

## I. PERFIL DE SELECCIÓN

Fecha de Aprobación por parte del Consejo de Alta Dirección Pública: 02-12-2014  
Representante del Consejo de Alta Dirección Pública: Solange Garreaud D.

### **DIRECTOR/A REGIONAL TARAPACÁ 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 6 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
A1. VISIÓN ESTRATÉGICA	15%
A2. GESTIÓN Y LOGRO	20 %
A3. RELACIÓN CON EL ENTORNO Y ARTICULACIÓN DE REDES	20 %
A4. MANEJO DE CRISIS Y CONTINGENCIAS	10 %
A5. LIDERAZGO	15 %
A6. INNOVACIÓN Y FLEXIBILIDAD	10 %
A7. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS	10 %

## **DICCIONARIO DE ATRIBUTOS**

### **1. VISIÓN ESTRATÉGICA**

Capacidad para detectar, comprender y analizar las señales sociales, económicas, tecnológicas, culturales, de política pública y políticas del entorno local y global, así como aquellas que influyen directa e indirectamente en el ámbito turístico. Habilidad para captar las necesidades de promoción y fomento de las actividades turísticas en su territorio.

### **2. GESTIÓN Y LOGRO**

Capacidad para orientarse al logro de los objetivos, seleccionando y formando personas, delegando, generando directrices, planificando, diseñando, analizando información, movilizand recursos regionales y sectoriales, 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 del Servicio Nacional de Turismo, traduciéndose en un mejoramiento continuo de la gestión regional y elaboración, seguimiento y medición de los planes de acción regionales de turismo.

Capacidad para comprender y ejecutar los desafíos y metas definidas por la Dirección Nacional en el marco de la Política Nacional de Turismo.

Se valorará contar con experiencia de a lo menos 3 años en cargos de dirección y/o gerencia y/o jefatura.

### **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, estableciendo vínculos oportunos y permanentes con otras instituciones del Estado, gobiernos regionales, asociaciones gremiales, cámaras de comercio y turismo, municipios y corporaciones, entre otros, con la finalidad de aportar a la ejecución de la Política Nacional de Turismo.

Capacidad para gestionar las variables y relaciones del entorno que le proporcionan legitimidad en sus funciones, fomentando coordinaciones destinadas a mejores prácticas y resultados de calidad en las actividades turísticas.

Igualmente, debe poseer la habilidad 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, logrando el compromiso de los funcionarios/as con el objeto de alcanzar las metas definidas para la región.

## 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 conocimiento y/o experiencia en materias relacionadas a la implementación y/o gestión de programas y/o proyectos similares a las materias del Servicio tales como desarrollo económico local, desarrollo sustentable, gestión de instrumentos de fomento, entre otros.

Se valorará poseer dominio del idioma inglés nivel intermedio.

## II. DESCRIPCIÓN DE CARGO

### 1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

<b>Nivel Jerárquico</b>	II Nivel Jerárquico
<b>Servicio</b>	Servicio Nacional de Turismo
<b>Dependencia</b>	Director/a Nacional del Servicio Nacional de Turismo
<b>Ministerio</b>	Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
<b>Lugar de Desempeño</b>	Región de Tarapacá

### 2. PROPÓSITO DEL CARGO

#### MISIÓN

Al Director/a Regional de Tarapacá le corresponderá implementar la Política Nacional de Turismo y el plan de acción regional, 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 alianzas público-privadas, para el beneficio de los turistas nacionales y extranjeros, prestadores de servicios turísticos, comunidades locales y al país en su conjunto.

#### FUNCIONES ESTRATÉGICAS

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

1. Preparar, presentar y gestionar el plan de acción regional y programas de desarrollo turístico, en concordancia con las políticas nacionales y/o regionales de desarrollo.

2. Liderar la postulación a financiamiento de los proyectos y programas de desarrollo turístico para la región.
3. Gestionar alianzas público-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.
4. 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.
5. Promover el Sistema de clasificación, calidad y seguridad de los prestadores de servicios turísticos de su región, con el objeto de lograr estándares mínimos que permitan atraer y satisfacer a los clientes finales.
6. Liderar y monitorear proyectos en donde la Dirección Regional cumpla el rol de ejecutor o mandante.

**DESAFÍOS DEL CARGO Y LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL CONVENIO DE DESEMPEÑO**

<b>DESAFÍOS DEL CARGO</b>	<b>LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL CONVENIO</b>
1. Elaboración de un plan de acción regional.	1.1 El plan de acción regional deberá contemplar los componentes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo Turístico Sustentable.</li> <li>• Promoción.</li> <li>• Capital Humano y Certificación.</li> <li>• Desarrollo de oferta.</li> </ul> 1.2 Actualizar la estrategia de promoción y marketing de Turismo de la región a su cargo. 1.3 Aumentar el número de turistas extranjeros en conformidad a los objetivos estratégicos de la institución definidos para la región. 1.4 Velar por el uso sustentable de recursos turísticos.

