

**DIRECTOR/A REGIONAL ARAUCANÍA
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO - SERNATUR
MINISTERIO DE ECONOMÍA, FOMENTO Y TURISMO
II NIVEL JERÁRQUICO**

LUGAR DE DESEMPEÑO

Región de la Araucanía,
Temuco

I. PROPÓSITO Y DESAFÍOS DEL CARGO*

**1.1 MISIÓN
Y
FUNCIONES
DEL CARGO**

Al Director/a Regional le corresponderá implementar la Política Nacional de Turismo a nivel regional, ejecutando las líneas de acción definidas por el Servicio Nacional de Turismo: Promoción Innovación y Tecnología (transformación digital), Sustentabilidad, Inversión y Competitividad, Calidad y Capital Humano, Inteligencia de Mercado, Gestión interna e Inversión y Competitividad, todo en conjunto con el plan específico para la Región de la Araucanía, en los diferentes destinos de la región, estimulando el crecimiento y desarrollo sustentable de recursos turísticos, la competitividad, promoción del destino y fomento de la actividad turística, generando tanto alianzas público-público como publico privada, para el beneficio de los turistas nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades locales y economía del país.

Al asumir el cargo de Director/a Regional de la Araucanía, le corresponderá asumir las siguientes funciones:

1. Preparar, presentar y/o gestionar el plan de acción regional y programas de desarrollo turístico, mediante la postulación a financiamiento en conformidad con la Política Nacional de Turismo y en concordancia con las políticas nacionales y/o regionales de desarrollo.
2. Gestionar alianzas público – publico privadas para implementar la política Nacional de Turismo en los distintos destinos de la región; orientando, coordinando e incentivando las actividades de los sectores público y privado hacia el cumplimiento de los planes, programas y proyectos turísticos. Asimismo, podrá establecer convenios en el ámbito de la promoción y difusión del destino.
3. Promover y difundir los productos y destinos turísticos, posicionando el destino tanto a nivel nacional como internacional, a través de la ejecución de planes y proyectos de desarrollo turístico.
4. Promover la calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos, a través del registro y la certificación de sus servicios, el fortalecimiento del capital humano, y el cumplimiento de estándares mínimos que permitan atraer y satisfacer a los clientes finales.
5. Liderar y monitorear proyectos en donde la Dirección Regional cumpla el rol de ejecutor o mandante.
6. Velar por el cumplimiento de los procesos de personas, administración y finanzas de la Dirección Regional, a fin de controlar y asegurar el cumplimiento de la normativa e instrucciones vigente.

Fecha de aprobación por parte del Consejo de Alta Dirección Pública: 10-12-2020

Representante del Consejo de Alta Dirección Pública: Sr. Francisco González.

*** Convenio de desempeño y condiciones de desempeño de Altos Directivos Públicos se encuentran disponibles en la página de postulación para su aprobación.**

1.2 ÁMBITO DE RESPONSABILIDAD

Nº Personas que dependen directamente del cargo	18 (13 funcionarios y 5 convenio honorario)
Nº Personas que dependen indirectamente del cargo	0
Presupuesto que administra	Presupuesto Regional para el año 2020 Total Presupuesto Asignado Subtitulo 21: \$2.256.183 y Subtitulo 22: \$38.450.000 Presupuesto FNDR vigente para el año 2020 Total \$542.815.534 (Costa Araucania \$61.500.000 Difusión Desarrollo del Destino Turístico Araucanía \$ 481.315.534).

1.3 DESAFÍOS Y LINEAMIENTOS PARA EL PERIODO

Corresponde a las contribuciones específicas que la autoridad respectiva espera que el Alto Directivo Público realice durante el período de su gestión, en adición a las tareas regulares propias del cargo, señaladas en el punto anterior. Estos lineamientos orientan el diseño del **Convenio de Desempeño ADP**.

