



Balance de Gestión Integral

AÑO 2023

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Servicio Nacional de Turismo





Índice

.1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo	3
.2. Resumen Ejecutivo Servicio	19
.3. Resultados de la Gestión año 2023	22
.4. Desafíos para el período de Gobierno 2024	35
.5. Anexos	41
.Anexo 1: Recursos Humanos	42
.Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023	51
.Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	52
.Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2023	53
.Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución	56
.Anexo 6: Estructura Organizacional y autoridades	58

1. Presentación Cuenta Pública del Ministro del Ramo

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

El Ministerio de Economía, Fomento y Turismo tiene como misión acelerar el crecimiento económico del país. Para alcanzar este objetivo, el ministerio está trabajando en políticas que permitan instaurar un desarrollo productivo sostenible, abordando los desafíos climáticos y sociales que enfrenta el país. Estas acciones buscan generar cambios que impulsen la productividad y competitividad de nuestra economía a toda escala, a través del conocimiento, la ciencia y la tecnología, los cuales desempeñan un papel fundamental en el aumento del bienestar nacional.

Esta tarea es llevada a cabo a través de las tres subsecretarías y once servicios dependientes y relacionados del Ministerio: Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, Subsecretaría de Turismo, Subsecretaría de Pesca y Acuicultura, Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera, Corporación de Fomento de la Producción, Servicio de Cooperación Técnica, Servicio Nacional del Consumidor, Instituto Nacional de Estadísticas, Instituto Nacional de Propiedad Industrial, Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento, Fiscalía Nacional Económica, Servicio Nacional de Turismo, Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura, y el Instituto Nacional de Desarrollo Sustentable de la Pesca Artesanal y de la Acuicultura de Pequeña Escala.

En 2023 Chile retomó la ruta del crecimiento, creciendo un 0,2%, superando todas las proyecciones hasta la fecha. En cuanto a la inversión extranjera, el país cerró 2023 con alza de 19,2%, lo que posicionó al 2023 como el año con el mayor flujo de inversión extranjera desde 2015.

El 6 de enero de 2023, y con el objetivo de definir una política de desarrollo productivo sostenible en el país, se constituyó el Comité de ministros para el Desarrollo Productivo Sostenible, la instancia, encabezada por el Ministerio, busca orientar estratégicamente los esfuerzos del Estado en ciencia, tecnología, innovación y emprendimiento; está compuesto además por los ministerios de Hacienda, Minería, Energía, Medio Ambiente, Ciencia y Tecnología, y también por la Corporación de Fomento de la Producción (Corfo).

En conciencia de lo problemático que resulta para las inversiones el proceso de obtención de permisos sectoriales, durante 2023 se trabajó en el diseño del proyecto de ley que crea el Sistema para la Regulación y Evaluación

Sectorial. Este proyecto es una reforma profunda a la forma de organización del Estado en torno a la habilitación de proyectos de inversión. A través de esta política se busca acelerar la tramitación de permisos, reduciendo entre el 30% y 70% del tiempo dependiendo de la envergadura del proyecto, junto con dar mayor certeza jurídica y mejorar el estándar de la regulación sectorial, todo sin reducir el estándar social y ambiental con el que actualmente se evalúan las inversiones.

Lanzamos junto al Ministerio de Hacienda y del Trabajo y Previsión Social, la Agenda de Productividad, que busca abordar los principales desafíos productivos del país, considerando las recomendaciones de la Comisión Nacional de Evaluación y Productividad, y que es el resultado de un trabajo conjunto con los distintos gremios empresariales y la Central Unitaria de Trabajadores, la Agenda de Productividad es ambiciosa, ya que incluye nueve ejes y más de 40 medidas que tendrán distintos plazos de implementación y su objetivo es aumentar el crecimiento de la productividad a 1,5% con el tiempo, tal como instruyó el Presidente Boric en su primera Cuenta Pública.

También supimos responder, a la emergencia generada por el sistema frontal en la zona centro sur mediante dos instrumentos dirigidos a empresas y cooperativas afectadas por las inundaciones, el Programa de Emergencia de Sercotec y el Activa Emergencia de Corfo. El primero de ellos, para facilitar la activación económica a través de asistencia técnica y un subsidio con tope de 10 millones según afectación, mientras que el programa de Corfo consistió en un cofinanciamiento para el sector, con especial foco en infraestructura, maquinaria y equipos.

El Presidente de la República, Gabriel Boric, firmó el 21 de diciembre de 2023 el proyecto de nueva Ley de Pesca, cumpliendo el compromiso que asumió en su cuenta pública de junio de 2023, de enviar la iniciativa durante el segundo semestre de ese año. Entre los principales ejes de la iniciativa destacan desarrollo sostenible de la actividad pesquera, equidad en el sector, protección social para las y los pescadores artesanales, enfoque científico técnico e incentivo al consumo humano.

Finalmente creamos, dando de esa forma cumplimiento a un compromiso programático, el Instituto Nacional de Asociatividad y Cooperativismo (INAC), lo que representa uno de los hitos más relevantes para el fomento y apoyo al cooperativismo en las últimas décadas.

Dentro de los logros alcanzados por los servicios dependientes del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo en 2023, se destacan los siguientes:

1. Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño

Se modernizó el sistema de compras públicas en base a un acuerdo con las asociaciones gremiales promoviendo un capítulo especial de promoción de las MiPymes. Se estima que estas medidas permitirán a las MiPymes y cooperativas aumentar sus ventas al Estado en alrededor de 300 millones de dólares al año.

En 2023 diez mil 606 empresas obtuvieron una ruta especial para digitalización, y más de 70 mil MiPymes accedieron a la oferta de capacitaciones que el programa pone a disposición a través de Corfo y Sercotec, pudiendo capacitarse en comercio electrónico y marketing digital, herramientas de gestión, medios de pago y logística, análisis de datos para la gestión del negocio, ciberseguridad, inteligencia artificial, entre otras.

Logramos la aprobación en la Cámara de Diputadas y Diputados del Proyecto que aumenta la competencia en el mercado del cabotaje marítimo y su avance a segundo trámite en el Senado. El proyecto entrega más eficiencia y resiliencia al sistema logístico portuario, ofreciendo mayor diversificación en las opciones de transporte, lo que implicará no sólo menores costos, sino que va a permitir utilizar de forma más sustantiva los puertos. Además, busca generar un menor impacto en el medio ambiente y sin lugar a duda, implicará mejoras en productividad y mayor crecimiento en el largo plazo.

Por último, en 2023 aprobamos en la Comisión de Economía y Comisión de Mujeres, el proyecto de ley para aumentar la participación de mujeres en directorios de sociedades anónimas abiertas y sociedades anónimas especiales. Tras un proceso iterativo con actores de la sociedad civil, el diseño del proyecto contempla incentivos que robustece el modelo de cuota requerida, mediante un mecanismo mixto y de aplicación gradual, que permita a las empresas avanzar progresivamente.

2. Subsecretaría de Turismo

En 2023, el Turismo en Chile experimentó un notable crecimiento, contribuyendo significativamente a la economía nacional. Se estimó un ingreso total de 13.035,6 millones de dólares por concepto de turismo, lo que representa un aumento del 30,2% en comparación con el año anterior y un incremento del 21,1% respecto del año 2019. Dicho ingreso corresponde a Turismo Receptivo, Turismo Interno y Turismo Emisivo. El ingreso del Turismo Receptivo alcanzó los 2.835,2 millones de dólares, reflejando un aumento del 97% respecto a 2022, aunque todavía -3,8% por debajo de 2019. El Turismo Interno generó 9.124,2 millones de dólares, con un crecimiento del 14,9% respecto a 2022 y un notable aumento del 29,7% en

comparación con 2019. Por su parte, el Turismo Emisivo mostró un alza del 71,2% respecto al año anterior, y un incremento del 36,8% respecto de 2019.

El sector turismo dio un impulso al empleo puesto que, durante el 2023, se alcanzó una cifra promedio de 620.024 ocupados para las Actividades Características del Turismo (ACT) en Chile. Esta cifra representa un 6,83% de los ocupados en la economía nacional, aunque aún se observa una brecha de 48.460 ocupados respecto al promedio de 2019, destacándose el crecimiento en sectores como alojamiento y servicios de comidas, y un aumento en las actividades deportivas, recreativas y culturales. Estos datos demuestran la capacidad que tiene el turismo como herramienta que aporta al crecimiento económico en todo el territorio nacional.

Finalmente, durante el año 2023 se elaboró la Estrategia Nacional de Turismo Sustentable a 10 años plazo, compromiso del Programa de Gobierno del Presidente Gabriel Boric, la que contó con la participación de más de 2.277 personas. A partir de los insumos generados producto de este trabajo participativo, se elabora el Plan Nacional de Turismo, que corresponde a la fase de dinamización de la Estrategia (2024-2026). Esta fase tiene por objetivo posicionar al turismo como actividad estratégica a nivel nacional e internacional, focalizando sus acciones en el fomento, la formalización y la empleabilidad, generando condiciones habilitantes para fomentar la inversión público-privada; y la implementación de un modelo integral de gestión de destinos.

3. Subsecretaría de Pesca y Acuicultura

Cumpliendo el compromiso de Gobierno, a fines de 2023 se presentó oficialmente el proyecto de Nueva Ley de Pesca. Son cinco los ejes que orientan el proyecto, que tuvo como antesala más de 200 encuentros con la pesca, tanto con el sector artesanal como industrial: Un desarrollo sostenible de la actividad pesquera, equidad en el sector pesquero -ya sea intergeneracional en el uso sostenible de los recursos hidrobiológicos, en la distribución misma de estos recursos; territorial al ofrecer un tratamiento justo a toda caleta y sus comunidades a lo largo del país; y de género al reconocer el rol vital de las mujeres en el sector pesquero- a lo que se suma la consideración de un enfoque científico-técnico que implica robustecer la investigación para la toma de decisiones en relación a la administración pesquera. En cuarto lugar, transparencia en el sector pesquero, no sólo desde la perspectiva de la administración del Estado sino respecto de las operaciones pesqueras en su conjunto, y, por último, seguridad alimentaria y consumo humano, cuadruplicando la actual cuota y fortaleciendo la cadena de valor de los recursos.

También, durante el periodo comprendido entre octubre y diciembre de 2023, se llevó a cabo -en colaboración con la Universidad de Valparaíso- un significativo proceso de participación ciudadana de cara a la elaboración de la propuesta de la nueva Ley de Acuicultura para identificar, a través de la escucha activa, temas que deberán ser abordados en un proceso continuo de participación que involucre al sector acuícola y actores relacionados. Se llevaron a cabo un total de 24 encuentros locales, 8 con la comunidad científica, 9 regionales y/o macrorregionales, así como 2 de alcance regional, los que contaron con la participación de más de 750 personas.

El año pasado fue su lanzamiento y este 2024 comenzará sus operaciones el buque de investigación Dra. Barbieri. Su nombre rinde homenaje a la reconocida científica chilena, doctora María Ángela Barbieri, una destacada profesora, investigadora e ingeniera pesquera de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV), pionera en la investigación hidro acústica en Chile, disciplina clave para la determinación del stock de los recursos pelágico lo que es fundamental para fijar las cuotas de captura. Su construcción la realizó ASENAV y representó una inversión pública significativa, de más de US\$ 14,5 millones. Se espera que sea fundamental en el avance del conocimiento científico del país, tripulado por el IFOP.

También tuvimos avances en materia de registro de actividades conexas, que tras su anuncio el año pasado a marzo de este año ya se contabilizaban más de 2.300 inscritos e inscritas, y en la denominada Ley Bentónica, que marca un hito significativo al introducir mejoras sustanciales en el manejo y administración de recursos tales como el loco, el erizo, la almeja y diversas algas, con el objetivo principal de reconocer y fortalecer de manera sustentable la pesca bentónica que se lleva adelante de forma artesanal. También se está trabajando, tras un convenio entre Subpesca y ChileValora, en certificar a trabajadoras de las actividades conexas de la pesca artesanal.

Otra de las buenas noticias que podemos dar cuenta es el contundente avance en el compromiso de 20 medidas para la pesca artesanal que se firmó con representantes de distintas organizaciones de pescadores para dar solución a problemas que aquejan al sector. Tal como señaló el propio Presidente Gabriel Boric el 29 de enero pasado en Queilén, son 17 las medidas cumplidas -tanto de tipo administrativo como legislativo- siendo las restantes materia de la Nueva Ley de Pesca.

En diciembre, al firmarse el acuerdo público-privado por relocalización de concesiones acuícolas, se marcó un importante paso hacia la protección y conservación de los parques nacionales y sus zonas adyacentes, cuyo objetivo prioritario es avanzar en la salida de las concesiones acuícolas de dichas áreas protegidas, estableciendo un camino basado en el diálogo y la articulación entre los sectores público y privado.

4. Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera

Durante el año 2023, la Agencia de Promoción de la Inversión Extranjera (InvestChile) gestionó y apoyó una cartera comercial de 450 proyectos de inversión en diferentes etapas de desarrollo, equivalentes a 33.505 millones de dólares y asociados a la creación de alrededor de 18.102 empleos potenciales. El 50% de aquellos en etapas avanzadas, se estaban instalando en territorios distintos a la región metropolitana.

De esta cartera, 103 proyectos se encuentran en fase de materialización, esto es, empresas que se están instalando en el país, con una inversión de 14.716 millones de dólares y asociados a la generación de 5.936 empleos potenciales. Estas cifras implican un aumento de un 12% respecto del número de empleos asociados a inversión en materialización en el año 2022.

En 2023, se impulsaron 16 iniciativas, enfocadas en condiciones habilitantes, facilitación de inversiones y condiciones de atractivo, de las que 10 ya están ejecutadas; y se entregaron 1.407 servicios, orientados a facilitar y acompañar la instalación de los inversionistas en el país. A través de campañas digitales y por medio del sitio web institucional, se incorporaron 28 nuevos proyectos y clientes a la cartera, y gracias al uso de herramientas de inteligencia de negocios, incrementamos los clientes, alcanzando un total de 2.627 contactos nuevos (Leads) gestionados.

Finalmente, se destaca especialmente la aprobación de los 5 focos estratégicos para el período, con sus respectivos planes y metas, lo que permitió enfocar el trabajo de la agencia en torno a las prioridades definidas y, la apertura de 3 agregadurías presidenciales de inversión - en Italia, Canadá y Francia - que se suman a las ya existentes en Alemania, Estados Unidos y Japón, consolidando así una sólida presencia internacional para el fomento y promoción de la inversión extranjera en Chile.

