur consiguió que más de 4.159.641 usuarios visitaran los sitios [www.chile.travel](http://www.chile.travel) y [www.chileestuyo.cl](http://www.chileestuyo.cl). El primero de ellos obtuvo 2.151.435 visitas y el segundo, 2.008.206.

En el ámbito Internacional, se realizaron dos actividades icónicas, la campaña en conjunto con National Geographic, la cual tuvo un alcance global de más de seis millones de impresiones. Y el programa de Netflix Somebody Feeds Phil, el cual se estrenará en 2022 y se espera que llegue a más de 20 millones de personas.

Respecto a la audiencia, Chile es Tuyo obtuvo una tasa de crecimiento total de un 1,3% de seguidores entre todas sus redes sociales. Facebook tuvo una tasa de crecimiento negativa, en línea con la tendencia del mercado, de un -0,9%. Por el contrario, Instagram tuvo un alto aumento de seguidores con una tasa de crecimiento de un 6,8%. En el caso de Chile Travel, obtuvo una tasa de crecimiento total de seguidores de un 0,9%, principalmente por la incorporación de una nueva red social, TikTok. La tasa de crecimiento fue negativa para Facebook al -1,2%, siguiendo con la tendencia mundial de esta red a la baja. Instagram, por otra parte, creció al 2,4%, lo que, si bien es positivo, está muy por debajo de Chile es Tuyo, lo cual demostró la importancia del turismo nacional por los efectos de la pandemia.

En cuanto a la promoción nacional, tuvimos una inversión en campañas de promoción de MM\$ 650.000, que nos permitió (1) ejecutar el Plan Verano Responsable; (2) entregar información práctica a la industria respecto al buscador de permisos, planificador de viaje, medidas de autocuidado, Certificado de Compromiso Confianza Turística y Pasa con tu Pase; (3) ejecutar el Plan Hay Chile para Todos; (4) ejecutar campañas digitales de turismo always on y tráfico al sitio [chileestuyo.cl](http://chileestuyo.cl); (5) organizar junto con Copesa la vitrina de viajes Turismo Week, donde Sernatur subvencionó a más de 500 empresas de turismo para que pudieran mostrar su catálogo de productos a más de 37.000 visitantes; (6) potenciar junto a Turbus la reactivación del turismo local y como una alternativa de viaje seguro desde un punto de vista integral, con seguridad sanitaria y seguridad en ruta, a través de campañas en sus pantallas, en la página web de la empresa y mostrando dos campañas distintas en las lunetas de los buses, junto con dos hitos de prensa realizados con la directora nacional.

Por otro lado, se potenciaron los sitios web [chileestuyo.cl](http://chileestuyo.cl) y [chile.travel](http://chile.travel) durante el 2021, incorporando nuevas funcionalidades que permitieran una mejor planificación a la hora de escoger algún destino. Para el caso del sitio de promoción nacional [chileestuyo.cl](http://chileestuyo.cl), se incorporaron diversas funcionalidades en el contexto de la pandemia, como una calculadora de permisos, para informar los documentos necesarios para viajar de una región a otra. Se integró un planificador de viajes, con información de la demanda turística, los itinerarios ideales para el período seleccionado y los servicios turísticos registrados, con el objetivo de cumplir con todo el proceso de planificación de una escapada o viaje de más días. Y dentro de las categorías del sitio web se incorporó una nueva sección de Turismo Indígena a la sección Qué hacer, para potenciar la oferta relacionada con las siguientes



experiencias: Rapa Nui, Aymara, Mapuche Pewenche, Mapuche Huilliche y Mapuche Lafkenche.

Cada uno de estos contenidos incluye una introducción informativa, recomendación de actividades y finalizan con un itinerario sugerido. Durante 2021, se mantuvo actualizada la landing informativa asociada al Plan Viajar por Chile, con toda la información práctica para recorrer el país de forma segura. Se incluyó el porcentaje de la población vacunada, junto con los requisitos de viaje, preguntas frecuentes y la integración del Plan Paso a Paso.

Mientras que para el sitio web de promoción internacional Chile.Travel, se desarrolló un rediseño completo del sitio en términos de look & feel, así como a nivel de experiencia de usuario. El objetivo de este proyecto fue contribuir a la etapa de planificación de los usuarios, ya que más del 90% de los viajeros investiga de forma online antes de empezar un viaje. Es por eso, que se realizó una consultoría para identificar las principales oportunidades de cara al mercado internacional y luego se determinaron los siguientes lineamientos: diseño actualizado, nuevos colores, más modernos y de acuerdo con las tendencias de productos digitales.

La experiencia de usuario se realizó en base a los resultados de las entrevistas y se ejecutaron pruebas heurísticas para validar el diseño. Se actualizó todo el material audiovisual, de las cinco macrozonas, 60 destinos, 55 contenidos de la sección Qué Hacer y 29 itinerarios. La sección de itinerarios se reformuló en un 100%, ubicando la planificación en el centro de la página y potenciando los principales atractivos turísticos, junto con entregar la opción de descarga de la información, para así poder tenerla impresa y poder compartirla y gestionarla de forma colaborativa. Se integró un buscador de destinos basado en experiencias y deseos, así como también las recomendaciones de los usuarios en redes sociales en la parte inferior del sitio web.

En el 2021 se impulsaron y promovieron experiencias turísticas, tales como turismo indígena. Conadi y Sernatur firmaron un convenio de difusión de turismo indígena, en el cual se destacó a los pueblos originarios aymara, atacameño y mapuche. En turismo accesible, junto a la Subsecretaría de Turismo, se trabajó en el Proyecto Turismo Accesible un piloto de rutas con accesibilidad universal en las regiones de Maule y O'Higgins. Y en turismo gastronómico, se coordinó un proyecto con la Subsecretaría de Turismo para promover este tipo de turismo a nivel nacional.

Se destaca también la participación en la segunda versión de la feria virtual Cocha Beneficios, donde Sernatur invitó a participar de manera gratuita a 60 empresas turísticas de los programas Mujer Empresaria Turística, Más Valor Turístico y SIGO. Se llevó a cabo la segunda versión de Chile, tu mejor apuesta, que contó con capacitaciones de cada región y ruedas de negocios entre prestadores de servicios turísticos regionales y nacionales. Finalmente, se participó en la creación de la segunda guía de viajes Astroturismo Sobre Ruedas, una guía con los mejores datos para viajar.

Durante el periodo 2018-2021, la tasa de crecimiento promedio en la audiencia nacional de seguidores de la página Chile.Travel fue positiva con un 18%, siendo Instagram la red social de mayor crecimiento en el periodo con un 63%, mientras que Facebook fue la de rendimiento más bajo con una tasa de crecimiento negativa

de -2%, entendiéndose que la tendencia mundial de Facebook es a la baja y de Instagram, al alza. En la audiencia de fans y followers internacionales, la tasa de crecimiento promedio en el periodo 2018-2021 fue de un 15%, siendo Facebook también la red de menor crecimiento con una tasa de un 6%. En el caso de internacional, se agrega el factor de creación de una nueva red social durante el 2021, TikTok. Al ser nueva, la tasa de crecimiento de la tasa durante el 2021 en dicha red fue de un 100%. Eliminando el factor Tiktok, también sería Instagram la red social de mejor rendimiento con una tasa de crecimiento de un 37% en el periodo.

Según los datos mencionados anteriormente, se puede indicar que la tasa de la página Chile.Travel es considerablemente menor que la de la página Chile es Tuyo. Esto se puede asociar al factor pandemia, que hizo que los usuarios se volcaran al turismo nacional; al factor de trabajo con influencers de Instagram a nivel nacional y a la ejecución del concurso nacional en Instagram ejecutado el 2021. Asimismo, producto de las optimizaciones y campañas realizadas, se logró una mejor calidad del tráfico en el sitio Chile es Tuyo, portal oficial de promoción nacional, logrando un total de 1.475.545 visitas. Pese a los efectos de la pandemia, durante 2020 se obtuvo 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 visualizaciones únicas. Durante todo el periodo, logramos alcanzar a más de 43MM de personas.

## **Programa de Turismo Social**

Con el objetivo de disminuir la estacionalidad en temporadas de media y baja demanda, a través del empaquetamiento de servicios turísticos destinados a distintos segmentos de la población, durante este periodo de gobierno, Sernatur ejecutó los programas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar, asumiendo rápidamente el desafío de adaptarlos para incorporar medidas sanitarias que hicieran frente a la pandemia, permitiendo retomar los viajes con el debido resguardo de la salud de los pasajeros en busca de contribuir con la reactivación del sector. Fue así como durante el periodo 2018-2021, con una inversión aproximada de 21.146 mil millones se logró facilitar el acceso a la actividad turística de 224.530 pasajeros adultos mayores, estudiantes, familias, mujeres, personas en situación de discapacidad, estudiantes de escuelas especiales niños, niñas y adolescentes de la red de Sename, entre otros grupos de interés en el marco de los tres programas, generando un total de 947.566 pernотaciones, beneficiando en promedio cada año del periodo de gobierno a alrededor de 67 destinos turísticos y 750 prestadores de servicios turísticos, de los cuales dichos beneficiarios son en su mayoría micro, pequeñas y medianas empresas.

A partir del 2020 la ejecución del programa de Turismo Social se vio afectada por la pandemia provocada por el covid-19 que trajo consigo declaraciones de estado excepción constitucional y distintas estrategias graduales de confinamiento, las que, ante el aumento de casos, no permitieron desarrollar viajes entre marzo y

octubre del año 2020 y desde diciembre del 2020 a julio del año 2021. Así también, a consecuencia de la pandemia se experimentó un alza sostenida en los bienes asociados a la industria turística, tales como restaurantes y hoteles; bencina y paquetes turísticos, cuyos aumentos acumulados en los últimos 12 meses alcanzan un 10,1%, 33,7% y 82,5% respectivamente <sup>[1]</sup>, lo que han afectado directamente al desarrollo del Programa Turismo Social.

En este sentido, la crisis sanitaria ha significado un desafío para la industria, debido a que tuvo que adaptarse rápidamente a los cambios producto al avance y desarrollo de la pandemia. Por tal motivo, los programas de Turismo Social se prepararon administrativa y operativamente, supervisando el cumplimiento de las medidas sanitarias contempladas en los protocolos sanitarios y guías de buenas prácticas, así como también implementando medidas adicionales, tales como conversatorios para indagar en el percepción e interés de los diferentes actores y el diseño de planillas de trazabilidad orientadas principalmente a disminuir los riesgos asociados a contagios, mediante la sistematización de la información del personal de los servicios turísticos. Ejemplo de lo anterior también fue la conformación del Comité Asesor Intersectorial, el cual tenía por fin determinar las condiciones necesarias para ejecutar viajes en tiempos de pandemia. Dicho comité que, estuvo integrado por la Subsecretaria de Salud Pública, el Servicio del Adulto Mayor, el Ministerio de Desarrollo Social, el Ministerio de Educación y el propio Servicio, concluyó con condiciones para resguardar la salud de los pasajeros, tales como requisito de PCR previo al viaje, definición de las fases del plan paso a paso en las que se debían encontrar los destinos para realizar el viaje, pase de movilidad, exigencia de protocolos sanitarios de prestadores de servicios turísticos, kit sanitario por pasajero, entre otras.

Pese a este escenario adverso, el Programa de Turismo Social logró generar en el año 2021 un total de 97.863 pernoctaciones en 63 de los más de 80 destinos turísticos que se consideran normalmente, beneficiando a cerca de 504 prestadores, principalmente micro, pequeñas y medianas empresas obteniendo una inversión aproximada de \$1.949 millones, aumentando en alrededor de 800 millones la ejecución respecto al año 2020. A su vez, además de contribuir a la economía de distintas comunas del país, estos programas facilitaron el acceso al turismo y favorecieron a 30.973 personas de diversos segmentos de la población, como adultos mayores, personas en situación de discapacidad, estudiantes de centros educativos que reciben subsidio estatal, alumnos 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 estos en todos los ámbitos de la vida", ha beneficiado en el año 2021 a 19.855 pasajeros que lograron visitar 51 destinos de los 84 a nivel nacional, aportando a la dinamización de las economías locales de más de 350 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 sinergias que potencian la interrelación de adultos mayores, favoreciendo de esta forma su integración social mediante viajes grupales y actividades recreativas.

El programa Gira de Estudio en el 2021 logró beneficiar a 1.897 pasajeros de los cuales 1454 corresponden a beneficiarios de establecimientos educacionales que reciben subsidio estatal y 443 corresponden a alumnos de instituciones de educación superior que imparten carreras de turismo. Cabe señalar que la inclusión de dicho segmento se vinculó a una estrategia de incentivo a la demanda. Por otra parte, también se desarrollaron acciones orientadas a indagar en las percepciones de la comunidad educativa respecto al interés por desarrollar viajes, levantando dicha información mediante encuestas digitales dirigidas a establecimientos educacionales y focus group dirigidos a los apoderados de los establecimientos. Los viajes realizados favorecieron a siete destinos que participan del programa (21 en total), dinamizando sus economías locales y beneficiando alrededor de 50 prestadores de servicios turísticos.

Por su parte, el programa Turismo Familiar se ejecutó entre las regiones de Coquimbo a Los Lagos bajo licitaciones regionales, incorporándose las regiones de Arica y Parinacota y Tarapacá en su licitación nacional, permitiendo de esta manera incluir los destinos de Arica, Olmué, Viña del Mar y Quillón. Implementando también paquetes con servicio de transporte aéreo. Además para potenciar y promover la equidad de género, la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, se desarrolló la ejecución de cupos “Mujer”, junto con cupos “Salud” que busca brindar un reconocimiento a aquellos funcionarios de la salud pública y a sus familias que han estado al servicio de la población afectada por covid-19 durante esta pandemia y beneficiar de esta manera a 9.041 pasajeros en su totalidad mediante con la modalidad de viajes de escapada para familias chilenas y extranjeras con residencia en Chile, cuyos miembros que componen el grupo de viaje familiar están inscritos en el Registro Social de Hogares. Los viajes realizados favorecieron a 32 destinos que participan del programa, dinamizando sus economías locales y beneficiando alrededor de 175 prestadores de servicios.

