

# BALANCE DE GESTIÓN INTEGRAL AÑO 2016

MINISTERIO DE ECONOMÍA,  
FOMENTO Y TURISMO

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

24 de marzo de 2017  
Av. Providencia 1550, Providencia – 2 731 8310  
[www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl)

## Índice

1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del ramo.....	3
2. Resumen Ejecutivo Servicio .....	9
3. Resultados de la Gestión año 2016.....	11
4. Desafíos para el año 2017 .....	23
5. Anexos.....	26
Anexo 1: Identificación de la Institución.....	27
a) Definiciones Estratégicas .....	27
b) Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio.....	31
c) Principales Autoridades.....	32
Anexo 2: Recursos Humanos.....	33
Anexo 3: Recursos Financieros.....	43
Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2016.....	49
Anexo 5: Compromisos de Gobierno .....	53
Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2016.....	54
Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo .....	58
Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género y descentralización / desconcentración en 2016. ....	60
Anexo 10: Oferta Programática identificadas del Servicio en su ejecución 2016.....	61
Anexo 11a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional.....	62
Anexo 11b: Leyes Promulgadas durante 2016.....	62
Anexo 12: Premios o Reconocimientos Institucionales.....	63

# 1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del ramo

## Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tiene la misión de promover la modernización y competitividad de la estructura productiva del país, la iniciativa privada y la acción eficiente de los mercados, el desarrollo de la innovación y la consolidación de la inserción internacional de la economía del país a fin de lograr un crecimiento sostenido, sustentable y con equidad, mediante la formulación de políticas, programas e instrumentos que faciliten la actividad de las unidades productivas del país y sus organizaciones corporativas y las instituciones relacionadas con el desarrollo productivo y tecnológico del país, tanto públicas y privadas, nacionales y extranjeras.

La Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento, coordinada por el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, es la hoja de ruta del Gobierno en materia de productividad. Está compuesta por 47 medidas –nueve proyectos de ley y 38 medidas administrativas- y fue construida a partir de cuatro objetivos estratégicos: (i) Promover la diversificación productiva e impulsar sectores con alto potencial de crecimiento, (ii) democratizar el emprendimiento y la innovación, (iii) aumentar la productividad y competitividad de nuestras pymes, apoyando su gestión, asociatividad y acceso a financiamiento, y (iv) fortalecer la institucionalidad y gestión del Estado para apoyar la competitividad del sector productivo. Al 17 de marzo de 2017, el 89 por ciento de las medidas propuestas han sido cumplidas. Del total de iniciativas administrativas, un 95 por ciento se encuentran cumplidas, y de los proyectos de ley, cuatro ya se encuentran aprobados y dos están en pleno proceso de tramitación. De las 29 medidas que dependen exclusivamente del Ministerio de Economía, 26 se encuentran cumplidas.

Dentro de los logros alcanzados por los servicios dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en 2016, podemos destacar:

### Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño

El 22 de junio de 2016 se lanzó la plataforma Escritorio Empresa con 15 trámites, incluyendo: crear una empresa, iniciar actividades, obtener permisos sanitarios y certificados laborales, solicitar patente comercial en las municipalidades en convenio, requerir una cuenta Emprendedor del Banco Estado para la Región Metropolitana y postular en línea al subsidio contratación joven, entre otros. Hoy, Escritorio Empresa ya cuenta con 24 trámites de cobertura nacional disponibles, solicitud de patente comercial con 35 comunas en convenio y además se ha incorporado a privados de interés público como el Conservador de Bienes Raíces en Santiago. La plataforma recibe alrededor de 3 mil visitas diarias, cerca de 150 trámites diarios son completados y sobre 500 solicitudes son realizadas todos los días.

En agosto de 2016, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo lanzó el programa Almacenes de 0Chile, el cual busca entregar herramientas a las dueñas y dueños de almacenes del país para que puedan hacer crecer su negocio, esto a través de capacitación, información y acceso a nuevas fuentes

de financiamiento. Durante 2016 la plataforma de capacitación en línea logró incorporar a más de 10 mil alumnos en su sistema, de los cuales más de 2 mil ya se encuentran graduados, accediendo así a otros beneficios proporcionados por el programa por medio de Sercotec y convenios con instituciones privadas.

## Subsecretaría de Turismo

Durante el año 2016, la Subsecretaría de Turismo continuó con la implementación del Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, correspondiente a la medida 4 de la Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento. Durante el año 2016, se han ejecutado más de ocho mil millones de pesos, beneficiando desde la implementación del plan a 62 destinos turísticos. Asimismo, destaca el incremento de un 50 por ciento de los recursos destinados para promoción internacional respecto del presupuesto asignado el año 2014. Gracias a estos recursos, durante 2016 comenzó la ejecución del Plan de marketing turístico internacional, en el marco del cual se desarrolló la nueva campaña de promoción internacional del destino Chile, cuyo mensaje central es “Naturaleza Abierta”. Un hito importante de destacar fue el galardón que obtuvo Chile en los World Travel Awards como “Mejor destino de turismo aventura en el mundo”, reconocimiento que consolida el trabajo de promoción que se ha realizado durante los últimos años y posiciona al país como un destino de naturaleza y aventura. Adicionalmente, en materia de declaratoria de Zonas de Interés Turístico, durante el año 2016 fue publicado el Decreto N° 30, del 02 de diciembre de 2016, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, que aprueba el Reglamento que fija el procedimiento para la declaración de Zonas de Interés Turístico, con lo que se da cumplimiento al compromiso del programa de Gobierno de hacer más inclusiva y participativa la definición de estos territorios.

## Subsecretaría de Pesca y Acuicultura

En el mes de mayo de 2016, se promulgó la ley N°20.925 que crea una bonificación para el repoblamiento y cultivo de algas, publicada en el Diario Oficial con fecha 17 de junio de 2016. El objetivo de la ley es “aumentar la biomasa disponible de recursos algales de importancia ecológica y económica existentes en el territorio nacional mediante el establecimiento de un sistema de bonificación para los pescadores artesanales, organizaciones de pescadores artesanales y demás micro y pequeñas empresas que realicen actividades de recuperación de la cobertura algal en las zonas de intervención”. Asimismo, el Ejecutivo ingresó un proyecto de ley que habilita legalmente que la operación extractiva de la reineta en la zona sur austral sea ampliada a la XI Región, para lo que se deberá contar con el acuerdo de los pescadores artesanales inscritos en dicha pesquería en la región y de los representantes del sector artesanal del Consejo Zonal de Pesca correspondiente. Dicho proyecto, en primer trámite constitucional en la Cámara de Diputados, se suma otras tres iniciativas que se encuentran a la fecha en segundo trámite legislativo, a la espera de la pronta aprobación para su despacho. Estos son: el proyecto de ley que crea el Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala (INDESPA), el proyecto de ley que Moderniza y fortalece la función fiscalizadora del Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura y el proyecto de ley que regula el desarrollo integral y armónico de caletas pesqueras a nivel nacional y fija normas para su declaración y asignación.

## Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera

En 2016 y en el marco de la puesta en marcha de la nueva agencia para la promoción de la inversión extranjera, InvestChile, se le entregó a la Presidenta de la República la nueva estrategia para la atracción de la inversión extranjera. Esta nueva agencia tiene por misión promover a Chile como destino de inversión extranjera directa en el mercado global, conectando los intereses de los inversionistas foráneos con las oportunidades de negocios que el país ofrece, brindando servicios de clase mundial y en línea con las políticas de desarrollo económico del país. En ese contexto, el principal desafío 2016 fue instalar la nueva institucionalidad para lograr la transformación desde una política pasiva de recepción de inversiones, a una política activa de promoción de inversión extranjera. En 2016 producto de las actividades y servicios prestados, la nueva agencia para la promoción de la inversión extranjera, InvestChile, apoyó en la materialización de 28 proyectos, asociados a 1170 nuevos empleos y a US\$ 5.300 millones de inversión. Durante el año 2016 se articuló y ejecutó una cartera de proyectos de inversión tecnológica nacional y extranjera, con proyectos aprobados por \$548 millones de dólares, 2.392 empleos comprometidos en los próximos 2 años y 480 proveedores participando en programas de desarrollo. También se ejecutó una cartera de 14 iniciativas de fuerte contenido estratégico y regional, orientadas a habilitar inversiones y fortalecer ecosistemas productivos, alineados con las orientaciones del Programa Transforma de CORFO.

## Corporación de Fomento de la Producción y Comité Innova Chile

Durante el 2016 continuó el trabajo en torno a los Programas Estratégicos de Especialización Inteligente, que buscan potenciar la competitividad y sofisticación de sectores específicos, a través de acciones que permiten resolver fallas de mercado y de coordinación en la producción de conocimiento, tecnología, capital humano y regulación. Los Programas Estratégicos, han permitido el desarrollo de los sectores priorizados: Minería, Turismo Sustentable, Alimentos Saludables, Pesca y Acuicultura, Economía Creativa y Construcción Sustentable, y de las plataformas habilitantes: Logística, Industria Solar, Tecnología y Servicios de Salud, Industria Inteligente y Manufactura Avanzada. A la fecha, son 38 los Programas vigentes y que fueron aprobados para la realización de sus diagnósticos y diseño de hoja de ruta, entre el período 2015-2016. De éstos son 12 Programas Estratégicos Nacionales, 6 Programas Estratégicos Meso-regionales y 20 Programas Estratégicos Regionales.

En materia de emprendimiento, gracias al trabajo realizado en 2016 hoy todas las regiones del país cuentan con al menos un espacio de Cowork. A los 30 espacios colaborativos consolidados en 2016, se sumaron otros 4 nuevos Espacios Cowork y 2 de Hub Global, uno con enfoque Social y otro de Salud en Concepción, en alianza con 6 Universidades y el Hospital Base de Concepción Además de los espacios físicos, durante 2016 se consolidaron 10 redes de mentores con más de 600 mentores asociados quienes apoyan a 741 emprendedores con altos niveles de satisfacción a la fecha.

En materia de innovación, se impulsó la instalación y desarrollo de once nuevos Centros de Extensionismo Tecnológico a lo largo de todo Chile. El objetivo de estos centros es fortalecer las capacidades para innovar de nuestras PYMEs, por medio de una oferta de servicios tecnológicos especializados, asistencia técnica para absorción y recepción de tecnologías.

Además, durante el 2016 se desarrollaron, al alero del Laboratorio de Gobierno, diversos programas con el objetivo de promover, apoyar e instalar prácticas innovadoras en las instituciones del Estado. Se destaca el programa Aulab Turismo, en que se invitó a los estudiantes de educación superior a pensar en ideas que ayuden a crear un turismo más diverso, productivo e inclusivo para Chile. Como resultado se adjudicaron 15 ideas que participaron en la etapa de maduración en una residencia en el Laboratorio de Gobierno durante el mes de enero 2017. Se destaca también el programa Impacta Energía, concurso de innovación abierta en conjunto al Ministerio de Energía que tiene como objetivo conectar los desafíos energéticos del país con el talento y creatividad fuera del Estado. A partir del mismo se adjudicaron 4 ganadores finalistas que pasaran a desarrollar la etapa de Pilotaje de los prototipos ganadores, los cuales reciben un subsidio de \$75 millones para su desarrollo.

## **Fiscalía Nacional Económica**

El 19 de agosto de 2016, la Presidenta de la República promulgó la Ley N° 20.945 que Perfecciona el Sistema de Defensa de la Libre Competencia, la cual otorga nuevas y mayores facultades a la FNE y la empodera respecto del rol que desempeña en la revisión de operaciones de concentración, la realización de estudios en sectores económicos y en su capacidad para efectuar recomendaciones normativas a entes económicos, entre otras. La promulgación de esta Ley, permite el fortalecimiento de las sanciones a las infracciones a la Libre Competencia, el aumento de las competencias del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) y de la FNE, y el establecimiento de condenas penales para el delito de colusión.

## **Instituto Nacional de Estadísticas**

Uno de los compromisos de Gobierno es la realización de un Censo de Población y Vivienda en el año 2017, por lo que en el 2016 se llevaron a cabo importantes actividades preparatorias del mismo. Entre estas, se cuenta el levantamiento en terreno del Precenso en todo el país, el cual se levantó en 5 grupos de regiones, partiendo en febrero con Aysén y Los Lagos. El 1° de junio partió el último grupo conformado por las regiones de Atacama y Metropolitana. Además, el 6 de noviembre se realizó un Censo Experimental, conocido públicamente como Ensayo Operativo del Censo en diversos sectores de 21 comunas, junto con las comunas completas de Mostazal y Nogales. Esto se desarrolló con el objetivo de evaluar en forma rigurosa todos los procedimientos y coordinaciones que se requerirá durante el levantamiento del Censo de Población y Vivienda que se realizará el 19 de abril de 2017.

Asimismo, el Instituto continuó con la implementación del Plan de Modernización Institucional del INE, y se dio continuidad al trabajo legislativo del Proyecto de Ley que crea la Nueva Institucionalidad del Sistema Estadístico Nacional, ingresado en octubre de 2015. Con ello se avanzó en la importante tarea de fortalecer la calidad de las estadísticas nacionales, potenciando su transparencia, solidez y credibilidad.

## **Instituto Nacional de Propiedad Industrial**

INAPI consolidó sus operaciones como Autoridad Internacional para la Búsqueda y del Examen Preliminar de Patentes (ISA/IPEA, por sus siglas en inglés) en el marco del Tratado de Cooperación en materia de Patentes, lo que en la práctica significa que pasó a ser una de las 21 oficinas de patentes más importantes del mundo, siendo la segunda oficina en la región junto a Brasil, y la segunda en el mundo de habla hispana junto a la oficina española, capaz de desarrollar informes internacionales de patentabilidad. Por otra parte, el 2016 significó la consolidación de la plataforma de servicios en línea para la tramitación de marcas comerciales y patentes, alcanzando un 80% de presentación vía internet.

## **Servicio de Cooperación Técnica**

Con un presupuesto de \$ 36.478 millones, en 2016 el Servicio de Cooperación Técnica benefició a un total de 132.783 microempresas y emprendedores, y a 116 organizaciones de micro y pequeñas empresas. Con respecto a la red de Centros de Desarrollo de Negocios, fueron más de 10 mil las pequeñas empresas y emprendedores asesorados en el primer año de operación de los 35 primeros centros, los que ya han logrado -prematuramente, según la experiencia internacional- que 46% de su cartera de clientes obtenga resultados concretos, como aumento de ventas, generación de empleos y acceso a financiamiento.

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

Durante el año 2016, Sernapesca realizó un total de 203.984 acciones de fiscalización a la pesca extractiva, de las cuales 102.107 correspondieron a acciones en terreno y 101.877 a acciones documentales. Esto significó un incremento del 33% más que el año 2015. Respecto a las acciones de fiscalización de la acuicultura, estas se elevaron a un total de 13.398 actividades, de las cuales 8.425 correspondieron a acciones de fiscalización en terreno y 4.980 a acciones documentales. Adicionalmente realizó un total de 3.396 operativos en conjunto con otras Instituciones fiscalizadoras, logrando de esta manera una mayor eficacia en el resultado de esta actividad.

## **Servicio Nacional de Turismo**

Durante el año 2016, 56.873 pasajero/as del Programa Vacaciones Tercera Edad tuvieron la posibilidad de viajar a distintos destinos del país por medio de paquetes turísticos subsidiados por el Estado con un aporte estatal equivalente a más de 5 mil millones de pesos, que sumados al copago efectuado y los gastos extras realizados en destinos por los usuarios/as de este programa totalizan un aporte a la industria turística superior a los 17 mil millones de pesos. Asimismo, 26.839 estudiantes y profesores/as tuvieron la posibilidad de vivir la experiencia de realizar una gira de estudios por medio de paquetes turísticos subsidiados por el Estado con un aporte superior a 2 mil 500 millones de pesos, que sumados al copago y los gastos extras efectuados por lo/as usuarios/as del programa totalizan un aporte a la industria turística de más de cuatro mil millones de pesos. Finalmente 11.193 pasajeros provenientes de 3.638 familias vulnerables de nuestro país, pudieron viajar mediante el Programa

Turismo Familiar, gracias a un gasto público superior a los 1200 millones de pesos. Se debe destacar que un 60% de las familias participantes contaba con una mujer como jefa de hogar.

## Servicio Nacional del Consumidor

En el área de protección de los derechos de los consumidores, uno de los principales avances corresponde a la tramitación del Proyecto que modifica la Ley N° 19.496, que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores. Éste fue ingresado al Congreso Nacional el día 3 de junio de 2014 como parte de los compromisos de los 100 primeros días de Gobierno y se encuentra en discusión en el Senado en segundo trámite constitucional. El proyecto perfecciona la institucionalidad respectiva, otorga nuevas facultades fiscalizadoras, sancionatorias y normativas al Servicio Nacional del Consumidor, mejora los procedimientos e incentivos para cumplir la ley y fortalece a las Asociaciones de Consumidores, entre otros aspectos, contribuyendo la iniciativa más relevante y amplia en esta materia desde la entrada en vigencia de la ley del ramo, en el año 1997.

## Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento

Los principales hitos del 2016 dicen relación con la consolidación de los procedimientos concursales establecidos en la Ley N.° 20.720, con énfasis en la difusión del procedimiento de Renegociación. Durante el año 2016 se realizaron 384 actividades de difusión, capacitando a 9.694 ciudadanos en todo el país, donde el 77% de las actividades fueron realizadas en regiones. Respecto de los nuevos procedimientos, el año 2016 se realizaron 3.409 solicitudes judiciales de procedimientos concursales, de esa cifra, 2.066 corresponden a liquidaciones de bienes de personas deudoras, 67 a reorganizaciones de empresas deudoras y 1.276 a liquidaciones de empresas deudoras.