5. Corporación de Fomento de la Producción

Corfo ha definido su estrategia basada en tres pilares estratégicos, el primero de ellos es el “Financiamiento para el desarrollo”, cuyo objetivo es impulsar la recuperación y el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas; fortalecer el financiamiento para el emprendimiento; y desarrollar capacidades para apoyar financieramente proyectos de alto impacto en desarrollo sostenible; en esta línea los resultados más destacables del año 2023 fue el diseño y las primeras firmas de las operaciones con las Banca Multilaterales por USD 750MM para Facilidad Financiera, además de la apertura y operación de mercado alternativo ScaleX un trabajo colaborativo con la Bolsa de Santiago, lo que permitió a la fecha que 4 StartUp obtengan financiamiento a través de su listamiento en la bolsa, lo que les ha permitido apalancar recursos por USD 6.5 MM

Otro pilar estratégico es el que denominamos “Emprendimiento, innovación y fomento”, focalizado en sostener el esfuerzo en materia de apoyo al emprendimiento, innovación y fomento productivo fortaleciendo la descentralización, enfatizando una mirada ecosistémica y haciendo foco especial en desarrollo regional, sustentabilidad y equidad de género, en este ámbito uno de los principales logros alcanzados ha sido la consolidación del modelo de descentralización vía Comités de Desarrollo Productivo Regional (CDPR) implementando el modelo en las regiones de Atacama, Valparaíso, O’Higgins y Los Lagos. Durante el año 2023 trabajamos fuertemente en fortalecer los ecosistemas de emprendimiento e innovación, logrando la expansión de la red de ecosistemas de emprendimiento en el país llegando a tener 37 instituciones especializadas con servicios de mentoría, incubación y aceleración, duplicando el número de incubadoras ampliando su cobertura territorial pasando de 6 a 11 regiones, por otro lado, en temas de ecosistemas de innovación el foco estuvo en la vinculación internacional logrando importantes acuerdos para el desarrollo de proyectos de innovación con componentes de I+D con la Red Eureka, VTT de Finlandia Kosme de Corea entre otras.

Finalmente nuestro pilar asociado a “Nueva Política Industrial”, la que busca implementar una política de desarrollo productivo moderna para avanzar en sostenibilidad, mejorar la competitividad de diversos sectores e impulsar actividades productivas más intensivas en conocimiento, tecnología e innovación, durante el año 2023 se implementó el nuevo Programa Presupuestario Desarrollo Productivo Sostenible el cual permitió a través de los ministerios de Medio Ambiente, Energía, Ciencia y Tecnología, Minería, Economía, coordinados por una secretaría Ejecutiva, desarrollar componentes habilitantes y financiamiento de proyectos asociados a los objetivos estratégicos de descarbonización justa, resiliencia ante la crisis climática y sus impactos socioambientales y , sofisticación y diversificación productiva sostenible del país con una inversión cercana a los USD100MM. La inversión que se realiza a través de este programa es financiada con recursos provenientes de los contratos de litio, por lo tanto, busca entregar una mirada de estrategia de largo plazo que impulsarán la sofisticación y ampliación de nuestra base productiva. Además de la participación activa en la creación e implementación de la Estrategia Nacional del Litio, con la creación de un comité para abordar estos temas, además del diseño de las negociaciones entre Codelco y SQM para la explotación del Litio y el uso de los recursos destinados a I+D de las ganancias de la explotación del litio a través de la entrega de financiamiento a productores especializados por USD 523 MMM y generación de 1000 puestos de empleo y la implementación de los llamados a desafíos de I+D por USD30 MM, finalmente el trabajo realizado a través de las mesas ejecutivas para la productividad apoyando en la identificación y cierre de trabas asociadas a los sectores de alimento, turismo, industria creativa, construcción y economía circular logrando solucionar el 47% de las trabas identificadas.

6. Comité Innova Chile

Durante 2023, el Comité Innova Chile benefició a aproximadamente 1400 empresas a nivel nacional a través de subsidios, y a 62 empresas mediante el beneficio tributario de la Ley de I+D. Estos beneficios equivalen a 32.626 millones de pesos y 312.970 millones de pesos certificados, respectivamente.

La estrategia del Comité se basó en fomentar el desarrollo de proyectos de I+D+i más sofisticados, que contribuyeran al cumplimiento de los desafíos planteados por el programa de Desarrollo Productivo Sostenible (DPS). Con este objetivo, se reformularon programas estratégicos con componentes de I+D, como Innova Alta Tecnología y Crea y Valida, con el propósito de promover el desarrollo de proyectos de mayor complejidad tanto en industrias tradicionales como en sectores emergentes. Lo anterior involucró, en el caso del Innova Alta Tecnología, un aumento en el monto de cofinanciamiento. Además, se implementaron instancias de retroalimentación técnica previo la postulación final para mejorar la calidad de los proyectos. En cuanto a la ejecución, se logró que el 35% de los recursos fueran asignados a iniciativas orientadas al programa DPS, contribuyendo así a la transformación productiva sostenible que impulsa el Ministerio de Economía. Por otro lado, también se disponibilizaron instrumentos de apoyo al fortalecimiento de capacidades de I+D+i en empresas, tales como Gestión de la Innovación, Prospección Tecnológica y Capital Humano para la Innovación, con más de 3.700 millones de pesos y cerca de 1100 empresas apoyadas. A su vez, se propició el desarrollo de proyectos de I+D+i colaborativos ejecutados sobre la base de los convenios internacionales en los que el Comité participa, como la red internacional de Eureka y el acuerdo bilateral con el Ministerio Federal de Asuntos Económicos y Acción Climática de Alemania, hitos que en conjunto generaron el apoyo a 6 iniciativas con cuatro países distintos (Alemania, Austria, Francia y España).

En materia de Ley de I+D, el año 2023 se triplicó el monto certificado con respecto al año anterior, lo que implicó el hito del mayor monto certificado en la historia de la Ley I+D, contribuyendo así a la meta gubernamental de alcanzar el 1% del PIB en investigación y desarrollo. Asimismo, se logró apoyar al menos tres iniciativas emblemáticas asociadas a la cadena de valor de hidrógeno verde.

Finalmente, con el propósito de incentivar la cultura de la innovación empresarial dentro del ecosistema local, la organización también trabajó desplegándose territorialmente con más de 113 actividades bajo la iniciativa Corfo Conecta, las que lograron la participación de más de 8.300 asistentes y cerca de 4.100 organizaciones asociadas del ecosistema de I+D+i nacional.

7. Servicio de Cooperación Técnica

Durante el año 2023, con un presupuesto total para transferencias de MM\$ 100.412, Sercotec entregó asesorías de alto valor, capacitación y subsidios a 939.711 beneficiarios y beneficiarias. En este contexto, benefició a un total de 110 organizaciones gremiales, 86 cooperativas, 148 proyectos de ferias libres y 41 Barrios Comerciales. Además, realizó 59.338 atenciones a ciudadanos/as, clientes/as y beneficiarios a través de todo el país mediante su servicio de atención integral a la ciudadanía, Puntos Mipe. Con orgullo podemos decir que 60% de los emprendimientos y empresas atendidas son lideradas por mujeres, destacándose la participación de mujeres en programas como Redes de oportunidades de negocios, Promoción y Canales de comercialización (77%), Formación Empresarial Ruta Digital (73%), Capacitación Virtual (70%), Digitaliza tu Almacén (65%) y Ferias Libres (61%). Mediante un diseño participativo público-privado, se implementó un nuevo programa de Fortalecimiento y Creación de Cooperativas que permitió apoyar 44 cooperativas en fortalecimiento y 42 en su creación. Se destaca que del total de personas socias, 54% fueron mujeres.

Su amplio despliegue territorial ha permitido que 8.377 de las empresas asesoradas por los Centros de Desarrollo de Negocios a nivel nacional registraron aumento de ventas y se generaran 3.659 nuevos empleos, sumando un monto de aumento en ventas de MM\$ 73.007. Esta presencia territorial nos permitió además apoyar, mediante programas de emergencia, la recuperación de 3.521 mipes y locales comerciales afectados por incendios e inundaciones en las regiones de Valparaíso, Metropolitana, O'Higgins, Maule, Ñuble, Biobío y La Araucanía. Contribuyendo con el avance de la descentralización en materias de fomento productivo, Sercotec participó en la conformación de cuatro nuevos Comités de Desarrollo Productivos Regionales a través de las Direcciones Regiones de Atacama, Valparaíso, O'Higgins y Los Lagos. Finalmente, se destaca que, con el objetivo de apoyar la toma de decisiones regionales en base a datos, lanzamos el Explorador Territorial, la nueva plataforma de datos sobre la micro y pequeña empresa en Chile.

En el ámbito de la internacionalización, mediante el programa Pymes Globales, 29 empresas iniciaron el camino de la exportación y 10 clientes de los Centros han exportado por primera vez y 5 han presentado variación o impacto en ventas por exportaciones.

8. Servicio Nacional del Consumidor

Durante el año 2023, el Servicio recibió 314.637 consultas, 3.931 alertas ciudadanas, 1.255.878 solicitudes del No Molestar, 72.564 requerimientos

de “Me Quiero Salir”, además de un total de 593.744 reclamos, estos últimos concentrados en los mercados de comercio minorista general, financieros y telecomunicaciones.

Se iniciaron 10 Procedimientos Voluntarios Colectivos y realizaron 976 fiscalizaciones a nivel nacional. Se elaboraron 4 circulares interpretativas y 17 dictámenes administrativos, se interpusieron 9 Juicios de Interés Colectivo y 560 Juicios de Interés General, logrando compensaciones de aproximadamente 371 millones de pesos, beneficiando a un universo de 256 personas consumidoras y generando multas de 6.563 UTM a los proveedores. En relación a las investigaciones de casos colectivos que afecten el interés colectivo o difuso de las y los consumidores, fueron cerradas 15 investigaciones en materia financiera y 50 no financieras.

Adicionalmente, se elaboraron 20 estudios y se pusieron a disposición de la ciudadanía 3 cursos en aula virtual institucional, los que contaron con 1.992 personas matriculadas.

A través de las iniciativas de apoyo para la participación ciudadana, se financiaron 41 proyectos de asociaciones de consumidores. Con el propósito de conocer la percepción de las personas consumidoras sobre la protección en materia de consumo, en el contexto de la presentación del Proyecto de Ley “Sernac Te Protege”, se realizó una consulta ciudadana, con un total de 4.040 respuestas, en donde un 92,7% de las personas encuestadas indicó que el SERNAC debería tener mayores facultades y un 91,5% señaló estar de acuerdo con entregarle facultades sancionatorias respecto de las empresas.

9. Instituto Nacional de Estadísticas

En 2023, la institución consolidó su compromiso con la entrega oportuna y precisa de información estadística, materializada en la producción de más de 70 productos estadísticos, en donde destaca su permanente mejora, acorde a las optimizaciones implementadas en su producción. Entre las principales publicaciones, se destaca la Encuesta de Bienestar Social (EBS) 2023, VII Encuesta de Microemprendimiento (EME), Encuesta Suplementaria de Ingresos 2022 (ESI), II versión de la Encuesta Laboral 2023 (ENCLA), Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana 2022 (ENUSC), levantamiento operativo y procesamiento de la Encuesta de Actividades de Niños, Niñas y Adolescentes (EANNA), IX Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) 2021-2022, realización del plan piloto de la II Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo (ENUT) y el Lanzamiento del Sistema de Información del Mercado Laboral (SIMEL).

Un hito de especial relevancia en el año 2023, y como parte de un proceso programado a realizarse cada cinco años, fue la publicación del nuevo Manual Metodológico del Índice de Precios al Consumidor (IPC), proceso conocido como Cambio de Año Base (CAB), el cual la institución ejerce adoptando los lineamientos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Dicha actualización, permite mejorar la precisión de los indicadores de precios para medir la canasta básica y su evolución, poniendo a disposición aquellos datos estadísticos más representativos del comportamiento actual de la economía nacional.

En el ámbito del Censo de Población y Vivienda, durante 2023 se concluyó exitosamente el proceso de Actualización Precensal, que busca contar con una cartografía actualizada y un primer conteo de viviendas para planificar el Censo del año 2024. Adicionalmente, se llevaron a cabo hitos relevantes para su realización, tales como la conformación de la Comisión Nacional de Censo y sus subcomisiones, específicamente de: Transporte, seguridad, ciberseguridad e infraestructura, junto con la constitución de comisiones regionales, provinciales y comunales. Finalmente, se realizó satisfactoriamente la Prueba Censal 2023 en cuatro comunas del país, lo cual permitió simular el proceso completo de producción censal, permitiendo obtener insumos relevantes para evaluar su funcionamiento y definir las medidas de ajuste necesarias.

10. Instituto Nacional de Propiedad Industrial

Durante el año 2023 se presentaron 40.922 solicitudes de marcas, representando una variación de un 0,7% respecto del 2022. En cuanto a patentes de invención, en 2023 se presentaron 3.257 solicitudes, lo que significó un aumento de un 3,8% en relación al año anterior.

Desde el año 2023, Inapi, en conjunto con la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, ejecutó el proyecto “Levantamiento de Información Tecnológica de Patentes para un Modelo de Desarrollo Productivo Sostenible”, a fin de generar y difundir información tecnológica que facilite la visualización de panoramas y tendencias globales sobre tecnologías, basado en información de patentes nacionales e internacionales y que sirva de antecedente o insumo para la adopción de decisiones en materia de política pública, específicamente para aquellas relacionadas con la implementación de los ejes del programa de Desarrollo Productivo Sostenible. Así, gracias a este proyecto, se generó información tecnológica de valor estratégico en materia de Hidrógeno Verde, Litio y Amoniaco, a través de 39 productos, que incluyen mapas conceptuales, informes, infografías, conjuntos de datos, panoramas tecnológicos y presentaciones “Levantamiento de Información de Patentes” y el lanzamiento de plataforma web de información tecnológica de patentes para el programa de desarrollo productivo sostenible <http://dps.inapi.cl>.

Por otro lado, en cuanto a la operación del Protocolo de Madrid en Chile, iniciativa administrada por la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), se presentaron 4.969 solicitudes provenientes de marcas extranjeras que desean registrar en Chile y 68 solicitudes de solicitantes chilenos que desean registrar en otros países.

Como ayuda concreta de apoyo a las Pymes se realizó la segunda versión del Programa de Asistencia a Inventores (PAI) y se consolidó el funcionamiento del programa Inapi Running que, en su segunda versión en alianza con la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID), realizó mentorías a diez proyectos.

Respecto de la difusión del conocimiento tecnológico y la transferencia tecnológica, se publicó un total de quince informes de dominio público o de vigilancia tecnológica y se realizaron de charlas y talleres en los que participaron más de mil asistentes, ya sea de manera presencial o telemáticamente.

11. Superintendencia de Insolvencia y Reemprendimiento

El 11 de agosto de 2023, marcó un hito en la protección financiera de personas y empresas en Chile, con la entrada en vigencia de la Ley N° 21.563, que establece nuevos procedimientos simplificados de liquidación y reorganización. Esto con el objeto de brindar mayores oportunidades a personas y empresas micro y pequeñas, en dificultades financieras.

La nueva ley busca incrementar las tasas de recuperación de créditos, para fomentar la reestructuración de pasivos como alternativa viable para deudores y acreedores, e incentivar el reingreso al sistema crediticio, promoviendo la reinserción de deudores de buena fe, brindándoles una segunda oportunidad para emprender. Otro aspecto a destacar es la reformulación del procedimiento gratuito de renegociación para personas naturales, que permite el acceso a quienes emiten boletas de honorarios, ampliando así la cobertura y protección financiera.

La Superintendencia se preparó exhaustivamente para la implementación de la nueva ley, llevando a cabo capacitaciones internas y externas, dictando normativas, implementando mejoras tecnológicas y elaborando un plan de difusión integral. Éste último se realizó a través de una co-creación, con diversas instituciones públicas y el Consejo de la Sociedad Civil, que, junto al conocimiento y experiencia del personal, y la guía metodológica del Laboratorio de Gobierno, aseguraron una implementación exitosa.