En el marco del Fondo de Emergencia Transitorio covid-19 (FET), destinado a financiar iniciativas con el objeto de solventar todo tipo de gastos para enfrentar los efectos y atender las necesidades derivadas de la crisis sanitaria causada por la enfermedad del covid-19, Sernatur diseño y ejecutó durante el año 2021 el Programa “Relatos de Guía”, cuyo objetivo principal apuntó a la activación de los guías turísticos, fomentando de esta manera el turismo interno, a través de las vivencias y experiencias de guías de turismo a lo largo de nuestro país, considerando su entorno y presentando a Chile como un destino imperdible. En este sentido, el proyecto consistió en la emisión de manera orgánica de relatos turísticos autograbados por los/as propios guías de turismo, sobre un atractivo y experiencia turística específica, video que posteriormente fue editado por una agencia contratada por Sernatur y finalmente, exhibido a un público objetivo convocado por Sernatur en una sesión virtual, donde el mismo guía de turismo debió exponer su video e interactuar con los asistentes. De este modo, cada Relato de Guías estuvo compuesto por una cápsula (video) y por una sesión virtual (exhibición de la cápsula en reunión web). Esta iniciativa logro beneficiar a un total de 2.223 guías de turismo en las 16 regiones del país, significando una inversión \$1.531 millones de pesos.

Finalmente, se destaca que durante el año los programas de Turismo Social han mantenido un trabajo de colaboración mediante la suscripción de convenios con otras instituciones gubernamentales tales como MINEDUC, SENAMA, SENAME, MINDESO y MinMujeryEG y CONAF con el fin de diversificar a los segmentos de población participantes, incentivar el acceso a la actividad turística de grupos vulnerables en línea con las políticas de Gobierno y así como también potenciar los beneficios entregados a la ciudadanía.

## **Información sectorial**

Durante este periodo de gobierno, Sernatur se propuso transformar la atención a turistas nacionales y extranjeros ofreciendo información turística de calidad, excelencia en el servicio e incorporando tecnología y omnicalidad en los canales de atención. Esta iniciativa contempló la transformación en la atención a nuestros clientes, y poner a disposición, a través de la implementación del Modelo de Atención al Turista, plataformas de contacto remotas que ayuden y complementen a la ya existente atención presencial entregada en las oficinas de información turística a nivel nacional.

Durante el 2020 logramos disponibilizar los canales de atención: telefónico, correo, WhatsApp, buzón y redes sociales y en un constante trabajo por mejorar nuestras plataformas durante el 2021 se incorporó el nuevo canal de atención agenda virtual acción que permitió, a través de videollamadas, otorgar asesorías a nuestros clientes en cualquier parte del mundo de temas relativos a la industria turística. Adicionalmente, se actualizó de plataformas de atención y en la implementación del plan de capacitación de los funcionarios que otorgan la atención a los usuarios potenciando la atención presencial y no presencial.

Sernatur durante el 2021, mantuvo operación en canales presenciales y no presenciales con un total de 68.377 atenciones donde los canales no presenciales representaron el 66% del total de las atenciones. A su vez, se dispuso un total de 28 oficinas de Información Turística (OIT) las cuales atendieron un total de 12.504 clientes, con una disminución del 43% respecto del año anterior, debido a la intermitencia del servicio en la atención presencial por las variables sanitarias producto de la pandemia. Manteniendo estas características, se potenció la atención no presencial a través de nuestras plataformas virtuales: teléfono, mail, buzón virtual, redes sociales, WhatsApp Business y agenda virtual, enviando a las oficinas regionales carteles de apoyo para la difusión de las múltiples plataformas de atención. El total de atenciones por estos canales fue de 45.097 con un aumento del 80% respecto del año anterior, siendo el teléfono el canal que generó mayor demanda con un total de 49% consultas ingresadas, seguido por el WhatsApp, que representó el 29% de los contactos.

Desde la implementación de Turismo Atiende, año 2020, se han atendido a 144.258 clientes, 79.175 a través de las múltiples plataformas de atención del canal no presencial y 65.083 en la atención presencial, destacándose que el nivel de satisfacción de usuarios de la atención no presencial fue de un 96% neto durante el año 2021.

Sernatur también tiene un rol en la generación de datos estadísticos. Esto respondiendo a su compromiso oficial de investigar la actividad turística del país, ha ejecutado en el transcurso de los años diversas iniciativas orientadas a poner a



disposición de los usuarios, información estadística fidedigna, aportando así a la gestión del conocimiento y profesionalización del sector. Es así como, durante 2021, un año complejo fuertemente condicionado a la evolución del escenario pandémico, la demanda por información se profundizó. De esta forma, se realizó una serie de iniciativas con el objeto de proveer de información oportuna y precisa, para apoyar el diseño de estrategias de promoción, mitigación y prevención, que apunten directamente a la reactivación del sector, facilitando la toma de decisiones tanto a nivel de política pública como de inversión, en todos sus niveles

En base a lo anterior, en agosto de 2021, se entrega el acceso a público final al proyecto Data Turismo Chile, plataforma virtual gratuita, que, a través de herramientas tecnológicas atractivas, modernas e intuitivas, permite una fácil navegación y comprensión de las cifras, democratizando el acceso a la información estadística. Esta plataforma, incluye un enlace directo al proyecto Sistema de Estadísticas de Turismo - SIET, un segundo proyecto TIC, que complementa el proyecto Data Turismo, al centralizar distintas bases de datos sectoriales. Esta iniciativa, orientada a un público más técnico que requiere salidas de información y descarga de las consultas realizadas, para análisis más profundos, fortalece, no solo el acceso a información validada, centralizada y estandarizada, sino que sigue la senda de la transformación digital del turismo.

Es importante destacar que ambas iniciativas fueron parte de un proceso extenso, que inició a fines 2018, con la definición de la solución y construcción de la arquitectura del SIET, toda esta fase de habilitación del arquetipo se extendió por 12 meses, entregando en 2019 un sistema en producción con módulos de reportería y descarga de datos para uso interno. Así mismo, con el objeto de realizar un diagnóstico colaborativo del sistema, en 2020 se realizó un intenso trabajo con las direcciones regionales del servicio, para que, en base a su usabilidad e implementación, se incorporaran las mejoras necesarias para adaptarla a las necesidades del usuario final. De esta manera, para el 2021, se integra el SIET como un sistema robusto y testeado al proyecto Data Turismo Chile.

Asimismo, el programa Data Turismo Chile comenzó en 2019, con la exploración de modelos de arquitectura BI (Business Intelligence) y soportes operacionales de la data. Este modelo de arquitectura se transformó en la visualización interactiva de información de interés a través de paneles BI, que se compartieron, en una primera fase, con el equipo directivo de Sernatur en 2020. Paralelo al desarrollo de nuevos paneles, en 2021, el foco estuvo en el diseño del logo de marca y del landing web donde serian socializados los paneles, primero en un ambiente de prueba, con acceso restringido solo por red interna, permitiendo reforzar la funcionalidad de los paneles, a través de distintos test de usuarios; para luego seguir con la fase de adherencia y sociabilización con los principales colaboradores, con una ronda de exposiciones específicas para cada público, siendo la primera de ellas el 31 de marzo 2021. Este proyecto incluyó en cada una de sus fases estrategias para lograr un correcto posicionamiento de la identidad de la marca Data Turismo Chile.

De igual modo, en abril del mismo año, se presenta la herramienta digital “Planea tu Viaje”, un instrumento de búsqueda fácil, interactivo, responsivo con una arquitectura y diseño orientada al usuario que permite encontrar alternativas respecto a un destino turístico nacional, según preferencia de fecha, clima y precio. Transformando e implementando datos estadísticos en beneficio de la ciudadanía y de la dinamización del sector.

Durante el 2021, se intensificó el trabajo metodológico de la estimación de viajes con pernoctación del turismo interno, utilizando técnicas de Big Data. Si bien esta búsqueda por incorporar nuevos conocimientos comienza en 2019, el establecer un método oficial para la depuración del macrodato es un proceso de mejora incremental, donde, durante el 2021, con una nueva empresa proveedora de datos, se rediseña la calibración de los parámetros a programar en el algoritmo de cálculo, de modo de contar con un dato confiable, para ser incorporado a las estadísticas oficiales de turismo.

Adicionalmente, en un trabajo coordinado entre el Departamento de Estadísticas del nivel central y las direcciones regionales se retoma la medición de la tasa de ocupabilidad en establecimientos de alojamiento turístico, en aquellos destinos turísticos más representativos del país. Contribuyendo así, con un indicador actualizado y contextualizado a la situación pandémica, dando cuenta del comportamiento de la actividad turística nacional a nivel de territorio.

Otro proyecto de largo aliento que se presenta a público final, son los resultados del PIB Turístico, calculado bajo una metodología realizada en conjunto por la División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo y el Departamento de Estadísticas de SERNATUR, bajo el asesoramiento técnico del Banco Central de Chile. Este trabajo, que inicia en 2019, contribuye a las estadísticas oficiales del país y a posicionar al turismo como un sector que aporte al desarrollo y crecimiento económico.

Las estimaciones y proyecciones del turismo receptivo son un elemento esencial en el contexto pandémico, estos modelos predictivos de mediano y largo plazo han permitido entregar perspectivas de las tendencias de los principales mercados internacionales emisores de turistas, conforme avanza el escenario sanitario. Todas estas iniciativas se complementan con indicadores e información coyuntural, que han permitido diagnosticar y cuantificar el impacto de la crisis sanitaria, destacando entre ellos el índice de reactivación comunal el cual mide la tasa de afectación de la pandemia a nivel de comuna, contribuyendo a la focalización de los esfuerzos para apoyar a los territorios más susceptibles a su reactivación.

A lo anterior, se une el reprocesamiento de las bases de datos del turismo receptivo con el fin de realizar análisis en profundidad de la data, que entregue una caracterización precisa de las preferencias de los principales mercados emisores de turistas, para acompañar las estrategias para reactivar el turismo internacional.

Es importante mencionar que gran parte de estos proyectos han sido trabajados en equipo con la División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, área con la cual se han elaborado un sinnúmero de publicaciones de datos estadísticos durante los últimos años, destacando la publicación mensualizada de las llegadas de turistas extranjeros; la compilación coyuntural de las estadísticas del sector a través del Barómetro de Turismo; la entrega sistemática del Anuario de Turismo; y los



resultados de turismo receptivo y emisoro trimestrales y anuales, entre otros documentos útiles para el sector.

Por último, es dable poner en relevancia que, en este periodo, como resultado del trabajo coordinado entre la Subsecretaría de Turismo, el Instituto Nacional de Estadísticas -INE y Sernatur, el 27 de noviembre 2020, se presenta una nueva metodología para cuantificar de manera coyuntural el número de ocupados en las Actividades Características del Turismo (ACT), y conocer el aporte directo del sector en el empleo a nivel nacional.

### **Innovación y tecnología**

En 2021, se continuó la labor de avanzar en materia de 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; elementos que se han visto acelerados por el escenario de pandemia.

En este escenario, Sernatur lideró el trabajo de la industria desarrollando diferentes iniciativas. Una de estas iniciativas fue dar continuidad al programa de capacitación “SIGO Turismo Tecnología”, que ya había sido 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 el 2020 con 20 empresas de la Región de Valparaíso. Luego, junto a la Subsecretaría de Turismo y Corfo, durante el primer semestre del 2021, se realizó un segundo llamado mediante el Programa de Formación de Competitividad de Corfo “Digitalización empresas de turismo” 19PFC-121104 (Becas Capital Humano). Se benefició a un total de 188 participantes de distintos destinos del país durante el 2021, totalizando 714 beneficiarios desde su implementación piloto en el año 2020.

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 2021 se trabajó en derivar alumnos de diversas iniciativas de Transformación Digital a esta plataforma que es parte del programa “Digitaliza Tu Pyme” del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. A la fecha se cuenta con 116 proveedores tecnológicos y 266 prestadores de servicios turísticos a lo largo de todo el país.

En materia de innovación pública, el servicio decidió continuar participando de manera voluntaria de la segunda versión del “Índice de Innovación Pública” liderado por el Laboratorio de Gobierno y el BID. Como resultado, Sernatur mejoró

su puntaje desde los 29,04 puntos de la primera medición a 46,9 puntos, superando con creces la media de la categoría alcanzando los 33,2 puntos. Se midieron tres dimensiones, resultando la más sobresaliente entre todas las instituciones medidas la de Recursos Institucionales (13.20 puntos de 20). En las otras dimensiones, se nos presentan desafíos en Prácticas y procesos (8.5 de 40) y en Colaboración y Apertura (24.2 de 40 puntos). Durante este año, se lograron reportar 9 iniciativas de innovación, incluida una acción de Direcciones Regionales del servicio; y desde el Laboratorio de Gobierno reforzaron la invitación a seguir trabajando colaborativamente en el desarrollo de iniciativas de innovación, concentrando los esfuerzos en las fases de experimentación: prototipado y testeó.

Producto de los resultados de la primera medición del Índice de Innovación Pública y las mentorías recibidas, es que se desarrolló a nivel nacional el primer "Concurso de Ideas" con miras a fomentar la innovación interna de los funcionarios del servicio, donde se trabajó con el desafío "¿Cómo podríamos crear e implementar soluciones que favorezcan la colaboración y la apertura entre equipos?". De este concurso de ideas participaron 19 funcionarios, donde se seleccionaron 5 ideas y se realizó una final, en colaboración a Laboratorio de Gobierno, para elegir la idea ganadora "cowork online de proyectos".

En línea a lo anterior, se continuó con "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 más 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 marzo y diciembre, se realizaron 23 webinars con 3.547 asistentes, con un promedio de 161 asistentes por sesión y 3.650 reproducciones posteriores. Lo que sumado a la gestión del año anterior alcanza un total de 85 webinars con 26.070 participantes. En estas charlas se divulgaron medidas económicas, marketing digital, subsidio al empleo, programas de capacitación y apoyo a empresas, entre otros.