---



LUIS FELIPE CÉSPEDES CIFUENTES  
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 participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos, además de resguardar el desarrollo sustentable de la actividad para que beneficie tanto a visitantes nacionales y extranjero/as, como a prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto.

La Dirección Nacional está ubicada en la ciudad de Santiago y tiene representación en todas las regiones del país a través de las Direcciones Regionales de Turismo. También hay oficinas locales en San Pedro de Atacama, Isla de Pascua, San Vicente, Chillán, Salto del Laja, Cañete, Los Ángeles, Arauco, La Unión, Osorno, Chiloé, Palena, Chile Chico y Puerto Natales. En total trabajan 498 personas, el 58.6% son mujeres equivalente a 292 funcionarias.

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

De acuerdo a lo comprometido en el Programa de Gobierno 2014 – 2018, el Servicio Nacional de Turismo logró el 2016 una amplia cobertura de los programas Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudio, beneficiando en total a 83.712 personas. Gira de Estudio hizo viajar a 26.839 beneficiarios, mientras que Vacaciones Tercera Edad a 56.873 adultos mayores. Con buenos resultados, también el Programa Turismo Familiar, logró beneficiar a 11.193 chilenos y chilenas, provenientes de 3.638 familias vulnerables de nuestro país. Esta iniciativa implicó un aporte estatal por concepto de subsidio de M\$1.287.721, aproximado.

En respuesta a otro aspecto propuesto por el Gobierno, corresponde al desarrollo turístico sustentable en Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE), durante el año 2016 el servicio participó como contraparte para promover y apoyar técnicamente en los diseños de puesta en valor en los Parques Nacionales Alerce Costero, Parque Nacional La Campana, Parque Nacional Conguillio, Parque Nacional Chiloé, Parque Nacional Bernardo O'Higgins, Parque Nacional Yendagaia y Parque Nacional Torres del Paine. En el caso de las Zonas de Interés Turístico (ZOIT) se brindó apoyo técnico a la Subsecretaría de Turismo, quienes lideran este compromiso.

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

Como parte de los ejes estratégicos del servicio es la promoción donde se realizó una inversión total de \$9.747.288.685.-, con aportes de la Subsecretaría de Turismo, diferenciándose de años anteriores, en que un mayor porcentaje del presupuesto tuvo ejecución directa a través de

agencias y estuvo dirigida a público final. Esta inversión permitió realizar ferias y eventos internacionales en diversos países, campañas on y off line en mercados prioritarios, capacitaciones a agentes y operadores de viajes, como así también invitar medios de prensa, entre otras importantes acciones que reforzaron la misión de promover los atractivos de Chile.

Como resultado de las todas acciones mencionadas con anterioridad, durante el año 2016 el país ha obtenido reconocimientos a nivel internacional, siendo los principales los siguientes: El portal oficial de promoción internacional Chile.Travel fue reconocido al corto andar como el mejor sitio de promoción turística de Latinoamérica y el 12avo a nivel mundial por SKIFT, la plataforma de medios, insights y marketing del sector turístico; Chile ganó el premio como mejor destino de turismo aventura, Word Travel Awards 2016. Este premio es reconocido como los Oscar del turismo; Queens of content: La Asociación Europea Digital Tourism Think Thank, invitaron a nuestro país a exponer el caso de éxito de nuestra web Chile Travel y los videos Find your Chile, producción audiovisual realizada en el primer semestre del 2016; y Lonely Planet eligió el destino de Aysén como uno de los 10 mejores lugares del mundo para visitar.

Para el 2017 SERNATUR ha establecido líneas de acción para seguir avanzando en el desarrollo y promoción del turismo en el país. Entre los desafíos definidos para el presente año, se trabajará por aumentar la accesibilidad de los chilenos y chilenas al turismo a través de los Programas Turismo Familiar aumentando el alcance geográfico de destinos afectados por problemas de ocupabilidad, incorporando Valle del Maipo, Pelluhue y Pichilemu. Gira de Estudio incrementará la participación de establecimientos educacionales públicos, fortaleciendo lazos con el Ministerio de Educación e implementando un convenio con el SENAME. Vacaciones Tercera Edad incorporará 6 nuevos destinos: Algarrobo, Taltal, Tocopilla, Angol, Corral y La Junta, beneficiando de ese modo a destinos emergentes y a pequeñas y medianas empresas participantes.

Respecto al fortalecimiento de la promoción, se implementará el Plan de Marketing Turístico Internacional (2016-2018) generando estrategias que favorezcan la diversificación de la oferta turística con elementos culturales a través de la promoción de productos y destinos emergentes. Adicionalmente, se implementarán mejoras incorporadas al Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos. Se continuará con la participación en la Mesa de Turismo Indígena, así como también se seguirán apoyando estrategias para la competitividad del sector, como también en iniciativas que garanticen un crecimiento turístico basado en la sustentabilidad y potencien el desarrollo turístico sustentable en áreas Silvestres Protegidas del Estado.



**MARCELA CABEZAS KELLER**  
DIRECTORA NACIONAL  
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

### 3. Resultados de la Gestión año 2016

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

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

Los y las beneficiario/as que viajaron durante el año 2016 a través de ambos programas ascienden a 83.712 personas, 26.839 pasajero/as a través del programa Gira de Estudio y 56.873 mediante el Programa Vacaciones Tercera Edad, logrando un valor acumulado de 226.519 beneficiarios/as. Asimismo, el Programa Turismo Familiar (TF) acumula un total 19.927 pasajeros/as desde que comenzara a ejecutarse a partir del año 2015.

En la ejecución del programa VTE el aporte estatal fue equivalente a más de 5 mil millones de pesos, que sumados al co-pago efectuado y los gastos extras realizados en destinos por los usuarios/as de este programa totalizan un aporte a la industria turística superior a los 17 mil millones de pesos.

De esta forma, la ejecución del programa supone un gran impulso a la dinamización de la economía y a la creación de empleos en los múltiples destinos turísticos beneficiados a lo largo de nuestro país. Así, pequeñas y medianas empresas de diversa índole ven aumentada su actividad económica por participar del programa en períodos del año en los cuales existe una menor demanda por servicios turísticos.

Durante el año 2016, 446 prestadores de servicios turísticos se vieron beneficiados directamente por su participación en el programa, distribuyéndose de la siguiente forma: 26% servicios de alojamiento, 48% agencias de viaje, 20% guías de turismo y 6% tour operadores.

Asimismo, 26.839 estudiantes y profesores/as tuvieron la posibilidad de vivir la experiencia de realizar una gira de estudios por medio de paquetes turísticos subvencionados por SERNATUR. Del total de pasajeros, 5.323 viajados corresponden al convenio firmado entre el Ministerio de Educación y el Servicio Nacional de Turismo en noviembre 2015, el cual se ejecutó durante la extensión de la 9° temporada, sumándose además 325 beneficiarios a través de la ejecución del Programa Intrarregional de Magallanes.

El total de la subvención realizada por el estado durante el año 2016 fue superior a 2 mil 500 millones de pesos, que sumados al co-pago y los gastos extras efectuados por lo/as usuarios/as del programa totalizan un aporte a la industria turística de más de cuatro mil millones de pesos.

Durante el año 2016, 147 prestadores de servicios turísticos se vieron beneficiados directamente por su participación en el programa, distribuyéndose de la siguiente forma: 29% alojamiento, 22% alimentación, 25% guías y 24% transporte.

La Subsecretaría de Turismo, a través del Fondo de Desarrollo Turístico Sustentable, transfirió a SERNATUR un total de \$1.297.500.000 (mil doscientos noventa y siete millones quinientos mil pesos) para la ejecución del Programa Turismo Familiar, lo que permitió otorgar un subsidio total

de \$ 1.287.721.676 (mil doscientos ochenta y siete millones setecientos veintiún mil seiscientos setenta y seis) pesos a 11.193 pasajero/as provenientes de 3.638 familias vulnerables de nuestro país, las que pudieron viajar por el presente programa. Además, se debe destacar que un 60% de las familias participantes contaba con una mujer como jefa de hogar.

En tanto en Promoción Internacional se realizaron acciones para difundir y posicionar los destinos turísticos del país, con el propósito de aumentar el conocimiento de la oferta turística, principalmente en los mercados prioritarios definidos en el Plan de Marketing Turístico Internacional de Chile 2016-2018. Para llevar a cabo lo anteriormente señalado, se realizó una inversión total de \$9.747.288.685.-, con aportes de la Subsecretaría de Turismo. Del total del monto invertido durante el año 2016, se diferenció de años anteriores, puesto un mayor porcentaje del presupuesto tuvo ejecución directa desde SERNATUR a través de agencias, donde la mayor parte estuvo dirigida a público final. La distribución de las inversiones fue: 46% concurso promoción internacional, 45% agencias, 4% ferias y 5% otros.

En el marco del compromiso relacionado con el apoyo al acceso y permanencia en el mercado laboral de mujeres, SENCE Y SERNATUR manifestaron su interés en realizar acciones comunes tendientes a colaborar en la implementación de la línea de acción Más Capaz Mujer Emprendedora, acordando priorizar el fortalecimiento de la capacidad de gestión y emprendimiento en turismo de las mujeres artesanas que participaron en el programa, logrando durante el año 2016 que 149 mujeres de las regiones de Tarapacá, Araucanía y Los Lagos se capacitarán.

Respecto al desarrollo turístico sustentable en Áreas Silvestres Protegidas del Estado (ASPE), durante el año 2016 SERNATUR participó como contraparte para coordinar, promover y apoyar técnicamente el desarrollo de los Proyectos de Diseños de Puesta en Valor en los Parques Nacionales Alerce Costero, Parque Nacional La Campana, Parque Nacional Conguillio, Parque Nacional Chiloé, Parque Nacional Bernardo O'Higgins, Parque Nacional Yendagaia y Parque Nacional Torres del Paine. Estas iniciativas permitirán contar con una infraestructura habilitante adecuada para la puesta en valor de los atractivos naturales y culturales presentes en las Áreas Silvestres Protegidas del Estado, mejorando y/o incorporando senderos, señalética, punto de información, miradores, pasarelas, estacionamientos, zonas de camping, guarderías para Guarda parques y centros de interpretación ambiental entre otras obras, que tienen por finalidad impulsar el desarrollo de una oferta turística de calidad, atractiva, sustentable e inclusiva que contribuya al desarrollo de espacios para que los visitantes puedan disfrutar de la naturaleza de nuestro país.

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

### a. Componentes Diversificación de Experiencias y Desarrollo de Destinos

En cuanto al desarrollo de destinos, SERNATUR participó en el proceso de evaluación de las postulaciones a ZOIT y de los planes de acción propuestos, que aporten al desarrollo de nuevos destinos e inyectar llegadas destinos emergentes como Lago Colbún-Rari, Río Futaleufú e Isla Robinson Crusoe sumándose a las ZOIT ya decretadas de Panguipulli, Casablanca, Lago Rapel, Lago Ranco-Futrone, Castro y Saltos del Laja;

Se implementó a nivel nacional el programa Foco Destino, abordando de manera focalizada un plan de trabajo en torno a las brechas de competitividad asociadas a Capital Humano, marketing, registro, Sustentabilidad, calidad, innovación, inversión y fomento detectadas en 31 destinos priorizados, donde uno de los impactos que generó el programa consistió en impulsar 107 iniciativas de inversión dirigidas a múltiples fuentes de financiamiento disponibles a nivel regional y nacional, con una articulada participación y compromiso de los sectores públicos y privados.

Con la finalidad de hacer más eficiente y técnica la gestión de SERNATUR en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental, durante el año 2016 se elaboró en conjunto con el Ministerio de Energía la guía de evaluación de “Valor paisajístico en el SEIA. Aplicación a proyectos de líneas de transmisión eléctrica y sus subestaciones”, generando un instrumento para evaluar los impactos al valor paisajístico, proponer medidas que se hagan cargo de los impactos negativos significativos y proponer acciones de manejo ambiental para los proyectos de transmisión eléctrica.

A través de la participación activa en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA) se emitieron 484 pronunciamientos en respuesta a un total de 371 proyectos nuevos.

En el componente de diversificación de experiencias, se trabaja en contribuir al desarrollo turístico sustentable de las ASPE, así como considerar la articulación y coordinación de diferentes programas y entidades públicas, para lograr el desarrollo de oferta de actividades y productos turísticos innovadores, que diversifiquen los destinos y ayuden a la sofisticación de la industria turística en pos de la mejora de la oferta actual, es que SERNATUR participó como mandante y/u oferente en los siguientes Bienes Públicos financiados por CORFO: 1.- Plataforma de rutas Outdoors para la interacción de sus actores utilizando tecnologías de la información y comunicación, 2.- Plan de desarrollo y herramientas de competitividad para transformar a Chile en destino de Turismo Astronómico de clase mundial, 3.- Sistema de uso público y servicios comerciales de los Parques Nacionales de Chile y 4.- Patrimonio Gastronómico.

En cuanto a la generación y difusión de conocimiento, se elaboró el documento “30 casos de Productos Innovadores en Chile”, orientada a empresarios y emprendedores que se encuentren operando y que busquen innovar y el “Manual de Diseño de Experiencias Turísticas”, que tiene como objetivo aportar conceptos y contenidos que propicien la construcción de un producto turístico con valor agregado que permita diferenciación y oportunidad de capturar mercados de nicho.

Se realizó la segunda versión del Concurso + Valor Turístico, instancia que permitió contar con una base de 433 productos turísticos postulados, un 25% más que el año 2015, premiándose a

15 iniciativas, una por región, y se distinguió a nivel nacional 3 de éstas, con premios como gira tecnológica, kit audiovisual y asesoría en marketing digital.

SERNATUR participó de la Mesa Nacional de Turismo Indígena donde se ejecutó la Agenda del año, con el objetivo de Posicionar el Turismo Indígena como eje estratégico de sustentabilidad en el desarrollo turismo de Chile, realizándose un levantamiento de iniciativas de turismo indígena a nivel nacional, que permitió contar con una cartera de proyectos de turismo indígena actualizada. Por otra parte, se impulsó y colaboró en el Programa Subsidio Semilla de Asignación Flexible – Desafío Turismo Indígena, con asignación de recursos CORFO en el área Piloto Mapu Lahual.

Se firmó un Convenio de Colaboración y Transferencia con la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena, con el objetivo de implementar un sistema piloto de auto certificación en la Región de la Araucanía que permita posicionar una oferta de turismo indígena de base local, con estándares de calidad y pertinencia cultural.

En el ámbito de Turismo Cultural, y con el objetivo de fortalecer la puesta en valor turística a recursos culturales, se desarrolló en conjunto con el Cementerio General de Santiago la implementación del proyecto “Plan de Interpretación Patrimonial para Cementerio General de Santiago, fase dos”, el cual se encuentra operativo. En este mismo ámbito de puesta en valor, se implementó la fase 1 del “Plan de Interpretación Patrimonial del Circuito Iglesias de Chiloé”, el cual aborda 17 puntos del Archipiélago, incluyendo el diseño de paneles con información turística, y la producción acabada de folletería general, un librito con información especializada, audio-guías, videos, aplicación para Smartphone y página web, todo en torno a un relato de contenido histórico-cultural.

Para lograr el desarrollo de oferta de actividades y productos turísticos innovadores, que diversifiquen los destinos y que ayuden a la sofisticación de la industria turística en pos de la mejora de la oferta actual, se participa como mandante y/u oferente en seis Bienes Públicos financiado por CORFO: “Plataforma de rutas Outdoors para la interacción de sus actores utilizando tecnologías de la información y comunicación”, “Sistema de uso público y servicios comerciales de los Parques Nacionales de Chile”. “Cicloturismo mesoregional”; “Patagonia Adventures Chile” “Puesta en valor de las ASPE, implementando actividades y contenidos que contribuyan al desarrollo productivo del sector turístico”, y “Turismo Termal”, siendo las tres primeras las que han logrado llegar a sus etapas finales de ejecución y se encuentran transfiriendo sus resultados.

A nivel nacional, se diseñó el Programa Estratégico Nacional de Turismo Sustentable, hoy Transforma Turismo, iniciativa que está relacionado con todos los programas meso regionales y regionales, a nivel de lineamientos para la focalización de las acciones de las respectivas hojas de rutas, donde se priorizaron 9 programas de actuación hasta el 2025, además de definir 10 territorios de intervención: Arica y altiplano, Valle del Elqui, Valparaíso, Juan Fernández, Santiago, valle de Colchagua, Lagos y Volcanes, Chiloé, Aysén y carretera Austral, Cabo de Hornos y Tierra del Fuego a los que se suman los 3 ya consolidados: San Pedro de Atacama, Isla de Pascua y Torres del Paine en Magallanes.

A nivel meso regional se está trabajando en los siguientes programas estratégicos: a. Ruta Escénica de Parques Nacionales, Lagos y Volcanes. Las Regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, b. Enoturismo Sustentable. Las Regiones de Valparaíso, Metropolitana, O’Higgins y Maule. A

nivel regional se han levantado seis programas estratégicos: a. Turismo Deportivo en el Borde Costero de Arica y Parinacota- Arica Sport City, b. Tarapacá Altiplano Sustentable, c. Turismo Histórico y Cultural en el territorio de Arauco, d. Turismo creativo en Araucanía, e. Desarrollo de la Industria Turística Eco/Aventura en Aysén y f. Magallanes Experiencia Antártica.

