

## I. PERFIL DE SELECCIÓN

Fecha de Aprobación por parte del Consejo de Alta Dirección Pública: 06- 08 - 2013  
Representante del CADP: Héctor Pérez G.

### SUBDIRECTOR/A DE MARKETING SERVICIO NACIONAL DE TURISMO - SERNATUR

#### 1. REQUISITOS LEGALES

- i) 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 a la legislación vigente, y acreditar una experiencia profesional mínima de 5 años, o
- ii) 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 a la legislación vigente, y acreditar una experiencia profesional mínima de 7 años.

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

#### 2. FACTOR PROBIDAD

Capacidad para conducirse conforme a parámetros de probidad en la gestión de lo público, e identificar conductas o situaciones que pueden atentar contra tales parámetros. Capacidad para identificar y aplicar estrategias que permitan fortalecer estándares de transparencia y probidad en su gestión y métodos de trabajo idóneos para favorecerlas.

#### 3. ATRIBUTOS PARA EL EJERCICIO DEL CARGO

DESCRIPCIÓN	PONDERADOR
<b>A1. VISIÓN ESTRATÉGICA</b>	20 %
<b>A2. GESTIÓN Y LOGRO</b>	15 %
<b>A3. RELACIÓN CON EL ENTORNO Y ARTICULACIÓN DE REDES</b>	20 %
<b>A4. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS</b>	5 %
<b>A5. LIDERAZGO</b>	15 %
<b>A6. INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD</b>	10 %
<b>A7. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS</b>	15 %

## **DICCIONARIO DE ATRIBUTOS**

### **1. VISIÓN ESTRATÉGICA**

Capacidad para detectar y comprender las señales sociales, económicas, tecnológicas, culturales, de política pública y políticas del entorno local y global e incorporarlas de manera coherente a la estrategia institucional, específicamente en lo referido a las necesidades de promoción y fomento las actividades turísticas.

### **2. GESTIÓN Y LOGRO**

Capacidad para orientarse al logro de los objetivos, seleccionando y formando personas, delegando, generando directrices, planificando, diseñando, analizando información, movilizandorecursos organizacionales, controlando la gestión, sopesando riesgos e integrando las actividades de manera de lograr la eficacia, eficiencia y calidad en el cumplimiento de la misión y funciones de la organización.

Es deseable que los candidatos posean al menos 3 años de experiencia en dirección o jefaturas.

### **3. RELACIÓN CON EL ENTORNO Y ARTICULACIÓN DE REDES**

Capacidad para identificar a los actores involucrados (stakeholders) y generar las alianzas estratégicas necesarias para agregar valor a su gestión y/o para lograr nuevos resultados interinstitucionales, así como gestionar las variables y relaciones del entorno que le proporcionan legitimidad en sus funciones. Capacidad para comunicar oportuna y efectivamente lo necesario para facilitar su gestión institucional y afrontar, de ser necesario, situaciones críticas.

### **4. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS**

Capacidad para identificar y administrar situaciones de presión, contingencia y conflictos y, al mismo tiempo, crear soluciones estratégicas, oportunas y adecuadas al marco institucional público.

### **5. LIDERAZGO**

Capacidad para generar compromiso de los funcionarios/as y el respaldo de las autoridades superiores para el logro de los desafíos de la Institución. Capacidad para asegurar una adecuada conducción de personas, desarrollar el talento, lograr y mantener un clima organizacional armónico y desafiante.

### **6. INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD**

Capacidad para transformar en oportunidades las limitaciones y complejidades del contexto e incorporar en los planes, procedimientos y metodologías, nuevas prácticas tomando riesgos calculados que permitan generar soluciones, promover procesos de cambio e incrementar resultados.

### **7. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS**

Deseable poseer conocimientos y/o experiencia específica en materias de administración, gestión y/o planificación, acorde a los desafíos del cargo.