Con el objetivo de otorgar una distinción a iniciativas que representen esfuerzos de privados que aporten a la diversificación de experiencias turísticas con la incorporación de innovaciones destacadas, y que por sobre todo destaquen por innovar y reinventarse en el contexto de crisis generado por la pandemia del COVID-19, el año 2021 se realizó la Sexta Versión del "Concurso Más Valor Turístico", el cual tuvo énfasis en la innovación y reinvención de las empresas turísticas en el contexto de crisis generado por la pandemia del COVID-19. El concurso estuvo apoyado por Transforma Turismo, y Banco Estado. Se recibieron 125 postulaciones de las 16 regiones del país, de las cuales 68 fueron admisibles. De los 16 productos turísticos preseleccionados (uno por cada región) los seleccionados por el jurado nacional y ganadores fueron: Sendero Nocturno "Noche de Luna" y "Noche de estrellas", de la Región del Libertador General Bernardo O'Higgins; Kayak Piduco Aventura; Turismo Outdoor-Urbano de recuperación ambiental, de la Región del Maule; y Geoturismo Lickanantay: ciencia y misticismo en Atacama, de la Región de Atacama. En total, en este periodo de gobierno se realizaron tres versiones del concurso, logrando 266 postulaciones y tres iniciativas destacadas por innovar por cada año.

En la línea de generar condiciones para la comercialización, en conjunto con la Subsecretaría de Turismo se desarrolló y mejoró la plataforma “Catálogo de Experiencias”, la cual permite poner en contacto directo la oferta de experiencias de los prestadores de servicios con los turistas. Durante el año 2001 se trabajó en conjunto con la Subdirección de Marketing y la Unidad de Tecnologías de Información en mejoras del catálogo, principalmente en mejorar la experiencia de usuario para los proveedores de servicios y para los turistas nacionales en el widget en el sitio Chileestuyo.cl. Se incorporaron 48 experiencias turísticas y se trabajó además con 6 Direcciones Regionales de Sernatur para la selección de nuevos proveedores. Durante el año 2022 se espera poblar el catálogo con distintas experiencias dirigidas al mercado interno entre las que se encuentra Turismo Aventura, Turismo de Naturaleza, Bienestar y Relax, Turismo Cultural, Turismo Indígena y Turismo Rural, entre otras y además, ampliar el catálogo a la demanda internacional al integrarlo al sitio Chile.travel, Se espera preparar oferta de experiencias con especial foco al mercado Latam, que representa el 62% de la demanda Internacional.

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 la implementación 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 2021 se otorgaron 1.576 certificaciones de competencias laborales de ChileValora, se capacitó a 3.741 personas a través de cuatro cursos online disponibles en la plataforma del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (Sence) y, adicionalmente, se capacitó a 252 personas en la segunda versión del curso ‘Turismo para Municipios y Gobiernos Regionales’ disponible a través de la Academia Virtual de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (Subdere). En total, en el periodo de gobierno se otorgaron 9.236 certificaciones de competencias laborales de ChileValora en el sector Gastronomía, Hotelería y Turismo.

Adicionalmente, para continuar difundiendo las carreras de nuestro sector, se realizó la cuarta versión de la Guía de Perfiles de Egreso, incorporando la educación media técnico-profesional, facilitándose en un formato web como en su formato clásico de documento; realizando 2 versiones en este periodo.

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

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 2021, se realizaron 625 pronunciamientos emitidos por la Dirección

Nacional y las Direcciones Regionales de Turismo en pro del resguardo de los potenciales impactos medioambientales sobre los componentes de turismo y paisaje en la ejecución de proyectos de inversión, tanto públicos como privados que han ingresado al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental en el país durante el año 2021. Se generaron 4 informes sobre solicitudes por Recursos de Reclamación, que analiza y dirime el Comité de Ministros de la Sustentabilidad. En todo el periodo de gobierno Sernatur ha realizado un total de 2.226 pronunciamientos. 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, el servicio participó en el proceso de actualización y creación de nuevas declaraciones de ZOIT, revisando los contenidos de los expedientes de postulación y emitiendo cinco informes de postulaciones. Estas ZOIT corresponden a: Maria Elena y Pedro de Valdivia en la Región de Antofagasta; Chanco- Pellehue en la Región de Maule; San Fabian en la Región de Ñuble; Vilcún en la Región de La Araucanía y Río Bueno - Puyehue en la Región de Los Ríos y Los Lagos.

Además, participaron en el proceso de prórroga de trece ZOIT vigentes: Arica Casco Histórico y Borde costero en la Región de Arica y Parinacota; Pica en la Región de Tarapacá; Valle de Elqui en la Región de Coquimbo; Casablanca en la Región de Valparaíso; Lago Rapel en la Región de O'Higgins; Corra Pinto en la Región de Ñuble; Lago Lanalhue en la Región de Biobío; Curacautín en la Región de Araucanía; Panguipulli en la Región de Los Ríos; Lago Ranco-Futrono en la Región de los Ríos; Chelenko en la Región de Aysén; Aysén Patagonia Queulat en la Región de Aysén y Provincia de los Glaciares en la Región de Aysén.

En este periodo Sernatur participó en el proceso de actualización y creación de nuevas declaraciones de ZOIT, revisando los contenidos de los expedientes de postulación y emitiendo 20 informes de postulaciones. Además, participó en el proceso de prórroga de 20 ZOIT vigentes, contribuyendo al desarrollo territorial del turismo.

En conjunto con la Subsecretaria de Turismo se desarrollaron 2 Encuentros Nacionales de Encargados de ZOIT de las Direcciones Regionales, además de actualizar los formatos de ficha de postulación, ficha del plan de acción e Informe de Gestión (4 años), incorporando nuevos puntos relevantes y estratégicos como: adaptación y mitigación al cambio climático, innovación, digitalización de la oferta turística: capacitación, certificación e intermediación laboral. Además, se trabajó en conjunto con la SUBDERE en el Concurso PMU-ZOIT, otorgando el premio a 17 ganadores a nivel nacional.

Respecto a la Gestión Territorial y Planificación; se firmó un Convenio de Colaboración con el Ministerio de Bienes Nacionales el cual tendrá por objetivo establecer un marco para la colaboración mutua entre las partes, estableciendo un programa de trabajo con el fin de promocionar, difundir y continuar con la puesta en valor del Programa de Rutas Patrimoniales que representen oportunidades para el desarrollo del sector turismo a lo largo del país, en conjunto con el fortalecimiento del trabajo colaborativo en torno a las Zonas de Interés Turístico que consideren territorio fiscal. Así como también, en conjunto con Subsecretaría de Turismo y el Ministerio de Desarrollo Social se capacitaron a más de 1.000 profesionales de distintas áreas del sector público sobre la "Metodología para la formulación y evaluación de proyectos de instalación turísticas".

En relación con el Índice de Saturación de Destinos Turísticos (ISDT), Sernatur recibió la transferencia del Protocolo para el cálculo del ISDT; los códigos del STATA y las planillas excel INPUT para el levantamiento de información para ser revisado a nivel institucional. Además, se elaboraron infografías generales y con recomendaciones para los actores locales del turismo. Así como también, se desarrolló un análisis crítico de los índices de saturación existentes en materia de cambio climático.

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, se colaboró en la elaboración de 43 Informes Previos para solicitudes de IFC e instalaciones mejoramiento vial en ZOIT, a nivel de las Regiones de La Araucanía, Magallanes, Aysén, Biobío y Tarapacá. Sumado a la gestión del periodo, Sernatur apoyó en la elaboración de 131 informes.

En la temática de Cambio Climático, Sernatur ha participado y elaborado el Plan de Adaptación al Cambio Climático del sector Turismo, el cual es el resultado de un proceso de trabajo interministerial, que incluye, entre otros, un estudio de Diagnóstico de Vulnerabilidad del Cambio Climático en el Sector Turismo. Asimismo, la construcción del Plan de Adaptación al Cambio Climático en el Sector Turismo se complementó con un proceso de consulta ciudadana online desarrollado entre septiembre y noviembre de 2019, acompañado de seis talleres presenciales en regiones. Por un lado, el diagnóstico de vulnerabilidad presentó escenarios climáticos y la evaluación de los impactos del cambio climático y la vulnerabilidad del sector turismo ante el cambio climático, y, por otro lado, los procesos de participación contribuyeron en la definición y planificación de las medidas de adaptación al cambio climático en el sector turismo.

Durante 2021, se abordaron las siguientes acciones:

- I. Dentro del Plan de Adaptación de Cambio Climático del Sector Turismo (PACCST) se abordaron e implementaron las medidas N° 1, 3, 4, 6, 7, 12 y 14 durante el transcurso del año por los responsables de cada una de las acciones, contando con sus respectivos medios de verificación. Medida 1: Entre el 7 de julio y 18 de agosto de 2021 se realizó la segunda versión del Curso de Capacitación “Introducción al Cambio Climático para el Sector Turismo”, complementando el programa con información actualizada y dinámicas mejoradas para el aprendizaje de los participantes. El objetivo del curso es comprender la relación entre el turismo y el medio ambiente, especialmente en el marco del cambio climático, junto con reflexionar sobre el rol de la planificación del sector en este contexto. La invitación a participar del curso se hizo de manera abierta a los profesionales de los servicios de turismo tanto a nivel nacional como regional, poniendo especial énfasis en la convocatoria de los profesionales encargados de sustentabilidad de los servicios regionales de Sernatur, de esta manera, el curso convocó a 33 participantes. Medida 3: El programa de eficiencia energética y energías renovables “Gestiona Energía MiPyMEs” del Ministerio de Energía, fue presentado a la Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística como también al Comité Público-Privado de Capital Humano. La capacitación tuvo un alcance del 94% de las Direcciones Regionales de Sernatur. Medida 4: Durante el año



2021, se actualizó la Estrategia Nacional de Turismo a través de un trabajo participativo con distintos actores públicos y privados del turismo. En los talleres que se realizaron se menciona la necesidad de propiciar las condiciones para que el turismo sea el principal promotor de la adaptación y mitigación al cambio climático. Medida 6: En la Mesa Nacional de Sustentabilidad Turística (MNST) se han abordado temas de cambio climático en el 100% de las sesiones efectuadas el año 2021. Medida 7: Se presentó el PACCST a seis (6) Comité de Seremis y cinco (5) Comités Regionales de Cambio Climático (CORECC) superando la meta establecida con un 69%. El objetivo de presentar el plan es la priorización de acciones vinculadas al turismo y cambio climático a nivel regional. Medida 12: Se elaboró un informe que representa el nivel de riesgo de los destinos turísticos para cada una de las 13 cadenas de impacto, a partir de allí se puede determinar cuál es el destino más vulnerable en cada región para cada tipo de impacto evaluado. Medida 14: Se realizó un análisis crítico de los índices de saturación existentes en materia de cambio climático.

- II. Se elaboró infografía sobre cambio climático y turismo: qué es el cambio climático y su relación con turismo, principales amenazas, mitigación y adaptación.

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

El programa estratégico de Enoturismo Chile consolidó su institucionalidad e implementó en su 4° año capacitaciones de enoturismo para un total de 280 guías de turismo, capacitó a 51 bodegas abiertas al turismo con el programa Market Ready y desarrolló el Curso especialidad Turismo Gastronómico para la generación de clubes de productos, así también 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 y avanzar en un 65% en las brechas del sector.

En cuanto al Programa Nacional de Turismo Municipal, a través de las Direcciones Regionales de Turismo se coordina con 297 municipios (de 345) a nivel nacional, manteniendo una relación y acompañamiento técnico permanente.

Una de las acciones más importantes del Programa es la implementación del Modelo de Gestión Turística interna de los municipios cuya aplicación lo lleva a obtener la Distinción "Municipalidad Turística". A nivel nacional existen 12 municipios que tienen la distinción Caldera, Vicuña, Concón, Algarrobo, Isla de Maipo, Peñaflores, Machalí, Parral, Pucón, Valdivia, Puerto Varas y Coyhaique, más 21 municipios en proceso y 12 con autoevaluación.

Durante 2021, se realizó en Pucón el Primer Congreso Nacional de Municipalidades Turísticas que reunió a los municipios que tienen la distinción o están en proceso de obtenerla. De forma adicional, se ejecutó el VII Encuentro Nacional de Coordinadores Municipales de Turismo. Por segundo año consecutivo, el cual se realizó en forma virtual debido a la pandemia y contó con una alta asistencia durante las cuatro jornadas que se realizaron en forma consecutiva, alcanzando un total de 1.045 asistentes.

Respecto a herramientas para la competitividad para Guías de Turismo se suscribió un convenio de transferencia de M\$70 entre la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo para la ejecución del “Plan Formativo Digital para Guías de Turismo”, cuyo objetivo fue Fortalecer los conocimientos sobre turismo, habilidades blandas y primeros auxilios de las personas que actualmente se desempeñan como guías de turismo, permitiéndoles avanzar hacia la certificación de competencias laborales que entrega ChileValora, facultándolos para su posterior incorporación en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos de Sernatur.

Este plan consideró el desarrollo de los siguientes módulos: Conocimiento en turismo (26 horas); Desarrollo y manejo de habilidades personales del guía de turismo (26 horas); y Capacitación en técnicas de primeros auxilios y protocolos de seguridad para guías generales de turismo (26 horas). Además, consideró una clase sincrónica de 4 horas por módulo más tutorías sincrónicas de 1 hora por participante por módulo. En total, en esta primera experiencia se matricularon 348 participantes y de esto 142 guías de turismo aprobaron el Plan Formativo.

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 2021, se cuenta con 370 servicios con Sello de Calidad Turística vigente. Entre enero y diciembre de 2021 se entregaron en total 74 Sellos, de los cuales 67 corresponden a nuevas empresas y 7 a renovaciones de certificación <sup>[2]</sup>.

En el ámbito de la sustentabilidad empresarial, contamos con un total de 111 sellos vigentes hasta 2021, de los cuales 9 son nuevas empresas. Es importante señalar que nuestro sector ha sido fuertemente golpeado por la pandemia, lo que ha tenido repercusiones negativas en la llegada de turistas, realización de actividades, desarrollo de la oferta sustentable, entre otras.