Adicionalmente, durante el año 2023, el Servicio ejerció de manera eficaz su función de supervisión, realizando un total de 5.927 fiscalizaciones a los procedimientos concursales, lo que representa aproximadamente el 58% de los casos activos al comienzo del año. En lo que respecta a los procesos de renegociación, un 96% de estos concluyeron satisfactoriamente en un lapso igual o menor a 75 días hábiles. Asimismo, es importante destacar que se gestionaron un total de 2.983 consultas y reclamos durante el mismo período, demostrando un compromiso constante con la atención y el servicio al usuario/a. Por último, en el programa de Educación Financiera de la Superintendencia, se llevaron a cabo 851 actividades a nivel nacional, incluyendo charlas, participaciones en ferias y apariciones en medios de comunicación.

12. Fiscalía Nacional Económica

La Fiscalía Nacional Económica desarrolla su accionar por medio de dos ejes estratégicos, el primero con el objetivo de hacer cumplir la ley, llamado Enforcement y el segundo orientado a la promoción y difusión, denominado Advocacy.

En el eje de Enforcement se llevó a cabo el análisis de 116 procesos investigativos, realizó un total de 22 acciones estratégicas y finalizó el examen de 32 operaciones de concentración. De ellos destacaron dos requerimientos presentados ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC); siete acuerdos extrajudiciales; seis informes remitidos al TDLC; dos avenimientos aprobados por el TLDC, además del término de cuatro investigaciones, donde obtuvo cambios de conducta y entregó recomendaciones a los actores del mercado.

En cuanto al desempeño en tribunales, se logró finalizar cinco acuerdos aprobados por el TDLC y contar con la sentencia de este tribunal en cuatro requerimientos, en todos ellos fue acogida favorablemente la acusación de la FNE. En total se obtuvo un valor de 19.731 UTA, equivalente en total de USD15,6 millones.

Por su parte, en el eje de Advocacy, se publicaron dos importantes estudios de mercado. Se realizaron tres talleres en regiones dirigidos a empresas portuarias de las zonas, norte, centro y sur-austral, ejecutándose en el período un total 41 actividades relativas tanto al ámbito nacional como al internacional.

En el desempeño internacional la FNE mantuvo la posición en el ranking "Rating Enforcement 2023" que realiza el medio internacional especializado Global Competition Review (GCR), el que destacó en esta oportunidad la calidad técnica, la independencia institucional y el éxito ante los tribunales.

13. Servicio Nacional de Turismo

Durante el año 2023, el Servicio Nacional de Turismo en materia de sus programas de turismo social, avanzó hacia una comercialización de manera directa de los viajes mediante las agencias. Por otra parte, amplió también el alcance de los programas, a través de una modalidad de viaje exclusiva para mujeres, gracias al programa Turismo Familiar.

En cuanto a la promoción, realizó acciones tendientes a contribuir al aumento de las llegadas del turismo receptivo, cuyo foco estuvo principalmente en recuperar, formar y consolidar la cadena comercial internacional en la venta del destino Chile. Además, se apoyó con compañías dirigidas a público final en los mercados objetivo. Adicionalmente, fortaleció el desarrollo del turismo interno, mediante campañas tácticas de promoción segmentadas y focalizadas en feriados, vacaciones y excursiones.

Sobre la gestión territorial, Sernatur fortaleció la gestión sustentable de los destinos turísticos priorizados y profundizó la entrega de herramientas para la gestión turística municipal. Además, se lograron avances concretos en materia de género, accesibilidad e inclusión.

14. Servicio Nacional de Pesca y Acuicultura

Durante el año 2023, los énfasis de trabajo de SERNAPESCA se enfocaron en fortalecer las alianzas con otras instituciones fiscalizadoras, destacando para ello la RED SUSTENTA, que reunió a 10 organismos públicos. De esta manera, durante 2023 se realizaron 2.885 operativos conjuntos de la pesca comercial, recreativa y de acuicultura, esto es un 46,9% superior a lo realizado en 2022.

En el ámbito de la salmonicultura, se dio inicio en el 2023 a un programa especial de fiscalización con foco en los centros de cultivo próximos a Áreas Silvestres Protegidas (ASP) de las regiones de Aysén y Magallanes. Con ese fin, se identificaron los riesgos de incumplimiento de mayor impacto para la sustentabilidad, tanto del ámbito sanitario como ambiental y productivo, y se definieron las estrategias de control.

Otro énfasis institucional estuvo dado por la emergencia sanitaria generada por Influenza Aviar Altamente Patógena (IAAP), que afectó a especies hidrobiológicas a lo largo de la costa de nuestro país. Así, por primera vez, SERNAPESCA debió gestionar esta contingencia, por lo que fue necesario fortalecer las coordinaciones y apoyos con otras instituciones del Estado y sectores profesionales y adoptar programas de acción para atender los

varamientos en la costa, que involucraron un total de 23 mil 88 ejemplares muertos, los que correspondieron a lobos marinos comunes, pingüinos de Humboldt, chungungos, marsopas espinosas, delfines chilenos y huillín. Con este esfuerzo se mitigaron los riesgos de diseminación viral, apoyando así a disminuir el impacto en el patrimonio sanitario y productivo del país, así como, los riesgos de salud pública.

En el ámbito de la inocuidad, en el año 2023 se gestionó la renovación de las autorizaciones para exportar productos del mar destinados al consumo humano en China, permitiendo de esta forma mantener el flujo comercial entre ambos países. Se suma a ello, el resultado obtenido de la Misión a China, que permitió establecer la firma de un protocolo que permitirá la exportación por primera vez del ostión del norte, truchas, y salmón coho en su formato fresco a ese mercado. A su vez, este acuerdo hará más expedita la exportación del chorito, producto que ya se exporta, pero amplía la posibilidad de exportación en distintas presentaciones. También se logró restablecer las conversaciones para iniciar el trabajo entre autoridades de ambos países para avanzar en la implementación de la certificación sanitaria oficial en formato estándar extensible markup language (XML).

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

En el último año, el Indespa fortalece su gestión institucional materializando una nueva estructura interna, una mayor autonomía y visualización de los equipos territoriales en regiones, y la aplicación de mejoras en el control y seguimiento de la gestión administrativa. En el ámbito de la capacitación y planificación estratégica, hubo tres importantes hitos en gestión institucional. El primero de ellos, fue un Taller de Fortalecimiento Institucional que, por primera vez en 4 años de operación, reunió al 91% de las personas que trabajan en el instituto para perfeccionar conocimientos, avanzar en mejoras y recibir capacitación. Una segunda jornada, fue dedicada a avanzar en la Planificación Estratégica de Indespa con la participación del 84% de personas que se desempeñan en el instituto en el país, quienes aportaron sus opiniones y experiencias para configurar la visión, misión, valores y objetivos estratégicos del instituto. para el periodo 2024-2026; y finalmente, en el marco del Programa de Mejoramiento de Gestión (PMG), se concluye el año formalizando la Estrategia de Igualdad de Género.

En el ámbito del Fomento y Desarrollo Productivo Sostenible, Indespa cerró en diciembre pasado con 29 llamados a Concursos Nacionales y Regionales, 4 de ellos de emergencia para ir en apoyo de la pesca artesanal de las regiones de Maule y Biobío, afectados por las inundaciones y los incendios forestales, respectivamente. El presupuesto total vigente año 2023 fue de 17.611 millones de pesos, logrando una ejecución del 98% de estos

recursos. De esta ejecución presupuestaria, 12.146 millones de pesos fueron asignados al financiamiento de programas de fomento en apoyo a la pesca artesanal y la acuicultura de pequeña escala, permitiendo financiar un total de 5.215 iniciativas de fomento productivo, de las cuales el 92% fue individual (4.808) y el 8% organizacionales (407), beneficiando a un total de 21.289 personas, de las cuales 15.820 son hombres (74%) y 5.469 mujeres (26%).

Nicolás Grau Veloso

Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

2. Resumen Ejecutivo Servicio

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

La dirección nacional está en Santiago y tiene representación en todo Chile, mediante direcciones regionales. También hay oficinas locales y en convenio en el Aeropuerto El Tepual, Chimbarongo, Hualqui, Lo Barnechea, Mina San José y Zofri.

El servicio atiende necesidades de turistas nacionales e internacionales, prestadores de servicios turísticos, inversionistas del sector, centros de estudios superiores y medios que imparten carreras de turismo a nivel nacional, organismos internacionales, gremios turísticos, municipios y otros actores. En total, trabajan 398 personas; el 57,54 por ciento son mujeres, lo que equivale a 229 funcionarias y prestadoras de servicios a honorarios.

Parte de los principales desafíos que enfrenta el sector turístico chileno son recuperar los niveles previos a la pandemia y aumentar el impacto positivo de las llegadas de turistas en cada destino. El plan de marketing internacional de 2023 definió una estrategia para lograr estos objetivos, con énfasis en la promoción internacional, el turismo de reuniones, los viajes de prensa e influenciadores y la capacitación del sector.

Durante 2023, Sernatur llevó adelante los desafíos anunciados en su última cuenta pública, que se realizó en la Región de Atacama. Así, en sus programas de turismo social, avanzamos hacia una comercialización directa de los viajes mediante las agencias. Por otra parte, ampliamos también el alcance de los programas, a través de una modalidad de viaje exclusiva para mujeres, gracias al programa Turismo Familiar.

En cuanto a la promoción, realizamos acciones para contribuir al aumento del turismo receptivo, cuyo foco fue recuperar, capacitar y consolidar la cadena comercial internacional en la venta del destino Chile. Esto, además, se apoyó con campañas dirigidas a público final en los mercados objetivo. Adicionalmente, fortalecimos el desarrollo del turismo interno, mediante campañas tácticas de promoción segmentadas y focalizadas en feriados,

vacaciones y excursiones, ligadas a la oferta turística de cada destino y se presentaron en el 'Catálogo de experiencias' de Chile es Tuyo, la plataforma de promoción nacional.

Sobre la gestión territorial, Sernatur fortaleció la gestión sustentable de los destinos turísticos priorizados y profundizó la entrega de herramientas para la gestión turística municipal. Además, se lograron avances concretos en materia de género, accesibilidad e inclusión.

Desafíos 2024

La industria turística nacional tiene como desafío continuar con la recuperación del turismo receptivo hasta alcanzar los niveles prepandémicos. Por otro lado, buscaremos aumentar el impacto positivo de las llegadas de turistas en cada uno de los destinos.

Por esta razón, se ingresará un proyecto de ley que reactive el sector. Esta ley incluye tres importantes aspectos: la devolución del IVA a turistas extranjeros por bienes comprados en territorio nacional; la incorporación de una tasa al alojamiento de turistas extranjeros para aumentar el financiamiento de la promoción turística de Chile; y la devolución del IVA para promover producciones audiovisuales extranjeras en el país.

La promoción internacional de Chile es un pilar fundamental para el desarrollo de la industria turística. El plan de marketing internacional de 2023 define una intervención focalizada en acciones a los mercados prioritarios, con énfasis en el canal comercial, como ferias y eventos, viajes de familiarización, capacitación a la fuerza de venta, viajes de prensa especializada, entre otras acciones que se ejecutarán entre 2024 y 2025 y que tendrán un alto compromiso con la optimización de la inversión y el trabajo junto al sector privado.

Para el mercado interno, se desarrollará el plan de marketing nacional que defina estrategias adaptadas a las tendencias actuales del mercado. El enfoque estará en descentralizar los destinos y experiencias turísticas, además de comprender en profundidad las características y preferencias de los viajeros nacionales.

Respecto a las iniciativas de turismo interno, el programa Turismo Familiar se diversificará en regiones, aumentando la cobertura para viajes de grupos de mujeres. Por su parte, el programa Gira de Estudio seguirá apuntando a la sustentabilidad y mantendrá las acciones dirigidas a los prestadores de servicios turísticos. Y, finalmente, el programa Vacaciones Tercera Edad trabajará en la consolidación y eficiencia de la coordinación entre operadores turísticos y agencias de viaje.

Respecto a turismo de reuniones, se buscará aumentar la postulación y captación de congresos internacionales y fortalecer la capacitación del

sector y potenciar el segmento de viajes de incentivos y eventos corporativos. Estas acciones tienen como objetivo convertir a Chile en un destino atractivo para la realización de eventos de alto nivel, lo que genera un impacto económico positivo en las comunidades locales.

Para garantizar la calidad de los servicios turísticos, se implementarán cursos autoinstruccionales sobre turismo recreacional, de reuniones y de lujo, así como acciones que perfeccionen los conocimientos en la industria turística receptiva nacional e internacional.

Para la toma de decisiones informadas, se revisará la factibilidad de incorporar la variable de sexo en las estadísticas de llegadas de turistas internacionales, así como el análisis de las principales variables de los estudios del turismo internacional de 2019 y 2023, la realización de un método de estimación para desagregar el PIB turístico regional y la continuación del trabajo metodológico del proyecto de big data para el turismo interno.

En cuanto a regulación de la oferta turística, se incorporarán más y nuevos tipos de servicios en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos. Para mejorar los estándares de servicio al turista, iniciaremos el proceso de actualización y elaboración de normas técnicas de turismo aventura con el Instituto Nacional de Normalización, lo cual disminuirá los riesgos en estas actividades.

Para fortalecer la calidad y la competitividad de la industria, gracias al apoyo financiero y técnico del Banco Interamericano de Desarrollo, se dará inicio al diseño y testeado de un innovador modelo para mipymes turísticas. Este proyecto consolidará la información del sector y proveerá herramientas personalizadas a cada realidad empresarial.

Con el objeto de fortalecer una gestión local efectiva y sostenible del turismo, se entregarán herramientas para robustecer a los municipios en torno a la Distinción Municipalidad Turística y para apoyar a los prestadores de servicios en materia de cambio climático, gestión de riesgos de desastre y turismo.

Durante 2024, se diseñará un programa de subsidio que incentive el turismo nacional. Al reservar y pagar alojamiento formal, previa validación, los turistas nacionales recibirán un subsidio para consumir servicios complementarios, como alimentación, excursiones y artesanía. Esto permitirá aumentar la ocupación hotelera y potenciará a la industria turística.

CRISTÓBAL BENÍTEZ VILAFRANCA
DIRECTOR NACIONAL DE TURISMO

3. Resultados de la Gestión año 2023

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

Promoción turística

La reactivación del sector turismo fue impulsada por la recuperación del turismo interno y la apertura de fronteras para el ingreso de turistas internacionales, lo que impactó de manera importante en la temporada estival de 2023. Para el cierre de ese año, proyectamos que el turismo interno alcanzara entre 62,9 y 68,3 millones de viajes totales con pernoctación, cifras que representan un incremento interanual de entre 3 y 11,8 por ciento, que significan un aumento de entre un 17 a un 27,1 por ciento, respecto de los niveles observados previos a la pandemia en 2019. Por otro lado, hubo tres millones 730 mil 507 llegadas de turistas internacionales, es decir, una recuperación del movimiento internacional de 82,6 por ciento, respecto a 2019. En adición a esto, exigió un ingreso de divisas de 2 mil 770 millones de dólares, lo que representa un aumento de un 92,5 por ciento respecto a 2022 y un 6 por ciento bajo lo alcanzado en 2019.

La inversión en acciones de promoción nacional alcanzó los 785 millones de pesos, destacando la eficiencia de los recursos con campañas comunicacionales en redes sociales y medios de circulación nacional y regional. En este contexto, se creó la campaña 'Expertos en feriados' para impulsar los viajes de turistas nacionales por el país durante todo el año.

Adicionalmente, se mantuvo hasta de noviembre de 2023 la campaña madre 'Hay Chile para todas y todos' y se trabajó en una nueva, denominada 'Chile es tuyo, tu viaje empieza aquí', que se lanzó a principios del mismo mes, en el marco del festival Ladera Sur. Allí las 16 regiones del país expusieron sus destinos, durante tres días, ante más de 15 mil visitantes.