## II. DESCRIPCIÓN DE CARGO

### 1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nivel Jerárquico	II Nivel Jerárquico
Servicio	Servicio Nacional de Turismo
Dependencia	Director Nacional Servicio Nacional de Turismo
Ministerio	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
Lugar de Desempeño	Santiago

### 2. PROPÓSITO DEL CARGO

#### MISIÓN

Al Subdirector/a de Marketing le corresponderá ejecutar la Política Nacional de Turismo y las acciones de la Estrategia Nacional de Turismo 2012- 2020, mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la actividad, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto.

#### FUNCIONES ESTRATÉGICAS

Al asumir el cargo de Subdirector/a de Marketing, le corresponderá asumir las siguientes funciones:

1. Liderar la ejecución de la política y planes de promoción turística;
2. Gestionar y difundir las estrategias y acciones promocionales del Servicio con los distintos sectores que intervienen directa o indirectamente en la promoción turística, tanto a nivel nacional como internacional;
3. Proponer acciones de difusión, tanto en territorio nacional como en el extranjero, respecto de los atractivos y valores turísticos del país, utilizando todos los medios de comunicación y publicidad posibles.
4. Velar por la veracidad de la información que se divulgue a nivel nacional e internacional de los valores turísticos del país, tanto por el sector privado como del sector público, en la forma que determine la normativa vigente.
5. Asegurar la instalación de Oficinas de Información Turística, tanto a nivel nacional como internacional, de acuerdo a las necesidades de promoción y difusión que requiera el país para el desarrollo de la actividad turística.

**DESAFÍOS DEL CARGO**

El Subdirector/a de Marketing, deberá asumir los siguientes desafíos:

1. Consolidar la Subdirección de Marketing a nivel de estructura y sus relaciones, de acuerdo a la nueva institucionalidad;
2. Fortalecer alianzas estratégicas, e incentivar la participación del sector privado en acciones de promoción y en la difusión de destinos y productos estratégicos para el desarrollo del turismo.
3. Implementar y gestionar la estrategia de promoción turística nacional e internacional, así como los programas y productos del Servicio Nacional de Turismo, con especial énfasis en estrategia digital.

**3. ORGANIZACIÓN Y ENTORNO DEL CARGO**

**CONTEXTO DEL CARGO**

El Servicio Nacional de Turismo se creó el 8 de noviembre de 1975, con el objeto de investigar, planificar, fomentar, controlar, promover y coordinar la actividad turística. Antecedentes legales del Servicio Nacional de Turismo fueron la Dirección de Turismo y los Consejos Regionales de Turismo creados por el D.F.L 355 de 5 de abril de 1960, y por la Ley 17.169, de 13 de agosto de 1969.

La creación del Servicio Nacional de Turismo se enmarca en la importancia del desarrollo de la actividad turística en Chile como elemento que contribuye al desarrollo económico, social y cultural del país. Reconociendo la importancia de las regiones, que son en gran parte el lugar de desarrollo del turismo, la estructura organizacional consideró una Dirección Regional de Turismo en cada región del país y una Dirección Nacional radicada en Santiago.

La misión institucional es "Fomentar consolidar el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país, estimulando y coordinando el trabajo público privado, promoviendo y desarrollando el turismo interno y receptivo con estándares de calidad sustentados en normas chilenas, implementando programas especiales que contribuyan a la consolidación de la oferta y demanda turística, que permitan la accesibilidad del turismo a la ciudadanía, aportando al desarrollo económico y social del país".

En enero del 2008, el Ejecutivo envió al Congreso un proyecto de ley que tras dos años de trámite legislativo fue promulgado el 4 de febrero de 2010, consolidando la esperada Ley de Turismo 20.423. La ley considera el turismo como una actividad "estratégica" para el país, y por ello la dota de una nueva institucionalidad, con la creación de un Comité Ministerial y una Subsecretaría, entre otros; la creación de un sistema de clasificación, calidad y seguridad de los servicios turísticos, el establecimiento de Zonas de Interés Turístico y una reglamentación para el uso turístico de las Áreas Silvestres Protegidas que sean propiedad del Estado.