Se trabajó en amplificar y difundir las prácticas de Sustentabilidad a través del Camino de la sustentabilidad. Diseñando, desarrollando e implementado un curso de turismo sustentable: ¿Qué Huella queremos dejar? dirigido a prestadores de servicios turísticos registrados, el cual tiene por objetivo dar a conocer las tendencias que hacen de la sustentabilidad un tema central para el desarrollo turístico actual, permitiendo entender las variables que inciden en la sustentabilidad turística y su relevancia en la industria y comprender los fundamentos que dan forma a los aspectos medioambientales, socioculturales y económicos de la sustentabilidad. El curso considera conceptos y prácticas muy sencillas basados en los criterios GSTC, por lo que deja a los prestadores de servicios turísticos encaminados para postular al Sello S. En septiembre del año 2021 se realizó una versión piloto del curso convocando a profesionales de turismo: Academia, contrapartes técnicas de las Direcciones Regionales de Sernatur, Municipios, consultores, entre otros, posteriormente, se realizaron 3 imparticiones en octubre, noviembre y diciembre. En total se matricularon 515 usuarios, de los cuales aprobaron 245, el 49% de los aprobados corresponde a usuarios profesionales de turismo, 23% guías de turismo, 10% tour operador, 10% alojamiento turístico.

En cuanto al Programa Nacional de Conciencia Turística, el cual comprende 5 ejes centrales: Atención amable y hospitalaria; Sensibilización en la prevención de ESCNNA-VT (Explotación Sexual Comercial de Niñas, Niños y Adolescentes en el



contexto de viajes y turismo); Fomentar la accesibilidad universal en el turismo; Fortalecer la identidad local y Promover criterios esenciales en la orientación de las temáticas de orientación sexual y expresión de igualdad de género. En el 2021 se realizaron 296 talleres de conciencia turística capacitando un total de 10.139 personas en las áreas anteriormente señaladas, alcanzando en el periodo de gobierno un total de 921 talleres y 30.008 beneficiarios. a nivel nacional.

En el ámbito del turismo accesible en 2021 se desarrollaron tres cursos auto instruccionales para la industria, los que fueron aprobados por 168 participantes. El primero para formadores, el cual busca disminuir las barreras arquitectónicas e incrementar los estándares de calidad en materia de accesibilidad universal para los profesionales del sector. Luego, los cursos Básico y Avanzado para trabajadores, dueños y emprendedores de servicios de alojamiento entregan conocimientos en distinta profundidad de acuerdo con su nivel de interés hacia el turismo accesible, este conocimiento adquirido puede ser aplicado en servicios de alojamiento turístico, tanto en atención al cliente como en arquitectura.

Adicional a lo anterior, Sernatur ha trabajado en los ejes claves para abordar la visibilización, sensibilización, diseño e implementación de la accesibilidad en la actividad turística y responder así a una necesidad global consensuada que requiere transformaciones en diferentes ámbitos. A partir de un trabajo colaborativo con diversos actores provenientes del sector público, sociedad civil individual y organizada, gremios, entre otros sectores, se ha generado la Hoja de ruta del turismo accesible para Chile 2022-2026. Entornos habilitantes para el fácil tránsito de la variedad existente de personas con discapacidad y movilidad reducida, la asociatividad y generación de redes a diferentes escalas (locales, nacionales y globales), la innovación y tecnológica como apoyo a la incorporación de un turismo accesible que permita instancias de capacitación, comunicación e información efectiva y, el capital humano en una posición central y transversal a los ejes anteriores. Asimismo, se ha apoyado desde nivel central el desarrollo de dos rutas accesibles en las regiones de O'Higgins y Maule, con lo cual se espera promocionar los destinos y comenzar a posicionar la oferta local.

En cuanto a la igualdad de género, se ha desarrollado el doceavo concurso Mujer Empresaria Turística, contando con más de 310 participantes a nivel nacional, consolidando el concurso en conjunto con BancoEstado y el Ministerio de la Mujer y Equidad de género premiando a mujeres resilientes que pese a la adversidad de la pandemia han seguido adelante con sus emprendimientos turísticos. El concurso, el cual se ha desarrollado cada año desde el 2011, ha contado con la participación de 5.410 emprendedoras a nivel nacional, destacando entre 2020 y 2021 a 64 mujeres pertenecientes de pueblos indígenas de Chile.

Adicional al concurso se comenzó a trabajar en sentar las bases de la igualdad y equidad de género en materia de turismo, al consultar a una diversidad de actores pertenecientes a diversos sectores e instituciones con trabajo con mujeres, para la construcción de conocimiento que permita elaborar dichos cimientos. Para ello se ha trabajado en torno a las áreas temáticas propuestas por OMT en su Informe mundial sobre las mujeres en el turismo del 2020: Empleo, emprendimiento, educación y capacitación, y liderazgo. Rescatando de esa forma las experiencias de las mujeres en algunos subsectores o rubros del turismo que impactan en la cadena de valor. Preliminarmente se ha evidenciado en estas instancias de participación y conversación, la importancia y al mismo tiempo las deficiencias de un

empoderamiento que les permita ejercer un liderazgo sustantivo y autónomo; la necesidad de abordar con pertinencia cultural el trabajo con mujeres de pueblos originarios y mujeres de sectores rurales; la garantía de espacios laborales seguros, libre de acoso y abusos, y con equidad salarial; las diferencias generacionales al momento de pensar el turismo con perspectiva de género; y por último las experiencias en torno a la seguridad y la conciliación de las labores de cuidado desde la perspectiva de un turismo para las mujeres.

Por otro lado, en cuanto a la prevención de la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes que se da en el contexto de viajes y turismo se capacitó a un total de 833 trabajadores y empresarios en esta materia. Asimismo, al 2021 hay 60 empresas adheridas al Código de Conducta en la prevención de ESCNNA-VT, Adicional a esto, SERNATUR ha sido participe de mesas de trabajo intersectoriales tales como la Comisión Nacional Asesora para la erradicación del trabajo infantil y protección del adolescente trabajador que coordina e Ministerio del Trabajo; Mesa Intersectorial de ESCNNA coordinada por el Ministerio de Justicia y cuyo propósito es cumplir compromisos del cuarto Marco para la Acción y la Mesa Intersectorial sobre Trata de Personas que coordina el Ministerio de Interior y Seguridad Pública. Adicional al trabajo nacional SERNATUR participa en esta materia a nivel internacional con el grupo GARA (Grupo de Acción Regional para las Américas), donde se desarrolló en conjunto el protocolo para guías de turismo para la prevención de ESCNNA-VT

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

El Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos es un sistema que busca identificar y ordenar la oferta turística del país.

Durante 2021, el número de prestadores de servicios turísticos registrados alcanzó los 29.609, implicando un crecimiento de un 9,2% respecto al año anterior. El crecimiento interanual 2020-2021 en el número de servicios registrados se explica por la disponibilidad de herramientas de fomento surgidas como medida de apoyo a la industria en época de pandemia. En la siguiente tabla, se presenta el detalle por tipo de servicio de los prestadores turísticos registrados a diciembre de 2021.

Ilustración 1 N° de prestadores registrados según tipo de servicio

<b>Tipo de servicio</b>	<b>N° de servicios registrados</b>
Agencia de viajes	1.157
Alojamiento turístico	9.831
Arriendo de Vehículos	339
Guías de Turismo	3.568
Restaurantes y similares	6.017
Servicios Culturales	320
Servicios de esparcimiento	542
Servicios de Producción Artesanal	982
Servicios de Souvenir	103
Servicios deportivos	139
Tour operador	2.237
Transporte de pasajeros por ferrocarril	4
Transporte de pasajeros por vía aérea	19
Transporte de pasajeros por vía Marítima	203
Transporte de Pasajeros Vía Terrestre	1.462
Turismo aventura	2.686
<b>Total general</b>	<b>29.609</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 se ejecuta el proceso de inspección a los servicios turísticos. Actualmente, del total de alojamientos registrados, el 76,5% se encuentra inspeccionado, mientras que, del total de actividades de turismo aventura registradas, el 95,1% se está en la misma situación.

En 2021, se ejecutaron a nivel nacional un total de 725 inspecciones de alojamiento y 464 inspecciones de turismo aventura, dando un total nacional de 1.189 inspecciones, 47% más de las inspecciones realizadas el año anterior. Si consideramos el periodo de gobierno, se ha llevado a cabo un total de 2.685 inspecciones a servicios de alojamiento y 2.821 inspecciones a turismo aventura, totalizando 5.506 inspecciones, que ha permitido evidenciar la información proporcionada por las empresas turísticas y resguardar la normativa que los rige. De forma adicional en este periodo se realizaron más de 40 operativos de fiscalización a los servicios de turismo en coordinación con otros organismos como Directemar, Carabineros de Chile, Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, Municipios, entre otros.

En términos de Guías de Turismo, se puso a disposición a nivel nacional más de 500 cupos para cursos de primeros auxilios de 22 horas específicos para guías de turismo general. El objetivo fue apoyar a los guías de turismo de todo Chile, permitiendo que estos pudieran ingresar al Registro o bien actualizaran su vigencia.

Se comenzó con la entrega de 700 credenciales para guías de turismo, permitiendo diferenciarlos de la oferta informal, como también posicionar el Registro de Guías de Turismo frente a los turistas.

De forma adicional Sernatur propició y cofinanció 100 cupos de PFC de especialización en excursionismo o trekking para guías de turismo, lo que permite fortalecerlos respecto a la ejecución de actividades de turismo de aventura en ambiente de montaña. Dicho programa finalizó con un Diplomado de Especialización en Excursionismo o Trekking, incluyendo una certificación en primeros auxilios WFR de horas en zonas agrestes.

Por otra parte, entendiendo la necesidad de preparar y apoyar a la industria en el proceso de reactivación por la pandemia, en el año 2020 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. Al 2021, se alcanzó un total de 6.587 servicios con Certificado de Compromiso. Así también para asegurar el correcto uso del certificado, en el año 2021 se iniciaron las inspecciones en este ámbito, logrando inspeccionar a nivel nacional a 796 alojamientos y 270 servicios de restaurantes y similares verificando el correcto cumplimiento de los protocolos sanitarios.

Ilustración 2 N° de prestadores que adhirieron al Certificado de Compromiso de

Confianza Turística según tipo de servicio

Tipo de servicio	N° servicios adheridos
Agencia de viajes	283
Alojamiento turístico	2731
Guías de Turismo	894
Restaurantes y similares	1300
Servicios Culturales	63
Servicios de esparcimiento	29
Servicios de Producción Artesanal	85
Servicios de Souvenir	17
Servicios deportivos	2
Tour operador	677
Transporte de pasajeros por vía aérea	1
Turismo aventura	505
<b>Total general</b>	<b>6587</b>

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

Ilustración 3 N° de prestadores que adhirieron al Certificado de Compromiso de  
Confianza Turística según región

<b>Región</b>	<b>N° servicios adheridos</b>
Arica y Parinacota	156
Tarapacá	365
Antofagasta	464
Atacama	138
Coquimbo	412
Valparaíso	811
O'Higgins	263
Maule	237
Bio Bío	418
Ñuble	208
Araucanía	494
Los Ríos	315
Aysén	518
Los Lagos	593
Magallanes	316
Metropolitana	879
<b>Total general</b>	<b>6587</b>

Paralelamente, en el 2021 se implementa el Compromiso de Buenas Prácticas en Turismo Sustentable, reconocimiento para aquellos prestadores de servicios turísticos que decidan iniciar el camino hacia la sustentabilidad a través de la puesta en práctica de acciones concretas que no sólo reduzcan los impactos de su operación, sino que ayuden a realizar una contribución positiva hacia su negocio, el medio ambiente y las comunidades, involucrando el viajero en esta experiencia.

Durante el año 2021, se alcanzó un total de 85 servicios adheridos al compromiso de buenas prácticas en turismo sustentable. La distribución de adheridos por tipo de servicio es la siguiente:



Ilustración 4 N° de Prestadores adheridos al compromiso de buenas prácticas en turismo sustentable según tipo de servicio

Tipo de servicio	N° servicios adheridos
Agencia de viajes	6
Alojamiento turístico	25
Guías de Turismo	39
Restaurantes y similares	1
Tour operador	14
<b>Total general</b>	<b>85</b>

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

En el periodo de gobierno las Direcciones Regionales de Sernatur presentaron más de 55 iniciativas orientadas al desarrollo del sector, atrayendo una cifra cercana al alrededor de \$71.000 millones como recursos extrapresupuestarios.

Durante el año 2021 se alcanzó un total de 38 iniciativas de inversión con fondos de terceros (FNDR u otro), por un total de \$46.692.419.863. De estas iniciativas, un 26% fueron aprobadas en el transcurso de este año, el resto de las iniciativas corresponden a proyectos que se arrastran de años anteriores y donde los esfuerzos radican en la implementación. Respecto a la ejecución, inicialmente las Direcciones Regionales programaron ejecutar en el 2021 un total de \$8.251.884.762, sin embargo, debido la pandemia y a los correspondientes ajustes presupuestarios que se presentaron, el monto finalmente ejecutado asciende a \$5.570.184.419, es decir, un 68% respecto de lo programado a ejecutar. Cabe señalar que los recursos ejecutados durante este periodo tuvieron especial foco en la reactivación del turismo.

La apertura de los fondos ejecutados en el año 2021 se desglosa de la siguiente manera: un 66% en el componente Promoción, un 47% en el componente de Desarrollo y un 7% en el componente de Turismo Social. Esta asignación ha permitido a las Direcciones Regionales desarrollar, comunicar, asesorar y dar continuidad a lo ya realizado durante el año 2020 con la industria turística regional en cuanto a la implementación y capacitación sobre protocolos, guías de buenas prácticas, adherencia al Certificado de Compromiso 'Confianza Turística' e incentivar el registro de prestadores de servicios turísticos 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 covid19.

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 a potenciar el turismo interno, estimulando la demanda local, intrarregional, interregional y nacional,

aportando a recuperar su funcionamiento, apoyando su gestión y el desarrollo de sus destinos. En cuanto al componente de Turismo Social, si bien fue posible programar y ejecutar parcialmente los paquetes turísticos siempre considerando la situación de la pandemia y las medidas sanitarias correspondientes, en gran parte del año, estos programas tuvieron que ser reprogramados producto del avance de la pandemia en cada una de las regiones de nuestro país.