DESAFÍOS	LINEAMIENTOS
1. Velar por la implementación de los lineamientos estratégicos del Servicio, incorporando la perspectiva regional y asegurando que los esfuerzos y recursos estén alineados a la estrategia vigente.	1.1 Diseñar e implementar un plan de acción regional que contribuya al cumplimiento de los lineamientos estratégicos de la institución. 1.2 Potenciar la coordinación intersectorial a nivel regional. 1.3 Impulsar, gestionar, desarrollar el fomento y/o la incorporación de iniciativas turísticas que pongan en valor el patrimonio de los pueblos indígenas.
2. Incentivar el apalancamiento de recursos pecuniarios y/o valorizados a través de alianzas público-público y/o públicos-privadas para el cumplir con el desarrollo del sector.	2.1 Gestionar, formalizar y/o suscribir convenios alianzas público-público o público – privadas que involucren recursos pecuniarios o valorizados. 2.2 Diseñar y/o presentar una o más iniciativas de inversión en el periodo gestión. 2.3 Generar un Plan de reactivación ante situaciones que alteren el cumplimiento de las acciones planificadas, fueren por circunstancias de naturaleza climática, inestabilidad social, cambios financieros en la normativa u otros que impacten el normal funcionamiento para el desarrollo turístico de la región.
3. Fortalecer los programas de turismo social del Servicio, mejorando su ejecución de manera de aumentar la eficiencia de los recursos, procesos y la satisfacción de los usuario/as.	3.1 Procurar un alto nivel de cumplimiento de ejecución presupuestaria de los programas sociales modalidad intrarregional. 3.2 Mejorar el control de los programas sociales intrarregionales mediante la realización de supervisiones tanto a establecimientos de alojamiento turístico como a los grupos de viajes.

	3.3 Asegurar que el pago de las facturas asociadas a los programas intrarregionales se realice dentro de los plazos establecidos por el área de administración y finanzas.
4. Optimizar la gestión interna de la Dirección Regional contribuyendo al cumplimiento de los objetivos estratégicos del Servicio.	4.1 Generar información oportuna y de calidad sobre medición de la tasa de ocupabilidad del turismo interno en la región de acuerdo con las instrucciones y a la programación establecida por el Departamento de Estadísticas. 4.2 Controlar y analizar la gestión administrativa y el avance en todas las temáticas asociadas a la ejecución de iniciativas de inversión regionales con fondos de terceros, en los cuales la Dirección Regional tenga un rol ejecutor, además en todas aquellas alianzas público-público y/o público-privadas en las cuales exista un convenio cualquiera sea el rol de la Dirección Regional.

1.4 RENTA DEL CARGO

El no cumplimiento de las metas establecidas en el Convenio de Desempeño, que debe suscribir el Alto Directivo Pública, tendrá efectos en la remuneración en el siguiente año de su gestión.

El cargo corresponde a un grado **5°** de la Escala Única de Sueldos DL 249, más un porcentaje de Asignación de Alta Dirección Pública de un **30%**. Incluye las asignaciones de modernización y zona. Su renta líquida promedio mensualizada referencial asciende a **\$3.580.000.-** para un no funcionario, la que se obtiene de una aproximación del promedio entre el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses sin asignación de modernización y el "Total Remuneración Líquida Aproximada" de los meses con asignación de modernización, cuyo detalle es el siguiente:

*Renta líquida promedio mensual referencial meses sin asignación de modernización (enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre) **\$3.025.000.-**

Renta líquida promedio mensual referencial meses con asignación de modernización (marzo, junio, septiembre y diciembre) **\$4.689.000.-

El componente colectivo de la asignación de modernización se percibe en su totalidad después de cumplir un año calendario completo de antigüedad en el servicio.

II. PERFIL DEL CANDIDATO

2.1 REQUISITOS LEGALES *

Este componente es evaluado en la **etapa I de Admisibilidad**. Su resultado determina en promedio a un 90% de candidatos que avanzan a la siguiente etapa.