El Sistema de Gestión Inicial de Gestión Organizacional (SIGO), es un programa de capacitaciones sin costo que le permite a las MiPyme implementar herramientas de gestión dentro de su empresa y mejorar así, su cultura organizacional, la experiencia que le brinda al turista y la satisfacción del mismo, y el desempeño en sus negocios, con lo cual se apoya el desarrollo de capacidades en la gestión de servicios turísticos y entrega de herramientas para que las empresas mejoren su competitividad incorporando estándares de calidad, sustentabilidad y seguridad, con el fin de atraer turistas más exigentes y de mayor gasto a nuestro país, es así que durante el año 2016 se beneficiaron a un total de 204, de los cuales más del 80% lograron terminar con éxito la implementación total del Programa consiguiendo finalmente obtener su distinción, acumulando a la fecha un total de 229 micro, pequeños y medianos empresarios de servicios de alojamientos turísticos, restaurantes, agencias de viajes y tour operadores. Los destinos en donde se ejecutó el programa fue: Mamiña, Antofagasta, Valle de Elqui, Olmué-La Campana, Radal Siete Tazas, Saltos del Laja, Cuenca del Lago Ranco y Archipiélago de Chiloé.

## b. Componente Fortalecimiento de la Calidad y el Capital Humano

### 1. Capital Humano

El 2016, en el área de Formación, Capacitación y Competencias Laborales, se sostuvo reuniones en forma periódica en el marco de la Mesa de Capital Humano, cuyo fin es relacionar a los empleadores, instituciones de educación superior que imparten carreras de turismo, profesionales y técnicos y sector público vinculado con esta materia (Ministerio de Educación, Chile Valora, CORFO, SENCE, entre otros), para abordar las brechas entre las necesidades de los empleadores turísticos, versus la formación técnica y profesional que entregan las instituciones de educación.

Durante 2016 se abordaron las brechas detectadas en los distintos estudios realizados durante el 2013 - 2014, lo que se tradujo en un trabajo sistemático por parte de cada una de las mesas, donde se priorizó, dándoles jerarquía e importancia de acción para trabajarlas durante 2017. Se consensuó que la valoración de las carreras de turismo a través de las prácticas profesionales creando una mejor y más directa relación empleador – IES - Profesionales y Estudiantes fortalecida en conjunto.

En materia de gestión municipal durante el año 2016 se realizó en Ovalle el Encuentro Nacional de Coordinadores Municipales de Turismo. El evento reunió a más de 160 municipios del país. Asimismo, es importante destacar la Red de Coordinadores Municipales de Turismo que participan, conformada por 303 municipios (de una totalidad de 345).

En tanto y en relación a la demanda levantada en 2016 por SERNATUR para los programas de SENCE en competencias laborales fue de 4.745 cupos, de los cuales se licitó 1.124 con una cobertura de demanda del 24%, mientras que el programa becas por franquicia tributaria, de la misma demanda levantada se licitaron 1.407 cupos, sólo en los sectores de gastronomía y hotelería, cubriendo así 2.531 cupos de certificación.

En materia de Conciencia Turística, durante el año 2016, se realizaron a nivel nacional 141 talleres dirigidos a diversos grupos de la población vinculados al turismo, provenientes de Carabineros, Fuerzas Armadas, entidades públicas, adultos mayores, personas del área de transporte, niños, niñas y estudiantes, entre otros, sumando un total de 4.002 personas capacitadas.

Se desarrolló en septiembre el primer seminario internacional de turismo accesible, el cual fue un espacio para compartir mejores prácticas y lecciones aprendidas, tanto de experiencias nacionales, como extranjeras, Informarse de las tendencias y desafíos a nivel internacional.

## 2. Calidad y Certificación

En el ámbito de Calidad, SERNATUR ejecuta el Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos, el que incluye el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, Inspección y Certificación de los prestadores mediante el Sello de Calidad Turística y Distinción de Sustentabilidad. Este sistema busca formalizar y ordenar la oferta turística del país. Durante el año 2016, el número de prestadores de servicios turísticos registrados alcanzó los 16 mil 647, implicando un aumento de un 16,85% respecto al año anterior.

En cuanto a los servicios de alojamiento y turismo aventura, estos presentaron un aumento de un 9,19% y 18,08% respectivamente. Vale mencionar que estos servicios presentan obligatoriedad de registro de acuerdo a lo estipulado en el artículo 34° de la Ley N° 20.423.

En la siguiente tabla se presenta el detalle por tipo de servicio de los prestadores turísticos registrados a diciembre de 2016:

TIPO DE SERVICIO	TOTAL
Alojamiento turístico	7.514
Turismo Aventura	1.822
Agencia de Viaje y Touroperadores	1.579
Arriendo de Vehículo	211
Artesanía	506
Guías de Turismo	1216
Restaurantes y similares	2190
Servicios de Esparcimiento	348
Servicios Deportivos	45
Taxis y Buses de Turismo	361
Teleférico y Funiculares	1
Transporte de Pasajeros al Aeropuerto	154
Transporte de Pasajeros por Ferrocarril	1
Transporte de Pasajeros por Carretera Interurbana	198
Transporte de pasajeros por Vía Aérea	9
Transporte de Pasajeros por vía Marítima	90
Total	16.244

Fuente: Subdirección de Desarrollo 2017

Con la finalidad de verificar la información entregada por los prestadores de servicios turísticos en el Registro y dar cumplimiento a la normativa vigente, el año 2016 se realizaron 2.483 inspecciones. De estas inspecciones 1.523 corresponden a inspecciones de servicios de alojamiento y 960 inspecciones a actividades de turismo aventura, verificando el correcto cumplimiento de los estándares de seguridad.



A continuación se presenta el detalle por Dirección Regional:

Región	Alojamiento	Turismo Aventura	TOTAL
Antofagasta	12	85	97
Araucanía	152	192	344
Arica y Parinacota	59	16	75
Atacama	87	14	101
Aysén	142	39	181
Bío Bío	136	92	228
Coquimbo	138	60	198
Los Lagos	134	98	232
Los Ríos	84	38	122
Magallanes	41	46	87
Maule	76	35	111
Metropolitana	104	143	247
O'Higgins	61	41	102
Tarapacá	118	21	139
Valparaíso	179	40	219
<b>TOTAL</b>	<b>1.523</b>	<b>960</b>	<b>2.483</b>

Fuente: Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos / Unidad de Inspección

Del total de servicios de alojamientos registrados, a la fecha se ha inspeccionado el 81%, mientras que del total de actividades de turismo aventura registradas se ha inspeccionado el 84%.

La Certificación de Calidad Turística, busca mejorar la calidad de servicios turísticos para contar con una oferta más competitiva. La certificación que comenzó en el año 2007 es voluntaria para los prestadores de servicios turísticos, logrando terminar el año 2016 con 375 servicios que cuentan con Sello de Calidad Turística vigente de los cuales 230 son nuevas empresas que se han sumado al Sistema durante este Gobierno. Durante el año 2016, 157 fueron las certificaciones entregadas, donde se destaca la gestión de las Direcciones Regionales de Turismo Metropolitana (44), Maule (17), Los Lagos (15), Magallanes (13), O'Higgins (12), Coquimbo y Los Ríos (11 cada una).

En términos de certificaciones de calidad, en 2016 fue firmado un convenio de transferencia entre SERNATUR y la Subsecretaría de Turismo, donde se comprometieron 159 millones de pesos para lograr incorporar 48 nuevas empresas al Sistema de Calidad Turística.

La Distinción en Turismo Sustentable (Sello S), una certificación que permite reconocer los esfuerzos realizados por los servicios turísticos en operar sustentablemente, minimizando su impacto medioambiental y social, y potenciando las culturas y economías locales. Esta distinción aplica a alojamientos turísticos y Agencias de viajes y Tour operadores. Al año 2016 el programa terminó con 78 prestadores distinguidos, distribuidos en 11 regiones del país donde se destacan las Direcciones Regionales de Los Lagos (30 distinciones), Metropolitana (13 distinciones) y Maule (10 distinciones).

En Agosto del 2016 se amplió el alcance de aplicación del Sello S, incorporó a Agencias de Viaje y Tour Operadores, lo cual generó un gran impacto en el programa y permite avanzar en el objetivo de elevar los estándares de sustentabilidad de la oferta turística chilena; además este mismo año se realizaron gestiones para facilitar la entrada de las empresas distinguidas dentro de importantes plataformas internacionales de comercialización especializadas en oferta sustentable

### c. Componente Incentivo al Turismo Interno con Enfoque Inclusivo

Desde el año 2001, con la implementación del Programa Vacaciones Tercera Edad, seguido del programa Gira de Estudio (2007)- SERNATUR viene desarrollando los programas de turismo social, dirigidos a reducir la estacionalidad turística nacional, mediante la utilización de servicios turísticos en destinos priorizados para épocas de baja demanda, contribuyendo a dinamizar las economías locales y la creación de empleos, dando un empuje en las épocas de menor demanda a los pequeños y medianos empresarios/as del rubro turístico.

A lo anterior se suma el Programa Turismo Familiar, cuyo objetivo es aumentar las pernoctaciones en temporada baja y alta en destinos priorizados, mejorando la ocupabilidad de los prestadores de servicios turísticos.

En el transcurso del año 2016, 56.873 pasajero/as –personas mayores de 60 años, discapacitados/as, montepiados/as, pensionados/as y/o jubilados/as- del Programa Vacaciones Tercera Edad tuvieron la posibilidad de viajar a distintos destinos del país por medio de paquetes turísticos subsidiados por SERNATUR.

A su vez, 446 prestadores de servicios turísticos se vieron beneficiados directamente por su participación en el programa.

Finalmente en el programa VTE desde el año 2001 al 2016 ha beneficiado a más de 540 mil pasajeros/as, a través de una inversión estatal de más de \$47 mil millones.

En el transcurso del año 2016 26.839 estudiantes y profesores/as tuvieron la posibilidad de vivir la experiencia de participar del Programa Gira de Estudio por medio de paquetes turísticos subvencionados por SERNATUR. Del total de pasajeros, 5.323 viajados corresponden al convenio firmado entre el Ministerio de Educación y el Servicio Nacional de Turismo, en noviembre 2015, el cual se ejecutó durante la extensión de la 9° temporada, sumándose además 325 beneficiarios a través de la ejecución del Programa Intrarregional de Magallanes.

El total de la subvención realizada por el estado durante el año 2016 fue superior a 2 mil 500 millones de pesos, que sumados al co-pago y los gastos extras efectuados por lo/as usuarios/as del programa totalizan aproximadamente un aporte a la industria turística de más de cuatro mil millones de pesos.

Durante el año 2016, 147 prestadores de servicios turísticos se vieron beneficiados directamente por su participación en el programa.

Finalmente el programa GE desde sus inicios en el año 2007 hasta el año 2016 ha beneficiado a más de 165 mil estudiantes y profesores/as, con un subsidio de aproximadamente el 70% (en el caso de los profesores un 100%), invirtiendo con ello en el mismo período más de \$16 mil millones solo por concepto de aporte estatal.

Por otra parte, el porcentaje de ocupabilidad generado por los Programas Vacaciones Tercera Edad y Gira de Estudio corresponde a un 27,43%, equivalente a 446.115 noches-cama, de las cuales 314.470 corresponden al Programa Vacaciones Tercera Edad y 131.645 al Programa Gira de Estudio.

En lo referido al Programa Turismo Familiar, la Subsecretaría de Turismo, a través del Fondo de Desarrollo Turístico Sustentable, transfirió recursos a SERNATUR para la ejecución del mismo, lo

que permitió que 11.193 pasajero/as provenientes de 3.638 familias vulnerables de nuestro país, pudieran viajar. Destacándose que un 60% de las familias participantes contaba con una mujer como jefa de hogar.

Lo anterior permitió que 136 prestadores de servicios turísticos participaran del Programa, de los cuales un 40% corresponde a guías de turismo, 26% a establecimientos de alojamiento, 27% a restaurantes y 7% a tour operadores, generando que el porcentaje de ocupabilidad alcanzará un 3,6%, equivalente a 28.910 noches-cama respecto de 792.780 disponibles en los establecimientos de alojamiento participantes. A la fecha el programa ha beneficiado a 19.927 pasajeros/as provenientes de familias vulnerables.

A lo ya mencionado en la ejecución de los tres programas sociales, se destaca que en el año 2016 se realizaron esfuerzos importantes para aumentar el alcance geográfico de los mismos, aumentando la cobertura a través de la incorporación de los siguientes destinos por programa: VTE: Linares, Puerto Montt, Quillón, Alto Biobío, Buin, Chañaral, Chile Chico, Cobquecura, El Quisco, Futrono, Machalí, Puyehue, Quillota y San Juan de la Costa; GE: Ancud y TF.: San Fernando, Tirúa, Antuco, Valle del Huasco, Copiapó, Navidad, Licantén, Lago Ranco, San José de la Mariquina y Tomé.

#### d. Componente Promoción Nacional e Internacional

##### 1. Programa de Promoción internacional

Las acciones realizadas en el ámbito de Promoción Internacional, tienen como objetivo aumentar la cantidad de ingresos de turistas extranjeros al país, esto se lleva a cabo con el posicionamiento de Chile en el extranjero, en los mercados prioritarios.

La estrategia de marketing internacional se enfocó en 4 principales audiencias: Público final, Canal de Comercialización, Prensa y Turismo de reuniones, con esto se buscó posicionar los destinos turísticos del país en el extranjero, de manera más directa al público específico.

Todas las acciones realizadas han favorecido a la llegada de turistas extranjero/as, que para el año 2016 alcanzó más de 5 millones 600 mil turistas, aumentando en un 26 por ciento las llegadas respecto del año anterior.

Se invirtieron 3.870 millones de pesos en total, durante el año 2016, en Agencias de Medios para la realización de campañas gestionadas directamente por SERNATUR y dirigidas a público final, las campañas realizadas tuvieron como eje principal potenciar los principales destinos turísticos de nuestro país, como también los atractivos naturales que éste posee y fueron realizadas en diversas plataformas en soportes impresos como digitales, con material gráfico, fotografías y videos, logrando más de 910 millones de impresiones, 55 millones de visualizaciones de video, un crecimiento de 728% en las visitas en el portal de promoción internacional Chile.travel.

Las principales acciones de promoción turística internacional, según el país donde se ejecutaron, fueron las siguientes:

Brasil: dos campañas de temporada durante los meses abril y julio, con la finalidad de potenciar las actividades invernales en la zona centro y sur del país. Para esto, se desarrollaron gráficas especiales, además de inversión en medios digitales y prensa. Durante los últimos meses del año 2016 en las ciudades de Sao Paulo y Rio, fue lanzada la campaña "Chile naturaleza abierta".

Argentina: dos campañas de temporada, una en invierno y otra en verano, bajo el llamado “Cruzá a Chile”, con foco en las principales ciudades fronterizas del país. Se fortaleció con inversión en redes sociales, avisos en sitios de noticias y viajes y prensa local. Durante el último trimestre del año 2016, se lanzó la campaña Naturaleza Abierta.

Estados Unidos: Se contrató un circuito de 63 totems digitales en las 30 principales estaciones de metro de Nueva York, además de pauta en 4 canales de viaje en las zonas de California y Nueva York con spot de 30” durante 1 mes.

Perú y Colombia: Durante los meses de octubre y noviembre se ejecutó la campaña Chile Naturaleza Abierta, con gráficas en las zonas más importantes de Lima y Bogotá, además de medios online y redes sociales.

Por último, se realizó una importante inversión en vía pública y medios digitales en Madrid, Paris, Londres, Berlin, Roma y Sydney durante los meses de octubre y noviembre, cubriendo las zonas de mayor tráfico y aeropuertos internacionales.

A través del Concurso de Promoción Internacional periodo 2016-2017, las acciones realizadas, entre los meses de mayo a diciembre del 2016, fueron las siguientes: 10 ferias internacionales en 8 países y 33 eventos promocionales al canal de comercialización y público final, destacándose el trabajo en conjunto a ProChile y Cancillería para realizar los Workshop “Chile Week” realizados en China y USA, 10 famtours dirigidos a 124 operadores turísticos de 17 países, las acciones se enfocaron en mostrar las experiencias de viajes que potenciamos de nuestro país; Enoturismo, Astroturismo, Turismo aventura, entre otros. Los Tour operadores que visitaron el país conocieron parte de la oferta turística exportable, destinos como: Zona Altiplánica, San Pedro de Atacama, La Serena, Valparaíso, Isla de Pascua, Casablanca, Maitencillo, Santa Cruz, Colchagua, Pucón, Chiloé, Aysén, Torres del Paine, entre otros.

Respecto al trabajo de prensa, el 2016 se realizaron 44 viajes de prensa, con la participación de 132 medios de los países prioritarios definidos en el Plan de Marketing Internacional. Visitaron al país: influenciadores, periodistas freelance, revistas especializadas, canales de televisión, periódicos y celebridades. Con esta acción se llegó en forma directa al público final, puesto que los visitantes actúan como canalizadores de las experiencias vividas en los destinos de Chile. Medios tan importantes como Forbes.com, Conde Nast y The Sun, fueron parte de los viajes durante el 2016.

En lo que se refiere a campañas en medios digitales, se invirtió en Google, Youtube, Facebook y Trip Advisor, logrando más de 910 millones de impresiones durante el período de implementación, esto se traduce en un crecimiento de 438% respecto al año 2015. Además se incrementó el número de fans de Facebook de 558 mil a 704 mil, logrando con ello superar a Brasil, Argentina y Colombia. Instagram fue una de las redes sociales con mayor crecimiento en el mercado, llegando a más de 144 mil seguidores. Por otro lado se alcanzó a más de 55 millones de visualizaciones del nuevo video promocional “Chile Naturaleza Abierta” en sus 6 idiomas en menos de 4 meses, lo que demuestra la importancia de estos elementos en la difusión internacional de Chile como destino.