En marzo de 2023 se lanzó la plataforma digital 'Catálogo de experiencias', herramienta que conecta la oferta turística con los potenciales visitantes y que tiene más de 250 experiencias promocionadas. En su primer año, contó con 403 mil visitas al año y un promedio de 1,5 visitas por usuario. Como resultado, se logró una tasa de crecimiento de seguidores de un 12,34 por ciento en Instagram y de un 46 por ciento de visitas a la web chileestuyo.cl.

En Santiago, se realizó la rueda de negocios nacional 'Chile, tu mejor apuesta', que sumó por primera vez al segmento de turismo de reuniones. Este evento puso en contacto la nueva oferta turística regional con compradores nacionales de alta cobertura en medios de comunicación nacional, congregando a más de 120 empresas, como operadores turísticos

nacionales, agencias de viajes y empresas del segmento MICE. En total, se realizaron cerca de 700 reuniones de negocios entre los participantes.

La inversión en promoción internacional fue de 7.068 millones de pesos, con énfasis acciones dirigidas al canal comercial. El servicio participó en nueve de las principales ferias de turismo internacionales en los mercados de España, Reino Unido, Alemania, Brasil y Argentina y en cuatro ruedas de negocios en Brasil, Argentina, Europa y Estados Unidos. Por otra parte, capacitamos sobre Chile a 3.100 agentes del canal comercial de los mercados prioritarios.

En cuanto a campañas dirigidas al público final, se implementó una estrategia digital. Durante el primer semestre se puso en marcha la campaña 'Go for Chile' en los mercados de Brasil, Argentina, Estados Unidos, Reino Unido, España, Francia y Alemania. A partir del último trimestre del año, se lanzó la campaña 'Viaje infinito, descubre Chile' y, junto a la estrategia en redes sociales, se obtuvo una tasa de crecimiento de un 26,3 por ciento en TikTok, un 4,64 por ciento en Instagram y una visita de 2 millones 588 mil 455 a la web chile.travel.

En el segmento turismo de reuniones, postulamos a 36 candidaturas para acoger en Chile congresos internacionales, ganando 29 de ellas, con una tasa de éxito de 88 por ciento. Esto permite proyectar un retorno aproximado de 34 millones de dólares para el país.

También se realizaron 31 viajes de prensa e influenciadores, 16 internacionales y 15 nacionales, cubriendo 15 de las 16 regiones. Esta inversión alcanzó los 244 millones de pesos, y se obtuvo un resultado valorado en 258 millones de pesos en publicaciones nacionales y 22 mil millones de dólares en publicaciones internacionales.

Desarrollo

Respecto a la formalización de empresas del rubro, en 2023 el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, instrumento que identifica y ordena la oferta turística del país, alcanzó la inscripción de 34 mil 887 prestadores, reflejando un crecimiento de un 7,4 por ciento respecto al año 2022. En esta línea, se ejecutaron dos sistemas como apoyo e incentivo a la formalización: el Portal del Prestador de Servicios Turísticos y un rediseño del buscador de servicios turísticos, los primeros sitios web accesibles de Sernatur.

En 2023, 47 nuevas empresas obtuvieron la Distinción de Turismo Sustentable y 424 nuevos prestadores de servicios turísticos adhirieron al Compromiso de Turismo Sustentable, alcanzando ya los 729 servicios. Durante el año, además, se entregaron 23 sellos de calidad turística (Sello Q). Este avance en certificaciones y distinciones nos permite contar con una oferta que apuesta por la sustentabilidad y la calidad en la prestación de los servicios hacia los turistas.

Desde una perspectiva medioambiental, para abordar los desafíos de cambio climático en el turismo, en el marco de la ejecución del Plan de Adaptación al Cambio Climático del Sector Turismo, Sernatur desarrolló un curso de

modalidad e-learning y asincrónica, denominado 'Cambio climático, gestión de riesgo de desastre y turismo', el cual se encuentra disponible en la plataforma de Aprende Turismo. Este curso ha fortalecido las competencias y los conocimientos en materia de cambio climático, adaptación del sector turismo, reducción del riesgo de desastre y ha permitido orientar la elaboración de planes de acción de cambio climático a nivel local. Asimismo, se realizó una versión piloto para 40 profesionales de municipios y de Sernatur.

En torno a la gestión de destinos, con el propósito de definir los destinos turísticos a nivel nacional de una forma más objetiva, se actualizó la metodología de manera participativa entre los distintos equipos técnicos de Sernatur y la Subsecretaría de Turismo. De esta forma, se identificaron variables cuantitativas para determinar si un territorio reúne las condiciones mínimas para satisfacer las necesidades requeridas por los turistas. A partir de esta identificación, se generó el Índice de Desempeño Turístico, para observar el nivel de desarrollo de los destinos en las comunas.

Para profundizar en el desarrollo de medidas que reduzcan la vulnerabilidad y favorezcan la capacidad adaptativa de los destinos ante el cambio climático, se dio continuidad al desarrollo de la 'Plataforma de índice de saturación de destinos turísticos (ISDT)'. Este índice permitirá la gestión e implementación de medidas dirigidas al desarrollo sostenible del turismo en las regiones.

Turismo Interno

Producto de una serie de catástrofes naturales asociada a incendios forestales en las regiones de Ñuble, Biobío y La Araucanía, Sernatur comprometió su participación en el plan de reconstrucción. En particular, para el caso de los programas sociales, promovimos el turismo apoyando a las mipymes registradas en Sernatur de las regiones afectadas.

Hasta el 31 de diciembre de 2023, los programas sociales contribuyeron con la llegada de 12 mil 996 en turistas estas regiones, generando 38 mil 328 pernотaciones, lo que representa una inversión de dos mil 794 millones 606 mil 995 pesos en los destinos mencionados.

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

Promoción Internacional

Respecto de la participación de Chile en ferias y eventos, Chile tuvo representación en 10 ferias nacionales e internacionales, como Fitur, WTM Latam, WTM UK y FIT, que se realizaron en mercados prioritarios: España, Brasil, Inglaterra, Estados Unidos y Argentina. Además, se realizaron acciones de nicho, como la participación en Seatrade, dirigida a la industria de cruceros, y la feria IMEX America, ligada al turismo de reuniones.

También se hicieron 17 eventos, que incluyeron roadshows, workshops y ruedas de negocios, en los que Sernatur participó junto a 173 empresarios a través de las marcas Chile Travel y Chile es Tuyo. De estos eventos, cinco fueron gestionados y producidos por Sernatur, mientras que doce fueron realizados por otras organizaciones relacionadas al turismo y donde Sernatur participó como expositor.

Respecto de las capacitaciones al canal comercial, se realizaron 87 capacitaciones de promoción nacional e internacional, como webinars, seminarios y presentaciones de destinos, acciones con foco en la difusión del destino Chile y de la oferta turística presente. Estas capacitaciones permitieron formar a tres mil 100 personas de la industria, entre ellas, turoperadores, agencias de viajes, organizadores profesionales de congresos, profesionales de marketing y turismo, servicios públicos, gremios y futuros profesionales del turismo pertenecientes a los mercados estratégicos de Brasil, Argentina, España y Estados Unidos, entre otros.

Respecto del turismo de reuniones o MICE, se mantiene una importante reactivación para albergar en Chile congresos internacionales y viajes de incentivos. En este ámbito, en 2023 Sernatur postuló a 36 candidaturas a congresos internacionales, ganando 29 de ellas con una tasa de éxito de un 88 por ciento. En este sentido, por cada dólar invertido hay un retorno de 704 dólares, casi 50 por ciento menos que en 2022, debido a que las postulaciones volvieron a ser presenciales, lo que aumentó el costo de la inversión. De los 48 mil 148 dólares que se invirtieron, se espera que los 29 congresos ganados generen un aproximado de 34 millones de dólares para el país, de acuerdo a las cifras promedio usadas para congresos latinoamericanos y mundiales de la International Congress & Convention Association.

También es importante destacar la participación de Chile en eventos de promoción del segmento MICE, como Fitur MICE en España, Fiexpo Latam en Panamá, ICCA Client Supplier en Argentina, Motivation Luxury Summit en Costa Rica, Chile MICE meets Brazil en Sao Paulo y IMEX América en Estados Unidos, que nos reunió con más de 150 compradores internacionales que buscan sede para desarrollar sus congresos, eventos corporativos y viajes de incentivos.

Cabe destacar que también se realizaron capacitaciones en Chile y en el extranjero a casi 500 personas sobre las cualidades que tiene el país como destino de reuniones. Además, se realizaron nuevas acciones de promoción, como un viaje de familiarización del mercado brasileño, al cual se invitaron a seis casas de incentivos y empresas del mercado corporativo junto a prensa. También, se realizó la primera rueda de negocios MICE, que contó con la participación de más de 25 empresas nacionales y más de 25 compradores pertenecientes a asociaciones y sociedades chilenas de diversas temáticas, generando más de 300 reuniones efectivas de negocios y nexos entre los participantes.

Respecto de los viajes de prensa e influenciadores, se realizaron 31 viajes, de los cuales 16 corresponden a acciones internacionales y quince a nacionales, cubriendo a catorce de las 16 regiones de nuestro país. Por mercado, seis apuntaron a Sudamérica (dos a Argentina y cuatro a Brasil), siete a Europa (tres a España, dos a Alemania, uno a Francia y uno a Reino Unido) y dos a Norteamérica, específicamente a Estados Unidos. Y el último viaje abarcó otros mercados de larga distancia (Hong Kong, Dubái, Egipto, Italia y Portugal).

Esta inversión alcanzó los 244 millones de pesos, con un resultado valorado en 258 millones de pesos en publicaciones nacionales y de 22 mil millones de dólares en publicaciones internacionales. Esta última cifra responde a la valorización de la producción de *Fantastic Friends*, programa que se emite en Estados Unidos, Europa, Australia, Nueva Zelanda y otros mercados.

Las acciones asociadas a viajes de prensa e influenciadores beneficiaron a 147 actores privados en catorce regiones del país. De ellos, 69 empresas vinculadas a servicios turísticos fueron beneficiarios directos (proveedores cuyo servicio pagó directamente por Sernatur), mientras que los indirectos (participantes sin pago directo) fueron 78.

En el ámbito de la promoción turística internacional, se llevaron a cabo diversas campañas para fortalecer la presencia de Chile en el escenario global:

'Ríos de Chile': esta serie audiovisual mostró a Chile como un destino de turismo aventura. La iniciativa consistió en una web serie de capítulos breves de no más de 10 minutos de duración, tiempo en que se recorren los principales ríos del país para hacer kayaking. La serie se difundió a través del canal de YouTube de Chile Travel.

Campaña para los World Travel Awards de Sudamérica: esta campaña tuvo como objetivo obtener votos en los prestigiosos premios World Travel Awards sudamericanos. El éxito de la campaña se tradujo en reconocimientos significativos para Chile, incluyendo los premios a mejor destino romántico, mejor destino de aventura a nivel sudamericano y mejor destino verde a nivel mundial.

Campaña para generar tráfico a Chile.Travel: se utilizaron diversos banners con el fin de facilitar a nuestro público final el acceso a información relevante sobre el país hacia el sitio web que proporciona notas con diversas temáticas, itinerarios, detalles de cada región, eventos planificados, entre otros recursos esenciales para los viajeros.

Campaña de patrocinio en redes sociales: se creó para potenciar las publicaciones en Facebook e Instagram, con una inversión que amplió el alcance de los posts que ya habían tenido un rendimiento orgánico exitoso. Se identificaron Brasil, Estados Unidos y España como mercados prioritarios, comprendiendo el 55 por ciento de la inversión y el 64 por ciento de los clics.

Comunicación always on: como parte de una estrategia constante, se implementó una comunicación bajo la estrategia always on, con el objetivo de mantener informados a los mercados prioritarios sobre destinos y experiencias. Esta iniciativa asegura una presencia continua y relevante en la conciencia de los potenciales visitantes.

Respecto de las campañas comunicacionales en mercados estratégicos, se dio continuidad a la difusión de la campaña nacional 'Hay Chile para todos', enfocada en la reactivación y diferenciando estrategias para las temporadas de verano e invierno. Basado en esta campaña, se trabajó el concepto de 'Hay Chile para todas y todos', haciendo hincapié en la inclusividad.

También se lanzó la campaña 'Expertos en feriados', para incentivar a las personas a viajar por Chile, los fines de semanas largos; promocionar experiencias y destinos; y fomentar el consumo turístico interno y la actividad económica turística, derivando de la campaña al 'Catálogo de experiencias'. Durante 2023, el catálogo contó con 253 experiencias y obtuvo más de 360 mil visitas.

Finalmente, durante el desarrollo del festival nacional Ladera Sur, se presentó la nueva campaña de turismo interno 'Chile es Tuyo, tu viaje empieza aquí'. Esta iniciativa busca dar a conocer las plataformas digitales de Chile es Tuyo, impulsar el turismo nacional y fortalecer el sentido de pertenencia de los chilenos y chilenas con su propio territorio.

En relación con el tráfico a nuestros sitios, se logró un total de tres millones 680 mil 673 de usuarios únicos, siendo un 22 por ciento menor respecto 2022, de los cuales un millón 558 mil 20 corresponden a usuarios de chile.travel, mientras que dos millones 133 mil 653 de chileestuyo.cl. Cabe destacar que se analizó el comportamiento de los usuarios que ingresaron más de una vez, dando como resultado un total de cinco millones 976 mil 437 visitas, lo que indica un aumento del 25 por ciento respecto al año 2022.

En cuanto a redes sociales, Chile es Tuyo obtuvo una tasa de crecimiento de seguidores de un 12,34 por ciento en Instagram, mientras que Facebook, en línea con la tendencia del mercado, tuvo una tasa de crecimiento negativa de un 0,3 por ciento.

Por su parte, Chile Travel obtuvo una tasa de crecimiento de un 26,3 por ciento en TikTok, de un 4,64 por ciento en Instagram y una baja de un 0,37 por ciento en Facebook en cuanto a seguidores.

También se realizaron 24 campañas cooperadas con diversos actores de la industria turística, acciones que financian un 50 por ciento más de los fondos invertidos para promocionar nuestro país. Esta inversión alcanzó los

326 millones de pesos, con una inversión de 653 millones de pesos. Es necesario destacar las campañas con actores importantes de la industria del turismo, como Alagev, Atrápalo, TUI Spain, TravelService, Sky y Paco Nadal, con los que se realizaron campañas con foco en la fuerza de venta y a público final. Se potenciaron rutas, viaje de prensa y de operadores y campañas digitales, focalizadas en los mercados de Estados Unidos, Brasil, Argentina, España y Alemania.

Programas de Turismo Interno

Con el objetivo de disminuir la estacionalidad en temporadas de media y baja demanda, a través del empaquetamiento de servicios turísticos destinados a distintos segmentos de la población, Sernatur ejecutó los programas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar, asumiendo el desafío de contribuir en el desarrollo de las economías locales de los destinos visitados por los programas.

Es así como se ejecutaron 52 mil 69 paquetes de viajes, lo que significó una inversión total de seis mil 638 millones 690 mil 828 de pesos en subsidio. Dichos paquetes de viaje facilitaron el acceso a los beneficios físicos y psicológicos de la actividad turística a personas mayores, estudiantes, familias, mujeres, personas con discapacidad, estudiantes de escuelas especiales, niños, niñas y adolescentes de la red del Servicio Nacional de Protección Especializada a Niñez y Adolescencia, Mejor Niñez, entre otros grupos de interés. En su conjunto, generaron 151 mil 562 pernотaciones, lo que benefició a su vez a 76 destinos turísticos y 584 prestadores de servicios turísticos. De estos, al menos el 98 por ciento corresponde a mipymes.