- Título profesional de una carrera de, a lo menos, 10 semestres de duración otorgado por una universidad o instituto profesional del Estado o reconocido por éste, o aquellos validados en Chile de acuerdo con la legislación vigente, y acreditar una experiencia profesional mínima de 5 años, o
- Título profesional de una carrera de, a lo menos, 8 semestres de duración otorgado por una universidad o instituto profesional del Estado o reconocido por éste, o aquellos validados en Chile de acuerdo con la legislación vigente, y acreditar una experiencia profesional mínima de 6 años. *

Fuente: Artículo 2°, del DFL N° 1, de 01 de febrero de 2011, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

*Para el cómputo de la duración de la carrera que da origen al título profesional de pregrado, podrán sumarse los estudios de post grado realizados por el mismo candidato. Fuente legal: Artículo Cuadragésimo de la Ley N° 19.882, inciso final, parte final, modificado por el número 6, del artículo 1°, la ley N° 20.955.

2.2 EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS

Este componente es evaluado en la **etapa II de Filtro Curricular**. Su resultado determina en promedio, un 15% de candidatos que avanzan a la siguiente etapa de evaluación. Este análisis se profundizará en la etapa III.

Es altamente deseable poseer experiencia en materias relacionadas al desarrollo de productos y/o marketing, gestión de programas y/o proyectos vinculados al desarrollo económico local y/o sustentable, o gestión de instrumentos de fomento. Todo lo anterior en un nivel apropiado para las necesidades específicas de este cargo.

Adicionalmente se valorará tener experiencia en el rubro turístico y/o en gestión de alianzas público-privadas.

Deseable poseer manejo del idioma inglés a nivel intermedio.

Se valorará contar con experiencia de a lo menos 3 años en cargos de dirección y/o gerencia y/o jefatura, en las materias del perfil del cargo.

2.3 VALORES PARA EL EJERCICIO DEL CARGO

Este componente es evaluado por las empresas consultoras en la **etapa III que corresponde a la Evaluación Gerencial**.

VALORES Y PRINCIPIOS TRANSVERSALES

PROBIDAD Y ÉTICA EN LA GESTIÓN PÚBLICA

Capacidad de actuar de modo honesto, leal e intachable, respetando las políticas institucionales, resguardando y privilegiando la generación de valor público y el interés general por sobre el particular. Implica la habilidad de orientar a otros hacia el cumplimiento de estándares éticos.

VOCACIÓN DE SERVICIO PÚBLICO

Capacidad de reconocer el rol que cumple el Estado en la calidad de vida de las personas y mostrar motivación por estar al servicio de los demás, expresando ideas claras de cómo aportar al desarrollo de acciones que contribuyan al bien de la sociedad. Implica el interés y voluntad de comprometerse con la garantía de los principios generales de la función pública, los derechos y deberes ciudadanos y las políticas públicas definidas por la autoridad.

CONCIENCIA DE IMPACTO PÚBLICO

Capacidad de comprender el contexto, evaluando y asumiendo responsabilidad del impacto que pueden generar sus decisiones en otros. Implica la habilidad de orientar la labor de sus trabajadores hacia los intereses y necesidades de la ciudadanía, añadiendo valor al bienestar público y al desarrollo del país.

2.4 COMPETENCIAS PARA EL EJERCICIO DEL CARGO

Este componente es evaluado por las empresas consultoras en la segunda fase de la **etapa III que corresponde a la Evaluación por Competencias**. Su resultado determina en promedio, un 5% de postulantes que pasan a las entrevistas finales con el Consejo de Alta Dirección Pública o Comité de Selección, según sea el caso.

COMPETENCIAS

C1. VISIÓN ESTRATÉGICA

Capacidad para anticipar, detectar y analizar las señales del entorno e incorporarlas de manera coherente a la estrategia y gestión institucional, estableciendo su impacto a nivel local y global. Implica la habilidad para aplicar una visión de su rol y de la institución de una forma integral.

C2. COMUNICACIÓN EFECTIVA

Capacidad para comunicarse de manera efectiva y oportuna con distintos interlocutores, expresándose con desenvoltura y claridad, escuchando atentamente a su interlocutor y priorizando el mensaje que desea entregar, en pos del logro de objetivos institucionales.

C3. GESTIÓN Y LOGRO

Capacidad para establecer metas desafiantes orientadas al logro de los objetivos institucionales, movilizandolos recursos y alineando a las personas hacia su cumplimiento, monitoreando el avance, entregando apoyo y dirección frente a obstáculos y desviaciones, e implementando acciones correctivas en función de lograr resultados de excelencia.