Respecto a Turismo de reuniones, se realizaron 130 eventos de turismo de reuniones en el país. En 2016 por la gestión de Chile, se logró un acuerdo entre Subsecretaría de Turismo y los representantes de FIE expo Exhibitions, para la realización de la Feria de Turismo de Reuniones,

FIEXPO Latinoamérica en el país por 3 años consecutivos. El evento se considera como una vitrina para el país, en donde se demostrará la capacidad de América Latina, y Chile en particular, para la realización de eventos internacionales. Como reflejo a las acciones mencionadas anteriormente, la llegada de turistas de negocios a septiembre del 2016 alcanzó a 543 mil, representando un crecimiento del 22% con respecto al total de llegadas a la misma fecha en 2015.

Como resultado de las todas acciones mencionadas con anterioridad, durante el año 2016 el país ha obtenido reconocimientos a nivel internacional, siendo los principales los siguientes: El portal oficial de promoción internacional Chile.Travel fue reconocido al corto andar como el mejor sitio de promoción turística de Latinoamérica y el 12avo a nivel mundial por SKIFT, la plataforma de medios, insights y marketing del sector turístico; Chile ganó el premio como mejor destino de turismo aventura, Word Travel Awards 2016. Este premio es reconocido como los Oscar del turismo; Queens of content: La Asociación Europea Digital Tourism Think Thank, invitaron a nuestro país a exponer el caso de éxito de nuestra web Chile Travel y los videos Find your Chile, producción audiovisual realizada en el primer semestre del 2016; y Lonely Planet eligió el destino de Aysén como uno de los 10 mejores lugares del mundo para visitar.

## 2. Promoción Nacional

El objetivo central de la Promoción Nacional es desarrollar el turismo interno, por lo que las acciones realizadas fomentaron la preferencia de destinos emergentes, lo que ayudó a desestacionalizar la demanda e impulsar las economías locales.

Las acciones ejecutadas durante el año 2016 se basaron en la estrategia de marketing 2016 incluido en el “Plan de Marketing Turístico Nacional Chile 360°”. Su aplicación se basó en la difusión de oferta turística de nuestro país mediante diferentes soportes y plataformas, incentivando a los turistas a viajar por Chile durante todo el año, independiente de la temporada, impulsando a extender sus estadías en las distintas ciudades del país, con la finalidad de que se aumente su nivel de gasto. Además SERNATUR, tuvo como enfoque que la información respecto destinos, panoramas y actividades fuera con mensajes emocionales buscando encantar a los chilenos con los destinos turísticos del país.

Las principales acciones respecto a las campañas desarrolladas fueron las siguientes:

“Campaña Digital Chile es TUYO 2016”, campaña que tuvo como función principal el estrechar la comunicación con público final a través de los canales digitales, con los que cuenta el Servicio, donde se adecuó página del Chile es TUYO, mejorando las métricas del sitio, actualizando el contenido y se desarrolló el Catálogo Turístico, espacio del sitio en el que empresas del rubro (registradas) pueden subir directamente su oferta.

La implementación de la campaña digital conllevó grades hitos, como el haber alcanzado los 733 mil seguidores en el Facebook del Chile es TUYO. En tanto la cuenta de Instagram y Twitter terminaron el año con más de 80.000 y 50.000 seguidores respectivamente. Además, se destacan los más de 24 mil participantes del concurso de fiestas patrias (Chileno Soy) y los 2,4 millones de impresiones en el concurso que buscaba incentivar el viaje en la festividad del día del padre (Viejo nos Vamos).

Las ferias realizadas, estuvo la “Feria Aquí Hay”, una de las principales ferias de turismo y artesanía con oferta cultural y de turismo rural del país, que fue realizada en conjunto con la Fundación Artesanías de Chile e INDAP, la Feria de Turismo Internacional VYVA 2016 (Viajes y Vacaciones) en su quinta versión, en conjunto con ACHET (Asociación Chilena de Empresas de Turismo), la feria contó con la participación de las 15 regiones de Chile con una puesta en valor de las pymes de nuestro país, también participaron las principales empresas de turismo emisor y receptor de Chile, así como de expositores de otros países. Dicha feria se ha posicionado como la vitrina de oferta innovadora y emergente para el público capitalino, contando con instancias de relacionamiento comercial, a través de ruedas de negocios nacional e internacional, que permitieron generar más de mil 500 reuniones comerciales, con esto se abrieron oportunidades de negocios para el turismo receptor chileno y de prestadores de servicios turísticos. Los stands regionales de la feria VYVA 2016 incluyeron tres experiencias: Astroturismo, Enoturismo y Turismo Indígena, que posicionaron la oferta turística nacional como una oferta amplia y diversa.

En el año 2016, ingresaron a las 30 Oficinas de Información Turística a lo largo del país un total de 257.425 personas, lo que representa un incremento del 2,66% respecto al año 2015. Las oficinas que presentan una mayor cantidad de visitas son OIT San Pedro de Atacama 47.452, OIT Copiapó 31.439 (cifra que se ve aumentada por el registro de atenciones en Mina San José) y Puerto Montt con 20.683.

## 4. Desafíos para el año 2017

En el marco del Programa de Gobierno y de los principales desafíos para el sector turismo, en SERNATUR, se han asumido los siguientes desafíos para el año 2017:

El Plan de Acción de SERNATUR contempla un eje importante de acciones que buscan el desarrollo y mejoramiento de la oferta turística cultural por medio del apoyo a proyectos de puesta en valor del patrimonio turístico cultural así como el trabajo conjunto entre el Servicio Nacional de Turismo y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes en las áreas de artesanía, gastronomía y patrimonio. En esta línea se encuentra también la participación como mandante del Bien Público Patrimonio Gastronómico de Chile que tiene como objetivo general la generación de una nueva experiencia más sustentable, sobre la puesta en valor del Patrimonio Gastronómico Nacional.

Se realizará difusión de la publicación sobre Productos Turísticos Innovadores en Chile y cada uno de los casos de éxito documentados en el trabajo realizado el año 2016 y del “Manual de Diseño de Experiencias Turísticas” que propone una metodología paso a paso para la entrega de herramientas, orientaciones prácticas y ejemplos para diseñar experiencias con mayor calidad, atractivo y diversidad que las existentes hoy en Chile.

Se realizará la Tercera versión del Concurso Más Valor Turístico, con énfasis en la variable de sustentabilidad de los emprendimientos que postulen, dado que celebramos el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo.

En el marco del Convenio de Colaboración y Transferencia firmado entre la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena y el Servicio Nacional de Turismo se implementará un sistema piloto de auto certificación para el desarrollo de productos y servicios turísticos indígenas de calidad, en la Región de la Araucanía, específicamente en las comunas de Padre las Casas, Vilcún, Melipeuco y Lonquimay. Los resultados de esta experiencia deberán aportar la información base para el futuro desarrollo de un sistema de distinción para el turismo indígena a nivel nacional.

En términos ambientales, se elaborará en conjunto con el Ministerio de Energía, un “Compendio de Medidas Ambientales Aplicadas por Proyectos de Generación Eléctrica en Territorios con Vocación Turística”, permitiéndose actualizar la información sectorial a Nivel Nacional, específicamente de atractivos turísticos, apoyando la evaluación de los proyectos que ingresan al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA) en los ámbitos de turismo y Paisaje, y en su gestión sectorial regular. También se elaborará un documento con información técnica y cartográfica sobre proyectos complejos en áreas de energía (generación y transmisión), minería y acuicultura, ingresados al SEIA con RCA favorable, en su relación con Destinos Turísticos de Chile.

En el 2017 se implementará un Geonodo de SERNATUR, herramienta para subir información territorial sectorial (Atractivos Turísticos, Destinos Turísticos, Zonas de Interés Turísticos – ZOIT, Circuitos Turísticos, entre otros), la cual podrá ser visualizada y descargada en el sitio web de SERNATUR.

En lo que respecta a Fortalecimiento del Capital Humano, a los esfuerzos que se han venido realizando se espera para el 2017 generar un encuentro nacional de articulación y asociatividad de la oferta turística inclusiva y accesible y así crear un espacio para conocer las empresas que ofrecen productos turísticos inclusivos y accesibles. Ofreciendo una capacitación de alto estándar. Creando una Red Nacional de Prestadores de servicios turísticos y complementarios que sean inclusivos y accesibles.

En materia de gestión municipal durante el año 2017 se seguirá fortaleciendo la capacitación de profesionales de municipios en temas de productos y destinos sustentables, mejorando así sus competencias técnicas y fortaleciendo la gestión municipal. Asimismo, se continuará con las capacitaciones a los informadores turísticos municipales en conjunto con los profesionales de SERNATUR que se ocupan de esta labor en cada región del país.

Dada la importancia de los municipios en su rol de fomento del turismo en sus territorios, se realizará el tercer Concurso de Prácticas Innovadoras de Turismo Municipal.

En relación al Sello Q y la Distinción S, se seguirá avanzando en la consolidación de éstos para lograr durante el año 2017 al menos 200 sellos nuevos, realizando esfuerzos para aumentar y/o mejorar los beneficios para los prestadores que cuenten con el Sello de Calidad.

SERNATUR realizará gestiones para que el Sello S tanto para alojamiento y como para tour operadores y agencias de viaje sean reconocidos por el Consejo Global de Turismo Sostenible.

En este mismo ámbito y en el marco de la sostenibilidad de los servicios turísticos desarrollará el Encuentro Anual del Consejo Global de Turismo Sostenible.

Con el fin de modernizar y mejorar el sistema que permite administrar la información del Registro, SERNATUR implementará una nueva plataforma para el sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de Servicios Turísticos. Esta plataforma permitirá capturar y trabajar de manera integrada y confiable la información de los procesos de Registro, inspección, Calidad y sustentabilidad, junto con servir de base para la elaboración de estadísticas y estudios del sector.

A su vez, trabajará en una propuesta de modificación al reglamento 222 del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, el cual tiene como fin adaptar los requisitos para registrarse a la realidad de cada prestador de servicios, haciéndolo más inclusivo y representativo de la realidad turística nacional.

Se seguirá con la implementación del Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO), expandiéndolo a 16 nuevos destinos del país para fortalecer las herramientas de gestión dentro de las empresas del sector a través del mejoramiento de su cultura organizacional, competitividad, sustentabilidad y seguridad.

El Programa Turismo Familiar tiene como desafío el año 2017 continuar aumentando el alcance geográfico de destinos afectados por problemas de ocupabilidad, incorporando los destinos de Valle del Maipo, Pelluhue y Pichilemu (sumándose a los 8 nuevos destinos ya incorporados el año



2016), contribuyendo a dar un empuje a los establecimientos de alojamientos de diversas zonas del país, y a permitir que una mayor cantidad de familias vulnerables puedan acceder a los beneficios del turismo.

El Programa Gira de Estudio tiene como desafío incrementar la participación de establecimientos educacionales públicos, para lo cual SERNATUR seguirá fortaleciendo los lazos con el Ministerio de Educación, para que estudiantes de establecimientos municipales (DAEM o Corporación Municipal) puedan acceder a giras de estudios, mejorando de esta forma sus condiciones de aprendizaje y conociendo a su vez destinos de nuestro país. Asimismo, implementará el convenio con el SENAME, para que jóvenes de los Centros de Reparación Especializada de Administración Directa –CREAD tengan la oportunidad de conocer lugares y destinos de nuestro país.

Por su parte, el Programa Vacaciones Tercera Edad fortalecerá los programas intrarregionales, aumentando el número de pasajeros y potenciando destinos emergentes. Es así como durante el año 2017 se incorporarán 6 nuevos destinos: Algarrobo, Taltal, Tocopilla, Angol, Corral y La Junta, beneficiando de ese modo a destinos emergentes y a pequeñas y medianas empresas participantes. Asimismo, se implementarán 3 modalidades interregionales al programa, aumentando así la oferta a la que los usuarios/as puede acceder, los destinos referidos son: Arica (origen R. Tarapacá); Cajón del Maipo y Valle del Maipo (origen R.Valparaíso); y Algarrobo y Quillota (origen R. Metropolitana).

En lo que respecta a la promoción del país, los esfuerzos serán dirigidos a la promoción nacional e internacional. Respecto a la promoción nacional se busca seguir potenciando los destinos turísticos del país menos conocidos y fomentar los viajes en todas las temporadas del año. Además se potenciarán las campañas de escapadas de fin de semana y feriados largos, gracias al ingreso de tarifas Low Cost que beneficiarán el tráfico interno, que era uno de los altos costos de viajar dentro del país.

El principal desafío es apoyar al fortalecimiento de la oferta de prestadores turísticos emprendedores e innovadores insertos en destinos emergentes, por medio de la entrega de herramientas que apoyen su inserción al canal de comercialización, así como que ayuden a incrementar sus ventas directas. Para ello desarrollaremos la ejecución de las Ferias “Aquí hay”, Feria “Chile a la Carta” y Feria VYVA en su sexta versión.

En el ámbito de la Promoción Internacional se implementará el Plan de acción establecido en el Plan de marketing Turístico Internacional (2016-2018), el cual ha definido mercados geográficos prioritarios y segmentos específicos a los cuales comunicar.

Trabajaremos en el posicionamiento de la campaña comunicacional “Chile Naturaleza Abierta”, el cual estará vigente por los próximos 3 años. Además se buscará seguir fortaleciendo el posicionamiento logrado de Chile, a través del potenciar nuevos atractivos y actividades que le hablen a nichos de mercado que permitan diferenciar al país de los principales competidores. Se seguirá invirtiendo en los países prioritarios, además de ingresar a nuevos mercados más lejanos donde existe un gran potencial de desarrollo que nos ayudará a alcanzar las metas de crecimiento estimadas para la industria del turismo.

## 5. Anexos

- Anexo 1: Identificación de la Institución.
- Anexo 2: Recursos Humanos
- Anexo 3: Recursos Financieros.
- Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2016.
- Anexo 5: Compromisos de Gobierno.
- Anexo 6: Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas / Instituciones Evaluadas.
- Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2016
- Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo 2016
- Anexo 9. Resultados en materia de Implementación de medidas de Género y de descentralización / desconcentración 2016
- Anexo 10: Proyectos de Ley en Trámite en el Congreso Nacional y Leyes Promulgadas durante 2016
- Anexo 11: Premios y Reconocimientos Institucionales.

## Anexo 1: Identificación de la Institución

### a) Definiciones Estratégicas

Leyes y Normativas que rigen el funcionamiento de la Institución:	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ley de Turismo N° 20.423</li><li>- Decreto Ley N° 1.224 (22.10.75) del Ministerio de Economía.</li></ul>
Misión Institucional:	Ejecutar planes y/o programas basados en la Política Nacional de Turismo, impulsando el desarrollo sustentable de la actividad turística, incentivando la especialización, calidad y competitividad de la industria turística, y promocionando los destinos y atractivos turísticos nacionales, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.
Aspectos Relevantes contenidos en la Ley de Presupuestos año 2016	<p>Se considera \$ 28.026 millones creciendo 8,3% (\$ 2.150 millones) respecto de la Ley de Presupuestos 2015. Considera una transferencia desde la Subsecretaría de Turismo por \$ 3.270 millones en el marco de las acciones de la Agenda.</p> <p>Los Programas Sociales se proponen con \$ 8.922 millones, creciendo 2,6% (\$ 228 millones), para fortalecer el Programa "Mujer y Familia". En su conjunto, se espera favorecer a aproximadamente 74.548 personas entre adultos mayores, estudiantes/profesores de enseñanza media, y Jefas de hogar de sectores vulnerables.</p> <p>Respecto del Programa de Promoción Turística Internacional se proponen \$ 8.819 millones, creciendo 23,2% (\$ 1.661 millones), con el objetivo de fortalecer el posicionamiento internacional de Chile como destino turístico.</p> <p>Finalmente, se consignan \$ 163 millones adicionales para fortalecer acciones en Turismo Interno en el marco de la Agenda.</p>

Objetivos Estratégicos del Ministerio	
Número	Descripción
8	Incentivar el turismo interno con un enfoque social inclusivo, con el fin de contribuir al desarrollo de la actividad turística del país y mejorar el acceso de distintos segmentos de la población, privilegiando a aquellos de menores ingresos y a mujeres jefas de hogar.
9	Apoyar actividades de promoción, el desarrollo de infraestructura y el acceso a instrumentos de fomento y capacitación en destinos turísticos distribuidos a lo largo de Chile, en coordinación con los sectores público y privado, a fin de potenciar sus atractivos y mejorar la competitividad de la industria.
10	Potenciar la articulación turística latinoamericana, aprovechando las sinergias y economías de escala destinadas a atraer a turistas de otras regiones del planeta e intercambiar experiencias exitosas para el desarrollo del sector.