<p>2. Fortalecer el sistema de calidad y certificación para los prestadores y operadores de servicios turísticos, con el objetivo de mejorar la competitividad del sector en la región.</p>	<p>2.1 Promover y aumentar los servicios con sello de calidad turística. 2.2 Difundir el sistema de acreditación y certificación. 2.3 Establecer las medidas para velar por el debido uso del sello de calidad turística y el cumplimiento de las disposiciones legales referentes al Sistema por parte de los prestadores de servicios turísticos.</p>
<p>3. Fortalecer los programas sociales del Servicio.</p>	<p>3.1 Incorporar nuevos destinos en programas intrarregionales. 3.2 Difundir los programas sociales para incentivar la participación de la industria local y de la comunidad.</p>
<p>4. Implementar y/o mantener el adecuado desarrollo del sistema de calidad norma ISO 9001:2008, para asegurar la entrega de servicios con un enfoque en el ciudadano/usuario y la mejora continua de los procesos.</p>	<p>4.1 Liderar la implementación del sistema de calidad bajo la norma ISO 9001:2008. 4.2 Implementar y/o mantener la certificación de los procesos priorizados por la Dirección nacional para la región.</p>

### 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 Nacional, radicada en Santiago, y una Dirección Regional de Turismo en cada región del país.

La misión institucional es "Ejecutar la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y difusión de los destinos turísticos resguardando el desarrollo sustentable de la

actividad y potenciando la certificación de los prestadores de servicios turísticos, que beneficien a los visitantes, nacionales y extranjeros, y al país en su conjunto."

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.

La Política Nacional de Turismo, tendrá una especial consideración por el rol de las regiones y las comunas en ella, y 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. Impulsar el desarrollo de destinos turísticos distribuidos a lo largo de Chile, coordinando esfuerzos con los actores privados, a través de la implementación de Planes de acción en Zonas de interés Turístico y potenciar el desarrollo sustentable en áreas Silvestres protegidas.
2. Fortalecer y difundir un sistema de clasificación y certificación 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. Potenciar acciones de promoción de los distintos destinos y productos de nuestro país tanto a nivel nacional e Internacional.
4. Fortalecimiento de programas Sociales incorporando nuevos destinos y ampliando la cobertura de beneficiarios primarios y secundarios, con la finalidad de contribuir al quiebre de la estacionalidad.
5. Fortalecer la institucionalidad del sector, radicada en SERNATUR, de manera que existan las capacidades necesarias para liderar el desafío planteado, en lo referente a la implementación y evaluación de las políticas de 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 2013 ingresaron al país 3.576.204 turistas extranjeros lo que equivale a un aumento del 0.6% respecto del año 2012. Igualmente en la actualidad, el turismo representa al 3.48% del Producto Interno Bruto (PIB) y considerando que el turismo

se incluye dentro de la categoría de servicios, la posición relativa del turismo en la exportación de bienes es equivalente a la de salmón/trucha y uva/vino. El total de empleo directo reportado por las empresas el año 2011 corresponde a 273.495 trabajadores, este número representa un 3,7% del empleo total nacional, en base a la cifra reportada por INE para el periodo ene-mar 2011. Finalmente, el empleo indirecto total generado por la demanda de bienes y servicios de las Actividades Características de Turismo (ACT) representa el 16,95% a nivel nacional<sup>1</sup>.

La Región de Tarapacá limita al norte con la Región de Arica-Parinacota, al sur con la Región de Antofagasta, al este con Bolivia y al oeste con el Océano Pacífico. Tiene una superficie de 42.225 Km<sup>2</sup>, de características desérticas compuestas de 5 franjas longitudinales. Entre las quebradas se forma La Pampa del Tamarugal, que a su vez es el inicio del Desierto de Atacama. La depresión intermedia alcanza unos 40 kilómetros de ancho y otros 500 kilómetros de longitud. La Cordillera de los Andes se divide en dos brazos: el oriental que recorre Bolivia, y el occidental que pasa por nuestro país. Se destaca el Volcán Isluga a 5.000 metros de altura. Es entre estos cordones, el oriental y occidental, con un promedio de 4.000 metros de altura, donde se ubica el Altiplano.