C4. GESTIÓN DE REDES

Capacidad para construir y mantener relaciones de colaboración con personas y organizaciones claves para favorecer el logro de los objetivos, posicionando a la institución y generando respaldo y compromiso hacia la consecución de metas tanto institucionales como interinstitucionales.

C5. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS

Capacidad para identificar y responder a situaciones emergentes, de presión, conflicto y/o incertidumbre, implementando soluciones estratégicas, eficaces y oportunas. Implica la habilidad para mantener una actitud resiliente en situaciones de exigencia y alta complejidad.

III. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO
3.1 DOTACIÓN

Dotación Total (planta y contrata)	370
Presupuesto Anual	\$ 17.206.188.000

**3.2
CONTEXTO Y
DEFINICIONES
ESTRATÉGICAS DEL
SERVICIO**
Misión Institucional

“Ejecutar planes y/o programas basados en la Política Nacional de Turismo, impulsando el desarrollo sustentable de la actividad turística, incentivando la especialización, calidad y competitividad de la industria y promocionando los destinos y atractivos turísticos nacionales, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país”.

Objetivos Estratégicos Institucionales

1. Ejecutar acciones de promoción y difusión de los productos y destinos turísticos del país, a través de la participación y acción coordinada de los actores públicos y privados, para generar crecimiento en la industria turística.
2. Promover la competitividad de la industria turística, formalizando la oferta e incorporando estándares de calidad, seguridad y sustentabilidad.
3. Fortalecer los programas de turismo social para reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo regional y local.
4. Ejecutar acciones orientadas al desarrollo y posicionamiento de destinos/productos para generar una oferta turística país integrada, especializada, diversa y sustentable.
5. Desarrollar y especializar al capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación.
6. Iniciar e impulsar la transformación digital (Innovación y tecnología), basado en la cultura, procesos, comunicación y nuevos canales, permitiendo incrementar las capacidades tecnológicas de la industria.

Productos Estratégicos

1. Información sectorial: Elaboración, publicación y/o difusión de información turística general y especializada relacionada con el sector turismo a través de los distintos espacios de atención.

2. Promoción y difusión de los productos y destinos turísticos: Implementación de los planes de marketing y promoción de los productos y destinos turísticos, a través de distintos canales de comunicación de la oferta turística chilena.

3. Programas de turismo social: Ejecución de programas para el desarrollo de la oferta turística regional y quiebre estacional, que facilita el acceso de distintos segmentos de la población al turismo.

4. Desarrollo sustentable de la oferta turística: Incentivar el desarrollo turístico sustentable de los destinos turísticos del país, y apoyar técnicamente a través de instrumentos de gestión y de la coordinación público privado.

5. Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos: El Sistema comprende el registro de los prestadores de servicios turísticos agrupados por tipo y clase, de acuerdo con las definiciones establecidas en el Decreto N° 19 (31 de enero 2018) que aprueba el reglamento para la aplicación del sistema, el que comprende el registro, clasificación y calificación, cuando corresponda, de los prestadores de servicios turísticos y la constatación del cumplimiento de los criterios de calidad y estándares de seguridad, según corresponda a cada tipo de servicio turístico, como asimismo, el otorgamiento y uso del Sello de Calidad Turística.

6. Capital Humano: Se refiere a mejorar la calidad del capital humano en el sector turístico como factor estratégico para el logro de objetivos de competitividad y diferenciación. Para esto, por un lado, se enfocará en la coordinación, articulación y vinculación de los agentes públicos y privados relacionados con la educación. Por otro, lado, se transfieren y difunden conocimientos al capital humano asociado a empresas, coordinador municipal y comunidad.

El Servicio Nacional de Turismo, se encuentra trabajando en el Plan de acción 2019-2022, en función de los lineamientos estratégicos sectoriales, para dar un impulso sustantivo al sector y posicionar a Chile como destino turístico sustentable de nivel internacional, mediante el desarrollo de una oferta turística país especializada diversa, de calidad y sustentable. Con el fin de fortalecer el turismo interno y capturar mercados internacionales de alto gasto y de esta manera de incrementar los ingresos al país, provenientes del turismo.