Objetivos Estratégicos institucionales			
Número	Descripción	Objetivos Relevantes del Ministerio vinculados	Productos Estratégicos vinculados
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.	8, 9, 10	1,2,3,4,5,6
2	Promover la competitividad de la industria turística, formalizando la oferta e incorporando estándares de calidad, seguridad y sustentabilidad.	8, 9, 10	1,3,5,6
3	Fortalecer los programas de turismo social para reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo regional y local.	8, 9	1,3,5
4	Ejecutar acciones orientadas al desarrollo y posicionamiento de destinos/productos para generar una oferta turística país integrada, especializada, diversa y sustentable.	8, 9, 10	1,2,3,4,5,6
5	Desarrollar y especializar al capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación.	9, 10	4,5,6

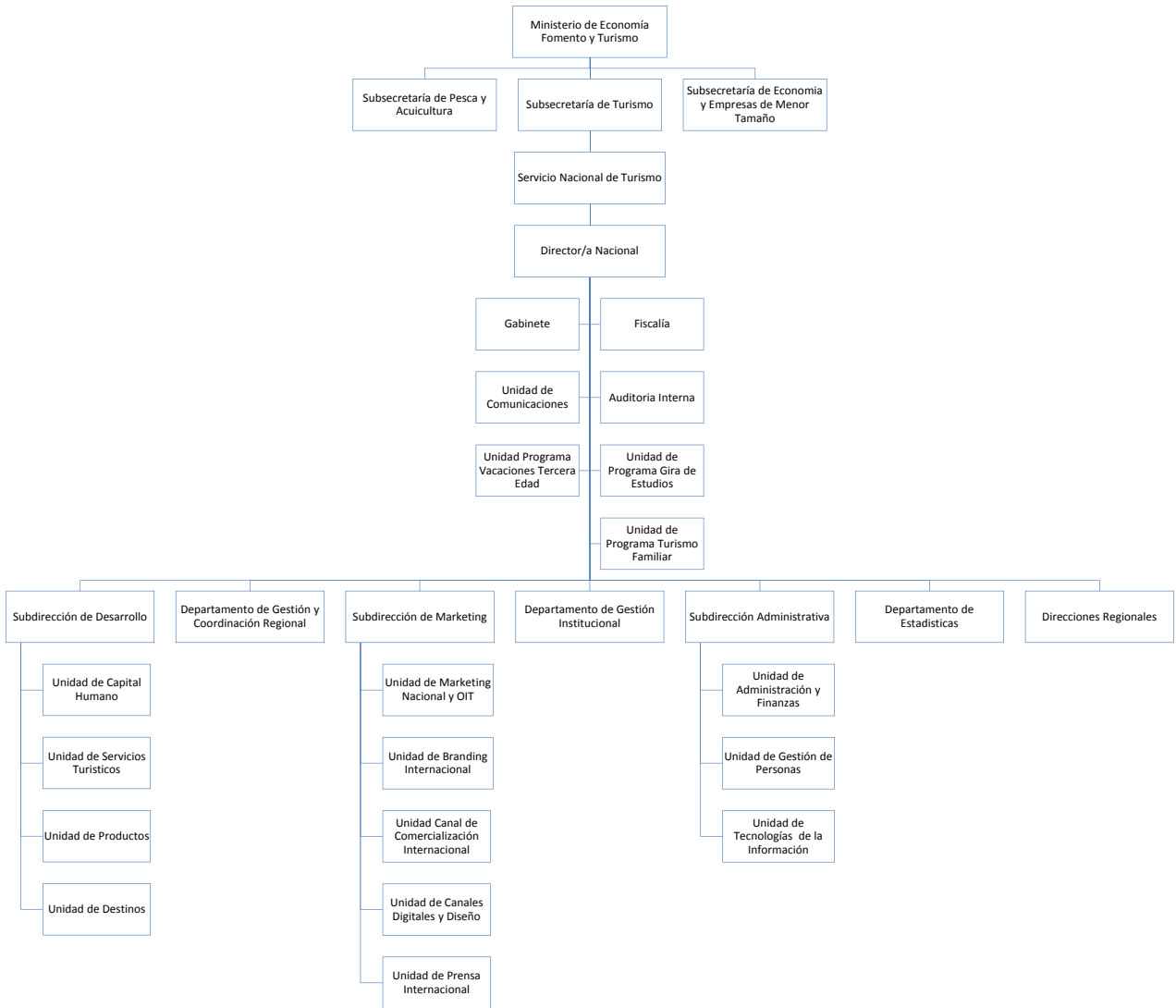
Productos Estratégicos (Bienes y/o servicios)					
	Producto Estratégico	Descripción	Clientes	Aplica Gestión Territorial	Aplica Enfoque de Género
1	Información Sectorial	Diseño, elaboración, publicación y/o difusión de información turística general y especializada relacionada con el sector turismo a través de los distintos espacios de atención.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11.	Si	Si

2	Promoción y difusión de los productos y destinos turísticos	Diseño e implementación de los planes de marketing y promoción de los productos destinos turísticos, a través de distintos canales de comunicación de la oferta turística chilena.	1, 2, 3, 7, 11.	Si	No
3	Programas de Turismo social.	Ejecución de programas para el desarrollo de la oferta turística regional y quiebre estacional, que facilita el acceso de distintos segmentos de la población al turismo.	1, 3, 6, 8, 9, 10, 11.	Si	Si
4	Desarrollo sustentable de la oferta turística	Incentivar el desarrollo turístico sustentable de los destinos turísticos del país, y apoyar técnicamente a través de instrumentos de gestión y de la coordinación público privado.	4, 5, 7, 8, 11.	Si	No
5	Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos	El Sistema comprende el registro de los prestadores de servicios turísticos agrupados por tipo, de acuerdo a las definiciones establecidas en el Decreto N°222, y la constatación del cumplimiento de estándares de calidad y seguridad estipulados en el reglamento y en las normas de calidad turística, además de la inspección a establecimientos o lugares donde se desarrollen actividades o se presten servicios turísticos. Adicionalmente, el Sello de Sustentabilidad distingue las empresas que demuestren prácticas sustentables. Apoyo empresarial tiene como objetivo generar incentivos, beneficios y herramientas para los empresarios formalizados y los que cuenten con la certificación de calidad y la distinción de sustentabilidad.	1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11.	Si	Si
6	Capital Humano	Se refiere a mejorar la calidad del capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación. Para esto, por un lado se enfocará en la coordinación, articulación y vinculación de los agentes públicos y privados relacionados con la educación. Por otro, lado, se transfieren y difunden conocimientos a el capital humano asociado a empresas, coordinador municipal y comunidad.	1, 3, 4, 5, 7, 8, 11.	Si	Si

	Clientes	Cuantificación
1	Turistas nacionales.	5435015
2	Turistas extranjero/as.	4478336
3	Prestadores de servicios turísticos.	14855
4	Inversionistas del sector turismo.	50
5	Universidades, Institutos Profesionales, Centros de Formación Técnica y liceos polivalentes que imparten carreras de turismo a nivel nacional	161

6	Estudiantes en enseñanza media de centros educativos municipalizados y particulares subvencionados de régimen diurno, cuyos establecimientos cuenten con puntaje IVE-SINAE.	880204
7	Organismos internacionales.	10
8	Gremios del sector turístico.	204
9	Adulto/as Mayores	2786689
10	Personas con capacidad disminuida mayores de 18 años (según encuesta Casen 2006).	995418
11	Municipalidades.	345

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



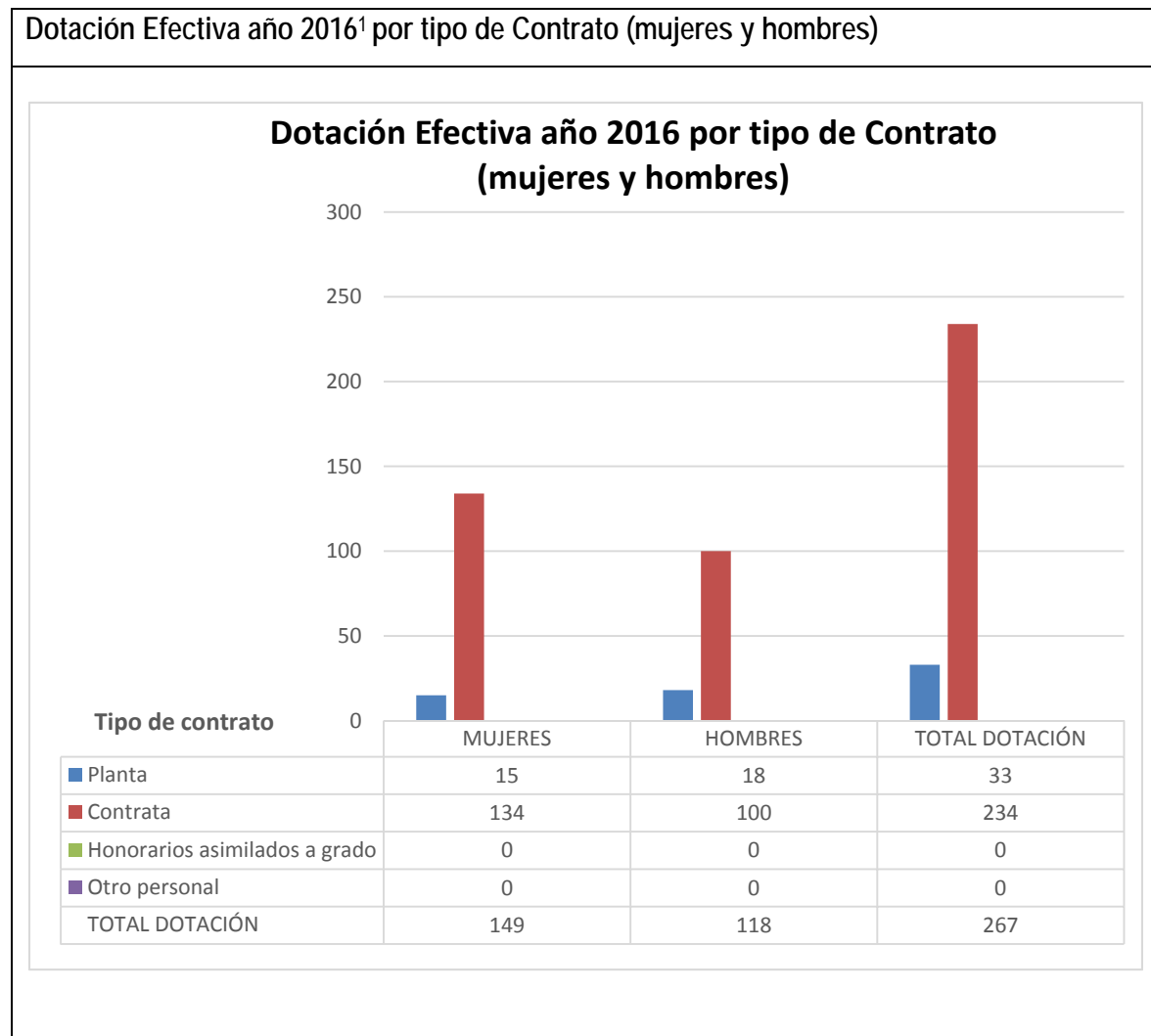
### c) Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Director/a Nacional	Marcela Cabezas Keller
Fiscal	María José Gutiérrez Araque
Subdirector/a de Desarrollo	Beatriz Roman Alzerreca
Subdirector/a de Marketing (TP)	Raul Sepulveda Faundez
Subdirección Administrativa (S)	Luis Ramirez Perez
Director/a Regional Arica y Parinacota	Gonzalo Fernandez Tello
Director/a Regional Tarapacá	Carolina Quinteros Muñoz
Director/a Regional Antofagasta	Claudio Yáñez Salazar
Director/a Regional Atacama	Daniel Díaz Perez
Director/a Regional Coquimbo	Luis Alberto Duarte
Director/a Regional Valparaíso	Katrina Sanguinetti Tachibana
Director/a Regional O'Higgins (S)	Jorge Espinoza Bustos
Director/a Regional Maule	Carolina Reyes Bravo
Director/a Regional Bio-Bío	Paola Núñez Muñoz
Director/a Regional Araucanía	Richard Quintana Valdebenito
Director/a Regional Los Ríos	Pedro Burgos Vasquez
Director/a Regional Los Lagos (TP)	Eduardo Gomez Sanchez
Director/a Regional Aysén (TP)	Cristian Alarcon Mendoza
Director/a Regional Magallanes	Lorena Araya Guarda
Director/a Regional Metropolitana	Felipe Vásquez Iturra



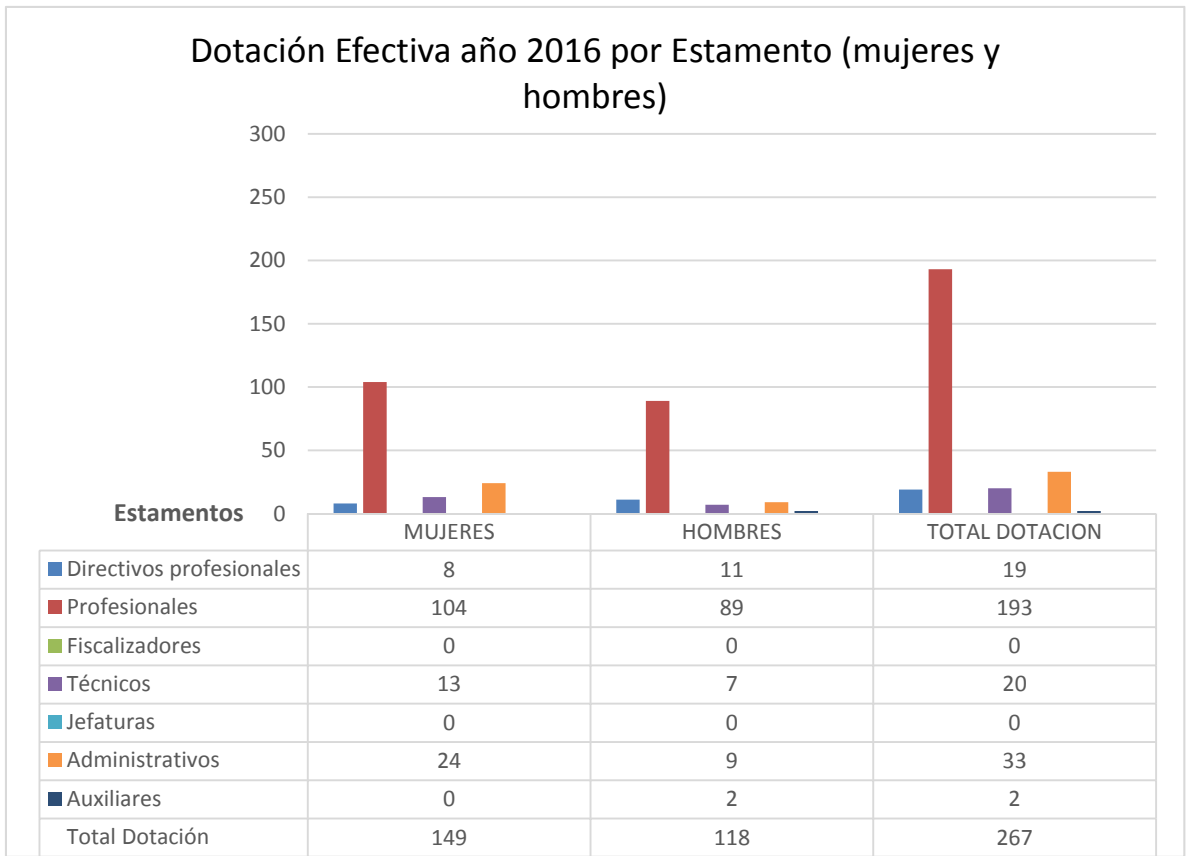
## Anexo 2: Recursos Humanos

### a) Dotación de Personal



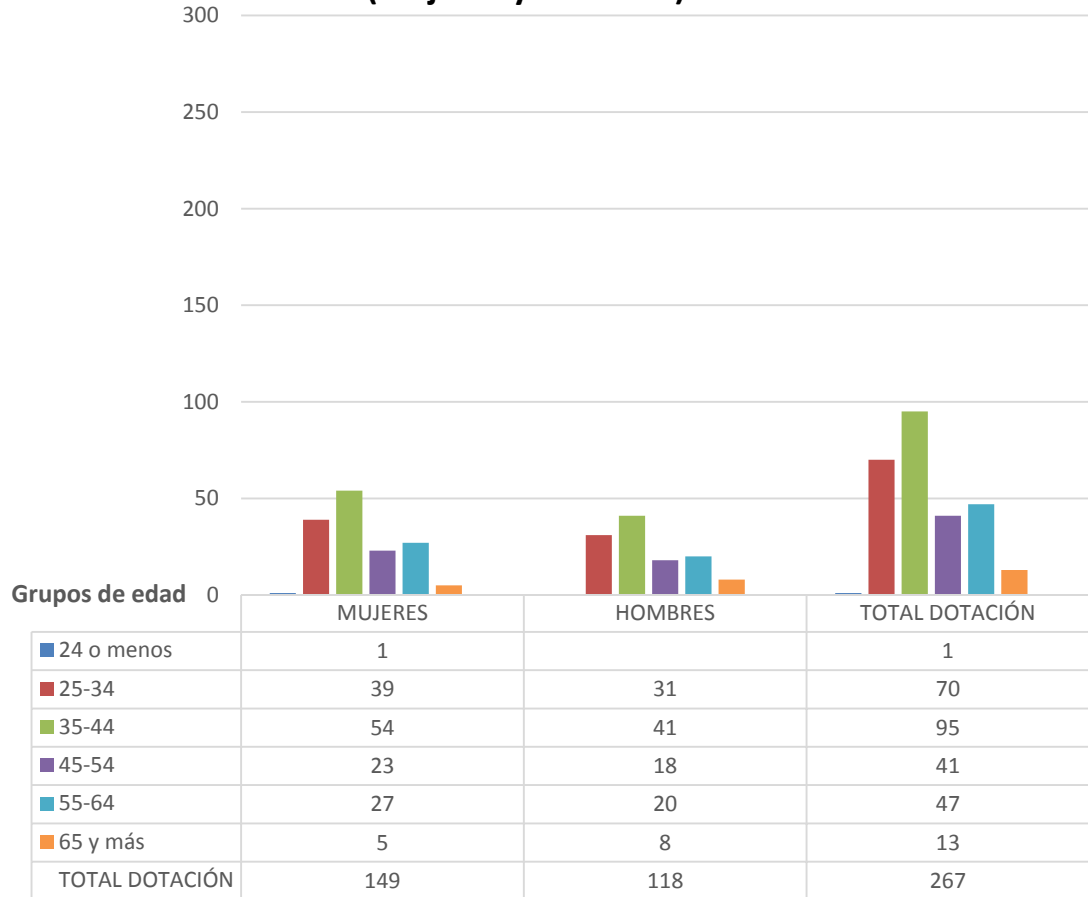
<sup>1</sup> Corresponde al personal permanente del servicio o institución, es decir: personal de planta, contrata, honorarios asimilado a grado, profesionales de las leyes N°15.076 y N°19.664, jornales permanentes y otro personal permanente afecto al código del trabajo, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2016. Cabe hacer presente que el personal contratado a honorarios a suma alzada no se contabiliza como personal permanente de la institución.