La Región de Tarapacá está compuesta por siete comunas: Camiña, Colchane, Huará, Pozo Almonte, Pica, Alto Hospicio y la capital regional Iquique, las que presentan diversos panoramas culturales, además de la belleza natural que rodea al misterio del desierto más árido del mundo. Existen los museos y edificios patrimoniales de la región ubicados en el casco antiguo de la ciudad de Iquique. Además existen las Ex Oficinas Salitreras de Humberstone y Santa Laura, declaradas patrimonio de la humanidad.

La actividad turística encuentra atractivos a lo largo de todo su territorio: Colchane, comuna de montaña, con los cultivos de quínoa, pastoreo en bofedales de llamas, alpacas, vicuñas, o guanacos, y sus poblados de Cariquima e Isluga. Son típicos de Camiña los cultivos ancestrales en terrazas de cebollas, ajos, papas, tomates y otras hortalizas. Conocidas son las aguas termales de Mamiña, Chuzmiza y Enquelga y los geiseres de Puchuldiza. Flamencos y chinchillas se encuentran en el Parque Nacional Volcán Isluga. Un especial atractivo lo constituyen tamarugos y algarrobos de la Reserva Nacional de Pampa del Tamarugal que se localiza en La Tirana, Pintados y Zapiga, cubriendo una superficie cercana a las 100.000 hectáreas (ha) en ambos costados de la carretera Panamericana y en la ruta a Pica. El Oasis de Pica constituye un gran atractivo por sus cultivos de mangos, naranjas y limones, así como su antigua iglesia y aguas semitermales. Matilla ofrece su iglesia y lagar y 40 km hacia el sur oriente se encuentran las huellas de siete especies de dinosaurios que habitaron esta zona hace millones de años cuando era una planicie con ríos y mucha

<sup>1</sup> Proyección SERNATUR para el año 2013:

Empleo promedio año 2013 = 293.755

Empleo periodo dic-2012 a feb-2013 = 323.576 (peak estacional)

vegetación.

Parte importante del folclor regional lo constituyen las celebraciones religiosas que se desarrollan a lo largo del año, siendo las más conocidas y concurridas las de la Virgen del Carmen en La Tirana, San Lorenzo en la Quebrada de Tarapacá y San Pedro en la Caleta Cavanha. Los testimonios del desarrollo salitrero del siglo XIX se encuentran en Humberstone, Santa Laura, Iris y Lagunas así como en Pisagua, Pozo Almonte, Huara, Negreiros y más de cien lugares en los cuales se desarrollaron faenas extractivas de salitre y yodo. Muchas de ellas se conectaron posteriormente a la red ferroviaria que unía distintos poblados entre Victoria, Iquique, Humberstone, Huara, Caleta Buena, Negreiros y Pisagua. En La Huayca, para la atención de turistas en medio de la Pampa del Tamarugal, se han desarrollado varios centros vacacionales que disponen de cabañas y piscinas rodeadas de bosques de tamarugos. La región dispone de 92 establecimientos hoteleros, la mayoría de ellos en Iquique, con una capacidad de más de 2.000 habitaciones y 4.000 camas. Los hoteles con mayor capacidad hotelera son: Raddisson, Holiday, Spark, Sunfish, los Terrado, Charlie Inn y Diego de Almagro.

El aeropuerto de Iquique, según la Junta de Aeronáutica Civil, es el tercero en movimiento de pasajeros, después de Santiago y Antofagasta con más de 1 millón de personas transportadas el año 2011, y es el segundo aeropuerto nacional en carga aérea después del aeropuerto de Santiago. Del 1.013.612 de pasajeros movilizados por el aeropuerto de Iquique un 80% es entre Iquique y Santiago, un 12% es entre Iquique y Antofagasta, y un 7% entre Iquique y Arica. Los pasajeros de Calama, Copiapó y La Serena son poco significativos, además que la oferta aérea entre Iquique y Arica, Calama, Copiapó y Serena es muy escasa.

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,
- 15 Directores/as Regionales.

**BIENES Y/O  
SERVICIOS**

Los productos y servicios que el Servicio Nacional de Turismo entrega a los ciudadanos a través de la dirección regional 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 Promoción Internacional:** Una de las principales funciones de SERNATUR es apoyar la promoción turística de Chile a nivel internacional. Para esto se creó en 1995 este programa, el cual a través de una alianza público-privada reúne los esfuerzos técnicos y financieros para definir y aplicar las mejores estrategias de difusión.

#### EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de trabajo está compuesto por 4 profesionales, 2 administrativos y 3 honorarios que cumplen funciones de informadores turísticos y en los programas de turismo social, quienes se distribuyen en las siguientes áreas:

**Unidad de Marketing:** Lleva a cabo la ejecución de acciones de posicionamiento de los productos turísticos de la región siguiendo los lineamientos establecidos en el nivel central por la Subdirección de Marketing.

**Unidad de Desarrollo:** Funciones de Fomento de la actividad turística en la región, con el objeto de mejorar la competitividad turística en concordancia con las líneas de trabajo establecidas por la Subdirección de Desarrollo.

**Unidad de Estudio y Medio Ambiente:** Generación de Información cualitativa y cuantitativa que permita establecer el estado de situación y potencialidades del turismo receptivo, emisivo e interno en concordancia con los lineamientos establecidos por la Subdirección de Estudios. Fortalecer el desarrollo sustentable a través de coordinación público-privada, actuar como contraparte de la región en comisiones relacionadas con evaluación de impacto ambiental, medioambiente, áreas silvestres protegidas.

**Inspección:** Cumplir con las funciones entregadas por la Ley 20.423 de 2010 y el Decreto Supremo N° 222 de 2011, en materias específicas de Inspección para constatar el cumplimiento de la Clasificación, Certificación de Calidad y Estándares de Seguridad en los prestadores de servicios turísticos.

**Unidad Administrativa:** Asesorar en materias administrativas, financiero-contables y recursos humanos.

## CLIENTES INTERNOS

El/La 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 la Unidad de Gestión para el seguimiento y monitoreo de convenio de desempeño, metas institucionales y regionales.

Finalmente, se coordina con los/as 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 y micro empresas turísticas y por gremios relacionados al sector como: asociación de hotelería, operadores, guías, entre otros. Se considera muy relevante la relación con posibles inversionistas en el sector.

**DIMENSIONES DEL CARGO**

Nº Personas que dependen directamente del cargo <sup>1</sup>	9
Dotación total del Servicio <sup>2</sup>	263
Personal a honorarios del Servicio <sup>3</sup>	107
Presupuesto que administra <sup>4</sup>	\$ 146.971.238.-
Presupuesto del Servicio <sup>5</sup>	\$ 24.779.127.000.-