De esta manera se encuentra alienado a los principales objetivos del Programa de Gobierno 2018-2022:

1. Convertir al turismo en un eje central del desarrollo del país.

(Desarrollo de Parques Nacionales ASPE, estructura organizacional de la promoción turística de Chile alianza público-privada, programas de emprendimiento turístico, incentivos tributarios a la inversión turística, tasas aeroportuarias, regulación de cruceros entre otros).

2. Hacer del turismo un pilar de mejora en la calidad de vida de las personas.

(Crear un pilar Calidad de Vida en ENT, Desarrollar un plan de seguridad turística anti-delincuencia y desarrollar un sistema de apoyo al turista por emergencias y desastres naturales, Fortalecer calidad y sustentabilidad prestadores turísticos).

3. Transformar el turismo en un pilar de inclusión social.

(Crear herramientas de fomento específicas que pongan en valor el patrimonio de los pueblos indígenas, Implementar un programa oportunidades de empleo a los adultos mayores, personas con discapacidad, potenciar el aporte de los inmigrantes dadas sus habilidades).

Asimismo, considerar los lineamientos e iniciativas estratégicas definidas en los pilares de la Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020,

Finalmente, para dar soporte institucional al cumplimiento del plan de acción de SERNATUR, se hace necesario orientar la estructura orgánica y funcional del Servicio a la misión propia de él, para lograr un adecuado cumplimiento de las metas institucionales, velando además por un adecuado clima laboral interno.

El Servicio Nacional de Turismo tiene presencia en las 16 regiones del país, a través de las Direcciones Regionales de Turismo. SERNATUR, además cuenta con oficinas locales en San Pedro de Atacama, Rapa Nui, Los Ángeles, Arauco, La Unión, Osorno, Chiloé, Palena y Puerto Natales.

3.3 USUARIOS INTERNOS Y EXTERNOS

Clientes Internos

El Director/a regional se relaciona con: el/la Director/a Nacional, Subdirectores/as y Jefes/as de Departamento. También se relaciona con el/la Fiscal del servicio para el cumplimiento legal de todos los actos administrativos y con el Departamento de Gestión Institucional para el seguimiento y monitoreo de convenio de desempeño, metas institucionales y regionales.

Y finalmente, se coordina con los demás Directores/as Regionales de SERNATUR para el intercambio de buenas prácticas relacionadas con el que hacer de las direcciones regionales, para el desarrollo de proyectos interregionales de turismo, entre otros.

Clientes Externos

El principal cliente es el turista nacional o extranjero a través de las oficinas de información, donde se entregan antecedentes de los servicios existentes en los distintos destinos.

Otros usuarios directos corresponden a aquellos de los programas de turismo social, vacaciones tercera edad y giras de estudio.

La relación con el sector público está dada por la coordinación de los distintos servicios que tienen vinculación con el sector como: Gobiernos Regionales, Secretarías Regionales Ministeriales, Corporación Nacional Forestal (CONAF), Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI), Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC), Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE), Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), Fondo de Solidaridad e Inversión Social (FOSIS), Programa de Fomento a las Exportaciones Chilenas Prochile, Instituto Nacional de Normalización (INN), entre otros; con el objeto de dar cumplimiento a los planes, programas y proyectos turísticos.