Respecto al año 2022, cabe precisar que hubo una menor ejecución, debido principalmente a una contracción de la demanda provocada por los valores de copago que poseen los viajes, los que en su mayoría apuntan a segmentos más vulnerables de la población y a periodos con catástrofes naturales que imposibilitaron la operación de los programas en los destinos afectados.

Por otra parte, en la búsqueda de diversificar la población beneficiada, el programa Turismo Familiar levantó el 'Cupo Mujer', mediante el cual viajaron dos mil 193 mujeres por el país.

El programa Gira de Estudio, desarrolló el 'Desafío Gira de Estudio', que premió con un viaje exento de copago a un establecimiento educacional que presentó una obra de arte hecha a partir de material reciclado. Para ello, se invitó a participar a todos los establecimientos de educación media que contaran con subsidio estatal, lo que se materializó en 43 postulaciones.

El programa Vacaciones Tercera Edad, en tanto, comenzó por primera vez en su historia la comercialización de los paquetes de viaje para la modalidad Escapadas (de carácter regional), a través de un sistema de apoyo de reservas (SAVE), que integró a diez operadores turísticos y a 137 agencias de viajes a lo largo de todo el país. Este sistema permitió gestionar reservas y ventas de paquetes turísticos de dos y tres noches a nivel intrarregional e interregional, con el objetivo principal de fomentar el desarrollo de las regiones, mediante el avance tecnológico y la generación de nuevas

oportunidades de negocio para operadores y agencias. Cabe destacar que, en su primera experiencia, a través de esta plataforma se comercializaron siete mil 328 viajes (77 por ciento de lo dispuesto a la venta), lo que significó más de 635 millones de pesos en copagos y más de 73,2 millones de pesos en comisiones, durante tres meses de operación.

Por otro lado, Turismo Atiende registró un total de 97 mil 402 atenciones, cifra que representa un aumento del siete por ciento en comparación con el año anterior. Se observó también un incremento del 17 por ciento en el canal telefónico y del 22 por ciento en el canal presencial, respecto al mismo periodo. El canal no presencial representó un 57 por ciento de las atenciones, las plataformas con la mayor cantidad de contactos fueron los canales telefónicos (34 por ciento) y WhatsApp (quince por ciento). En cuanto al canal presencial, estuvieron operativas 32 oficinas a lo largo del territorio nacional, siendo la con mayor porcentaje de visitas San Pedro de Atacama (18 por ciento) y Rapa Nui (catorce por ciento).

Información sectorial

Se ejecutó el estudio de turismo internacional, que recopiló información actualizada para la estimación del gasto turístico y el comportamiento de los turistas internacionales provenientes de mercados emisores de visitantes más importantes para el país y de los turistas chilenos que salieron al extranjero. Se incluyó la variable de género de la persona entrevistada, lo que amplió las estadísticas del sector. Con la ejecución de este estudio, se retoma una medición de carácter estructural que permitirá disponer de datos para cada uno de los trimestres del año de referencia.

Así también, se dio continuidad a las perspectivas y tendencias a corto plazo del turismo receptor, con estimaciones de llegadas de turistas e ingreso de divisas, para mantener una visión ampliada del comportamiento del turismo receptor.

Durante 2023, se fortaleció la medición de flujos turísticos y su trazabilidad en el territorio nacional, a través de herramientas de big data, extendiendo la serie histórica de viajes con pernoctación del turismo interno, en aras de mantener la contribución al desarrollo y la gestión de la actividad con estadísticas oficiales. En esta misma línea, se amplió el trabajo metodológico, abriendo nuevos puntos de análisis, como la caracterización de los viajes turísticos que dio paso a la creación de un panel interactivo que se publicará durante este año.

Por otro lado, se avanzó en la actualización del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, con un despliegue a nivel nacional que incorpora la verificación telefónica, la búsqueda en páginas web y para algunas actividades características del turismo (ACT) la verificación en terreno, todo con el objeto de obtener un directorio de cobertura nacional, actualizado y verificado de la oferta turística formal a nivel de empresas, establecimientos y servicios, cuya actividad económica principal o secundaria sean características del turismo.

Para aportar información a nivel territorial, se trabajó en la construcción de un indicador comunal que incluyó en su método estudiar las matrices de datos utilizadas en los índices cuantitativos existentes, el análisis factorial mediante componentes principales, definiendo un índice numérico como herramienta de apoyo en la evaluación y el desarrollo de destinos turísticos a nivel local.

Adicionalmente, se realizaron once mediciones en fechas emblemáticas, para obtener la tasa de ocupabilidad en establecimientos de alojamiento turístico en aquellos destinos más representativos.

Estos proyectos se complementan con el fortalecimiento de la información coyuntural de los indicadores consolidados que posicionan a Sernatur como el ente técnico de estadísticas del turismo, como los son el cálculo mensualizado de las llegadas de turistas, las estimaciones de salidas de chilenos por motivos turísticos y la actualización de la información de paneles y plataformas digitales.

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

Sernatur forma parte de los órganos de la administración del Estado con competencia ambiental, a través del Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA). Durante 2023, el Servicio de Evaluación Ambiental (SEA), organismo que coordina y administra el SEIA, realizó 362 solicitudes de pronunciamiento sobre los componentes de turismo y paisaje en la ejecución de proyectos de inversión. Adicionalmente, hay otros requerimientos de carácter ambiental y territorial que en su conjunto responden a uno de los objetivos estratégicos de Sernatur (238), los que suman 600 a nivel nacional.

En las declaraciones de Zonas de Interés Turístico (ZOIT), se elaboró el Informe Nacional para postular la ZOIT San José del Maipo y se presentaron cinco ZOIT para la prórroga: Arica, Casco Histórico y Borde Costero, Lonquimay, Archipiélago de Chiloé, Torres del Paine y Cabo de Hornos.

Durante el primer semestre, Sernatur y la Subsecretaría de Turismo realizaron tres talleres explicativos para más de 80 comunas con interés en el proceso declaratorio para constituirse como ZOIT, los que contaron con 131 participantes online. Además, se organizó el primer encuentro nacional enfocado para los actores públicos y privados de las gobernanzas de las 43 ZOIT, el cual tuvo una participación superior a los 250 asistentes.

Desde una perspectiva medioambiental, para abordar los desafíos de cambio climático en el turismo y en el marco de la ejecución del Plan de Adaptación al Cambio Climático del Sector Turismo, Sernatur desarrolló un curso de modalidad e-learning y asincrónico denominado 'Cambio climático, gestión de riesgo de desastre y turismo', en que participaron 40 personas. El curso está disponible en la plataforma Aprende Turismo y busca fortalecer las competencias y conocimientos en materias de cambio climático, adaptación del sector turismo, reducción del riesgo de desastre y orientar a elaborar planes de acción de cambio climático a nivel local.

Adicionalmente, elaboramos una campaña de cambio climático vinculada al turismo, para concientizar a turistas, prestadores de servicios turísticos y otros actores relevantes del sector.

Finalmente, junto a la Subsecretaría de Turismo, Sernatur elaboró un análisis de vulnerabilidad al cambio climático del sector turismo, insumo y requisito para la actualización del Plan de Adaptación al Cambio Climático del Sector Turismo 2025-2030.

Respecto al trabajo local, el programa nacional de turismo municipal ha distinguido a aquellos municipios que destacan con sus prácticas de gestión interna, mediante la Distinción Municipalidad Turística, desarrollada junto a Transforma Turismo de Corfo. Hoy, son 34 municipios distinguidos a nivel nacional, mientras que 26 están en proceso de obtenerla. Para incentivar esta herramienta, se realizó el tercer Congreso Nacional de Municipalidades Turísticas en Caldera, donde participaron 165 ediles, concejales y coordinadores municipales de turismo.

Herramientas de competitividad para prestadores de servicios turísticos y capital humano

Para mejorar la calidad de los servicios turísticos y desarrollar una oferta más competitiva, desde 2007, cuando comenzó la certificación de calidad turística, hay 147 servicios con Sello Q vigente, de los que se entregaron 23 en 2023.

También 47 empresas obtuvieron la Distinción de Turismo Sustentable (Sello S) y 424 nuevos prestadores de servicios turísticos adhirieron al Compromiso de Turismo Sustentable. Este avance en la obtención de las certificaciones y distinciones nos permite contar con una oferta que apuesta por la sustentabilidad y la calidad en la prestación de los servicios.

En este mismo ámbito, Sernatur implementó un curso que sensibilizó a la industria. En total, se matricularon 1.248 usuarios y, de ellos, aprobaron 304.

Asimismo, se realizó la octava concurso Más Valor Turístico, certamen que puso énfasis el turismo con identidad. Se recibieron 122 postulaciones admisibles de quince regiones del país, destacándose los productos turísticos Añañuca Ecoturismo de la Región de O'Higgins, Te Paseo de la Región del Biobío y Manke Chile de la Región de Aysén, que resultaron ganadores.

En el marco del Programa Nacional de Conciencia Turística, se capacitaron sobre 5.000 personas en el ámbito de las siguientes líneas de trabajo: incentivar el buen trato con una atención amable, hospitalaria y respetuosa con el turista; fomentar el respeto por la cultura, la historia, las costumbres y las tradiciones para fomentar y fortalecer la identidad local; ofrecer servicios e infraestructura de calidad incorporando accesibilidad universal; proteger a niños, niñas y adolescentes de abusos en cualquiera de sus formas en los viajes y el turismo; y promover criterios inclusivos en temáticas de orientación sexual y expresión de igualdad de género.

En el ámbito del turismo accesible, se desarrollaron tres cursos autoinstruccionales para la industria, los que han sido aprobados por 62 participantes, alcanzando un total de 503 personas. En esta misma línea, se generaron herramientas para los prestadores de servicios turísticos, como la 'Guía metodológica para el levantamiento de información en torno a la cadena de accesibilidad', trabajo para el que se realizó un levantamiento de información para generar la guía de servicios y atractivos turísticos accesibles de cara a los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, realizando cuatro talleres de turismo accesible con más de 100 asistentes.

En cuanto a la igualdad y la equidad de género, se realizó el concurso Mujer Empresaria Turística junto a BancoEstado y el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género. En su décimo cuarta versión, contó con más de 300 participantes de todo Chile, que se suma a un total de 6.010 emprendedoras a nivel nacional desde 2011.

Por otro lado, en cuanto a la prevención de la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes que se da en el contexto de viajes y turismo, capacitamos junto a la Policía de Investigaciones a 1.131 trabajadores y empresarios del sector en esta materia.

Respecto a capital humano, se otorgaron 1.221 certificaciones de competencias laborales de ChileValora, donde los perfiles más certificados fueron personas dedicadas a la atención de servicios gastronómicos. Paralelamente, toda la oferta de cursos online en turismo se dejó a disposición en Aprende Turismo, plataforma que cuenta más de 300 horas de capacitación con 1.945 personas matriculadas de todo Chile, entre ellas, las 421 que lograron aprobar.

Para continuar el impulso a la profesionalización de nuestro sector, se realizó un proceso de actualización al catálogo de carreras en gastronomía, hotelería y turismo. Se identificaron 73 carreras distribuidas en 177 instituciones de educación, entre las que se encuentran 138 establecimientos de educación media técnico-profesional, trece centros de formación técnica, once institutos profesionales y quince universidades.

Formalización de los prestadores de servicios turísticos

Sernatur, por segundo año consecutivo, distribuyó en todo Chile el Sello R, distintivo entregado a todos los servicios registrados en Sernatur. Este sello es único por cada servicio, pues posee un código QR que permite a los turistas verificar su autenticidad y revisar la información del servicio. A nivel nacional, se entregó a 1.650 servicios de turismo, siendo superior en un trece por ciento respecto al año anterior. En línea con la entrega de los sellos, se ejecutaron 80 hitos comunicacionales asociados.

Para potenciar la importancia de integrar el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos y utilizar servicios turísticos formales, se ejecutó una campaña comunicacional orgánica que, por una parte, hizo un llamado a registrarse y obtener el Sello R, mientras que, por otra parte, incentivó a turistas a preferir la formalidad de los servicios registrados. Se realizaron 476 publicaciones en las redes sociales institucionales con cobertura nacional y regional.

De forma adicional, como una estrategia de posicionar el registro y entregar beneficios para los servicios turísticos registrados, se creó el Sello Turístico para los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos Santiago 2023. Este sello consistió en un distintivo entregado a 1.095 servicios registrados en Sernatur y que adhirieron al evento deportivo.

Por otra parte, con la finalidad de verificar la información entregada por los prestadores de servicios turísticos en el registro y dar cumplimiento a la normativa vigente, desde 2012 Sernatur ejecuta el proceso de inspección a los servicios turísticos. En 2023, del total de alojamientos registrados, el 82 por ciento se encuentra inspeccionado, lo que representa una mejora del tres por ciento respecto de 2022. Por otro lado, del total de actividades de turismo aventura registradas, el 95 por ciento cuenta con esta inspección.

Asimismo, se ejecutaron a nivel nacional 1.218 inspecciones de alojamiento y 943 inspecciones de turismo aventura, dando un total nacional de 2.161 inspecciones, esto es, un cinco por ciento más de inspecciones que las realizadas el año anterior. De forma adicional, se realizaron 149 operativos de fiscalización a los servicios de turismo, un 79 por ciento más que el año 2022. Estos operativos se hicieron en coordinación con otros organismos, como Directemar, Carabineros y el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones.

Finalmente, se ejecutaron dos importantes proyectos en línea con el apoyo e incentivo para la formalización de los servicios turísticos. El primero corresponde al diseño de un nuevo sitio web denominado 'Portal del Prestador de Servicios Turísticos', que reúne todas las herramientas para la industria desde la lógica escalable de, primero, formalizar su negocio y ser parte del registro formal de Sernatur; luego, aprender mediante cursos y capacitaciones; y finalmente diferenciarse, mediante la obtención de sellos y certificaciones. El segundo proyecto corresponde a un rediseño del buscador de servicios turísticos, modernizando sustancialmente su sitio web y poniendo a disposición toda la información de los servicios turísticos registrados en inglés y español. Ambos sitios web son los primeros accesibles de Sernatur.

Guías de turismo

Respecto a los guías de turismo, se realizaron dos convocatorias para la evaluación teórica de sus conocimientos, siendo esta evaluación una opción para ser partícipe del registro definitivo de guías de turismo. En 2023, 553 guías de turismo rindieron la evaluación y 523 guías aprobaron (94,6 por ciento de logro). Por otro lado, se emitieron 707 credenciales, a fin de diferenciarlos de la oferta informal y continuar con el posicionamiento del

registro frente a los turistas.

Innovación pública

En materia de innovación pública, Sernatur continuó participando de manera voluntaria de la cuarta versión del Índice de Innovación Pública liderado por el Laboratorio de Gobierno y el BID. El servicio obtuvo un promedio general de 72,5 puntos, 29 puntos más que en la medición anterior, ubicándonos en el top 5 de la categoría de servicios públicos.