Dotación Efectiva año 2016 por Estamento (mujeres y hombres)



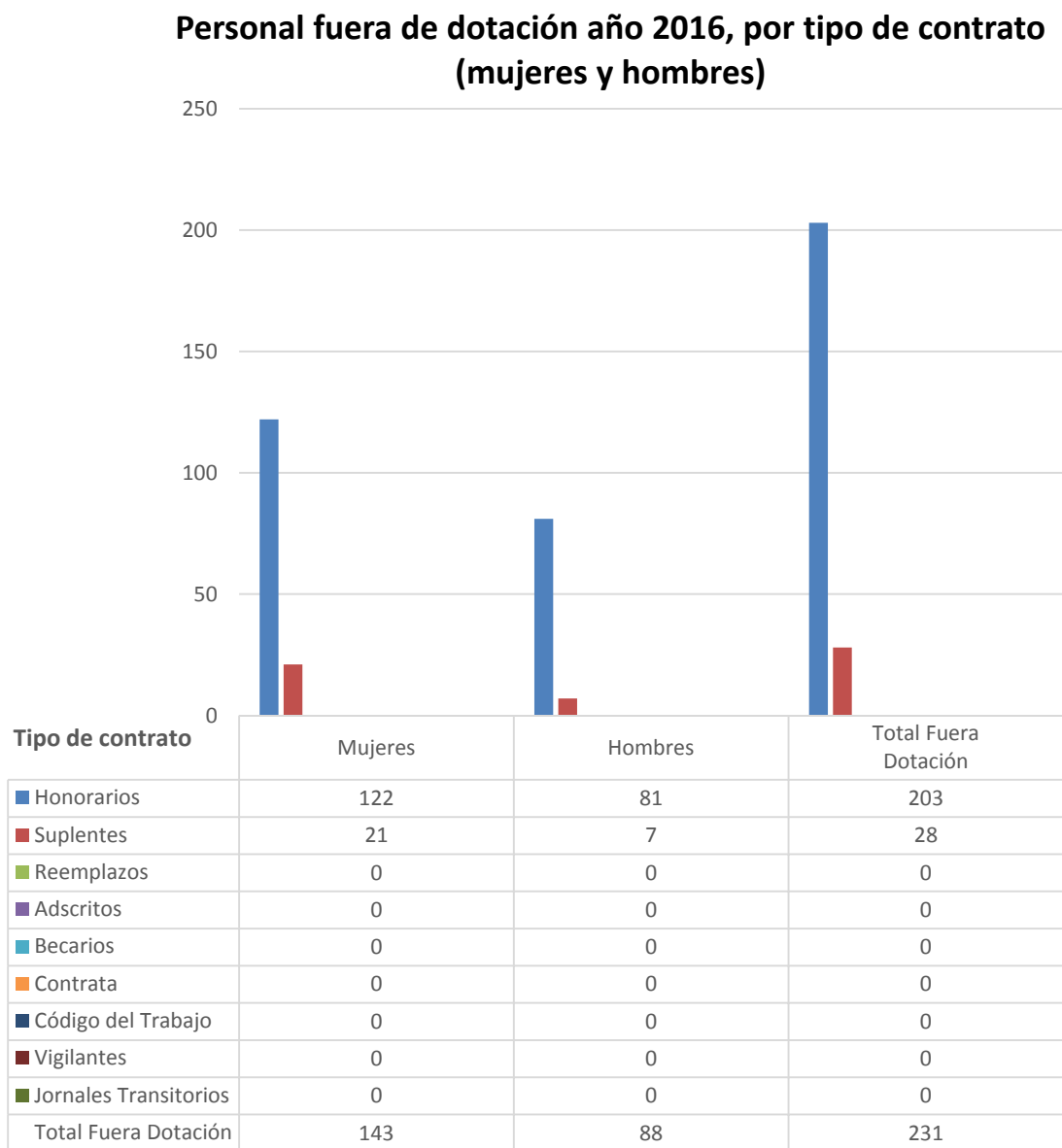
Dotación Efectiva año 2016 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)

**Dotación Efectiva año 2016 por Grupos de Edad  
(mujeres y hombres)**



b) Personal fuera de dotación

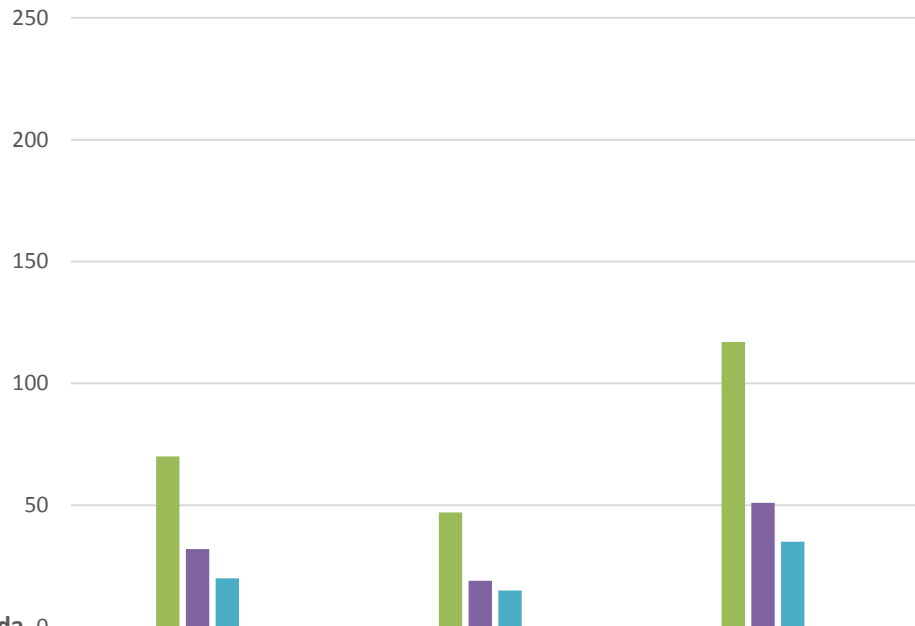
Personal fuera de dotación año 2016<sup>2</sup>, por tipo de contrato (mujeres y hombres)



2 Corresponde a toda persona excluida del cálculo de la dotación efectiva, por desempeñar funciones transitorias en la institución, tales como cargos adscritos, honorarios a suma alzada o con cargo a algún proyecto o programa, vigilantes privado, becarios de los servicios de salud, personal suplente y de reemplazo, entre otros, que se encontraba ejerciendo funciones en la Institución al 31 de diciembre de 2016.

Personal a honorarios año 2016 según función desempeñada (mujeres y hombres)

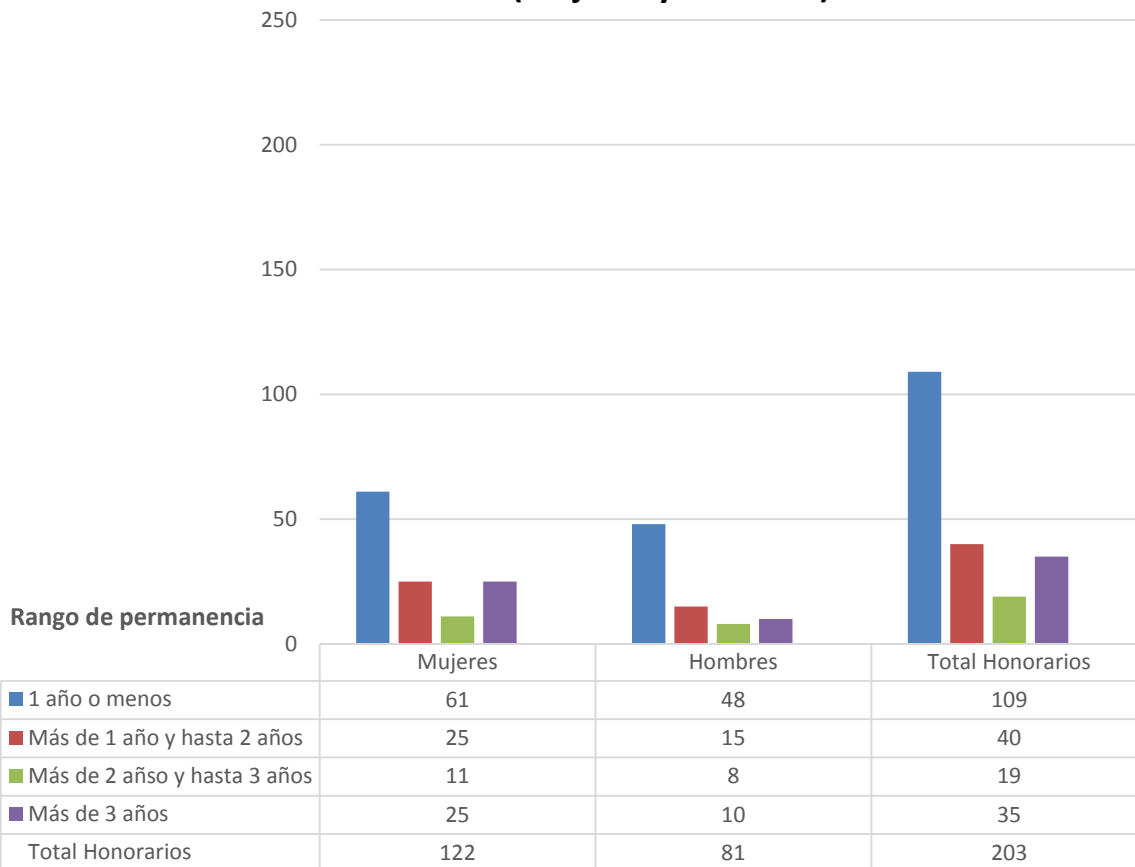
**Personal a honorarios año 2016 según función desempeñada (mujeres y hombres)**



Función desempeñada	Mujeres	Hombres	Total Honorarios
Directivos	0	0	0
Jefaturas	0	0	0
Profesionales	70	47	117
Técnicos	32	19	51
Administrativos	20	15	35
Auxiliares	0	0	0
Personal del área médica	0	0	0
<b>Total Honorarios</b>	<b>122</b>	<b>81</b>	<b>203</b>

Personal a honorarios año 2016 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)

**Personal a honorarios año 2016 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)**



## c) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

Cuadro 1					
Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos					
Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>3</sup>		Avance <sup>4</sup>	Notas
		2015	2016		
<b>1. Reclutamiento y Selección</b>					
1.1 Porcentaje de ingresos a la contrata <sup>5</sup> cubiertos por procesos de reclutamiento y selección <sup>6</sup>	(N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección/ Total de ingresos a la contrata año t)*100	31.25%	16.7%	53.44	
1.2 Efectividad de la selección	(N° ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección en año t, con renovación de contrato para año t+1/N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección)*100	100%	100%	100	
<b>2. Rotación de Personal</b>					
2.1 Porcentaje de egresos del servicio respecto de la dotación efectiva.	(N° de funcionarios que han cesado en sus funciones o se han retirado del servicio por cualquier causal año t/ Dotación Efectiva año t) *100	17.3%	13.11%	131.96	
2.2 Porcentaje de egresos de la dotación efectiva por causal de cesación.					
- Funcionarios jubilados	(N° de funcionarios Jubilados año t/ Dotación Efectiva año t)*100	4.13%	0,37%	8.95	
• Funcionarios fallecidos	(N° de funcionarios fallecidos año t/ Dotación Efectiva año t)*100	0.37%	0%	0	
- Retiros voluntarios					
o con incentivo al retiro	(N° de retiros voluntarios que acceden a incentivos al retiro año t/ Dotación efectiva año t)*100	4.13%	0%	0	
o otros retiros voluntarios	(N° de retiros otros retiros voluntarios año t/ Dotación efectiva año t)*100	5.63%	7.49%	75.16	
• Otros	(N° de funcionarios retirados por otras causales año t/ Dotación efectiva año t)*100	7.14%	5.24%	136.25	

3 La información corresponde al período Enero 2016 - Diciembre 2016 y Enero 2015 - Diciembre 2015, según corresponda.

4 El avance corresponde a un índice con una base 100, de tal forma que un valor mayor a 100 indica mejoramiento, un valor menor a 100 corresponde a un deterioro de la gestión y un valor igual a 100 muestra que la situación se mantiene.

5 Ingreso a la contrata: No considera el personal a contrata por reemplazo, contratado conforme al artículo 9 de la ley de presupuestos 2016.

6 Proceso de reclutamiento y selección: Conjunto de procedimientos establecidos, tanto para atraer candidatos/as potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización, como también para escoger al candidato más cercano al perfil del cargo que se quiere proveer.

**Cuadro 1**  
**Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos**

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>3</sup>		Avance <sup>4</sup>	Notas
		2015	2016		
2.3 Índice de recuperación de funcionarios	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios ingresados año } t / \text{N}^\circ \text{ de funcionarios en egreso año } t) * 100$	110.6%	85.71%	77.49	
<b>3. Grado de Movilidad en el servicio</b>					
3.1 Porcentaje de funcionarios de planta ascendidos y promovidos respecto de la Planta Efectiva de Personal.	$(\text{N}^\circ \text{ de Funcionarios Ascendidos o Promovidos}) / (\text{N}^\circ \text{ de funcionarios de la Planta Efectiva}) * 100$	0	0	0	
3.2 Porcentaje de funcionarios recontractados en grado superior respecto del N° efectivo de funcionarios contratados.	$(\text{N}^\circ \text{ de funcionarios recontractados en grado superior, año } t) / (\text{Total contratos efectivos año } t) * 100$	20,78%	6,41%	30.84	
<b>4. Capacitación y Perfeccionamiento del Personal</b>					
4.1 Porcentaje de Funcionarios Capacitados en el año respecto de la Dotación efectiva.	$(\text{N}^\circ \text{ funcionarios Capacitados año } t / \text{Dotación efectiva año } t) * 100$	57%	39.3%	68.94	
4.2 Promedio anual de horas contratadas para capacitación por funcionario.	$\frac{\sum (\text{N}^\circ \text{ de horas contratadas en act. de capacitación año } t * \text{N}^\circ \text{ participantes en act. de capacitación año } t)}{\text{N}^\circ \text{ de participantes capacitados año } t}$	9,39	23	244.94	
4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia <sup>7</sup>	$(\text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año } t / \text{N}^\circ \text{ de actividades de capacitación en año } t) * 100$	6,89%	8.1%	117.56	
4.4 Porcentaje de becas <sup>8</sup> otorgadas respecto a la Dotación Efectiva.	$\text{N}^\circ \text{ de becas otorgadas año } t / \text{Dotación efectiva año } t * 100$	0	0	0	
<b>5. Días No Trabajados</b>					
5.1 Promedio mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de licencias médicas, según tipo.					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Licencias médicas por enfermedad o accidente común (tipo 1).</li> </ul>	$(\text{N}^\circ \text{ de días de licencias médicas tipo 1, año } t / 12) / \text{Dotación Efectiva año } t$	1.48	1.20	123.3	

7 Evaluación de transferencia: Procedimiento técnico que mide el grado en que los conocimientos, las habilidades y actitudes aprendidos en la capacitación han sido transferidos a un mejor desempeño en el trabajo. Esta metodología puede incluir evidencia conductual en el puesto de trabajo, evaluación de clientes internos o externos, evaluación de expertos, entre otras.

No se considera evaluación de transferencia a la mera aplicación de una encuesta a la jefatura del capacitado, o al mismo capacitado, sobre su percepción de la medida en que un contenido ha sido aplicado al puesto de trabajo.