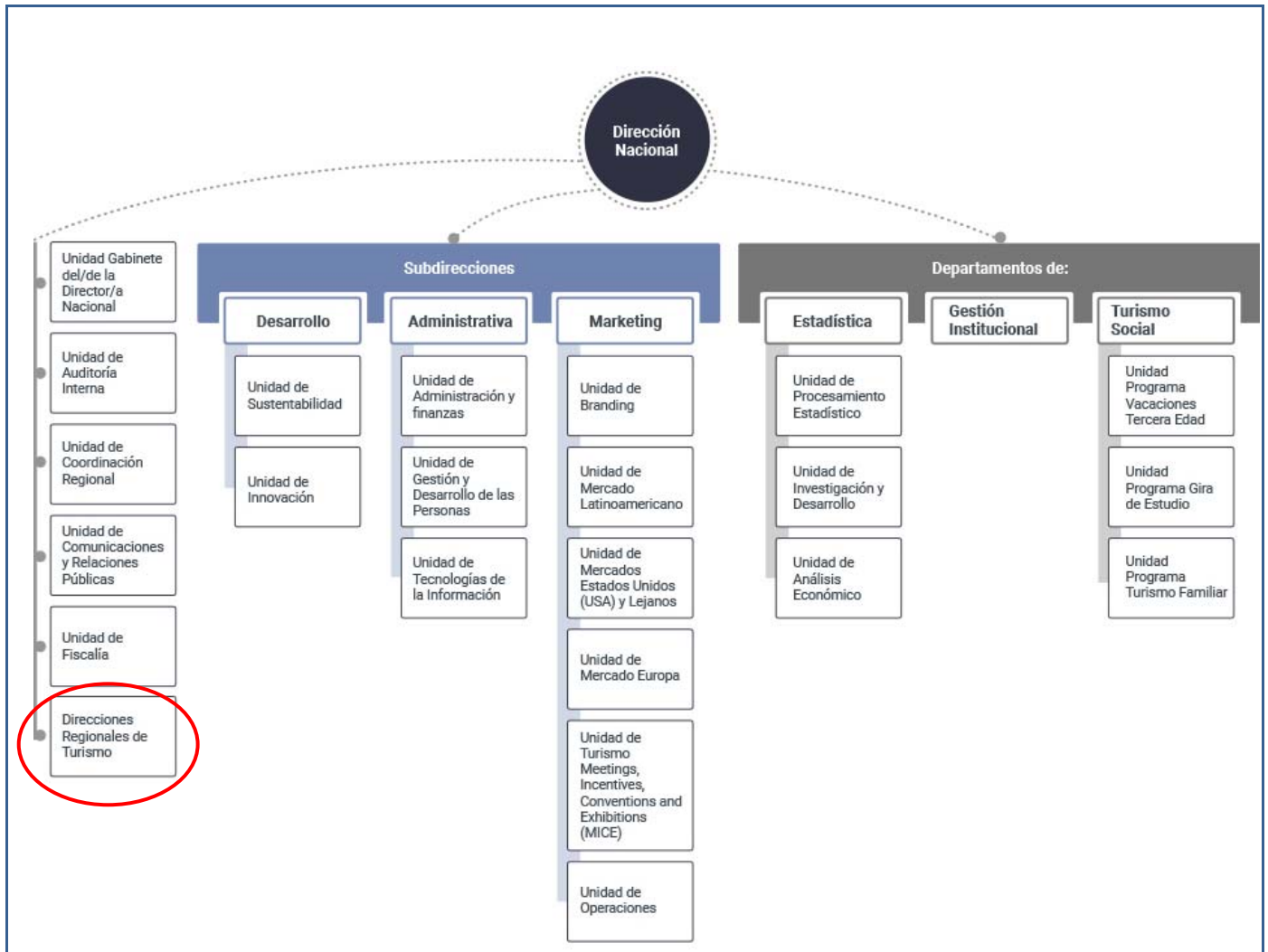
Para el desarrollo de los programas de turismo social establece relación con el Ministerio de Educación, Instituto Nacional de la Juventud (INJUV), Servicio Nacional del Adulto Mayor (SENAMA) y el Instituto de Previsión Social (IPS), entre otros.

Es también relevante la relación con los municipios a través de los alcaldes y la red de coordinadores de turismo municipal.

La relación con los privados está dada principalmente por grandes, medianas,

pequeñas, microempresas turísticas y/o con organizaciones del sector como gremios o asociaciones (hotelería, operadores, guías, entre otros).
De igual forma es importante generar vínculos colaborativos con actores interesados en la inversión para el desarrollo del sector.

3.4 ORGANIGRAMA



Los cargos que actualmente están adscritos al Sistema de Alta Dirección Pública son los siguientes:

- Director/a Nacional.
- Subdirector/a de Marketing.
- Subdirector/a de Desarrollo.
- Subdirector/a Administrativo.
- Fiscal
- 16 Directores/as Regionales.