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

Las direcciones regionales de Sernatur sumaron diez iniciativas de inversión financiadas con fondos de terceros (FNDR y convenios de transferencia), cuyo monto ejecutado asciende a 12.809 millones 752.039 pesos. Dichos recursos se distribuyeron en un 84 por ciento para promoción nacional e internacional de los destinos regionales; un siete por ciento en acciones de diversificación de oferta turística, desarrollo de destinos sustentables, mejoramiento de capital humano en el sector turístico, generación de instancias para registro y formalización de prestadores turísticos; un cuatro por ciento en consultorías (profesionales de apoyo para la ejecución de los programas); un dos por ciento en convenios para el manejo de datos de información turística en las diferentes regiones del país; un uno por ciento para apoyo del programa de turismo social; y un uno por ciento en gastos administrativos.

Dos aspectos importantes respecto de la ejecución de estas iniciativas son que, del total del presupuesto ejecutado por Sernatur, los fondos extrapresupuestarios representan un 29,3 por ciento; mientras que más de la mitad de este monto se debió a la ejecución del Rally Mobil 2023, gestionado en colaboración con el Gobierno Regional del Biobío.

En esta línea, las diez iniciativas iniciadas se agregan a un total de 25 en ejecución, lo que equivale a un monto total de 25.672 millones 783.500 pesos, que se distribuye entre diferentes anualidades según el plazo de ejecución de cada programa.

Estos convenios proporcionan un apoyo fundamental para la promoción de destinos regionales en el marco de la Política Nacional de Turismo, en sintonía con las necesidades de los gobiernos regionales, así como en la diversificación de oferta y destinos turísticos posibilitando el fortalecimiento del rubro turístico en todo el territorio nacional.

4. Desafíos para el período de Gobierno 2024

Promoción turística

La industria turística nacional tiene como desafío continuar con la recuperación del turismo receptivo hasta alcanzar los niveles prepandémicos (2019). Por otro lado, buscaremos aumentar el impacto positivo de las llegadas de turistas en cada uno de los destinos.

La promoción internacional de Chile es un pilar fundamental para el desarrollo de la industria turística. El Plan de Marketing Internacional de abril de 2023 define una intervención focalizada en acciones a los mercados prioritarios, con énfasis en el canal comercial, como ferias y eventos, viajes de familiarización, capacitación de la fuerza de venta, viajes de prensa especializada, entre otras acciones que se ejecutarán los años 2024 y 2025 y que tendrán un alto compromiso con la optimización de la inversión y el trabajo junto con el sector privado.

Para reactivar el sector se ingresará un proyecto de ley que incluye la devolución de IVA a turistas extranjeros por bienes comprados en territorio nacional. A diferencia de los modelos de la Unión Europea, no exigirá al comercio alguna certificación adicional, por lo que las boletas de los bienes clasificados para la devolución podrán utilizarse para solicitar el beneficio. La ley, además, pretende incorporar una tasa al alojamiento de turistas extranjeros para financiar un fondo de promoción turística de Chile, el cual vendrá a complementar el presupuesto existente para promoción turística internacional. Asimismo, se incluye la devolución del IVA para promover producciones audiovisuales extranjeras en territorio nacional, que creará un registro de productores audiovisuales nacionales, a través de los cuales las empresas de producción audiovisual extranjera podrán centralizar sus servicios y facilitar la devolución del IVA.

Mediante una comunicación promocional 360°, que contempla acciones dirigidas al trade, a agencias de representación en mercados priorizados y acciones dirigidas a público final, se espera recuperar los niveles de posicionamiento de Chile como un destino de turismo aventura y de experiencias de nicho, todo esto en un contexto altamente competitivo en que países de la región también están haciendo importantes esfuerzos para recuperar los flujos previos a la pandemia. Estas acciones se desarrollarán mediante el cumplimiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo planteados en el plan de marketing internacional vigente. Estos objetivos son la recuperación del volumen, el aumento del impacto positivo, como el aumento de divisas, y la distribución de este impacto.

Para el turismo interno, el desafío estará enfocado en promocionar Chile a través de experiencias turísticas macrozonales. Para esto, se diversificará la promoción mediante la descentralización y, específicamente, se conectará con la comercialización a través del 'Catálogo de experiencias' y otras

acciones comunicacionales dirigidas a público final y a la industria turística, en un trabajo junto con el sector privado y los principales representantes regionales del sector. Además, a partir del nuevo plan de marketing nacional, se establecerán el plan estratégico y los pilares de posicionamiento para la promoción turística, detallando acciones a corto, mediano y largo plazo.

En el área de turismo de reuniones, se apuntará a aumentar la postulación y la captación de congresos internacionales, además de generar un mayor número de capacitaciones sobre el segmento, tanto a nivel nacional como internacional. También se continuará potenciando el segmento de viajes de incentivos y eventos corporativos a través de una mayor promoción en el extranjero y participando en acciones específicas.

Respecto a los viajes de prensa e influenciadores, se reforzarán las acciones enfocadas en potenciar el conocimiento de la oferta para el mercado interno, promoviendo destinos y experiencias enfocadas en distintos segmentos de la población, abarcando desde viajes de lujo hasta servicios y experiencias para turistas con presupuesto limitado (on a budget).

También se implementarán cursos de capacitación autoinstruccionales a través de la plataforma Aprende Turismo en materias de turismo recreacional, turismo de reuniones y turismo de lujo; para perfeccionar los conocimientos de Chile en la industria turística receptiva nacional y emisiva internacional.

A nivel comunicacional, el principal desafío está en la realización de campañas tácticas focalizadas en segmentos específicos en cada mercado, lo que permitirá contribuir a la conversión de venta. La campaña 'Viaje infinito, descubre Chile' adoptará los lineamientos gráficos definidos por la fundación Imagen de Chile, con el objeto de generar recordación y posicionamiento de la imagen del país.

Finalmente, uno de los principales desafíos será mejorar y actualizar el ecosistema digital de apoyo a la promoción, a través de la implementación de la nueva plataforma del banco audiovisual, que contará con material clasificado y actualizado a disposición de los actores involucrados en la promoción nacional e internacional. Se desarrollará también la app de Chile Travel, que permitirá al turista internacional acceder a información de servicios, destinos y productos para su estadía en Chile. De la mano, se renovará en diseño, usabilidad, accesibilidad y contenidos de los sitios web chile.travel y chileestuyo.cl.

Turismo interno

El programa Turismo Familiar diversificará su oferta en regiones, abriendo nuevas licitaciones en las regiones de Arica y Parinacota, Aysén y Magallanes y la Antártica Chilena. La incorporación de estas regiones expandirá los beneficios físicos y psicológicos de la actividad turística a más familias y mujeres. Además, se buscará aumentar la cobertura para más viajes de grupos de mujeres.

Por su parte, el programa Gira de Estudio trabajará en profundizar las acciones que favorezcan la sustentabilidad. Se espera que durante 2024 se desarrolle el 'Desafío Gira de Estudio' para potenciar una mirada sustentable en los estudiantes de enseñanza media. También se mantendrán las acciones sustentables con los prestadores de servicios, con el objetivo de impulsar un turismo que apoye las economías locales, más amigable con el medio ambiente y consciente de su patrimonio cultural.

El programa Vacaciones Tercera Edad trabajará en la consolidación y la eficiencia de la coordinación entre operadores turísticos y agencias de viaje para la comercialización, a través de un sistema de apoyo a la venta (SAVE). Esperamos superar el 70 por ciento de los cupos regulares comercializados en 2023 y generar los espacios de contacto entre los actores del programa.

Por otra parte, se mejorará la articulación con los beneficiarios directos del programa, para lo cual se proyectan dos hitos: el segundo encuentro de agencias que ejecutan el programa y una convocatoria abierta para que prestadores de alojamiento registrados en Sernatur sean parte del programa.

Para fortalecer el turismo interno, se trabajará en la preparación de un programa para ejecutar en 2025, el cual estará basado en un modelo de subsidio para incentivar la demanda. Este se activará cuando un turista nacional reserve y pague un servicio de alojamiento formal, lo que, una vez validado, hará efectivo el subsidio para que el turista adquiera bienes y servicios complementarios, tales como alimentación, excursiones y artesanía. Este programa permitirá aumentar la ocupación de servicios de alojamiento y con ello contribuir al crecimiento de la industria turística complementaria.

Por su parte, Turismo Atiende concentrará sus esfuerzos en fortalecer la omnicanalidad, implementando de manera estratégica elementos digitales para enriquecer y apoyar la atención y trabajar colaborativamente con entidades públicas. Fundamentalmente, estas iniciativas mejorarán la experiencia del usuario en todos los canales de atención y difundirán de manera más efectiva la variada oferta turística nacional.

Generación de información sectorial

Con el objetivo de mitigar las brechas de información desagregada por sexo en las estadísticas oficiales del sector, se revisará la factibilidad para incorporar esta variable sexo en la producción de las estadísticas de llegadas de turistas internacionales al país. Para esto, se analizará el registro administrativo disponible para determinar la posible desagregación del marco poblacional de las llegadas de turistas, para avanzar en su metodología e implementación.

Respecto del turismo receptivo, se analizarán las principales variables obtenidas de las mediciones del estudio del turismo internacional en sus versiones 2019 y 2023, para examinar el perfil del turista internacional que visita Chile vía aérea, antes y después de la pandemia.

Respecto de la información económica sectorial a nivel de territorio, se realizará un método de estimación para desagregar el PIB turístico regional, explicando su marco conceptual, objetivos, cobertura temática y resultados.

También se continuará el trabajo metodológico del proyecto de big data para el turismo interno, ampliando la serie histórica de viajes y su caracterización, mediante un modelo de generación de datos sintéticos para cubrir con ello eventuales pérdidas de información. Junto a esto, se mantendrá el proceso de mejora incremental de las publicaciones en la plataforma Data Turismo Chile y el Sistema de Información Estadísticas de Turismo (SIET).

Desarrollo

Para mejorar la calidad de los servicios turísticos y desarrollar una oferta más competitiva, orientada a la innovación y la transformación digital, Sernatur dispondrá de más de mil cupos para cursos y herramientas que permitan instalar capacidades de competitividad, sustentabilidad, cambio climático, hospitalidad, accesibilidad, digitalización e innovación en la plataforma

Aprende Turismo. También se trabajará en el diseño de nuevos contenidos sobre enfoque de género en turismo.

Con el objetivo de destacar la innovación de los productos turísticos que aporten a la diversificación de experiencias, este 2024 realizaremos la novena versión del concurso de productos turísticos innovadores Más Valor Turístico.

Para fortalecer la sustentabilidad, se realizará un plan de mejoras a la Distinción de Turismo Sustentable, cuyo foco estará en los prestadores de servicios turísticos. También se pondrán a disposición contenidos y herramientas que permitan difundir y adoptar prácticas sustentables en los prestadores de servicios.

Para mejorar el sistema de certificación de calidad y la competitividad de la industria, se desarrollará un modelo para mipymes turísticas, que entrará en fase de diseño y testeo del prototipo, con la asistencia financiera y técnica del Banco Interamericano de Desarrollo. El objetivo de esto es consolidar la información de las mipymes y entregar herramientas adecuadas a cada realidad empresarial del sector.

En temas de capital humano turístico, seguiremos coordinándonos entre entes técnicos, públicos y privados. En continuidad con el Plan Estratégico de Capital Humano 2023-2026, se trabajará a nivel regional para desarrollar el talento humano de las localidades de nuestro país.

Sobre cambio climático, gestión de riesgo de desastre y turismo, Sernatur impartirá cursos para prestadores durante marzo, junio, septiembre, diciembre. Conjuntamente, se hará difusión de la campaña de cambio climático y turismo en redes sociales. Junto a la Subsecretaría de Turismo, actualizaremos el 'Plan de adaptación de cambio climático del sector turismo' y participaremos en la elaboración y actualización de otros planes sectoriales de adaptación.

Durante este periodo, también se continuará con el proyecto de una plataforma para el índice de saturación de destinos turísticos.

Para la creación de una cultura innovadora dentro del servicio, se desarrollará un plan de acción y difusión de los valores de innovación, transformación digital, sustentabilidad e inclusión. Además, se continuará el trabajo junto con el Laboratorio de Gobierno para la medición del índice de innovación pública.

Durante este periodo, apoyaremos y participaremos en los procesos de declaración de nuevas zonas de interés turístico (ZOIT). En este ámbito, este año se realizará un encuentro nacional de ZOIT y gobernanzas públicas y privadas en la ciudad de Valdivia. Además, generaremos recomendaciones para modificar el reglamento 30, sobre el procedimiento de declaración para ZOIT.

Además, actualizaremos el catastro de atractivos turísticos nacionales y haremos un modelo integral de gestión de destinos turísticos, mediante etapas de recopilación, revisión y actualización de herramientas territoriales, nacionales e internacionales. Además, se propondrán nuevas herramientas que faciliten y fortalezcan la gestión de los destinos, para permitir su desarrollo sostenible.

En materia de evaluación ambiental, se generarán y fortalecerán las capacidades técnicas en las direcciones regionales de Sernatur con el apoyo del nivel central. Se levantará información relacionada a paisajes, como instrumentos normativos y de planificación, con el fin de crear un concepto o definición de paisaje considerado como un recurso turístico.

Parte de nuestros desafíos también es fortalecer el trabajo con los municipios que cuentan con la Distinción Municipalidad Turística. A aquellos municipios que están en proceso de obtenerla se les entregarán herramientas para que mejoren la gestión de sus unidades de turismo y las competencias de los profesionales que allí trabajan.

Para los prestadores de servicios turísticos, se dispondrá de forma permanente cupos para cursos de accesibilidad en la plataforma Aprende Turismo. Se avanzará en mediciones de accesibilidad para diagnosticar el nivel de los servicios turísticos y se realizarán talleres mensuales que acerquen la temática a los prestadores. Además, generaremos material con herramientas concretas en torno a la neurodivergencia y la atención para estas personas.

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

En lo que respecta a igualdad de género, visualizaremos la importancia de la inclusión para un turismo libre de prejuicios y sin discriminación. Incluiremos acciones para sensibilizar en materia de LGBTIQ+, además de realizar la décimo quinta edición del concurso Mujer Empresaria Turística.

En cuanto a regulación de servicios turísticos, incorporaremos más y nuevos tipos de servicios turísticos en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, para sumar a quienes son efectivamente parte de la oferta, según la realidad de cada servicio. Para enfrentar este aumento de servicios turísticos que entran al proceso de formalización, reforzaremos las inspecciones, de modo de que el registro refleje los servicios que se ofrecen, evitando así riesgos e incertidumbres para los turistas.

En este sentido, se presentará un nuevo programa de supervisión para los servicios turísticos, que permita aumentar la cobertura incorporando también servicios que actualmente no son inspeccionados, con el objetivo de evaluar el estado de la formalización de la oferta turística y determinar las acciones a realizar junto con los representantes del sector, tendiendo a hacerla más competitiva.