Por primera vez se hablará de una Política Nacional de Turismo, que tendrá una especial consideración por el rol de las regiones y las comunas en ella, y que buscará fomentar los programas sociales que estimulen la inversión, la creación de empleo y el surgimiento de PYMES.

Los desafíos institucionales son los siguientes:

1. Implementación de la Estrategia Nacional de Turismo, en sus cinco pilares fundamentales: Promoción, Sustentabilidad, Inversión y Competitividad, Calidad y Capital Humano e Inteligencia de Mercado.
2. Implementación de un sistema de clasificación de operadores turísticos siguiendo estándares internacionales. Este sistema permitirá reducir las asimetrías de información que enfrentan los turistas, especialmente extranjeros, fomentando la competencia y subiendo los estándares de calidad de los servicios.
3. Ejecutar el programa de fomento al turismo creado para fortalecer la actividad turística; para lo cual incrementa y diversifica la oferta internacional de intereses especiales, haciendo inversiones públicas en distintos sectores del país de manera de generar condiciones que incentiven la inversión privada. Además y con el mismo propósito se invierte en acciones para el fortalecimiento de la competitividad empresarial, potenciando y cofinanciando iniciativas de gestión y comercialización de tipo asociativo.
4. Fortalecimiento institucional. Fortalecer la institucionalidad del sector, radicada en SERNATUR, de manera que sea un agente con las capacidades necesarias para liderar el desafío planteado, en lo referente a la implementación de la política Nacional del turismo, con un énfasis particular en su capacidad para emprender alianzas público-privadas.

Cabe señalar que el aporte del turismo a la economía de Chile es cada día más relevante. En el año 2012 ingresaron al país 3.486.000 turistas extranjeros lo que equivale a un aumento del 13% respecto del año 2011. Igualmente en la actualidad, el turismo representa al 3,2% del Producto Interno Bruto (PIB) y ha sido considerado como el 4º sector en término de ingreso de divisas, destacando con ello, la generación de un 3.86% de empleo directo y un 17% de empleo indirecto.

Finalmente, es importante señalar los cargos en el Servicio Nacional de Turismo que están adscritos al Sistema de Alta Dirección Pública, estos son:

- Director/a Nacional
- Subdirector/a de Marketing,
- Subdirector/a de Desarrollo,
- Subdirector/a de Estudios,
- Fiscal y
- 15 Directores/as Regionales.

**BIENES Y/O  
SERVICIOS**

Los productos y servicios que el Servicio Nacional de Turismo entrega a los ciudadanos son los siguientes:

**Sistema de Calidad para los Servicios Turísticos:** El sistema de calidad para los servicios turísticos constituye una de las líneas de trabajo desarrolladas por el sector y está dirigida a mejorar la oferta de los servicios turísticos a través del cumplimiento voluntario de estándares de calidad establecidos en normas técnicas que han sido desarrolladas por la propia industria, con el objeto de aumentar la satisfacción de los clientes que ocupan estos servicios. Este programa está dirigido a empresas y servicios turísticos ya constituidos de las áreas de alojamiento turístico, agencias de viajes, tour operadores, actividades de turismo aventura y servicios de guía de turismo.

Para los servicios de alojamiento turístico, agencias de viajes y tour operadores, se han desarrollado además instrumentos financieros en conjunto con CORFO, los cuales están dirigidos a apoyar la implementación de normas técnicas a través de la contratación de consultorías especializadas cubriendo el 70% de éstas.

Los servicios turísticos que logran la certificación de calidad pueden obtener el Sello Turístico de Calidad y una promoción destacada por parte de Sernatur.