Es muy importante señalar que durante 2021 los efectos sociales y económicos de la pandemia nos desafiaron a continuar impulsando el trabajo en conjunto con distintas instituciones y servicios públicos por medio de alianzas interinstitucionales como SERCOTEC con sus instrumentos de fomento, Banco Estado a través de créditos FOGAPE, Ministerio de Salud con capacitaciones y apoyo en información relevante en relación con pandemia, SUBDERE con proyectos de promoción turística que permitieron apoyar la descentralización dirigidos a abordar el desarrollo turístico de una macroregión y Corfo con la articulación y difusión de los programas en apoyo a la reactivación enfocado directamente a los prestadores de servicios turísticos (PAR Impulsa Turismo).

El resultado de estas alianzas se traduce, como, por ejemplo, en el apoyo a 3.084 beneficiarios con más de \$11.802 millones a través del programa Reactívatelo de SERCOTEC, y en la misma línea, el instrumento PAR Impulsa Turismo de Corfo benefició a 4.541 proyectos por un monto de \$13.202 millones.

Gestiones similares se desarrollaron también desde Sernatur con BancoEstado, difundiendo entre los prestadores de servicios turísticos, los productos para apoyar a las empresas en proceso de reactivación y que establecieron mejores condiciones en materia de garantías hipotecarias así como oportunidades para extender los plazos de pagos, como: condiciones especiales de créditos FOGAPE - COVID; créditos especiales para apoyo a la reactivación; condiciones de financiamiento especiales para empresas hasta 70.000 UF de ventas y para empresas con ventas superiores a 70.000 UF.

Finalmente mencionamos el proceso realizado desde Sernatur y las Direcciones Regionales con los Gobiernos Regionales en relación a los saldos de arrastre correspondientes a proyectos financiados con el Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR) y que debían finalizar sus ajustes contables con el objetivo de disminuir el registro de los compromisos pendientes del Servicio. Durante este año 2021 se logró regularizar un monto superior a los \$10.000 millones.

---

**[1]** Boletín estadístico N° 278 de índice de precios al consumidor del 7 de enero de 2022.

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



## 4. Desafíos para el período de Gobierno 2022

### Promoción

La Pandemia del COVID-19 y la crisis social en Chile del año 2019, han provocado que la industria turística nacional tenga importantes desafíos durante los próximos años para recuperar los volúmenes de llegada de turistas durante los años previos al Coronavirus.

En materia de promoción del turismo interno, se mantiene la estrategia centrada en reactivar los destinos turísticos del país afectados por el COVID-19, a través de iniciativas conjuntas con otros actores del turismo; además de fortalecer el desarrollo del turismo interno mediante el impulso a generar demanda hacia las diferentes regiones del país mediante campañas de promoción y marketing principalmente en soportes digitales, con foco en escapadas, vacaciones y excursiones. Es importante destacar el rol informativo que ha adquirido el Servicio Nacional de Turismo, entregando información oportuna y fidedigna a la hora de planificar un viaje por el país permitiendo la reactivación de la demanda. El futuro desafío es seguir profundizando la relación, coordinación y gestión pública / privada entendiendo la importancia del turismo como fuente generadora de empleo y económica en las distintas comunas del país.

La promoción internacional de Chile seguirá constituyéndose como elemento gravitante en la recuperación del sector. Es así como la implementación y profundización de estrategias en los diferentes mercados será relevante con el fin de mantener el posicionamiento construido en los últimos años mediante la comunicación promocional del destino Chile. Esto apoyado ciertamente con la activación de campañas de promocionales dirigidas al público final y al canal comercial en un contexto altamente competitivo y donde países de la región también están haciendo importantes esfuerzos para recuperar los flujos prepandemia. Es importante comprender que dado el escenario actual donde prima la incertidumbre y las diferentes olas producidas por variadas variantes del Coronavirus, la llegada de turistas internacionales a Chile se verá completamente afectadas por la pandemia, sin embargo, se espera una leve recuperación respecto a las cifras obtenidas durante el 2021.

Todos estos esfuerzos sistemáticos que se realizan mediante la realización de campañas comunicacionales, participación en ferias y eventos, tanto presenciales como online, y diversas acciones dirigidas a los mercados abordados están dados para seguir construyendo marca en la mente de los potenciales turistas. De la misma manera, durante el 2022 se trabajará en el desarrollo del nuevo plan de marketing internacional de Chile con el fin de delimitar una nueva hoja de ruta pública / privada con un fuerte énfasis en la co- construcción de un horizonte común. 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 relación con los desafíos asociados al programa de turismo social, estos dicen relación con:

Diagnósticos de los impactos en los componentes que ha tenido la pandemia: Esto focalizado en las particularidades operativas de cada componente, que permita tomar acciones en el corto y mediano plazo. De este modo se están desarrollando análisis respecto a las estructuras de costos y estudios de mercado, en posicionamientos de marca y procesos operativos enfocados en el cumplimiento de los objetivos del programa. De este modo identificar las necesidades y oportunidades de mejora en su estrategia de implementación, disminuyendo los riesgos de poder ejecutar viajes, por no contar con una oferta atractiva para los proveedores que desarrollan los viajes o pasajeros que los realizan.

Aceleración en la transformación tecnológica: La pandemia ha evidenciado lo importante que es la incorporación de nuevas tecnologías para afrontar desafíos como lo ha sido la pandemia, en ese sentido la información es un factor relevante y por lo tanto se ha trabajado en el desarrollo de nuevas páginas web de los tres componentes, la incorporación de app, comercialización online y automatización de procesos.

Evaluación constante de medidas sanitarias: La velocidad evolutiva de la pandemia, demanda por parte del Servicio agilidad en la adaptación a las condiciones sanitarias y medidas implementadas por la autoridad sanitaria, en ese sentido, los 3 componentes se encuentran en constante revisión de estas medidas, incorporándolas de la manera más eficiente a su ejecución

## Información sectorial

Uno de los efectos secundarios de la pandemia Covid-19 han sido las operaciones estadísticas, así lo evidencia un informe preparado por la CEPAL, en el cual, señala que las encuestas y, en segundo lugar, los registros administrativos y los censos, han sido las operaciones estadísticas más afectadas. A nivel institucional, el retomar las mediciones del turismo internacional, suspendidas desde marzo 2020 debido a la irrupción de la pandemia, es uno de los principales desafíos, esto considera el levantamiento de encuestas en punto que tienen por objeto estimar el ingreso y egreso de divisas actualiza la estructura de este gasto al tiempo de referencia de la toma de información y adicionalmente aporta datos del comportamiento y perfil del turista extranjero y del turista chileno que sale al exterior. Aspectos, que bajo el complejo escenario macroeconómico por el cual atraviesa el mundo y nuestro país, producto de la pandemia Covid-19, son necesarios investigar, ya que el comportamiento de las variables que indican en las decisiones de viajes y características del consumo turístico de los servicios en el destino, difieren a lo registrado en momento pre- pandémicos, por lo que se requiere actualizar las estructuras, para así contar con mayor información oportuna a fin de ajustar las estrategias, medir tendencias y tomar las medidas efectivas en orden a acelerar la reactivación de las llegadas de turistas extranjeros a nuestro país, en cuanto la situación sanitaria lo permita.

Asimismo, potenciar el escalamiento de los proyectos digitales, que se encuentran sociabilizados a público final, como el Data Turismo Chile y el Sistema de Información Estadísticas de Turismo - SIET, posicionando a SERNATUR como el ente técnico y oficial de entrada hacia el conjunto de estadísticas del turismo.

La mejora continua del método de procesamiento de datos masivos para la estimación de los viajes del turismo interno denominado “Big Data para el Turismo”, estableciendo líneas de investigación para incorporar nuevas variables, integrando y posicionando esta técnica como una robusta fuente de datos auxiliar y complementaria a las mediciones estructurales tradicionales.

### **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 rediseñará el espacio Activa Turismo En Línea, de manera de acercar a los prestadores de servicios turísticos información de interés en materias de reactivación y apoyo empresarial.

En materias de creación de cultura innovadora, se potenciará el trabajo interno y externo para difundir los valores de la innovación, transformación digital, la sustentabilidad e inclusión. 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 lanzará junto a la Subsecretaría de Turismo el espacio de aprendizaje online llamado “Aprende Turismo” con herramientas que permitan instalar capacidades referentes a la competitividad y la reactivación, junto a operar capacitaciones propias y, también tendrá el objetivo de derivar a capacitaciones de otras instituciones públicas que beneficien a colaboradores y empresas del turismo.

En el ámbito de herramientas transferibles, se ejecutarán (a través de PFC de Corfo) los programas de capacitación SIGO Innovación y SIGO Tecnología.

Con el objetivo de destacar los productos turísticos que aporten a la diversificación de experiencias con la incorporación de innovaciones destacadas, el año 2022 se realizará la séptima versión del Concurso Productos Turísticos Innovadores Más Valor Turístico. Este se realizará reconociendo la urgencia de transformar el sector, cuyo crecimiento supera regularmente al de la economía mundial y el comercio internacional. El concurso estará focalizado en el llamado de la OMT de iniciar la reanudación de actividades del turismo mundial, y “Repensar el Turismo”.

[Herramientas para el fortalecimiento de la gestión local, territorial y medioambiental](#)

En materias de territorio, medio ambiente y desarrollo de destinos, se busca (1) desarrollar un dashboard a nivel nacional del Índice de Saturación de los Destinos Turísticos; (2) apoyar a ZOIT en su solicitud de declaración y ejecución de sus Planes de Acción, y a el concurso PMU-ZOIT; (3) hacer seguimiento y monitoreo del Plan de Adaptación Cambio Climático y Turismo y (4) Implementar Geonodo y generar los visores; (5) ejecutar, hacer seguimiento y monitoreo de la Estrategia climática de largo plazo 2030 - 2050; (6) actualizar los atractivos y destinos turísticos; (7) actualizar Manual de Ordenanzas Turísticas y (8) desarrollar un Seminario Nacional de Cambio Climático y Turismo.

Además, se difundirán en las redes sociales y la plataforma web los insumos elaborados en cambio climático, saturación de destinos, destinos y ZOIT.

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

En el programa de Turismo Municipal se fortalecerá el trabajo con los municipios que tiene la distinción “Municipalidad Turística” y los que están en proceso de obtenerla, entregándoles herramientas que ayuden a mejorar la gestión de las unidades de turismo, como las competencias de los profesionales que allí trabajan a través de diversas herramientas (capacitaciones, acompañamiento en terreno, congreso nacional de municipalidades turísticas, entre otras).

En el programa de Conciencia Turística y considerando la hoja de ruta de turismo accesible se fortalecerán las capacitaciones a los prestadores de servicios turísticos en materia de accesibilidad universal, mediante un plan de comunicación para socializar aún más los cursos de turismo accesible y se espera apoyar la creación de nuevas rutas turísticas accesibles y también fortaleciendo las dos que ya existen en las regiones de O’Higgins y Maule.

En la prevención de la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes que se da en el contexto de viajes y turismo ESCNNA-VT se realizarán talleres en forma sistemática para lograr que más empresas se adhieran al Código de Conducta en la prevención de ESCNNA-VT.

En materia de igualdad de género, se realizarán acciones que permitan visualizar la importancia de la inclusión para un turismo libre de prejuicios y sin discriminación para todas las personas, incluyendo acciones para sensibilizar en materias de LGTB+, el Concurso Mujer Empresaria Turística en su treceava versión y comenzar la ejecución de las acciones que resulten del primer documento nacional que sentará las bases para un turismo con equidad e igualdad de género.

En materia de hospitalidad y buen trato al turista se realizarán acciones que mejore la atención y calidad del servicio entregado a través de diversos instrumentos y así sensibilizar a las poblaciones locales, como también el cuidado del patrimonio y el rescate de la identidad local.

El Programa Estratégico Mesorregional de Enoturismo Sustentable se continuará con la implementación de una 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.

Continuaremos fortaleciendo el camino hacia la sustentabilidad, desarrollando herramientas útiles para que se adhieran los servicios turísticos, apoyándonos en el diseño de un Plan de Sustentabilidad. Respecto a nuestra herramienta líder en sustentabilidad, el Sello S, nos centraremos en regionalizar el sistema de postulación, diseñaremos un kit de marketing del Sello S para regiones y trabajaremos en cumplir algunas medidas del Plan de Adaptación de Cambio Climático que tienen relación con el Sello S.

Se continuará 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, junto al diseño de un nuevo Plan Estratégico para los próximos 4 años. 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.

### Formalización de los prestadores de servicios turísticos

En términos de la formalización de los servicios turísticos, se implementará el Plan de Fortalecimiento del Registro, con el fin de abordar los siguientes aspectos: Actualización de la base de datos; Posicionamiento tanto en prestadores de servicios como turistas y Mejoramiento del sistema y proceso de Registro.

Asimismo, se seguirá difundiendo por las redes sociales institucionales las acciones regionales dirigidas a los turistas, recomendando hacer uso de servicios turísticos registrados.

En términos de inspección de servicios turísticos se dará continuidad a los procesos de inspección de alojamiento y turismo aventura, como también se implementarán las inspecciones abreviadas para este último tipo de servicio, con el fin de verificar en terreno el cumplimiento de los estándares de seguridad, de forma previa a la realización de la actividad. De igual forma se dará continuidad al proceso de supervisión de los protocolos sanitarios en alojamientos y servicios de restaurantes y similares que han adherido al Certificado de Compromiso Confianza Turística.

En materia de Guías de Turismo, continuaremos ejecutando la evaluación teórica de conocimientos, permitiendo regularizar su registro en Sernatur y ser parte del Registro definitivo. Para esto se pondrán a disposición 450 cupos a través de 3 convocatorias nacionales. De igual forma continuaremos emitiendo las credenciales para guías de turismo, con el objeto de posicionar su registro y ser identificables frente a los turistas, diferenciándolos de la oferta informal.

Por segundo año consecutivo Sernatur propiciará la ejecución del programa de formación para la competitividad de especialización para guías de excursionismo o trekking, siendo esta una herramienta efectiva para fortalecer a guías de turismo en el ámbito de montaña.