Finalmente, para mejorar los estándares de servicio hacia el turista, iniciaremos el proceso de actualización y elaboración de normas técnicas de turismo aventura junto con Instituto Nacional de Normalización (INN), con el objeto de disminuir los riesgos en las actividades que realizan

5. Anexos

Índice

.Anexo 1: Recursos Humanos	42
.Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023	51
.Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo	52
.Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2023	53
.Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución	56
.Anexo 6: Estructura Organizacional y autoridades	58

Anexo 1: Recursos Humanos

Dotación efectiva año 2023, por Tipo de Contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Contrata	186	94.90%	125	91.24%	311
Planta	10	5.10%	12	8.76%	22
Total	196	100.00%	137	100.00%	333

Dotación efectiva año 2023, por Estamento (mujeres y hombres)

Estamentos	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Técnicos	22	11.22%	6	4.38%	28
Directivos	5	2.55%	12	8.76%	17
Auxiliares	5	2.55%	8	5.84%	13
Profesionales	134	68.37%	102	74.45%	236
Administrativos	30	15.31%	9	6.57%	39
Total	196	100.00%	137	100.00%	333

Dotación Efectiva año 2023 por Grupos de Edad (mujeres y hombres)

Grupo de edad	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
ENTRE 25 y 34 AÑOS	30	15.31%	16	11.68%	46
ENTRE 35 y 44 AÑOS	91	46.43%	68	49.64%	159
ENTRE 45 y 54 AÑOS	54	27.55%	38	27.74%	92
ENTRE 55 y 59 AÑOS	9	4.59%	7	5.11%	16
ENTRE 60 y 64 AÑOS	11	5.61%	7	5.11%	18
65 Y MÁS AÑOS	1	0.51%	1	0.73%	2
Total	196	100.00%	137	100.00%	333

Personal fuera de dotación año 2023 , por tipo de contrato (mujeres y hombres)

Tipo de Contrato	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	N°	%	N°	%	N°
Honorarios	33	100.00%	31	100.00%	64
Total	33	100.00%	31	100.00%	64

Personal a honorarios año 2023 según función desempeñada (mujeres y hombres)

Función desempeñada	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
Técnicos	10	30.30%	4	12.90%	14
Profesionales	20	60.61%	23	74.19%	43
Administrativos	3	9.09%	4	12.90%	7
Total	33	100.00%	31	100.00%	64

Personal a honorarios año 2023 según permanencia en el Servicio (mujeres y hombres)

Rango de Permanencia	Mujeres		Hombres		Total Dotación
	Nº	%	Nº	%	Nº
Más de 3 años	8	100.00%	7	100.00%	15
Total	8	100.00%	7	100.00%	15

b) Indicadores de Gestión de Recursos Humanos

1 Reclutamiento y Selección

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

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección.	20	35	30
(b) Total de ingresos a la contrata año t	26	38	33
Porcentaje ingresos a la contrata con proceso de reclutamiento y selección (a/b)	76,92%	92,11%	90,91%

1.2 Efectividad de la selección

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de ingresos a la contrata vía proceso de reclutamiento y selección año t, con renovación de contrato para año t+1	19	33	28
(b) N° de ingresos a la contrata año t vía proceso de reclutamiento y selección	20	35	30
Porcentaje de ingresos con proceso de reclutamiento y selección, con renovación (a/b)	95,00%	94,29%	93,33%

2 Rotación de Personal

2.1 Porcentaje de egresos del Servicio respecto de la dotación efectiva

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	42	52	33
(b) Total dotación efectiva año t	335	331	333
Porcentaje de funcionarios que cesan o se retiran (a/b)	12,54%	15,71%	9,91%

2.2 Causales de cese o retiro

Causales	2021	2022	2023
Funcionarios jubilados año t	6	0	3
Funcionarios fallecidos año t	0	1	0
Retiros voluntarios con incentivo al retiro año t	6	8	2
Otros retiros voluntarios año t	0	0	22
Funcionarios retirados por otras causales año t	30	43	6
Total de ceses o retiros	42%	52%	33%

2.3 Porcentaje de recuperación de funcionarios

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios que ingresan a la dotación del Servicio año t	31	32	36
(b) N° de funcionarios que cesan o se retiran del Servicio por cualquier causal año t	42	52	33
Porcentaje de recuperación (a/b)	73,81%	61,54%	109,09%

3 Grado de Movilidad en el Servicio

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

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios de Planta ascendidos o promovidos año t	0	0	0
(b) Total Planta efectiva año t	28	14	22
Porcentaje de funcionarios ascendidos o promovidos (a/b)	0,00%	0,00%	0,00%

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

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios recontratados en grado superior año t	14	24	11
(b) Total Contratos efectivos año t	307	317	311
Porcentaje de recontratados en grado superior (a/b)	4,56%	7,57%	3,54%

4 Capacitación y Perfeccionamiento del Personal

4.1 Porcentaje de funcionarios capacitados, respecto de la Dotación Efectiva

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de funcionarios capacitados año t	320	156	273
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	331	333
Porcentaje de funcionarios capacitados (a/b)	95,52%	47,13%	81,98%

4.2 Promedio anual de horas contratadas para Capacitación por funcionario

Variables	2021	2022	2023
(a) \sum (N° horas contratadas en act. de capacitación año t * N° participantes capacitados en act. de capacitación año t)	8876	5119	8610
(b) Total de participantes capacitados año t	982	231	567
Promedio de horas de capacitación por funcionario (a/b)	9,04	22,16	15,19

4.3 Porcentaje de actividades de capacitación con evaluación de transferencia

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de actividades de capacitación con evaluación de transferencia en el puesto de trabajo año t	1	1	1
(b) N° de actividades de capacitación año t	37	44	71
Porcentaje de actividades con evaluación de transferencia (a/b)	2,70%	2,27%	1,41%

4.4 Porcentaje de becas otorgadas respecto a la Dotación Efectiva

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de becas otorgadas año t	10	5	6
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	331	333
Porcentaje de becados (a/b)	2,99%	1,51%	1,80%

5 Días no Trabajados

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

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de días de licencia médica Tipo 1, año t, / 12	6582	688	548.75
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	331	333
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias médicas Tipo 1 (a/b)	19,65	2,08	1,65

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

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de días de licencia médica de otro tipo , año t, / 12	2943	91	158.42
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	331	333
Promedio mensual días no trabajados por funcionario por licencias de otro tipo (a/b)	8,79	0,27	0,48

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

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de días de permisos sin goce de remuneraciones, año t, / 12	0	2.5	419
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	331	333
Promedio mensual días no trabajados por permisos sin goce de remuneraciones (a/b)	0,00	0,01	1,26

6 Grado de Extensión de la Jornada

6 Promedio mensual de horas extraordinarias realizadas por funcionarios

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de horas extraordinarias año t, / 12	147	407.83	802.17
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	331	333
Promedio mensual horas extraordinarias por funcionario (a/b)	0,44	1,23	2,41

7 Evaluación del Desempeño

7.1 Distribución del Personal según los resultados de las Calificaciones

Listas	2021	2022	2023
Lista 1	278	270	282
Lista 2	12	4	6
Lista 3	0	0	0
Lista 4	0	0	0
(a) Total de funcionarios evaluados	290%	274%	288%
(b) Total Dotación Efectiva año t	335	331	333
Porcentaje de funcionarios evaluados (a/b)	86.57%	82.78%	86.49%

7.2 Sistema formal de retroalimentación del desempeño implementado

Variables	2021	2022	2023
Tiene sistema de retroalimentación implementado (Sí / No)			SI

8 Política de Gestión de Personas

8 Política de Gestión de Personas formalizada

Variables	2021	2022	2023
Tiene Política de Gestión de Personas formalizada vía Resolución (Sí / No)			SI

9 Regularización de Honorarios

9.1 Representación en el ingreso a la Contrata

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	6	3	2
(b) Total de ingresos a la contrata año t	26	38	33
Porcentaje de honorarios traspasados a la contrata(a/b)	23,08%	7,89%	6,06%

9.2 Efectividad proceso regularización

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de personas a honorarios traspasadas a la contrata año t	6	3	2
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	11	8	9
Porcentaje de honorarios regularizados (a/b)	54,55%	37,50%	22,22%

9.3 Índice honorarios regularizables

Variables	2021	2022	2023
(a) N° de personas a honorarios regularizables año t	12	9	8
(b) N° de personas a honorarios regularizables año t-1	11	8	9
Porcentaje (a/b)	109,09%	112,50%	88,89%

Anexo 2: Compromisos de Gobierno 2023

Iniciativa	Estado de Avance
Certificación y recertificación de empresas en los sellos Sustentable (S) y de Calidad Turística (Q)	En diseño
Incrementar el número de empresas certificadas y fortalecer la creación de valor	En diseño
Mejorar el sistema de certificación de calidad turística	No iniciado
Promover activamente destinos turísticos	Terminado

Anexo 3: Cumplimiento Convenio de Desempeño Colectivo

Cuadro 11

Equipos de Trabajo	Número de personas por Equipo de Trabajo	N° de metas de gestión comprometidas por Equipo de Trabajo	Porcentaje de Cumplimiento de Metas	Incremento por Desempeño Colectivo
24	13,75	3,8	99,54	420.966

Anexo 4: Resultados en la Implementación de medidas de Género 2023

Medidas

Medidas	Resultados
<p>Política y/o procedimientos de gestión de personas con perspectiva de género.</p>	<p>El proceso de desarrollo de esta actividad se ha llevado a cabo de manera gradual. En primer lugar, se realizó un análisis exhaustivo de la normativa, abarcando todos sus puntos y evaluando el nivel de avance del servicio en esta materia. Posteriormente, se procedió al examen de los 115 requisitos que conforman la estructura de documentación del sistema, lo que permitió diagnosticar preliminarmente el cumplimiento de la norma. Se identificaron 4 requisitos completamente implementados, 26 requisitos parcialmente implementados y 85 requisitos sin avances en su implementación. Con esta evaluación como punto de partida, se comenzó la elaboración de la política de género de SERNATUR. Este avance implica el cumplimiento de uno de los requisitos normativos establecidos y sienta las bases para futuros progresos en este ámbito. Esta propuesta contiene los siguientes principios: Igualdad de Oportunidades; Diversidad en Equipos; Conciliación y Equilibrio; Ambiente Libre de Violencia y Discriminación; Comunicación Inclusiva; Cumplimiento Legal y Normativo; y Liderazgo y Mejora Continua.</p>
<p>Capacitación avanzada en materia de género aplicado al quehacer del Servicio a funcionarias/os y equipos directivos del Servicio y, capacitación básica en materia de género sólo para Servicios nuevos y funcionarios/as que no han sido capacitados/as.</p>	<p>Esta iniciativa tiene como objetivo principal: Mejorar las competencias laborales para una mejor provisión de productos y servicios de la institución, a través de la entrega de conocimientos y estrategias metodológicas para disminuir y/o eliminar inequidades, brechas y barreras diagnosticadas y que puedan ser abordadas en el marco de la gestión institucional. Esta iniciativa se implementó lográndose los siguientes objetivos específicos: - Reconocer y comprender el sentido de los principales conceptos relativos al enfoque de género y su relación con las desigualdades existentes entre hombres y mujeres, relevando la importancia del análisis de género en las organizaciones públicas. - Conocer y comprender algunas distinciones generales de las comunicaciones con perspectiva de género y recomendaciones para un uso no sexista (inclusivo) del lenguaje. - Definir e Identificar las brechas, barreras e inequidades entre hombres y mujeres en los procesos de gestión de personas a nivel organizacional, aplicando técnicas de análisis de género. - Reflexionar en torno a los cambios personales y organizacionales que se deben desarrollar para aplicar el enfoque de género, reconociendo las principales resistencias y potencialidades. - Aprender a desarrollar indicadores de género en base a los programas, productos y proyectos de la institución para evaluar el impacto de las políticas y prácticas de SERNATUR, con el fin de identificar áreas de mejora y fortalecer la capacidad para promover la igualdad de género. - Conocer y desarrollar los principales elementos para la construcción de mejores programas y proyectos relacionados con turismo para avanzar hacia la igualdad de género con corresponsabilidad a nivel organizacional.</p>
<p>Procesos de Provisión de bienes o servicios con perspectiva de género.</p>	<p>Para esta iniciativa, se realizaron las acciones: 1) Al menos el 20% las bases de licitación de Sernatur tienen un criterio y ponderación de evaluación que favorezca la perspectiva de género, considerando las recomendaciones de la directiva N° 20 de Chile Compra; 2) Realizar la catorceava versión del concurso Mujer Empresaria Turística en conjunto con BancoEstado y Ministerio de la Mujer y Equidad de Género; y 3) Lanzamiento de sello de adhesión para empresas amigables con la comunidad LGBTQIA+ basados en el buen trato. Además de la guía de prácticas no discriminatorias para el buen trato de personas LGBTQIA+. Para la acción 1) Al menos el 20% las bases de licitación de Sernatur tienen un criterio y ponderación de evaluación que favorezca la perspectiva de género, considerando las recomendaciones de la directiva N° 20 de Chile Compra: Al 30 noviembre de 2023 un 77% (111/144) de las bases de licitación de Sernatur publicadas en el portal de Mercado Público, tienen un criterio y ponderación de evaluación que favorece la perspectiva de género. Para la acción 2) Realizar la catorceava versión del concurso Mujer Empresaria Turística en conjunto con BancoEstado y Ministerio de la Mujer y Equidad de Género: Este concurso se realizó mediante una alianza con BancoEstado. Donde, desde la etapa de convocatoria, promoción y postulación fueron gestionadas por Sernatur. En esta edición, se evaluaron 303 candidatas y se premiaron en un evento a nivel nacional a las finalistas. Para la acción 3) Lanzamiento de sello de adhesión para empresas amigables con la comunidad LGBTQIA+ basados en el buen trato. Además de la guía de prácticas no discriminatorias para el buen trato de personas LGBTQIA+: Si bien el sello fue validado con diversos colectivos LGBTQIA+, y la mayoría lo recibió con entusiasmo, solo un colectivo expresó preocupaciones sobre posibles prácticas discriminatorias. Considerando esta preocupación, y el marco legal vigente, se pospuso el lanzamiento de este en 2023. Buscando perfeccionar el proyecto para ajustarlo a los principios de igualdad y no discriminación y así lograr un mayor consenso dentro de la comunidad LGBTQIA+. Por otro lado, la guía de buenas prácticas para el trato de las personas LGBTQIA+, que fue elaborada con diversos actores, se encuentra disponible para la industria, y representa un paso adelante hacia un turismo más inclusivo.</p>