**Programa Gira de Estudio:** El Programa Gira de Estudio es una iniciativa del Gobierno de Chile que busca potenciar la ocupación de los servicios turísticos en temporada media y baja, preferentemente de micro, pequeños y medianos empresarios a través de la realización de giras de estudio, las cuales son subsidiadas en más de un 70% por SERNATUR.

Este programa está dirigido a estudiantes que se encuentren cursando segundo año de enseñanza media de establecimientos municipalizados y particulares subvencionados de las regiones de origen que cada año considera el programa, de esta manera se pretende fortalecer en los jóvenes la adquisición de experiencias en los aspectos económicos, sociales, culturales y cívicos de la vida de la región que visitan, favoreciendo de esta manera una formación integral.

**Programa Vacaciones Tercera Edad:** "Vacaciones Tercera Edad" es un Programa que busca promover el turismo interno en temporada baja y media, potenciando un quiebre de la estacionalidad turística e incrementando el turismo nacional a través de la vinculación e involucramiento de los distintos actores del rubro.

Para ello se ha desarrollado un Programa que beneficia a un importante segmento de la población de "los adultos mayores y las personas con capacidad disminuida", subsidiando los viajes aproximadamente en un 40%, permitiendo de esta manera su incorporación a los bienes de la cultura y recreación, y promoviendo la integración social de éstos.

**Turismo Mujer:** Es un espacio creado por SERNATUR con el fin de contribuir al desarrollo de la industria turística nacional y apoyar a las empresarias y usuarias del rubro turístico, desarrollando una página web que recopile información útil para las empresas, turistas y público en general.

En ella se pueden conocer las experiencias de las emprendedoras de la industria, la oferta turística especialmente dirigida para mujeres, información útil acerca de los productos, servicios, actividades y herramientas que el Estado y privados disponen para ellas y el desarrollo de su negocio, además de otras acciones especialmente dirigidas para mujeres.

**Programa de Fomento al Turismo:** El Programa de Fomento al Turismo tiene como fin el potenciar la competitividad del turismo en Chile, y su propósito es la captación de nuevos segmentos de mercado capaces de acelerar el crecimiento turístico, reduciendo la estacionalidad de la actividad y desconcentrando territorialmente la oferta. Sus Objetivos son:

- Potenciar la competitividad del turismo y el turismo de intereses especiales en Chile.
- Captar de nuevos segmentos de mercado, capaces de acelerar el crecimiento turístico.
- Reducir la estacionalidad de la actividad y desconcentrar territorialmente la oferta.

El programa se desarrolla a través de tres componentes:

1.- Desarrollo de Productos: El componente comprenderá estudios de factibilidad, estudios ambientales, diseños finales e inversiones en obras y equipamiento destinados a permitir un adecuado desarrollo de oferta de intereses especiales, en función de la vocación turística de las áreas seleccionadas.

2.- Desarrollo de nueva Oferta Turística: Las actuaciones previstas incluyen: (i) el impulso al emprendimiento para el desarrollo de nuevos productos de turismo de intereses especiales, alineados con los esfuerzos de inversión pública realizados en las áreas seleccionadas en el Programa; (ii) el fortalecimiento del tejido empresarial a través de la generación y consolidación de redes empresariales orientadas a necesidades del mercado; y (iii) mejora de calidad de la oferta, a través del apoyo para la adhesión a sistemas de calidad y el desarrollo de capacidades laborales en las empresas turísticas.

3.- Fortalecimiento de la Institucionalidad Turística: Las actuaciones de este componente se dirigirán a fortalecer la Administración turística a nivel nacional, regional y local.

**Programa de Turismo Sustentable:** El Servicio Nacional de Turismo como parte de su misión debe consolidar el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país; es por esto que se encuentra trabajando fuertemente, en conjunto con el sector privado, en el desarrollo de un Programa de Sustentabilidad en Turismo.