Se dará continuidad al Plan Formativo para Guías de Turismo General, en modalidad b-learning, a través de "Aprende Turismo" incluyendo cursos de primeros auxilios para el sector turismo, dejando a los guías habilitados para ser parte del Registro definitivo de Sernatur.

Adicionalmente, se mantendrán los llamados a la adherencia de los servicios turísticos al Certificado de Compromiso 'Confianza Turística', y al Compromiso de Buenas Prácticas en Turismo Sustentable.

# 5. Anexos

## Índice

---

.Anexo 1: Identificación de la Institución	58
.Anexo 2: Recursos Humanos	63
.Anexo 3: Recursos Financieros	71
.Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2018-2021	72
.Anexo 5: Compromisos de Gobierno 2018 - 2022	75
.Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas	76
.Anexo 6B: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas	76
.Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2021	77
.Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2021	79
.Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2021	80
.Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2021	82
.Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2018-2021	83
.Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2018-2021	84



## 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
1	Promover la reactivación del turismo en el país con un enfoque sostenible, inclusivo y tecnológico, incentivando el desarrollo de los destinos en cada una de las regiones, con el fin de contribuir al impulso de la actividad económica, social y cultural.
2	Generar actividades de promoción y de acceso a instrumentos de fomento y capacitación en destinos turísticos de Chile, en coordinación con los sectores público y privado, a fin de reactivar sus atractivos y recuperar 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

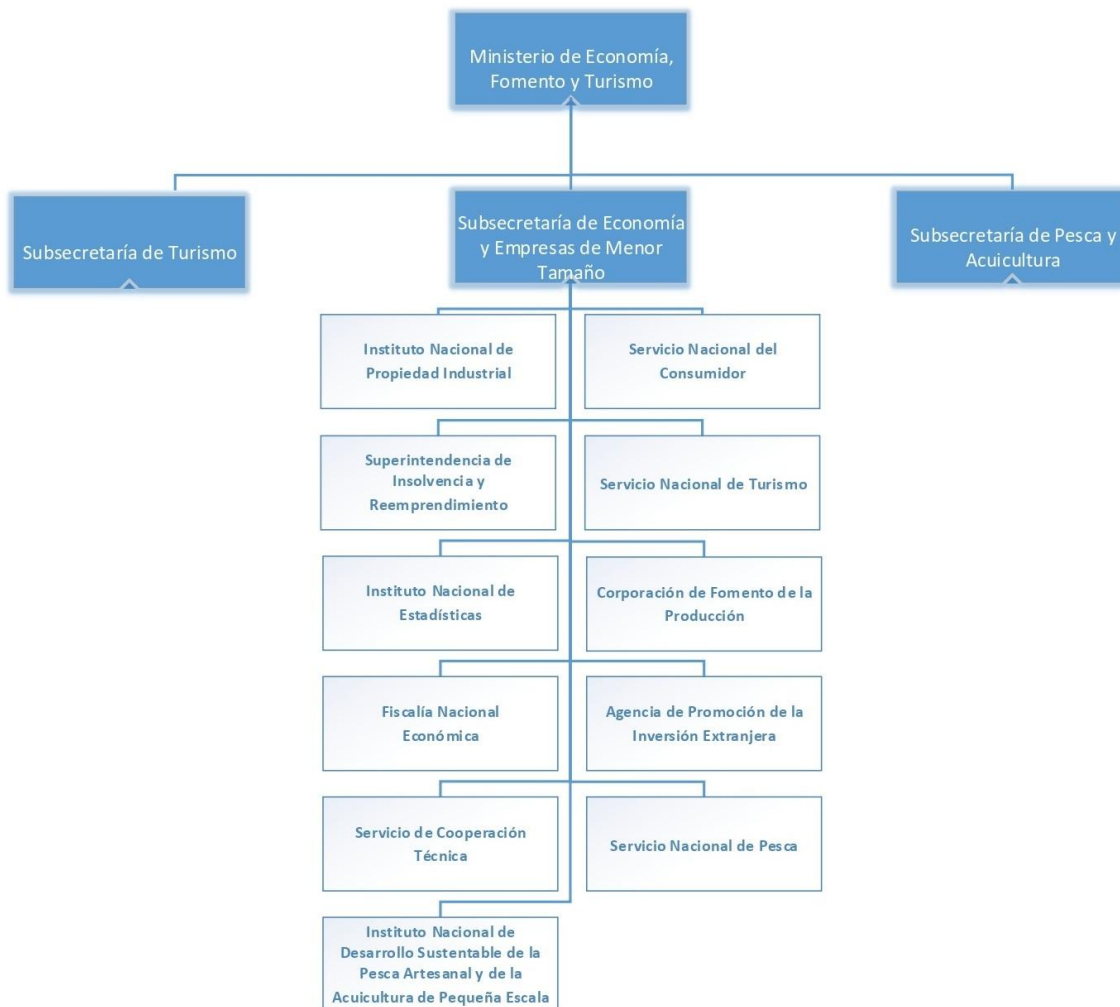
Nro.	Nombre	Descripción	Objetivos Estratégicos a los cuales se vincula
1	Información Sectorial	Diseño, elaboración, publicación y/o difusión de información turística general y especializada relacionada con el sector turismo a través de los distintos espacios de atención.	1, 2, 4, 3
2	Programas de Turismo 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, 4, 3
3	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
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	Familias.	5.547.740
2	Turistas nacionales.	11.600.934
3	Turistas extranjero/as.	5.722.928
4	Adulto/as Mayores.	3.143.226
5	Personas con capacidad disminuida mayores de 18 años.	2.606.914
6	Prestadores de servicios turísticos.	22.043
7	Organismo públicos.	21

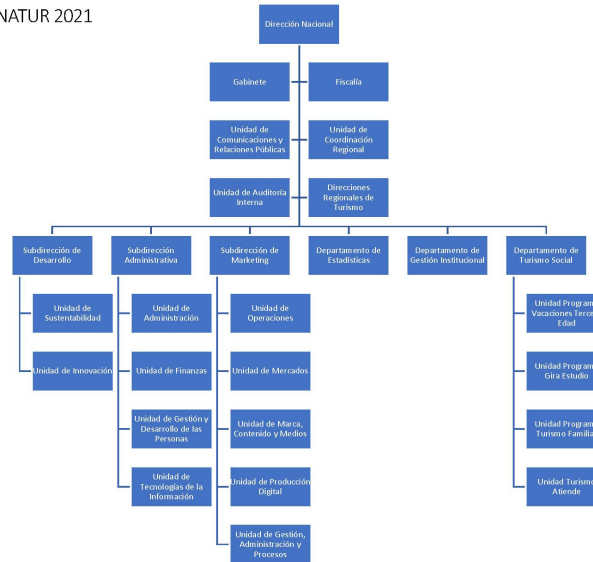
Nro.	Descripción	Cantidad
8	Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica y liceos de educación media técnico profesional que imparten carreras de turismo a nivel nacional.	35
9	Estudiantes en enseñanza media de centros educativos con financiamiento estatal de régimen diurno, que cuenten con puntaje IVE-SINAE y los adultos acompañantes respectivos.	850.449
10	Entidades privadas (Cámaras de turismo, Corporaciones, Asociaciones Gremiales, Federaciones).	7.149
11	Organismos internacionales.	1
12	Municipalidades.	345
13	Banco Central.	1

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



# Organigrama y ubicación en la Estructura del Servicio

Organigrama General SERNATUR 2021



Resolución Exenta N°240 de 08 de julio de 2021

## c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Jefa de Servicio	Andrea Verónica Wolleter Eyheramendy
Fiscal	María José Gutiérrez Araque
Subdirectora de Desarrollo	Beatriz Andrea Román Alzérrecá
Subdirectora de Marketing	Paulina Eugenia Sierra Hormazábal
Subdirector 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 Gómez
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 La 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

Cargo	Nombre
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 2021, por Tipo de Contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Contrata	188	89.52%	119	95.20%	307
Planta	22	10.48%	6	4.80%	28
Total	210	100.00%	125	100.00%	335

### Dotación efectiva año 2021, por Estamento (mujeres y hombres)

Estamentos	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Técnicos	21	10.00%	7	5.60%	28
Directivos	16	7.62%	5	4.00%	21
Auxiliares	3	1.43%	8	6.40%	11
Profesionales	136	64.76%	95	76.00%	231
Administrativos	34	16.19%	10	8.00%	44
Total	210	100.00%	125	100.00%	335



## Dotación Efectiva año 2021 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)

Grupo de edad	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
24 AÑOS O MENOS	1	0.48%	0	0%	1
ENTRE 25 y 34 AÑOS	45	21.43%	23	18.40%	68
ENTRE 35 y 44 AÑOS	96	45.71%	56	44.80%	152
ENTRE 45 y 54 AÑOS	47	22.38%	26	20.80%	73
ENTRE 55 y 59 AÑOS	13	6.19%	8	6.40%	21
ENTRE 60 y 64 AÑOS	7	3.33%	11	8.80%	18
65 Y MÁS AÑOS	1	0.48%	1	0.80%	2
<b>Total</b>	<b>210</b>	<b>100.00%</b>	<b>125</b>	<b>100.00%</b>	<b>335</b>

## Personal fuera de dotación año 2021 , por tipo de contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Honorarios	27	96.43%	37	97.37%	64
Reemplazo	1	3.57%	1	2.63%	2
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100.00%</b>	<b>38</b>	<b>100.00%</b>	<b>66</b>

## Personal a honorarios año 2021 según función desempeñada (mujeres y hombres)

Función desempeñada	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
Técnicos	5	17.86%	5	13.16%	10
Profesionales	19	67.86%	30	78.95%	49
Administrativos	4	14.29%	3	7.89%	7
Total	28	100.00%	38	100.00%	66

## Personal a honorarios año 2021 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)

Rango de Permanencia	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
1 años o menos	9	33.33%	18	48.65%	27
Más de un año y hasta 2 años	4	14.81%	8	21.62%	12
Más de 2 y hasta 3 años	3	11.11%	3	8.11%	6
Más de 3 años	11	40.74%	8	21.62%	19
Total	27	100.00%	37	100.00%	64

## 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	2019	2020	2021
(a) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección.	25	20	20
(b) Total de ingresos a la contrata año t	67	25	26
Porcentaje ingresos a la contrata con proceso de reclutamiento y selección (a/b)	37,31%	80,00%	76,92%

#### 1.2 Efectividad de la selección

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección año t, con renovación de contrato para año t+1	19	25	25
(b) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección	25	20	20
Porcentaje de ingresos con proceso de reclutamiento y selección, con renovación (a/b)	76,00%	125,00%	95,00%

### 2 Rotación de Personal

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

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	18	58	58
(b) Total dotación efectiva año t	343	343	343
Porcentaje de funcionarios que cesan o se retiran (a/b)	5,25%	16,91%	12,54%

#### 2.2 Causales de cese o retiro

Causales	2019	2020	2021
Funcionarios jubilados año t	4	7	6
Funcionarios fallecidos año t	0	1	0
Retiros voluntarios con incentivo al retiro año t	4	7	6
Otros retiros voluntarios año t	0	0	0
Funcionarios retirados por otras causales año t	10	43	30

Causales	2019	2020	2021
Total de ceses o retiros	18%	58%	42%

### 2.3 Porcentaje de recuperación de funcionarios

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de funcionarios que ingresan a la dotación del Servicio año t	43	18	31
(b) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	18	58	42
Porcentaje de recuperación (a/b)	238,89%	31,03%	73,81%

## 3 Grado de Movilidad en el Servicio

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

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de funcionarios de Planta ascendidos o promovidos año t	0	0	0
(b) Total Planta efectiva año t	30	29	28
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

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de funcionarios recontractados en grado superior año t	58	42	14
(b) Total Contratos efectivos año t	313	314	307
Porcentaje de recontractados en grado superior (a/b)	18,53%	13,38%	4,56%

## 4 Capacitación y Perfeccionamiento del Personal

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

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de funcionarios capacitados año t	63	238	320
(b) Total Dotación Efectiva año t	343	343	335
Porcentaje de funcionarios capacitados (a/b)	18,37%	69,39%	95,52%

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

Variables	2019	2020	2021
(a) $\sum$ (N° horas contratadas en act. de capacitación año t * N° participantes capacitados en act. de capacitación año t)	2.269	6.689	8876
(b) Total de participantes capacitados año t	133	214	982
Promedio de horas de capacitación por funcionario (a/b)	17,06	31,26	9,04

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

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t	1	1	1
(b) N° de actividades de capacitación año t	25	47	37
Porcentaje de actividades con evaluación de transferencia (a/b)	4,00%	2,13%	2,70%

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

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de becas otorgadas año t	10	11	10
(b) Total Dotación Efectiva año t	343	343	335
Porcentaje de becados (a/b)	2,92%	3,21%	2,99%

## 5 Días no Trabajados

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

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de días de licencia médica Tipo 1, año t, / 12	4.088	3.993	6582
(b) Total Dotación Efectiva año t	343	343	335
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias médicas Tipo 1 (a/b)	11,92	11,64	19,65

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

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de días de licencia médica de otro tipo , año t, / 12	2.601	2.781	2943
(b) Total Dotación Efectiva año t	343	343	335
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias de otro tipo (a/b)	7,58	8,11	8,79

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

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de días de permisos sin goce de remuneraciones, año t, / 12	29	4	0
(b) Total Dotación Efectiva año t	343	343	335
Promedio mensual días no trabajados por permisos sin goce de remuneraciones (a/b)	0,08	0,01	0,00

## 6 Grado de Extensión de la Jornada

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

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de horas extraordinarias año t, / 12	1.157	441	147
(b) Total Dotación Efectiva año t	343	343	335
Promedio mensual horas extraordinarias por funcionario (a/b)	3,37	1,29	0,44

## 7 Evaluación del Desempeño

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

Listas	2019	2020	2021
Lista 1	243	243	278
Lista 2	31	31	12
Lista 3	0	0	0
Lista 4	0	0	0
(a) Total de funcionarios evaluados	274	274	290
(b) Total Dotación Efectiva año t	343	343	335
Porcentaje de funcionarios evaluados (a/b)	79.88%	79.88%	86.57%



## 7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño implementado

Variables	2019	2020	2021
Tiene sistema de retroalimentación implementado (Sí / No)	SI	SI	SI

## 8 Política de Gestión de Personas

### 8 Política de Gestión de Personas formalizada

Variables	2019	2020	2021
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	2019	2020	2021
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	16	9	6
(b) Total de ingresos a la contrata año t	67	25	26
Porcentaje de honorarios traspasados a la contrata(a/b)	23,88%	36,00%	23,08%

### 9.2 Efectividad proceso regularización

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	16	9	6
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	22	14	11
Porcentaje de honorarios regularizados (a/b)	72,73%	64,29%	54,55%

### 9.3 Índice honorarios regularizables

Variables	2019	2020	2021
(a) N° de personas a honorarios regularizables año t	23	15	12
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	22	14	11
Porcentaje (a/b)	104,55%	107,14%	109,09%

### **Anexo 3: Recursos Financieros**

---

La información financiera de las instituciones públicas, tanto en moneda nacional como en dólares, en los casos en que corresponda, se encuentra publicada en el sitio web de la Dirección de Presupuestos, [www.dipres.gob.cl](http://www.dipres.gob.cl).