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



**Cuadro 1**  
**Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos**

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>3</sup>		Avance <sup>4</sup>	Notas
		2015	2016		
• Licencias médicas de otro tipo <sup>9</sup>	(N° de días de licencias médicas de tipo diferente al 1, año t/12)/Dotación Efectiva año t	1.25	0.76	164.4	
5.2 Promedio Mensual de días no trabajados por funcionario, por concepto de permisos sin goce de remuneraciones.	(N° de días de permisos sin sueldo año t/12)/Dotación Efectiva año t	0.23	0.092	250	
<b>6. Grado de Extensión de la Jornada</b>					
Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionario.	(N° de horas extraordinarias diurnas y nocturnas año t/12)/ Dotación efectiva año t	1.054	2.66	39.62	
<b>7. Evaluación del Desempeño<sup>10</sup></b>					
7.1 Distribución del personal de acuerdo a los resultados de sus calificaciones.	N° de funcionarios en lista 1 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	99.6%	95.87%	-	
	N° de funcionarios en lista 2 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	0.40%	3.72%	-	
	N° de funcionarios en lista 3 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	0	0,41%	0	
	N° de funcionarios en lista 4 año t / Total funcionarios evaluados en el proceso año t	0	0	0	
7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño <sup>11</sup> implementado	SI: Se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño. NO: Aún no se ha implementado un sistema formal de retroalimentación del desempeño.	NO	SI		
<b>8. Política de Gestión de Personas</b>					
Política de Gestión de Personas <sup>12</sup> formalizada vía Resolución Exenta	SI: Existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta. NO: Aún no existe una Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución Exenta.	SI	SI		

9 No considerar como licencia médica el permiso postnatal parental.

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

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

12 Política de Gestión de Personas: Consiste en la declaración formal, documentada y difundida al interior de la organización, de los principios, criterios y principales herramientas y procedimientos que orientan y guían la gestión de personas en la institución.

**Cuadro 1**  
**Avance Indicadores de Gestión de Recursos Humanos**

Indicadores	Fórmula de Cálculo	Resultados <sup>3</sup>		Avance <sup>4</sup>	Notas
		2015	2016		
<b>9. Regularización de Honorarios</b>					
9.1 Representación en el ingreso a la contrata	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios traspasadas a la contrata año } t / \text{Total de ingresos a la contrata año } t) * 100$	7.79%	26.6%	29.28	
9.2 Efectividad proceso regularización	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios traspasadas a la contrata año } t / \text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t-1) * 100$	23.07%	10%	43.34	
9.3 Índice honorarios regularizables	$(\text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t / \text{N}^\circ \text{ de personas a honorarios regularizables año } t-1) * 100$	100%	113.7%	87.91	

## Anexo 3: Recursos Financieros

### a) Resultados de la Gestión Financiera

Cuadro 2			
Ingresos y Gastos devengados año 2015 – 2016			
Denominación	Monto Año 2015 M\$ <sup>13</sup>	Monto Año 2016 M\$	Notas
<b>INGRESOS</b>	<b>26.545.667</b>	<b>28.369.448</b>	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	1.150.136	3.274.043	
RENTAS DE LA PROPIEDAD	0	3.746	
OTROS INGRESOS CORRIENTES	242.382	188.287	
APORTE FISCAL	25.151.927	24.895.120	
VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	0	8.252	
RECUPERACIÓN DE PRÉSTAMOS	1.222	0	
<b>GASTOS</b>	<b>26.565.099</b>	<b>28.334.268</b>	
GASTOS EN PERSONAL	7.851.846	7.906.955	
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.174.629	2.358.534	
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	271.727	24.201	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	15.750.895	17.636.122	
OTROS GASTOS CORRIENTES	16.913	4.778	
ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	300.441	326.069	
INICIATIVAS DE INVERSIÓN	70.059	0	
SERVICIO DE LA DEUDA	128.589	77.609	
<b>RESULTADO</b>	<b>-19.432</b>	<b>35.180</b>	

<sup>13</sup> La cifras están expresadas en M\$ del año 2016. El factor de actualización de las cifras del año 2015 es 1,0379.

b) Comportamiento Presupuestario año 2015

Cuadro 3								
Análisis de Comportamiento Presupuestario año 2016								
Subt.	Item	Asig.	Denominación	Presupuesto Inicial <sup>14</sup> (M\$)	Presupuesto Final <sup>15</sup> (M\$)	Ingresos y Gastos Devengados (M\$)	Diferencia <sup>16</sup> (M\$)	Notas <sup>17</sup>
			<b>INGRESOS</b>	<b>28.025.658</b>	<b>28.343.527</b>	<b>28.369.448</b>	<b>-25.921</b>	
05			<b>TRANSFERENCIAS CORRIENTES</b>	<b>3.269.700</b>	<b>3.274.076</b>	<b>3.274.043</b>	<b>33</b>	
	01		Del Sector Privado	0	4.376	4.343	33	
		003	Administradora del Fondo para Bonificación por Retiro	0	4.376	0	4.376	
		999	Otros	0	0	4.343	-4.343	
	02		Del Gobierno Central	3.269.700	3.269.700	3.269.700	0	
		129	Subsecretaría de Turismo	3.269.700	3.269.700	3.269.700	0	
06			<b>RENTAS DE LA PROPIEDAD</b>	<b>0</b>	<b>3.784</b>	<b>3.746</b>	<b>38</b>	
08			<b>OTROS INGRESOS CORRIENTES</b>	<b>164.277</b>	<b>164.277</b>	<b>188.287</b>	<b>-24.010</b>	
	01		Recuperaciones y Reembolsos por Licencias Médicas	148.664	148.664	135.706	12.958	
	99		Otros	15.613	15.613	52.581	-36.968	
09			<b>APORTE FISCAL</b>	<b>24.591.681</b>	<b>24.895.120</b>	<b>24.895.120</b>	<b>0</b>	
	01		Libre	24.591.681	24.895.120	24.895.120	0	
10			<b>VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS</b>	<b>0</b>	<b>6.270</b>	<b>8.252</b>	<b>-1.982</b>	
	03		Vehículos	0	6.270	8.252	-1.982	
			<b>GASTOS</b>	<b>28.025.668</b>	<b>28.586.272</b>	<b>28.334.268</b>	<b>252.004</b>	
21			<b>GASTOS EN PERSONAL</b>	<b>7.509.865</b>	<b>8.010.059</b>	<b>7.906.955</b>	<b>103.104</b>	(1)
22			<b>BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO</b>	<b>2.422.276</b>	<b>2.388.065</b>	<b>2.358.534</b>	<b>29.531</b>	
23			<b>PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL</b>	<b>0</b>	<b>24.269</b>	<b>24.201</b>	<b>68</b>	
	03		Prestaciones Sociales del Empleador	0	24.269	24.201	68	
24			<b>TRANSFERENCIAS CORRIENTES</b>	<b>17.740.916</b>	<b>17.740.916</b>	<b>17.636.122</b>	<b>104.794</b>	
	01		Al Sector Privado	17.740.916	17.740.916	17.636.122	104.794	

14 Presupuesto Inicial: corresponde al aprobado en el Congreso.

15 Presupuesto Final: es el vigente al 31.12.2016.

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

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

	131	Programa de Promoción Turística	8.818.742	8.818.742	8.767.811	50.931	
	132	Programa Vacaciones Tercera Edad	5.308.514	5.308.514	5.292.244	16.270	
	133	Programa Giras de Estudio	2.316.160	2.316.160	2.288.346	27.814	
	135	Programa Turismo Familiar	1.297.500	1.297.500	1.287.721	9.779	
26		OTROS GASTOS CORRIENTES	0	4.779	4.778	1	
	01	Devoluciones	0	4.779	4.778	1	
29		ADQUISICIÓN DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	352.611	340.575	326.069	14.506	
	03	Vehículos	66.595	44.619	32.189	12.430	(2)
	04	Mobiliario y Otros	0	7.214	7.167	47	
	05	Máquinas y Equipos	0	2.726	2.610	116	
	07	Programas Informáticos	286.016	286.016	284.103	1.913	
34		SERVICIO DE LA DEUDA	0	77.609	77.609	0	
	07	Deuda Flotante	0	77.609	77.609	0	
		RESULTADO	-10	-242.745	35.180	-277.925	

Nota:

- (1) La menor ejecución se debe principalmente a los siguientes eventos:
  - a. Postergación en la contratación de un Auditor Interno y un analista de FNDR M\$29.800
  - b. Desfase de 3 meses en la contratación del Encargado de Gestión de Personas M\$8.057
  - c. No contratación por 3 meses (octubre a diciembre) de Analista Sistema FNDR M\$ 7.980.
  - d. Renuncia de Encargada de Productos y Destinos Sustentables M\$2.395.
  - e. Ocupación de 100% de glosa de honorarios, lo que no permitió contratar bajo esta modalidad.
  - f. Menores gastos en Viáticos en el país M\$22.627, Viáticos al extranjero M\$2.346, Funciones críticas M\$2.288, Horas Extras M\$ 1.980 y otros por M\$ 2.028
- (2) El presupuesto original contemplaba el reemplazo de 4 vehículos institucionales, pero debido a la reducción del presupuesto del subtítulo 29, ítem 03 vehículos, de M\$21.976, consignado en el Decreto N°295 del 11/03/2016, el nuevo monto asignado solo permitió adquirir solo 2 vehículos con las características que se necesitaban (4x4), debido al tope de 360 UTM por vehículo, con lo cual no se logró ejecutar el 100% del presupuesto asignado.

### c) Indicadores Financieros

Cuadro 4 Indicadores de Gestión Financiera							
Nombre Indicador	Fórmula Indicador	Unidad de medida	Efectivo <sup>18</sup>			Avance <sup>19</sup> 2016/ 2015	Notas
			2014	2015	2016		
Comportamiento del Aporte Fiscal (AF)	AF Ley inicial / (AF Ley vigente – Políticas Presidenciales <sup>20</sup> )		0,90	0,97	0,99	101,71	
Comportamiento de los Ingresos Propios (IP)	$\frac{[IP \text{ Ley inicial} / IP \text{ devengados}]}{[IP \text{ percibidos} / IP \text{ devengados}]}$						
	$\frac{[IP \text{ percibidos} / Ley \text{ inicial}]}{[DF / Saldo \text{ final de caja}]}$		0,99	0,49	0,22	45,09	
Comportamiento de la Deuda Flotante (DF)	$\frac{(DF + \text{compromisos cierto no devengados})}{(\text{Saldo final de caja} + \text{ingresos devengados no percibidos})}$		0,98	0,49	0,22	45,30	

### d) Fuente y Uso de Fondos

Cuadro 5 Análisis del Resultado Presupuestario 2016 <sup>21</sup>				
Código	Descripción	Saldo Inicial	Flujo Neto	Saldo Final
	<b>FUENTES Y USOS</b>	<b>252.395</b>	<b>35.169</b>	<b>287.564</b>
	Carteras Netas	0	-63.056	-63.056
115	Deudores Presupuestarios	0	10.675	10.675
215	Acreedores Presupuestarios	0	-73.731	-73.731
	Disponibilidad Neta	3.840.127	-2.088.978	1.751.149
111	Disponibilidades en Moneda Nacional	3.838.183	-2.089.325	1.748.858
112	Disponibilidad en Moneda Extranjera	1.944	347	2.291
	Extrapresupuestario neto	-3.587.732	2.187.203	-1.400.529
114	Anticipo y Aplicación de Fondos	8.095.968	416.907	8.512.875
116	Ajustes a Disponibilidades	10.224	1	10.225
119	Trasposos Interdependencias	0	2.810.565	2.810.565
214	Depósitos a Terceros	-11.646.825	1.770.925	-9.875.900
216	Ajustes a Disponibilidades	-47.099	-623	-47.722
219	Trasposos Interdependencias	0	-2.810.572	-2.810.572

18 Las cifras están expresadas en M\$ del año 2016. Los factores de actualización de las cifras de los años 2014 y 2015 son 1,0830 y 1,0379 respectivamente.

19 El avance corresponde a un índice con una base 100, de tal forma que un valor mayor a 100 indica mejoramiento, un valor menor a 100 corresponde a un deterioro de la gestión y un valor igual a 100 muestra que la situación se mantiene.

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

21 Corresponde a ingresos devengados – gastos devengados.

## e) Cumplimiento Compromisos Programáticos

Cuadro 6				
Ejecución de Aspectos Relevantes Contenidos en el Presupuesto 2016				
Denominación	Ley Inicial	Presupuesto Final	Devengado	Observaciones
<b>INGRESOS</b>	<b>28.025.668</b>	<b>28.586.272</b>	<b>28.369.448</b>	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	3.269.700	3.274.076	3.274.043	
RENTAS DE LA PROPIEDAD	0	3.784	3.746	
OTROS INGRESOS CORRIENTES	164.277	164.277	188.287	
APORTE FISCAL	24.591.681	24.895.120	24.895.120	
VENTA DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	0	6.270	8.252	
RECUPERACION DE PRESTAMOS	0	0	0	
SALDO INICIAL DE CAJA	10	242.745	0	
<b>GASTOS</b>	<b>28.025.668</b>	<b>28.586.272</b>	<b>28.334.268</b>	
GASTOS EN PERSONAL	7.509.865	8.010.059	7.906.955	
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	2.422.276	2.388.065	2.358.534	
PRESTACIONES DE SEGURIDAD SOCIAL	0	24.269	24.201	
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	17.740.916	17.740.916	17.636.122	
OTROS GASTOS CORRIENTES	0	4.779	4.778	
ADQUISICION DE ACTIVOS NO FINANCIEROS	352.611	340.575	326.069	
INICIATIVAS DE INVERSIÓN	0	0	0	
SERVICIO DE LA DEUDA	0	77.609	77.609	
<b>RESULTADO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>35.180</b>	

f) Transferencias<sup>22</sup>

Cuadro 7					
Transferencias Corrientes					
Descripción	Presupuesto Inicial 2016 <sup>23</sup> (M\$)	Presupuesto Final 2016 <sup>24</sup> (M\$)	Gasto Devengado (M\$)	Diferencia <sup>25</sup>	Notas
<b>TRANSFERENCIAS AL SECTOR PRIVADO</b>	<b>17.740.916</b>	<b>17.740.916</b>	<b>17.636.122</b>	<b>104.794</b>	
Gastos en Personal	663.135	761.002	668.289	92.713	
Bienes y Servicios de Consumo	75.231	75.231	70.108	5.123	
Inversión Real	0	0	0	0	
Otros	17.002.550	16.904.683	16.897.725	6.958	
<b>TRANSFERENCIAS A OTRAS ENTIDADES PÚBLICAS</b>					
Gastos en Personal					
Bienes y Servicios de Consumo					
Inversión Real					
Otros <sup>26</sup>					
<b>TOTAL TRANSFERENCIAS</b>	<b>17.740.916</b>	<b>17.740.916</b>	<b>17.636.122</b>	<b>104.794</b>	

g) Inversiones<sup>27</sup>

Durante el 2016 no hubo imputaciones al subtítulo 31.

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

23 Corresponde al aprobado en el Congreso.

24 Corresponde al vigente al 31.12.2016

25 Corresponde al Presupuesto Final menos el Gasto Devengado.

26 Corresponde a Aplicación de la Transferencia.

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



# Anexo 4: Indicadores de Desempeño año 2016

## Logro de Indicadores Formulario H 2016

<b>MINISTERIO</b>	MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO	<b>PARTIDA</b>	07
<b>SERVICIO</b>	SERVICIO NACIONAL DE TURISMO	<b>CAPITULO</b>	09

N	Producto estratégico	Nombre Indicador	Formula Indicador	Unidad de Medida	Efectivo			Meta	Logro % <sup>28</sup>	Notas
					2014	2015	2016	2016		
1		Porcentaje de llegadas de turistas al país en el año t respecto de la proyección de llegadas al año 2020. Enfoque de Género: No	(Número de llegadas de turistas al país en el año t / Número de llegadas de turistas al país proyectados al año 2020) * 100	%	71.31 (3674391.00/5152582.00)*100	0.00 (5640700.00/5152582.00)*100	109.47 (5640700.00/5152582.00)*100	81.04 (4175416.00/5152582.00)*100	100,0%	1
2		Promedio mensual de visitas únicas a los sitios web de promoción turística nacional e internacional dispuestos por Sernatur en el año t	(Total de visitas a los sitios web de promoción turística dispuestos por Sernatur en el año t / 12)	número	296047 (3552564/12)	0	377728 (4532735/12)	320000 (3840000/12)	100,0%	2
		Enfoque de Género: No								

<sup>28</sup> El porcentaje de logro mide cuánto cumple el indicador en relación a su meta; y es el resultado del valor efectivo dividido por la meta comprometida, si el indicador es ascendente. Si éste es descendente se divide la meta respecto al valor efectivo. El cociente obtenido se denomina "Porcentaje de logro". Este porcentaje toma valores en el rango entre 0% y 100%

3	Programas de Turismo Social.	(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-1)*100	14.66	0.00	27.43	15.08	100,0%	3
		%	(388673.00/2651922.00)*100		(446115.00/1626451.00)*100	(399891.00/2651922.00)*100		

4	Programas de Turismo Social.	(N° de beneficiario/as viajado/as en el Programa Vacaciones Tercera Edad año t/N° total de población potencial del Programa Vacaciones Tercera Edad año t)*100	1.74	0.00	2.04	1.83	100,0%	4
		%	(44982.00/2578823.00)*100		(56873.00/2786689.00)*100	(50914.00/2786689.00)*100		

5	Programas de Turismo Social.	(N° de beneficiario/as viajado/as en el Programa Gira de Estudio año t/N° total de beneficiario/as viajado/as en el Programa Gira de Estudio año t)*100	2.73	0.00	3.05	2.52	100,0%	5
		%	(24337.00/891954.00)*100		(26839.00/880204.00)*100	(22146.00/880204.00)*100		

t población  
potencial  
Enfoque del  
de Programa  
Género: Gira de  
No Estudio año  
 $t-1$ )\*100

**Porcentaje de Logro del Servicio 29**

100,0

1 El indicador ha considerado las mediciones de llegada de turistas como aquellas personas residentes en el extranjero que ingresan a Chile por motivos turísticos y pernoctan en el país (RIET, OMT 2009), a través de los pasos fronterizos terrestres y aéreos de Chile. El indicador durante el transcurso del año, puede sufrir modificaciones como consecuencia de factores exógenos que afecten directamente al flujo de visitantes a nivel mundial, tales como; desastres naturales, restricciones económicas en los principales países emisores, eventos deportivos-musicales masivos en países de la región, entre otros.