**Programa de Turismo Sustentable:** El Servicio Nacional de Turismo como parte de su misión debe consolidar el desarrollo sustentable de la actividad turística en el país; es por esto que se encuentra trabajando fuertemente, en conjunto con el sector privado, en el desarrollo de un Programa de Sustentabilidad en Turismo.

**EQUIPO DE TRABAJO**

El equipo directo del Subdirector/a de Marketing, lo componen las jefaturas de las siguientes unidades:

**Departamento de Oficinas de Informaciones Turísticas:** a cargo de supervisar y coordinar el funcionamiento de las oficinas de información turística;

**Unidad de Estrategia Digital:** tiene como función principal el implementar y operativizar la estrategia de promoción digital definida por el Servicio.

**Unidad de Marketing Nacional:** tiene como función principal el diseñar y hacer seguimiento a los planes de marketing del Sector y los programas adoptados por el Servicio a nivel nacional.

**Unidad de Marketing Internacional:** tiene como función principal el diseñar y hacer seguimiento a los planes de marketing del Sector y los programas adoptados por el Servicio a nivel internacional.

**CLIENTES INTERNOS**

Su principal cliente interno es el Director/a Nacional del SERNATUR, con quien se relaciona en tanto promociona y potencia los planes de desarrollo turístico.

Al interior del Servicio se relaciona con la Fiscalía, la Subdirección de Desarrollo, la Subdirección de Estudios, las Direcciones Regionales y los Departamentos de Administración y Finanzas y Departamento de Gestión y Desarrollo de las Personas.

**CLIENTES EXTERNOS**

Al exterior del Servicio se relaciona con organismos gubernamentales, como el Ministerio de Economía y sus servicios relacionados; Subsecretaría de Desarrollo Regional del Ministerio del Interior; Ministerio de Obras Públicas; y Ministerio de Vivienda y Urbanismo, Consejo de Monumentos Nacionales, Ministerio del Trabajo, Ministerio del Medio Ambiente, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Cultura, Gobiernos Regionales, Municipios entre otros, con el objeto de dar cumplimiento de los programas y proyectos turísticos.

También se relaciona con organizaciones del ámbito privado, tales como asociaciones gremiales relacionadas con sector turismo, Academias, entre otros con quienes interactúa.

**DIMENSIONES DEL CARGO**

Nº Personas que dependen directamente del cargo <sup>1</sup>	<b>34</b>
Dotación total del Servicio <sup>2</sup>	<b>263</b>
Personal a honorarios <sup>3</sup>	<b>127</b>
Presupuesto que administra <sup>4</sup>	<b>\$5.140.345.000</b>
Presupuesto del Servicio <sup>5</sup>	<b>\$20.249.974.000</b>