Específicamente, se debe ingresar al link “Presupuestos”; en “Presupuestos por año” se debe seleccionar el año “2021”; seleccionar “Ejecución Total”; seleccionar “Capítulo”; seleccionar el ministerio correspondiente; y dentro de cada servicio seleccionar el documento “Informe Ejecución Capítulo Cuarto Trimestre”, en “Pesos” o “Dólares” cuando corresponda

## Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2018-2021

### Cuadro 6: RESULTADO GLOBAL AÑO 2021: 53,1%

#### 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° de beneficiario/as viajado/as en el Programa Vacaciones Tercera y Cuarta Edad año t / N° total de población potencial del Programa Vacaciones Tercera y Cuarta Edad año t

VARIABLES	2018	2019	2020	2021	Meta 2021	% de Logro 2021
Valor efectivo (%)	1,89	1,80	0,12	0,57	1,59	35,8%
N° de beneficiario/as viajado/as en el Programa Vacaciones Tercera y Cuarta Edad año t	57063,00	56471,00	3904,00	19855,00	55268,00	
N° total de población potencial del Programa Vacaciones Tercera y Cuarta Edad año t	3018688,00	3143226,00	3271990,00	3472243,00	3472243,00	

#### Programas de Turismo social.

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

**Fórmula de cálculo:** N° de beneficiario/as viajado/as en el Programa Gira de Estudio año t / N° total de población potencial del Programa Gira de Estudio año t-1

VARIABLES	2018	2019	2020	2021	Meta 2021	% de Logro 2021
Valor efectivo (%)	3,04	2,61	0,11	0,22	2,50	8,8%
N° de beneficiario/as viajado/as en el Programa Gira de Estudio año t	26227,00	22221,00	930,00	1897,00	21456,00	
N° total de población potencial del Programa Gira de Estudio año t-1	862130,00	851898,00	854414,00	858262,00	858562,00	

## Promoción y difusión de los productos y destinos turísticos<BR> - 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 / None

Variables	2018	2019	2020	2021	Meta 2021	% de Logro 2021
Valor efectivo (número)	393671,9 2	468665,7 5	321588,8 3	346637,2 5	322936,5 0	100,0%
Total de usuarios que visitan el o los sitios web de promoción turística dispuestos por Sernatur en el año t	4724063,00	5623989,00	3859066,00	4159647,00	3875238,00	
None	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

## 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

Variables	2018	2019	2020	2021	Meta 2021	% de Logro 2021
Valor efectivo (%)	22,73	22,80	15,06	24,24	18,56	100,0%
Número de noches cama ocupadas por los Programas de Turismo Social, en temporadas baja y media, año t	433043,00	364619,00	33250,00	97863,00	359382,00	
Número de noches cama disponibles en los establecimientos de alojamiento participantes en los Programas de Turismo, en temporadas baja y media, año t	1904850,00	1599367,00	220763,00	403807,00	1936627,00	

## 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 / None

Variables	2018	2019	2020	2021	Meta 2021	% de Logro 2021
Valor efectivo (%)	9,34	5,46	-8,80	-21,70	0,63	0,0%
Tasa de variación media anual acumulada de llegadas de turistas al país respecto del año base t0=2010	9,34	5,46	-8,80	-21,70	0,63	
None	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	

## Programas de Turismo social.

Porcentaje de aumento de beneficiarios/as viajados/a en el Programa Turismo Familiar en el año t por cada 10.000 habitantes

**Fórmula de cálculo:** N° de beneficiario/as viajado/as en el Programa turismo familiar año t / N° total de población potencial del Programa Turismo Familiar año t

Variables	2018	2019	2020	2021	Meta 2021	% de Logro 2021
Valor efectivo (número)	6,20	6,18	0,00	4,59	6,16	74,5%
N° de beneficiario/as viajado/as en el Programa turismo familiar año t	11626,00	11805,00		9041,00	12130,00	
N° total de población potencial del Programa Turismo Familiar año t	18751405,00	19107216,00		19678363,00	19678363,00	

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

---

<b>Año</b>	<b>Iniciativa</b>	<b>Estado de Avance</b>
------------	-------------------	-------------------------



## **Anexo 6A: Informe Programas / Instituciones Evaluadas**

**Cuadro 8: Programas e Instituciones Evaluadas**

Tipo de la evaluación	Programa/ Institución	Año	Estado	Monto	Link de descarga	Evaluación Dipres (SI/ NO)
ES	Promoción de Exportaciones	2.020	En curso	20.971.500		Sí

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

No aplica

## Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2021

### Informe de cumplimiento del Programa de Mejoramiento de la Gestión año 2021

Ministerio	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
Servicio	Servicio Nacional de Turismo

### Objetivos de Gestión

Objetivos de Gestión	N° Indicadores comprometidos	% Ponderación Comprometida	% Ponderación obtenida
1.- Gestión Eficaz	2	20	20
2.- Eficiencia Institucional	3	35	35
3.- Calidad de Servicio	4	45	45
Total	9	100	100

### Detalle Compromisos

N°	Indicador	Compromiso / Meta	Efectivo	Cumplimiento	Ponderación Comprometida	Ponderación obtenida
Objetivo 1: Gestión Eficaz					20%	20%
1	Porcentaje de aumento de beneficiarios/as viajados/a en el Programa Turismo Familiar en el año t por cada 10.000 habitantes	6,16 número	4.59 número (9041.00 / 19678363.00)*10000.00	74.51 %	5 %	5%
2	Medidas de Equidad de Género	37,5 %	37.50 % (3.0 / 8.0)*100	100.00 %	15 %	15%
Objetivo 2: Eficiencia Institucional					35%	35%
3	Concentración del Gasto Subtítulos 22 + 29	188,26 %	165.57 % (14348979.00 / 8666275.00)*100	113.70 %	5 %	5%
4	Licitación con dos o menos ofertas	Medir	49.20 % (58.0 / 118.0)*100	Cumple	15 %	15%

N°	Indicador	Compromiso / Meta	Efectivo	Cumplimiento	Ponderación Comprometida	Ponderación obtenida
5	Índice de eficiencia energética.	Medir	68.72 kWh/m2 316169.16 / 4600.80	Cumple	15 %	15%
<b>Objetivo 3: Calidad de los Servicios</b>					<b>45%</b>	<b>45%</b>
6	Porcentaje de reclamos respondidos respecto de los reclamos recibidos al año t	90,00 %	93.90 % (277.00 / 295.00)*100	104.33 %	10 %	10%
7	Porcentaje de satisfacción neta con los servicios recibidos de la Institución	Medir	35.00 % 60 -25	Cumple	10 %	10%
8	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%
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.	42,20 %	54.23 % (141.00 / 260.00)*100	128.51 %	15 %	15%

## Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2021

---

**Cuadro 11**

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
23	14	3	100	\$388.312

## Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2021

---

### Medidas

Medidas	Resultados
Capacitación a funcionarias/os del Servicio en materia de género nivel básico o avanzado.	Se realizaron los cursos básico y avanzado de género. El curso básico de género, otorgado por el Ministerio de la Mujer y Equidad de Género, buscó lograr comprender cuáles son las brechas existentes en Chile en cuanto a la equidad de género, así como la importancia de las políticas pro-equidad de género en el Estado que funcionan de manera transversal dentro del Gobierno. La actividad se realizó en modalidad on line, tuvo una duración de 12 horas y participaron 21 funcionarios(as) de Sernatur. Por su parte el curso avanzado fue realizado por 16 funcionarios/as de Sernatur - Encargados Regionales de Género distribuidos a nivel nacional - el cual tuvo una duración de 21 horas cronológicas - 28 horas pedagógicas-, cumpliendo con lo comprometido en el Programa de Género 2021. El Curso virtual realizado fue "Incorporación del Enfoque de Género en las Políticas Públicas", el que tuvo por objetivo principal de aprendizaje: Incorporar el enfoque de género en el análisis, diseño y evaluación de políticas y programas públicos conducentes al avance de los derechos de las mujeres.
Políticas y/o Programas públicos elaborados por el Servicio con perspectiva de género.	Se ejecutó la doceava versión del concurso mujer empresaria turística, la cual contó con mas de 310 participantes a nivel nacional y 35 mujeres pertenecientes a pueblos originarios, además este año las ganadoras a nivel nacional fueron de Iquique y Ñuble, ante esto se gestionó tanto en medios locales digitales y de prensa nacional tradicional entrevistas, dando a conocer sus emprendimientos y trabajo realizado destacando a la mujer empresaria turística, la fuerza del turismo.

Medidas	Resultados
Estudios, datos y estadísticas con información desagregada por sexo y análisis de género cuando corresponda.	<p>Se elaboró un documento técnico con análisis de la participación de las mujeres en el empleo en las Actividades Características del Turismo - ACT , detacándose los siguientes datos: destacando los siguientes resultados: 1. Durante el Primer Semestre de 2021 la estimación del número de mujeres ocupadas en turismo fue de 216.380, lo que representa una disminución de 3,2% respecto al mismo período del año anterior. Mientras que, si se contrasta este número en relación con el Primer Semestre de 2019, la variación es de 27,6%. De esta manera, si se quiere llegar a los niveles de mujeres ocupadas en turismo exhibidos durante el Primer Semestre 2019 (Pre-pandemia), es necesario recuperar aproximadamente 82.467 puestos de trabajo adicionales. 2. Durante el Primer Semestre 2021 las mujeres ocupadas formales en turismo registraron una participación de 43,2%, anotando alza de +1,46 pp., respecto del mismo período del año anterior la cual fue de 41,7%. Mientras que las ocupadas informales representaron un 49,8%, asociado a una variación interanual de -1,48 pp., en relación con el año anterior, el cual fue de 51,2%. 3. Las regiones más rezagadas en términos de participación laboral de las mujeres en turismo son la Región de Los Lagos, registrando sólo un 36,2% y una variación anual de -8,62 pp. La Región Metropolitana de Santiago concentró sólo un 40,6%, sin embargo, aumentó su participación en +2,30 pp. En tercer lugar, sigue la Región de Ñuble con una participación de 42,7% pero anotando un alza de +1,01 pp., con relación al mismo semestre del año anterior.</p>

## Iniciativas

Iniciativa	Resultado
A partir de este último tiempo se ha considerado relevar la inclusión y la igualdad para un turismo libre de prejuicios, principalmente en el tema de equidad de género incluyendo a las disidencias LGTBQ+.	Primer Diagnóstico en materia LGTBQ+ dando como resultado acciones concretas de trabajo para el corto plazo en materia de turismo.
Desarrollo de focus group y entrevistas en profundidad en materia de género.	Acercamiento preliminar el cual sirve como base para comenzar el trabajo en materia de género y turismo.



## **Anexo 10a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional 2018-2021**

---

No aplica

## **Anexo 10b: Leyes Promulgadas durante 2018-2021**

---

No aplica

## Anexo 11: Premios o Reconocimientos Institucionales 2018-2021

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.

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	ARCADIS	2015	50 Ciudades Más Sustentables de Sudamérica (#30 Santiago)	Santiago
AU	Reconocimiento	INTERNATIONAL TRAVELER	2015	100 Most Incredible Cities in the world (#83 Santiago)	Santiago
USA	Premio	WORLD TRAVEL AWARDS	2015	South America's Leading Adventure Tourism Destination 2015	Chile
ES	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	2015	Mejor Destino Turístico 2015 (Patagonia)	Patagonia
UK	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	2015	Gold Standard Hotel	Awasi Patagonia
USA	Reconocimiento	NEW YORK TIMES	ene-15	52 Places To Go On 2015 (#5 Valle del Elqui)	Valle del Elqui

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	THE ECONOMIST	ene-15	Santiago Entre Los 20 Mejores Lugares Para Vivir En El Orbe Y #1 En Latinoamérica	Santiago
ES	Reconocimiento	GRUPO EXCELENCIAS	ene-15	FITUR Excelencia Turística: Chile, Destino Más Austral Del Mundo 2014	Chile
USA	Reconocimiento	FODORS	feb-15	World´s Best Honeymoon Destinations For 2015	Chile
USA	Reconocimiento	OUTSIDE MAGAZINE	mar-15	Best International Adventure Hub	Chile
DE	Premio	NATIONAL GEOGRAPHIC	mar-15	2015 World Legacy Awards - Conserving The Natural World (Huilo Huilo)	Huilo Huilo
PE	Reconocimiento	FIEXPO	jun-15	Stand Más Ecológico	Chile
USA	Reconocimiento	SAVEUR	sept-15	The Next Great Food City (Santiago)	Santiago
USA	Reconocimiento	FODOR´S TRAVEL	oct-15	20 Places To See Abroad Before You Die (Torres del Paine)	Torres del Paine
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	oct-15	The World's Most Extraordinary Sleepovers (Valle Del Elqui)	Elqui Domos, Valle del Elqui
UK	Reconocimiento	WANDERLUST MAGAZINE	nov-15	Where To Travel 2016 (Patagonia)	Chile