Para el numerador: Se considera el número de llegadas de turistas extranjeros al País al 31 de diciembre del año de medición. Esta información es elaborada por SERNATUR en base a información proporcionada por la Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional, y Carabineros de Chile (OS3).

Para el denominador: La proyección establecida en el denominador al año 2020, corresponde a la cifra que estimada por Sernatur dada la inversión en promoción internacional que se está realizando, que para el año 2016 corresponde a US\$100 millones, lo cual permite acelerar la productividad de este sector, estimando entonces que al 2020 Chile registrarán 5.152.582 llegadas de turistas.

2 Se entenderá por "total de visitas únicas a los sitios web de promoción turística nacional e internacional dispuestos por Sernatur año t", la sumatoria de visitas a los sitios webs de promoción turística: [www.chile.travel](http://www.chile.travel) y [www.chileestuyo.cl](http://www.chileestuyo.cl).

Para el numerador: Se contabilizan las visitas a los sitios mencionados realizadas entre el 01 de enero y el 31 de diciembre del año de medición y que permanecen al menos 4 segundos de navegación en la respectiva página. Los datos son obtenidos de la herramienta Google Analytics

Para el denominador: Se contabilizan los 12 meses del año calendario.

3 El indicador considera como Programas Sociales: Programa Gira de Estudio y Vacaciones Tercera Edad, en las temporadas vigentes respectivas dentro del año de medición.

Para el numerador: Se considerará el número efectivo de ocupación de noches-cama lograda en el año de medición por los Programas de Turismo Social, abarcando todos los establecimientos de alojamiento que recibieron pasajero/a independiente de la modalidad de los programas (regular, social, intrarregional e interregional).

Para el denominador: Se considera el número de noches camas disponibles en los Establecimientos de alojamiento participantes de los Programas de Turismo Social en el año anterior (t-1) a la medición del indicador.

Se debe consignar que para realizar la estimación de la meta consideró como denominador en todos los años la disponibilidad de noches-cama correspondiente al año 2014, y para su reporte oficial, se informará el efectivo al año t-1 (2015).

4 Para el numerador: se contabilizará beneficiario/a viajado/as como un viaje realizado en el marco del Programa Vacaciones Tercera Edad durante el año calendario correspondiente a la medición del indicador (año t), independiente de la modalidad del viaje (regular, social, intrarregional o interregional, según corresponda).

Para el denominador: se considerará como potenciales pasajero/as del Programa Vacaciones Tercera Edad la proyección de adultos mayores con una edad igual o superior a 60 años en el periodo de medición del indicador (año t), según lo establecido por las

<sup>29</sup> El "Porcentaje de Logro por Servicio" corresponde al promedio simple del logro de cada uno de los indicadores comprometidos y evaluados por el Servicio, en el rango de 0% a 100%.

proyecciones demográficas realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en el documento Población, País y Regiones: Actualización Población 2002-2012 y Proyecciones 2013-2020.

5 Para el numerador: se contabilizará como beneficiario/as viajados/as un viaje realizado en el marco del Programa Gira de Estudio durante el año calendario correspondiente a la medición del indicador (año t), independiente de la modalidad del viaje (regular, intrarregional o interregional, según corresponda).

Para el denominador: se considerará como potenciales pasajero/as del Programa Gira de Estudio la suma de los alumnos/as de enseñanza media pertenecientes a establecimientos de educación municipal y particular subvencionados diurnos informados en la encuesta IVE-SINAE del año anterior a la medición del indicador (año t-1), más la estimación de profesores y/o inspectores que viajarían junto a la totalidad de alumnos potenciales.

## Anexo 5: Compromisos de Gobierno

No aplica al Servicio Nacional de Turismo

## Anexo 7: Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2016

### INFORME DE CUMPLIMIENTO DEL PROGRAMA DE MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN AÑO 2016

#### IDENTIFICACIÓN

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

#### FORMULACIÓN PMG

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Objetivos de	Prioridad	Ponderación Comprometida	Ponderación obtenida
			Etapas de Desarrollo o Estados			
			I			
Marco Básico	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional	O	Alta	100%	95%
Porcentaje Total de Cumplimiento :						95%

#### SISTEMAS EXIMIDOS/MODIFICACIÓN DE CONTENIDO DE ETAPA

Marco	Área de Mejoramiento	Sistemas	Tipo	Etapa	Justificación
Marco Básico	Planificación y Control de Gestión	Sistema de Monitoreo del Desempeño Institucional   Gobierno Digital	Modificar	1	El servicio compromete el Objetivo 2, excepto el indicador Porcentaje de trámites digitalizados al año t respecto del total de trámites identificados en el catastro de trámites del año t-1.

**DETALLE EVALUACIÓN SISTEMA DE MONITOREO DEL DESEMPEÑO INSTITUCIONAL**

**RESUMEN RESULTADOS POR OBJETIVO DE GESTIÓN**

N°	Objetivos de Gestión	Compromiso		Resultado Evaluación		N° Indicadores Descuento por error	Dificultades de Implementación no previstas	Ponderación Resultado Fnal
		Ponderación	N° Indicadores Comprometidos	Ponderación	N° Indicadores Cumplidos			
1	Cumplir Meta de Indicadores de Productos Estratégicos	60%	5	60%	5	0		60%
2	Medir, informar correctamente y publicar los Indicadores Transversales	40%	8	35%	7	No aplica	No aplica	35%
3	Cumplir Meta de Indicadores Transversales	0%	0	0%	0	No aplica		0%
	Total	100%	13	95%	12	0		95%

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

N°	Indicador	Meta 2016	Efectivo 2016 (resultado evaluación final)	% Cumplimiento (resultado evaluación final)	Descuento por error	% Ponderación Comprometida	% Ponderación obtenida (resultado evaluación final)
1	Porcentaje de beneficiario/as viajado/as en el Programa Vacaciones Tercera Edad en el año t	1,83	2,04	111,5	No	10,0	10,0
2	Porcentaje de beneficiario/as viajdo/as en el Programa Gira de Estudio en el año t	2,52	3,05	121,0	No	10,0	10,0
3	Porcentaje de llegadas de turistas al país en el año t respecto de la proyección de llegadas al año 2020.	81,04	109,47	135,1	No	15,0	15,0
4	Porcentaje de ocupación de noches camas utilizadas en los Programas de Turismo Social en el año t	15,08	27,43	181,9	No	10,0	10,0
5	Promedio mensual de visitas únicas a los sitios web de promoción turística nacional e internacional dispuestos por Sernatur en el año t	320000	377728	118,0	No	15,0	15,0
	Total:					60	60



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

N°	Indicador	Efectivo 2016 (resultado evaluación final)	Cumplimiento Compromisos		
			Medir	Informar	Publicar
1	Porcentaje de compromisos de Auditorías implementados en el año t.	36	Si	SI	Si
2	Porcentaje de controles de seguridad de la información implementados respecto del total definido en la Norma NCh-ISO 27001, en el año t.	25	Si	SI	Si
3	Porcentaje de iniciativas de descentralización y desconcentración implementadas en el año t	100	Si	SI	Si
4	Porcentaje de licitaciones sin oferente en el año t.	3,51	Si	SI	Si
5	Porcentaje de actividades de capacitación con compromiso de evaluación de transferencia en el puesto de trabajo realizadas en el año t	100,00	No	SI	Si
6	Tasa de accidentabilidad por accidentes del trabajo en el año t.	1,36	Si	SI	Si
7	Porcentaje de medidas para la igualdad de género del Programa de Trabajo implementadas en el año t	100	Si	SI	Si
8	Porcentaje de solicitudes de acceso a la información pública respondidas en un plazo menor o igual a 15 días hábiles en el año t.	38	Si	SI	Si

Estado Aplicativo Web Cumplimiento [PMG/MEI]:	REVISADO COMITÉ PMG
Fecha de emisión:	22-03-2017 17:45

## Anexo 8: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

Cuadro 12 Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo año 2016				
Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo <sup>30</sup>	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas <sup>31</sup>	Incremento por Desempeño Colectivo <sup>32</sup>
Gabinete	19	4	100%	8%
Fiscalía	8	3	100%	8%
Subdirección de Desarrollo	10	4	100%	8%
Estadísticas	9	4	100%	8%
Promoción Turística	10	4	100%	8%
Gestión de Personas	14	3	100%	8%
Administración y Finanzas	21	4	100%	8%
Información Turística	8	4	100%	8%
Turismo Social	6	4	100%	8%
Productos y Destinos Sustentables	8	4	100%	8%
Dirección Regional de Tarapacá	8	4	100%	8%
Dirección Regional de Antofagasta	9	4	100%	8%
Dirección Regional de Atacama	9	4	100%	8%
Dirección Regional de Coquimbo	9	4	100%	8%
Dirección Regional de Valparaíso	14	4	100%	8%
Dirección Regional de O'Higgins	12	4	100%	8%
Dirección Regional del Maule	7	4	100%	8%
Dirección Regional de Bio Bio	20	4	100%	8%
Dirección Regional de Araucanía	11	4	100%	8%
Dirección Regional de Los Lagos	17	4	100%	8%

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

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

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

Dirección Regional de Los Ríos	15	4	100%	8%
Dirección Regional de Aysén	15	4	100%	8%
Dirección Regional de Magallanes	12	4	100%	8%
Dirección Regional Metropolitana	12	4	100%	8%
Dirección Regional de Arica y Parinacota	12	4	100%	8%

Monto de recursos que se pagará en el año 2017 en base a su cumplimiento total: \$ 312.383.540, Promedio por persona: \$ 1.131.824 y Porcentaje del gasto total en subtítulo 21: 4,0%

## Anexo 9: Resultados en la Implementación de medidas de Género y descentralización / desconcentración en 2016.

### - Género

Durante el 2016 se llevó a cabo en su totalidad el Programa de trabajo Equidad de Género del SERNATUR, dando cumplimiento con las 4 medidas y 12 submedidas establecidas de gestión interna y de impacto a la ciudadanía, donde se destacan las siguientes:

- Se realizaron 173 publicaciones (notas y entrevistas) destacando el rol de la Mujer en el turismo a nivel nacional, de las cuales 32 fueron publicadas en [www.sernatur.cl](http://www.sernatur.cl) y 141 en medios de comunicación de alcance nacional y regional.
- Programa Más Capaz, Mujer Emprendedora 2016, permitió capacitar a 148 artesanas de las regiones de Tarapacá (comunas de Alto Hospicio y Pozo Almonte), Araucanía (comuna de Nueva Imperial) y Los Lagos (comunas de Ancud y San Juan de la Costa). La selección de las beneficiarias y las regiones priorizadas se realizó en conjunto con la Fundación Artesanas de Chile. El Programa buscó mejorar el acceso y permanencia en el mercado laboral de las mujeres, además de enseñarles teoría y herramientas que pudiesen aplicar para potenciar sus pequeños negocios. Ello, a fin de fomentar la independencia, confianza, innovación y el crecimiento personal y profesional de las artesanas.
- Concurso Mujer Empresaria Turística en alianza con Banco Estado y Ministerio de la Mujer y Equidad de Género. Durante el 2016 se llevó a cabo la séptima versión de este concurso, recibándose un total de 647 postulaciones a nivel nacional, un 37% más que las recibidas en el año 2015 y premiando con \$1,5 millones a 2 mujeres con emprendimientos turísticos en Arica y en Coyhaique a nivel nacional. Esta iniciativa ha contribuido a que estas emprendedoras den a conocer sus ofertas y servicios, y además, nos ha permitido como instituciones enfocar los esfuerzos y aprovechar esta instancia como una oportunidad de entregar herramientas e instrumentos que permitan mejorar la calidad de sus servicios, a través del traspaso de conocimientos técnicos como la muestra de instrumentos de fomento a los que pueden optar.

### - Descentralización / Desconcentración

Durante el 2016 SERNATUR comprometió con tres iniciativas:

- Medida Descentralización: Diseño para implementación Pilotaje de Descentralización DRT Los Ríos. Esta iniciativa se cumplió en un 100%. SERNATUR participó en las sesiones del Comité de Desarrollo Productivo desde el 14 de abril de 2016 y en las reuniones de la Mesa Interministerial con SUBDERE, Ministerio de Economía y Subsecretaría de Turismo durante todo el 2016.
- Medida Desconcentración: Ejecución del Programa Turismo Familiar. Esta iniciativa se cumplió en un 100%. En la primera temporada de enero a abril viajaron 205 familias, en la segunda temporada de julio a noviembre 262 familias, siendo un 63,4 % beneficiada familias con jefatura de hogar femenina.
- Elaboración de un plan bianual 2017-2018 de nuevas iniciativas a implementar de descentralización y/o desconcentración. Esta iniciativa se cumplió en un 100%. Estableciéndose dos iniciativas: Diseñar e implementar un proyecto para preparar la desconcentración de funciones y actividades en las Direcciones Regionales; y Fortalecer a las Direcciones Regionales implementando acciones que mejoren las necesidades críticas detectadas.

## Anexo 10: Oferta Programática identificadas del Servicio en su ejecución 2016.

La Oferta Programática de un servicio debe ser entendida como el “conjunto de bienes y servicios que genera y provee dicha institución en el marco de su misión y mandato legal, y que pueden ser consistentemente agregados en un formato de Programa Público o de Iniciativa Programática”.

De esta manera, en el marco de una estrategia de Presupuestación basada en Resultados y a partir de la información provista por el -Servicio Nacional de Turismo-, se han identificado y validado los siguientes Programas e Iniciativas Programáticas en su ejecución 2016.

N	Nombre	Tipo
1	Programa de Promoción Turística Internacional	Programa
2	Programa Gira de Estudio	Programa
3	Programa Nacional de Evaluación y Acreditación de Conocimientos y Competencias Necesarias para los Guías de Turismo	Programa
4	Programa Turismo Familiar (Piloto)	Programa
5	Programa Vacaciones Tercera Edad	Programa

## **Anexo 11a: Proyectos de Ley en tramitación en el Congreso Nacional**

BOLETÍN: 9.170-23

Descripción: Modifica Ley 20.423 del sistema institucional para el desarrollo del Turismo.

Objetivo: Generar una nueva gobernanza en la promoción turística y el rediseño de la actual institucionalidad del turismo, redefiniendo las competencias del Comité de Ministros del Turismo, el Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, la Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo

Fecha de ingreso: 12 de mayo de 2015

Estado de tramitación: en Comisión de Hacienda

Beneficiarios directos: Empresarios turísticos, personas que desarrollan el turismo en sus distintas manifestaciones; Ministerio, Subsecretaría y Servicio Nacional de Turismo.

## **Anexo 11b: Leyes Promulgadas durante 2016**

No aplica para el Servicio Nacional de Turismo

## Anexo 12: Premios o Reconocimientos Institucionales

### Reconocimiento Chile Travel

- Julio 2016: Sitio Chile.Travel fue elegida la mejor website de destinos de Latinoamérica de acuerdo a Skift, la mayor plataforma de inteligencia de la industria turística. A su vez, el sitio fue reconocido como uno de los 25 mejores de turismo en Latinoamérica.
- La lista de 25 sitios de turismo generada por Skift prioriza las páginas con mejor experiencia de usuario en términos generales como el diseño, navegación y efectos visuales.
- Así también, se tomó en cuenta como criterio si todo lo anterior lleva al usuario a querer visitar el destino, y si realmente utiliza el sitio para buscar de manera integral una experiencia de viaje.
- En cuanto a Chile.Travel, destacó que es el mejor sitio de turismo de América Latina por emplear una arquitectura de navegación amigable para explorar las diferentes zonas del país y por entregar gran variedad de contenido en distintos niveles de subcategorías.
- La website chilena es una herramienta que cuenta con información útil sobre los destinos y actividades que se pueden realizar en nuestro país y que busca inspirar y cautivar a los potenciales viajeros desde cualquier lugar del mundo a Chile
- La plataforma se encuentra en seis idiomas (español, inglés, portugués, francés, alemán e Italia) y cuenta con varias novedades como una sección destinada a recoger y compartir las experiencias vividas por diferentes turistas en nuestro país. También, tiene un planificador de viajes donde los usuarios pueden organizar los lugares que desean visitar durante su estadía en territorio nacional.

### Presentación En #Dttt Global-Bélgica

- La organización de marketing digital de destinos, Think Digital Travel, basada en Europa, invitó a Chile e exponer a su congreso anual DTTT Global, realizado en Bélgica, sobre el exitoso trabajo realizado en el marco de los proyectos Chile.Travel y “Find Your Chile”.
- Participaron de este congreso 250 personas de distintas organizaciones de marketing de destinos del mundo.
- Chile fue el único país Latinoamericano invitado a exponer a este evento, donde diferentes ponentes compartieron las buenas prácticas y casos de éxito en materia de marketing digital.
- En relación a los casos de éxito por los cuales Chile fue invitado y sobre los cuales se habló en la presentación:
  - Chile.Travel es la página web oficial que Chile como destino turístico, y el año pasado fue lanzada la nueva versión de este sitio luego de un intenso trabajo de elaboración de contenido y reestructuración de la plataforma.
  - “Find your Chile” es una producción audiovisual que registró gran parte de los destinos turísticos de Chile, en el marco de la cual se generaron 28 videos que muestran diversas experiencias y lugares que un turista puede conocer en el país. Cada uno de los videos se realizó en formato 30 segundos y dos minutos, totalizando así 396 ediciones.