<sup>1</sup> Corresponde a 21 personas de dotación y 13 personas a honorarios

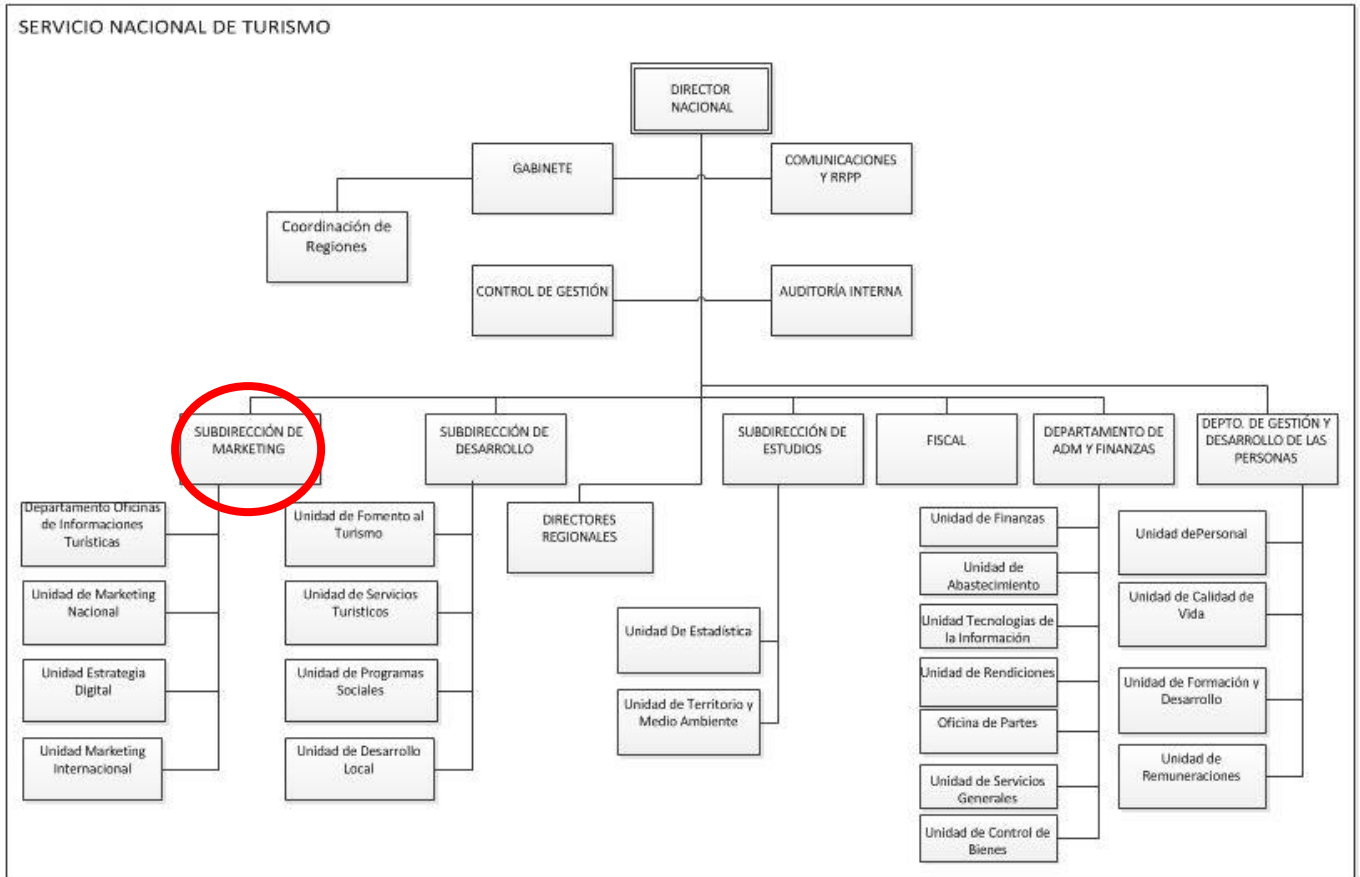
<sup>2</sup> Fuente: DIPRES

<sup>3</sup> Fuente: Departamento de Personal, SERNATUR

<sup>4</sup> Presupuesto vigente a junio de 2013

<sup>5</sup> Presupuesto vigente a junio de 2013

**ORGANIGRAMA**



**RENTA**

El cargo corresponde a un grado **4°** de la Escala Única de Sueldos DL 249, más un porcentaje de Asignación de Alta Dirección Pública de un **39%**. Incluye las asignaciones de modernización. Su renta líquida promedio mensualizada referencial asciende a **\$3.125.000.-** 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, que se detalla a continuación:

Procedencia	Detalle Meses	Sub Total Renta Bruta	Asignación Alta Dirección Pública 39%	Total Renta Bruta	Total Remuneración Líquida Aproximada
Funcionarios del Servicio*	Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre.	\$2.293.378.-	\$894.418.-	\$3.187.796.-	\$ 2.662.394.-
	Meses con asignación de modernización: marzo, junio, septiembre y diciembre.	\$4.093.179.-	\$1.596.340.-	\$5.689.519.-	\$ 4.571.226.-
<b>Renta líquida promedio mensualizada referencial para funcionario del Servicio</b>					<b>\$3.299.000.-</b>
No Funcionarios**	Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre.	\$2.282.488.-	\$890.170.-	\$3.172.658.-	\$2.650.738.-
	Meses con asignación de modernización: marzo, junio, septiembre y diciembre.	\$3.611.752.-	\$1.408.583.-	\$5.020.335.-	\$4.073.449.-
<b>Renta líquida promedio mensualizada referencial para no funcionario del Servicio</b>					<b>\$ 3.125.000.-</b>

\***Funcionarios del Servicio:** Se refiere a los postulantes que provienen del mismo Servicio.

\*\***No Funcionario:** Se refiere a los postulantes que no provienen del mismo Servicio.

\*\*\***La asignación de modernización** constituye una bonificación que considera un 15% de componente base, hasta un 7,6% por desempeño institucional y hasta un 8% por desempeño colectivo. Esta última asignación se percibe en su totalidad después de cumplir un año calendario completo de antigüedad en el servicio (ley 19.553, ley 19.882 y ley 20.212).

El no cumplimiento de las metas establecidas en el convenio de desempeño, que debe suscribir el alto directivo público, tendrá efectos en la remuneración en el siguiente año de su gestión.

La Renta detallada podría tener un incremento de hasta un 10% por redefinición del porcentaje de asignación de alta dirección pública.

#### **4. CONDICIONES DE DESEMPEÑO DE ALTOS DIRECTIVOS PÚBLICOS**

- Los nombramientos productos de los concursos públicos, abiertos y de amplia difusión, regulados en el Título VI de la Ley N° 19.882, tienen una duración de tres años y pueden ser renovados por la autoridad competente, esto es, aquella facultada para decidir el nombramiento, hasta dos veces, por igual plazo.
- El nombramiento es a través del Sistema de Alta Dirección Pública y para efectos de remoción se entenderán como cargos de exclusiva confianza. Esto significa que se trata de cargos de provisión reglada a través de concursos públicos, pero las personas así nombradas permanecerán en sus cargos en tanto cuenten con la confianza de la autoridad facultada para decidir el nombramiento.
- Los altos directivos públicos nombrados en los cargos deberán responder por la gestión eficaz y eficiente de sus funciones en el marco de las políticas públicas.
- Los altos directivos públicos deberán desempeñarse con dedicación exclusiva.
- La calidad de funcionario directivo del Servicio será incompatible con el desempeño de cualquier otra actividad remunerada en el sector público o privado, a excepción de labores docentes o académicas, siempre y cuando éstas no superen las 12 horas semanales.
- El alto directivo público nombrado contará con un plazo máximo de tres meses desde su nombramiento para suscribir un convenio de desempeño con el jefe superior del servicio. El convenio será propuesto por dicha autoridad dentro de los cinco días siguientes al nombramiento.
- El alto directivo público deberá informar anualmente a su superior jerárquico, del grado de cumplimiento de las metas y objetivos comprometidos en su convenio. El no cumplimiento de las metas convenidas, tendrá efectos en la remuneración del directivo en el año de gestión siguiente.
- Para la renovación en el cargo por un nuevo período se tendrá en consideración, entre otros, las evaluaciones disponibles del alto directivo, especialmente aquellas relativas al cumplimiento de los acuerdos de desempeño suscritos.
- El alto directivo público tendrá derecho a gozar de una indemnización equivalente al total de las remuneraciones devengadas en el último mes, por cada año de servicio en la institución, con un máximo de seis.
- La indemnización se otorgará en el caso que el cese de funciones se produzca por petición de renuncia, antes de concluir el plazo de nombramiento o de su renovación, y no concurra una causal derivada de su responsabilidad administrativa, civil o penal, o cuando dicho cese se produzca por el término del periodo de nombramiento sin que este sea renovado.