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELER	nov-15	The 50 most beautiful places in the world (#49 Torres del Paine)	Torres del Paine
AU	Reconocimiento	TRAVELLER .COM.AU	dic-15	The 16 Best Countries To Visit For 2016	Chile
USA	Reconocimiento	FORBES	dic-15	The Best 10 Adventures Of 2015 (Desierto de Atacama)	Torres del Paine
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	dic-15	Hotel Gold List 2016 (#41)	Explora Patagonia
USA	Reconocimiento	TRAVEL & LEISURE	dic-15	Best Places to Travel 2016 (#42 Chiloé)	Chiloe
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	<a href="#">FINANZAS.COM</a>	dic-15	16 Ciudades Que No Hay Que Perderse 2016 (#15 Valdivia)	Valdivia
USA	Reconocimiento	<a href="#">AFAR.COM</a>	2016	27 Of The World's Most Remote And Beautiful Places	Isla de Pascua (#13)

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	<a href="http://BACKPACKER.COM">BACKPACKER.COM</a>	dic-16	12 Epic Adventures You Need To Have In 2017	Isla Navarino
USA	Premio	WORLD TRAVEL AWARDS	2016	World's Leading Adventure Tourism Destination 2016	Chile
USA	Premio	WORLD TRAVEL AWARDS	2016	South America's Leading Adventure Tourism Destination 2016	Chile
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	ene-16	The 50 Most Beautiful Cities In The World	Valparaíso (#30)
USA	Premio	TRAVVY AWARDS	ene-16	Best City Destination: Santiago	Santiago
USA	Premio	TRAVVY AWARDS	ene-16	Best Wine Destination: Colchagua	Colchagua
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	may-16	Where To See The World's Best Sunsets	Desierto de Atacama (#5)
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	dic-16	The Best Places To Travel In 2017	Patagonia (#16)
USA	Reconocimiento	CONSULTORA MERCER	feb-16	2016 Quality of Living Rankings	Santiago (#94)
UK	Reconocimiento	DAILY MAIL ONLINE	ene-16	Best Hostels Around The World - Latin America	Pucón - Chili Kiwi Hostel (#3)
UK	Reconocimiento	<a href="http://EXPRESS.COM.UK">EXPRESS.COM.UK</a>	ene-16	Best Winter Cruises Destinations For 2016	Fiordos Patagonia

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	FORBES	ene-16	The Top Ten Travel Adventures For 2016	Patagonia
USA	Reconocimiento	FROMMER'S	2016	14 Top Destinations For Solo Travelers	Valparaíso
UK	Reconocimiento	INDEPENDENT	dic-16	Piscos And Mountain Views: How To Spend A Weekend In Santiago	Santiago
USA	Reconocimiento	INDEPENDENT TRAVELER	may-16	6 National Parks We Want To Visit Around The World	Torres del Paine
USA	Reconocimiento	INDEPENDENT TRAVELER	jun-16	The 9 Best Places To Travel Alone	Chile
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	2017	Best In Travel 2017 - Top Regions	Aysén (#6)
USA	Reconocimiento	MATADOR NETWORK.COM	abr-16	17 Of The World's Best Cities For Craft Beer	Santiago (#11)
UK	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	dic-16	The Cool List: 17 For 2017	Santiago (#2)
USA	Reconocimiento	ROUGH GUIDES	dic-16	20 Places To Travel If You Like A Challenge	Isla de Pascua (#5)
UK	Reconocimiento	TELEGRAPH .CO.UK	feb-16	The Ultimate Travel Bucket List : 25 Things To Do Before You Die	Patagonia (#5) e Isla de Pascua (#21)
UK	Reconocimiento	THE EVENING STANDARD	ene-16	Where To Go In 2016 - Adventure	Desierto de Atacama



PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
UK	Reconocimiento	THE GUARDIAN	ene-16	The Most Colorful Cities In The World	Valparaíso
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	may-16	The World's Happiest Places	Valparaíso
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	dic-16	10 Amazing Ways To See Chile	Chile
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	dic-16	Is This The Coolest City In South America?	Santiago
USA	Reconocimiento	THE WORLD 50 BEST RESTAURANTS	ene-16	5 Foodie Destinations To Visit In 2016	Santiago (#1)
USA	Reconocimiento	VIRTUOSO	feb-16	Best Emerging Destinations 2016	Chile (#9)
USA	Reconocimiento	VOGUE	dic-16	It's Summer In South America—Here's Where To Go To Escape The Cold	Valparaíso
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)

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	ene-17	The 20 Best Destinations To Visit In 2017	Chile (#1)
USA	Reconocimiento	THE NEW YORK TIMES	ene-17	52 Places To Go In 2017	Desierto de Atacama (#2)
UK	Reconocimiento	THE TELEGRAPH	ene-17	15 mountain holiday to conquer in your lifetime	Torres del Paine
UK	Reconocimiento	NAT GEO TRAVELLER	ene-17	The cool list for 2017	Santiago
Mundial	Reconocimiento	THE ETHICAL TRAVELER	ene-17	Most Ethical Travel Destination	Chile
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	ene-17	6 Unexpected Cities for food lovers	Santiago
Mundial	Reconocimiento	CCN TRAVELLER	ene-17	The top 10 destination to watch for 2017	Atacama
UK	Reconocimiento	Wendy Fisher-WANDERLUST	ene-17	The world's 5 best ski destinations, by Olympic skier Wendy Fisher	Portillo-Chile
UK	Reconocimiento	A luxury travel blog	ene-17	Top 5 cycling destinations for beginners	Chile
UK	Reconocimiento	Wired for adventure	ene-17	12 treks you simply cannot miss in 2017	Patagonia
UK	Reconocimiento	WANDERLUST	ene-17	12 trips to 2017's new frontiers	Chiloé, San Pedro de Atacama Y Torres del Paine

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	Matador Network	ene-17	35 of the worlds best places to travel 2017	Curanipe
ES	Premio	FITUR Y Revista Al aire libre	ene-17	Mejor Producto de Turismo Activo (categoría inter de naturaleza)	Ruta de las estrellas_Desierto de Atacama
USA	Premio	Trip advisor	ene-17	Los 25 hoteles de lujo más populares: Mundo	Singular Patagonia-Patafonia
ES	Reconocimiento	Info Bae	feb-17	los 5 mejores lugares del mundo para observar las estrellas	Desierto de Atacama
USA	Reconocimiento	Trip advisor	feb-17	Las 25 playas más populares del mundo	Anakena, Isla de Pascua
Mundial	Reconocimiento	Wanderlust	feb-17	9 incredible self-drive holidays from around the world	Chile
Mundial	Reconocimiento	Rough guides	feb-17	15 of the best places to camp around the world	Patagonia
USA	Reconocimiento	CNN Business Traveller	feb-17	11 best hotels in the middle of nowhere	Tierra Atacama-Desierto de Atacama
USA	Reconocimiento	NATIONAL GEOGRAPHIC	mar-17	9 Most Romantic Places To Visit In Spring	Desierto de Atacama
Mundial	Reconocimiento	National Geographic Traveller	mar-17	Santiago es una de las 10 mejores ciudades del mundo para visitar en 2017	Santiago

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
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
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, Geysir 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

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
Mundial	Reconocimiento	RANKING ICCA	jun-17	Santiago elegido en el tercer lugar latinoamericano como destino de Turismo de Reuniones	Santiago
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The top 100 hotels (4 hoteles chilenos: EcoCamp Patagonia, Tierra Atacama Boutique Hotel & Spa, The Singular Patagonia y Tierra Patagonia Hotel & Spa)	Atacama y Patagonia
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The Top Small-ship Ocean Cruise Lines (en tercer lugar Australis)	Cruceros
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The Top Islands in Mexico & Central & South America	Isla de Pascua (segundo lugar)
Mundial	Reconocimiento	Travel+Leisure	jul-17	World's Best Awards 2017: The Best Resorts in South America (The Singular Patagonia (4), Tierra Atacama Boutique Hotel & Spa (3) y EcoCamp Patagonia (2) )	Patagonia, Atacama
Mundial	Premio	World Travel Awards	sept-17	South America's Leading Adventure Tourism Destination	Chile

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
Mundial	Premio	OMT	sept-17	Mejor video de promoción turística de las Américas	Chile
USA	Reconocimiento	LONELY PLANET	oct-17	Best In Travel 2018 - Top countries	Chile (#1)
Mundial	Reconocimiento	Green Destinations	oct-17	Top 100 Destinos Sustentables 2017	Huilo Huilo, Cabo de Hornos y Chiloé
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	oct-17	Readers' Choice Awards 2017/the best hotels in the world	The Singular Santiago
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	oct-17	Readers' Choice Awards 2017/The Best Resorts in the World	Hangaroa Eco Village & Spa de Isla de Pascua
USA	Reconocimiento	CONDE NAST TRAVELLER	oct-17	Readers' Choice Awards 2017/Top Resorts in South America	Hangaroa Eco Village & Spa, Viña Vik, The Singular Patagonia 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

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
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
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



PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
USA	Reconocimiento	National Geographic	abr-18	Top 10 Literary Cities	Santiago de Chile
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
US	Premio	Lonely Planet	oct-18	Best in Travel 2019 (Elqui Valley)	Valle del Elqui

PAÍS	CATEGORÍA	MEDIO	FECHA	MENCION	DESTINO DESTACADO
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 Domos, valle de Elqui	Valle del Elqui
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 Internationales 2019, FRANCIA	Mar.-2019	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	Jul -2019	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	Jul-2019	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	Jul-2019	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	Jul-2019	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	Jul-2019	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	Jul-2019	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	Jul-2019	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	Jul-2019	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	Nov-2019	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	Nov-2019	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	Jun-2019	New York Times destaca al Valle del Elqui como destino imperdible	Valle del Elqui
ESPAÑA	Twenergy	Agos-2019	Los 10 Parques Nacionales del mundo más espectaculares - Torres del Paine	Torres del Paine
USA	National Geographic	Mar-2019	LOS BOSQUES MÁS BELLOS DEL MUNDO - Bosque de la Araucanía (Temuco, Chile)	Araucanía
USA	Lonely Planet	Oct-2019	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 Cavanha Iquique, Chile (17)	Iquique
USA	Trip Advisor		Las 25 playas más populares: América del Sur - Bahía Inglesa Copiapó, Chile (24)	Bahía Inglesa
CHILE	Denomades	Agos-2019	Las 10 mejores playas desconocidas de Sudamérica - Playa Ovahe, Chile (8)	Isla de Pascua

CHILE	Denomades	Agos-2019	Las 10 mejores playas desconocidas de Sudamérica - Playa Ramuntcho, Chile (9)	Biobío
USA	Forbes	Nov-2019	10 destinos subestimados para visitar en 2020 - Santiago de Chile	Santiago de Chile
USA	Forbes	Jul-2019	Los spas de hotel y resort más bellos de América Latina - Valle de Millahue, Chile	Valle de Millahue, Chile
USA	Forbes	Jul-2019	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	Nov-2019	Fodor's Go List 2019 - Desierto de Atacama	Atacama
Chile	The New York Times	Mar-2019	Pesca deportiva en Coyhaique	Coyhaique
USA	Tripadvisor		Valparaíso / Las 10 experiencias más populares: América del Sur	Valparaíso
USA	interrailero.com	Nov-2019	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	Feb-2020	Chile gana dos premios en los "Oscars" del Turismo Mundial	Chile
Chile	<b>Mención</b>	Ene-2020	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	Feb-2020	Travvy Awards: Best Cruise Destination - Central & South America	Chile
USA	Premio: Silver	Feb-2020	Travvy Awards: Best Expedition / Adventure Destination -Overall	Chile
España	Premio	Sep-2020	Video Welcome to Adventure Tourism: Tourism Destination, Terres Travel Festival	Chile
Países Bajos	Entre los 100 mejores	Oct-2020	Sustainable Destinations Top 100: Futaleufú	Futaleufú
Países Bajos	Entre los 100 mejores	Oct-2020	Sustainable Destinations Top 100: Puerto Natales	Puerto Natales
USA	Premio	Nov-2020	World's Leading Adventure Hotel 2020 - explora Patagonia	Explora Patagonia
USA	Premio	Nov-2020	World's Leading Adventure Tourism Destination 2020	Chile



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

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

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

Pese a las negativas cifras, el trabajo de promoción turística impulsado por el Servicio Nacional de Turismo contribuyó a que, durante el año pasado, nuestro país fuera reconocido, por séptimo año consecutivo, como el Mejor Destino de Turismo Aventura de Sudamérica en los World Travel Awards, premios considerados los Óscar del Turismo, manteniendo la primera posición de turismo en la región. Este no fue el único premio que recibió el país. Chile también fue nombrado destino más romántico para el desierto de Atacama. En total durante el año 2021 el país y/o sus destinos fueron reconocido con 10 premios y 2 menciones a nivel internacional. Los premios fueron los siguientes:

<b>País</b>	<b>Nombre</b>	<b>Mes</b>	<b>Descripción</b>	<b>Destino/ Experiencia Destacado</b>
USA	Premio	Dic-2021	WTA	World's Leading Adventure Tourism Destination 2021
USA	Premio	Dic-2021	WTA	South America's Leading Adventure Tourism Destination 2021

USA	Premio	Nov-2021	WTA	South America's Most Romantic Destination 2021 - Desierto de Atacama
USA	Premio	Nov-2021	TRAVVYAWARDS	Best Cruise Destination - Central & South America
USA	Premio	Nov-2021	TRAVVYAWARDS	Best Expedition/Adventure Destination - International
USA	Premio	Nov-2021	Lonely Planet	Atacama Desert, Best in Travel 2022
Global	Reconocimiento	Oct-2021	UNESCO	Cultura Chinchorro Arica
Alemania	Reconocimiento	Mar-2021	ITB Berlin	Futaleufú entre los 100 lugares más sustentables del mundo
Global	Premio	Mar-2021	Green Destinations	Futaleufú Tercer Lugar en Green Destinations People's Choice Award
Global	Premio	Oct-2021	Green Destinations	Chaitén entre los 100 lugares más sustentables del mundo

Global	Premio	Oct-2021	Green Destinations	Nahuelbuta entre los 100 lugares más sustentables del mundo
Global	Premio	Oct-2021	Green Destinations	Rapa Nui entre los 100 lugares más sustentables del mundo