Medidas	Resultados
<p>Estudios, datos y estadísticas con información desagregada por sexo/género y análisis de género.</p>	<p>Para esta iniciativa, se realizaron las acciones 1) Elaboración de un documento técnico con análisis de las estadísticas de sexo en base a los resultados de la encuesta del Estudio del Turismo Emisivo, incorporando los resultados de la variable "género del entrevistado"; 2) Elaborar un Reporte que contenga la información del porcentaje de mujeres registradas en la plataforma Aprende Turismo; y 3) Porcentaje de pasajeras viajadas en el Programa de Turismo Social en el año T. Para la acción 1) Elaboración de un documento técnico con análisis de las estadísticas de sexo en base a los resultados de la encuesta del Estudio del Turismo Emisivo, incorporando los resultados de la variable "género del entrevistado": Sernatur ha incorporado de manera gradual la variable sexo en los estudios de su competencia y diseño, donde las tres formas fundamentales de turismo (emisivo, receptivo e interno⁴), cuentan en su método con esta variable, lo que hace posible procesar información de interés para analizar las brechas según sexo en la caracterización del turismo internacional y nacional, en cada una de sus versiones. Profundizando el conocimiento y la investigación, incorpora por primera vez en los cuestionarios del turismo internacional la variable "género de la persona entrevistada", en agosto 2022, fecha en la cual se retomó la medición del ingreso y egreso de divisas en terreno, luego de una cancelación del trabajo de campo de 2 años debido a la pandemia Covid-19. Así también, en la senda de fortalecer la capacidad de proveer datos turísticos desagregados por sexo, se identifica que una de las áreas claves de investigación para implementar políticas y estrategias que apunten al empoderamiento de las mujeres, es el "empleo", aspecto que se abordó en la acción comprometida en el año 2021, y cuya medición se ha sostenido en el tiempo. Ahora bien, debido a la naturaleza intersectorial de la actividad turística, se observan dificultades para incorporar la "variable sexo" en la totalidad de los estudios que forman parte del Sistema de Estadísticas de Turismo, esto debido a que integra fuentes de datos externas, donde el Servicio no tiene la competencia ni la independencia para incluir variables en las herramientas de medición o en los registros administrativos. Para contrarrestar esto, al establecer convenios entre entidades o bien en las mesas de trabajo intersectoriales donde tiene participación, y toda vez que la naturaleza del dato lo permita, es un considerando por exponer, haciendo continuamente presente la necesidad de disponer de datos cuantitativos y representativos con información cada vez más detallada, que contribuya a la investigación y el conocimiento. En este contexto y de acuerdo con lo comprometido en el Programa de Género, el Departamento de Estadísticas, realizó el procesamiento y posterior análisis de la información que la institución levantó a través de encuestas del turismo emisivo, enfocado en la variable "sexo", con el fin de visibilizar el comportamiento y perfil de las y los turistas residentes en Chile en sus viajes al exterior. Asimismo, se incorpora los resultados de la variable "género de la persona entrevistada", pregunta que por primera vez se adiciona al cuestionario del turismo emisivo. Para la acción 2) Elaborar un Reporte que contenga la información del porcentaje de mujeres registradas en la plataforma Aprende Turismo: Durante el período reportado, se han matriculado un total de 1.904 personas, de los cuales un 59,72% (1.137) son mujeres; un 39,65% (755) son hombres y un 0,63% (12) prefiere no decirlo. De esta cifra de personas matriculadas, han aprobado un 21,11% (402 personas), siendo un 72,89% (293) mujeres; un 26,87% son hombres (108) y un 0,25% (1 persona) prefiere no decir su sexo. Respecto de la tasa de aprobados por sexo, las mujeres tienen un mejor desempeño con 25,77% del total de mujeres matriculadas, y los hombres el 14,30% del total de hombres matriculados. Finalmente, las personas que prefieren no decir su sexo, tienen una tasa de aprobados del 8,33% del total de matriculados. Los principales indicadores de los cursos ofrecidos a la fecha hacen un fiel reflejo del aumento de la participación de mujeres sobre hombres, mostrando que las mujeres han logrado insertarse en la industria turística, obteniendo a través de diferentes medios conocimientos y/o recursos que aportan a la gestión eficaz de sus negocios y/o desarrollo personal. Lo anterior, con objeto de ir mejorando la prestación del servicio desde una manera más tecnológica ya sea como trabajadoras independientes o dependientes y así disminuir las brechas en el acceso y manejo de tecnologías que existen hoy en día. Para la acción 3) Porcentaje de pasajeras viajadas en el Programa de Turismo Social en el año T: Durante el año 2023, a través de los componentes Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar, el programa de Turismo Social benefició a un total de 52.069 pasajeros/as (familias, personas mayores, mujeres y jóvenes), de los cuales 36.636 corresponden a mujeres, es decir, un 70% de pasajeras viajadas. Considerando los resultados anteriormente expuestos, se determina que esta acción ha permitido contribuir, como cada año, a la disminución de la inequidad(es), brecha(s) y/o barrera(s) de género, toda vez que se asume un compromiso desde los Programas de Turismo Social, tanto en el nivel central como en todas las regiones del país, al contar con una persona a cargo de del desarrollo de sus viajes, contribuyendo con la equidad de género en su ejecución.</p>

Iniciativas

Iniciativa	Resultado
<p>Planificación Estratégica Institucional incorporando perspectiva de género.</p>	<p>Para el SERNATUR es importante promover ambientes laborales saludables de mutuo respeto y no discriminación, orientados a mejorar la calidad de vida laboral, el bienestar físico, psicológico y social de su personal, incidiendo en consecuencia en el cumplimiento de los objetivos institucionales y así entregar mejores servicios a la ciudadanía. Es por lo anterior que se ve la necesidad de designar a las encargadas y los encargados de género a nivel nacional con el objeto de apoyar la incorporación de la perspectiva de género, tanto en el diseño e implementación de las políticas públicas, como en los procesos internos, en forma transversal, al interior de SERNATUR. Para articular adecuadamente los esfuerzos del Servicio y de las encargadas y los encargados de género se hace necesario crear una mesa de trabajo interna que permita coordinar los trabajos y esfuerzos a realizar en el cumplimiento de los nuevos desafíos en materia de igualdad y equidad de género que ha adquirido el Estado de Chile. La Mesa Interna de Género ha elaborado un programa de trabajo para el año 2023, que incluye las siguientes acciones: - Realizar un diagnóstico de la situación actual de la igualdad de género y la conciliación en el Sernatur. - Elaborar un plan de acción 2024-2025 para avanzar en la implementación de la Norma 3262:2022. - Implementar medidas de sensibilización sobre la importancia de la igualdad de género y la conciliación. Se definió aplicar una encuesta a las personas integrantes de la mesa de género, ya que es una herramienta valiosa para saber el conocimiento que tienen quienes asumen esta función respecto a equidad de género y conciliación de la vida laboral y familiar. Los resultados permitieron determinar las acciones a implementar en el servicio para instalar un adecuado Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Conciliación de la Vida Laboral y Familiar, estos se reflejaron en el Programa de Trabajo Mesa Interna de Género 2024-2025.</p>

Iniciativa	Resultado
<p>Acciones de comunicación y difusión interna y externa con perspectiva de género.</p>	<p>Para esta iniciativa, se realizaron las acciones 1) apoyo a la difusión de todas las etapas del concurso Mujer Empresaria Turística 2023; y 2) la creación del Manual de lenguaje inclusivo no sexista. Para la acción de difusión de todas las etapas del concurso Mujer Empresaria Turística 2023, también se dieron a conocer los casos de éxito de las dieciséis empresarias finalistas del certamen, una por cada región. Cerrado el concurso, se publicaron en la página web de Sernatur las historias de las dieciséis representantes regionales. Para la acción de creación del Manual de lenguaje inclusivo no sexista, se confeccionó un documento que contiene ejemplos y casos del uso del lenguaje. La guía se compartió con todas las personas que trabajan en la institución y está disponible para la descarga en la intranet. Se consideró también aspectos de la comunidad LGTBQIA+, teniendo como base documentos del Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género y otras publicaciones en referencia.</p>
<p>Políticas y/o Programas públicos elaborados por el Servicio con perspectiva de género.</p>	<p>Para esta iniciativa, se realizaron las acciones 1) Revisión del lenguaje y las imágenes utilizadas para la difusión en página web y/o redes sociales y/o sistemas informáticos de los Programas de Turismo Social (Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar) de las acciones desarrolladas en materia de igualdad de género; y 2) Generar al menos 3 acciones digitales y/o campañas digitales con enfoque de género y/o equidad de género. Para la acción 1) Revisión del lenguaje y las imágenes utilizadas para la difusión en página web y/o redes sociales y/o sistemas informáticos de los Programas de Turismo Social de las acciones desarrolladas en materia de igualdad de género: Se analizaron 4 redes sociales correspondientes al Programa Gira de Estudio (1), Programa Vacaciones Tercera Edad (1) y Programa Turismo Familiar (2). Al realizar la suma de publicaciones, de las 4 redes sociales, de las 328 publicaciones, 231 corresponden a aquellas de carácter no sexista, alcanzando un 70% a nivel general Para la acción 2) Generar al menos 3 acciones digitales y/o campañas digitales con enfoque de género y/o equidad de género: Durante el 2023 para la realización de esta actividad SERNATUR, a través de Chile Es Tuyo y Chile.Travel, realiza distintas acciones de comunicación que tienen como propósito un enfoque de género y/o de equidad de género, visibilizando oferta turística disponible para todas las personas. 1) Hay Chile para Todas y Todos, 2) Campaña Ríos de Chile 3) Expertos en Feriados, 4) Extremas Pachy Valenzuela, Javiera Morales y Bárbara Hernández, 5) Viajes de Prensa. A raíz de esta acción, se busca reforzar que en Chile hay oferta para mujeres y hombres, personas con discapacidad, personas mayores, niñas y niños, adolescentes, disidencias sexuales y personas de distintos grupos socio económicos. De esta forma, hoy podemos decir que hay Chile para todas las familias, para las amigas y los amigos, para las parejas, y para los espíritus aventureros, entre otros.</p>

Anexo 5: Información Estratégica, Financiera e Instrumentos de Gestión de la Institución

Sección	Detalle	Enlace
Identificación de la Institución (Formulario A1)	Corresponde a la información estratégica del Servicio. Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Planificación Estratégica, Definiciones Estratégicas, instrumentos por año, 2023 y escoger el Ministerio y Servicio.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15400-35324.html
Recursos Financieros	Corresponde a información presupuestaria del Servicio disponible en los informes de ejecución presupuestaria mensuales, a diciembre de cada año o trimestrales. Dipres presenta información a través de dos vías: i) Sitio web de Dipres, sección Presupuestos, año 2023, y escoger la partida presupuestaria requerida; y ii) Sitio web de Dipres, banner Datos Abiertos, donde se presentan archivos con información del Gobierno Central.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15149-35324.html
		https://datos.gob.cl/organization/direccion_de_presupuestos
Indicadores de Desempeño 2023	Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Planificación Estratégica, Indicadores de Desempeño, Fichas Anuales y 2023.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-multipropertyvalues-15157-35324.html
Informe Programas / Instituciones Evaluadas	Se presenta el buscador de programas e instituciones evaluadas. Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Evaluación y Transparencia Fiscal, apartado Evaluación y Revisión del Gasto e Informes de Evaluaciones. Para acceder a los informes, se debe escoger el Ministerio, línea de evaluación y año de publicación de la evaluación buscada.	https://www.dipres.gob.cl/597/w3-propertyvalue-23076.html
Informe Preliminar de Cumplimiento de los Compromisos de los Programas/Instituciones Evaluadas		

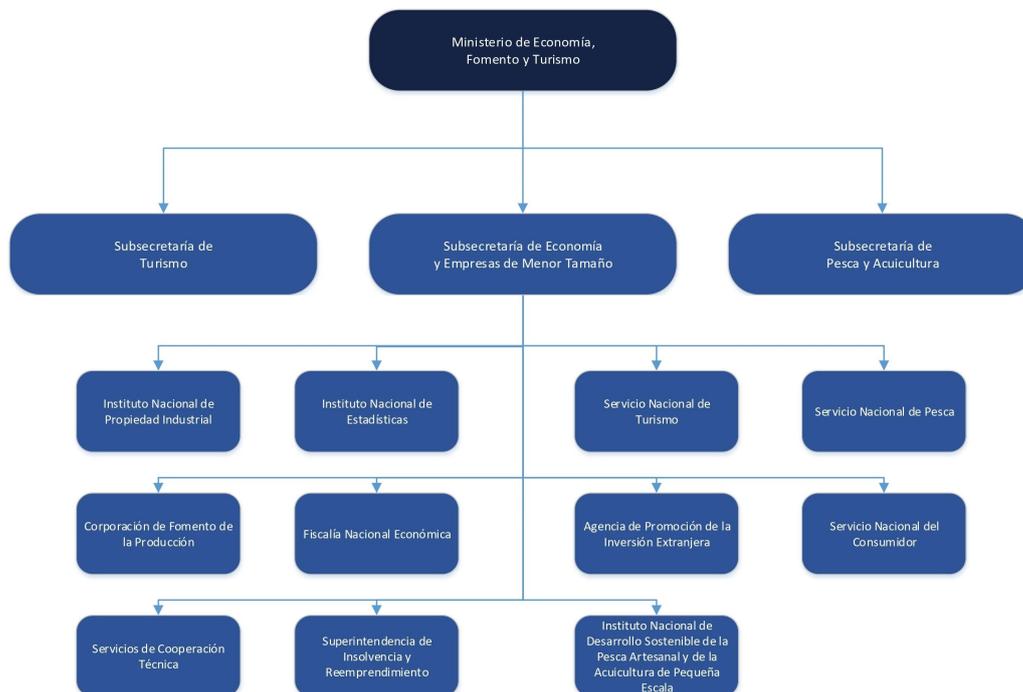
Sección	Detalle	Enlace
Cumplimiento de Sistemas de Incentivos Institucionales 2023	Para acceder, dirigirse a www.dipres.cl , sección Mecanismos de Incentivo de Remuneraciones, y elegir entre los distintos mecanismos presentados, para luego seleccionar el instrumento para un determinado año (según corresponda) u otro tipo de documentación relacionada.	https://www.dipres.gob.cl/598/w3-propertyvalue-16140.html

Anexo 6: Estructura Organizacional y autoridades

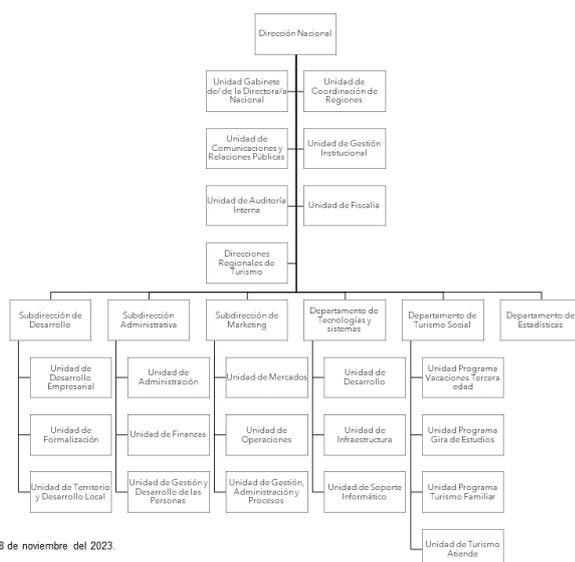
Organigrama y ubicación en la Estructura del Ministerio



Estructura Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo.



Organigrama y ubicación en la Estructura del Servicio



Principales Autoridades

Cargo	Nombre
Jefe de Servicio	Cristobal Benítez Villafranca
Fiscal	Ernesto Adrian Muñoz Lamartine
Subdirectora de Desarrollo (S)	Solange Vania Fuster Griggs
Subdirectora de Marketing (S)	Andrea Victoria Valenzuela Escobedo
Subdirector Administrativo	Cristobal Adolfo Rojas Palma
Director Regional de Arica y Parinacota (S)	Juan Ignacio Concha Osorio
Director Regional de Antofagasta	Mauricio Andres Soriano Silva
Director Regional de Tarapacá (S)	Guillermo Antonio Rodriguez Ocaranza
Director Regional de Atacama	Alejandro Antonio Martin Caro
Directora Regional de Coquimbo	Angelica Maria Funes Tapia
Director Regional de Valparaíso	Marcelo Eladio Vidal Acevedo
Director Regional Metropolitano	Claudio Enrique Yañez Salazar
Director Regional de O'Higgins	Carlos Patricio Escobar Campos
Directora Regional de Maule	Rosa Maria Romero Delgado
Director Regional de Ñuble	Augusto Hernan Gonzalez Jeldres
Directora Regional del Bio-Bío (S)	Maritza Andrea San Martin Hermosilla
Director Regional de La Araucanía	Daniel Elias Diaz Perez
Directora Regional de Los Ríos	Marila Loreto Barrientos Triviños
Director Regional de Los Lagos (S)	Luis Guillermo Hurtado Barros
Director Regional de Aysén	Claudio Eduardo Montecinos Angulo
Director Regional de Magallanes	Victor Andres Roman León