1 Corresponde a 6 personas de dotación y 3 personas a honorarios

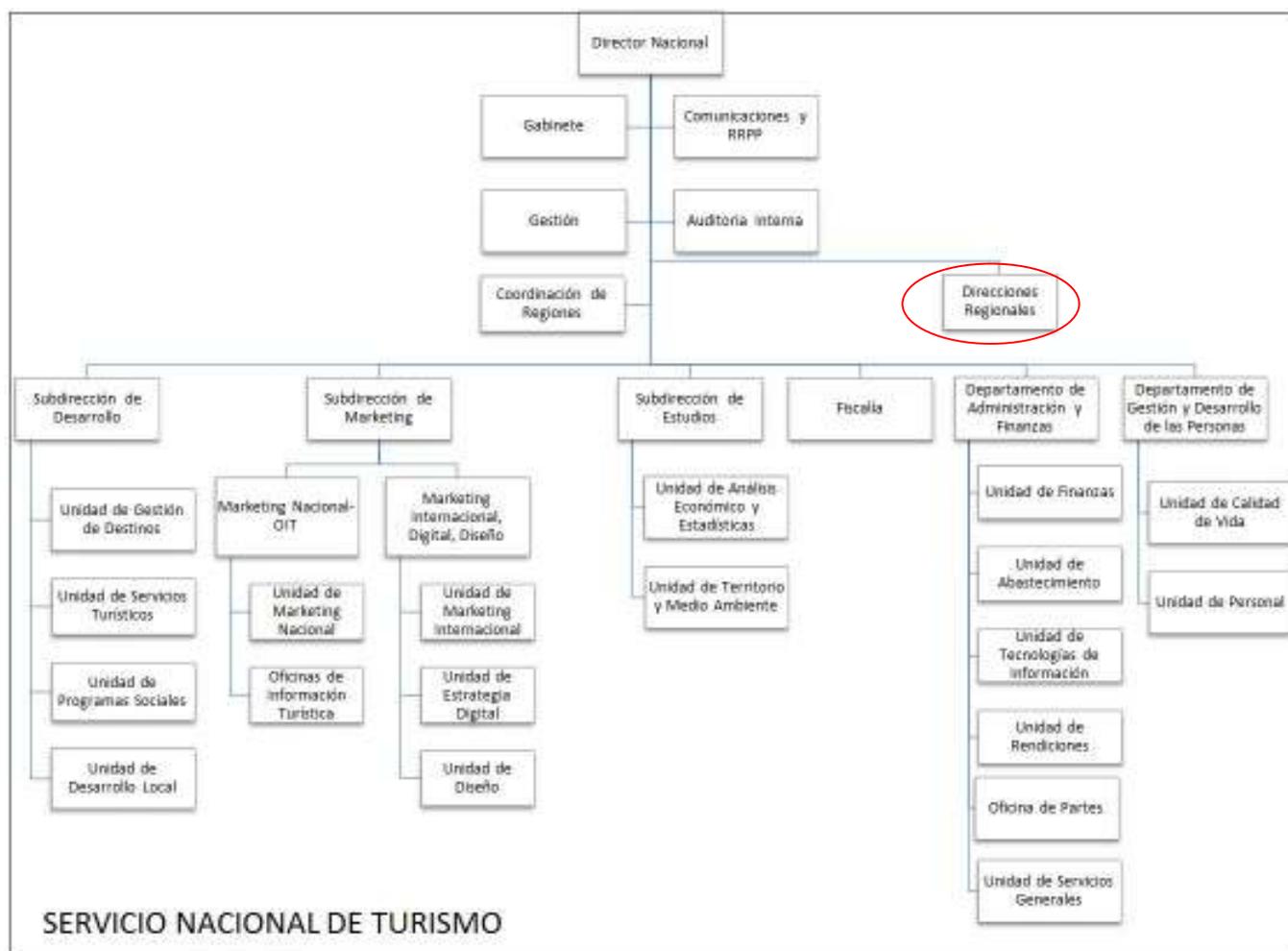
2 Fuente: DIPRES

3 Fuente: Departamento de Gestión y Desarrollo de las Personas, SERNATUR

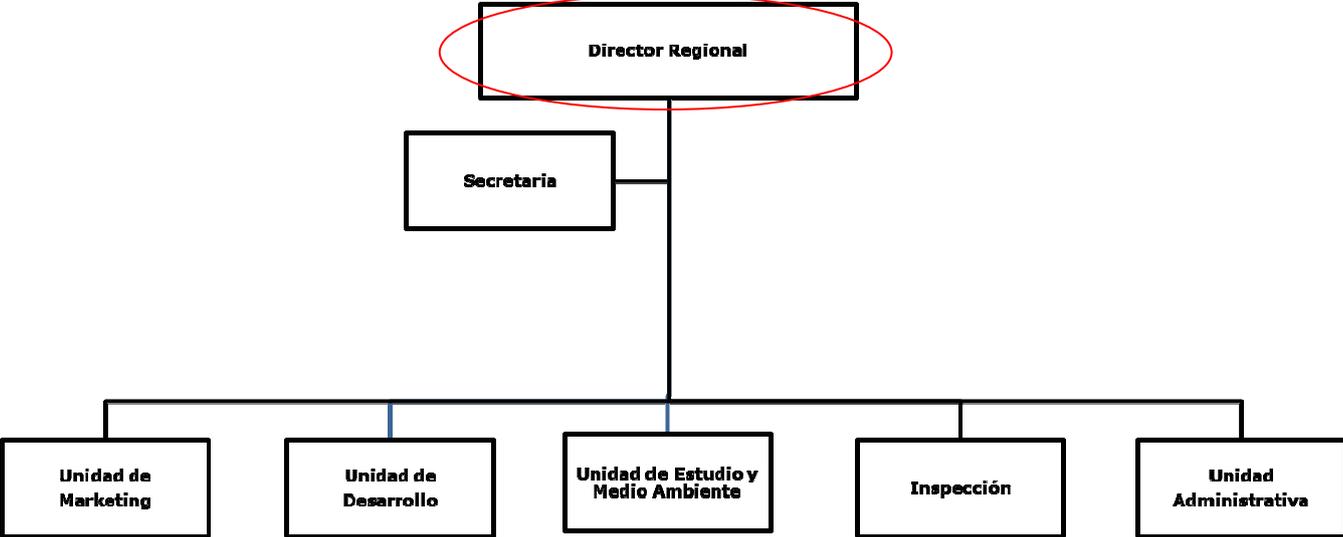
4 Presupuesto incluye Programas Sociales ejecutados desde la DR. No incluye FNDR

5 Presupuesto vigente a noviembre de 2014

**ORGANIGRAMA**



**ORGANIGRAMA REGIONAL**



**RENTA**

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 **33%**. Incluye las asignaciones de modernización, zona y bonificación especial para zonas extremas. Su renta líquida promedio mensualizada referencial asciende a **\$3.425.000.-** 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 33%	Total Renta Bruta	Total Remuneración Líquida Aproximada
Funcionarios del Servicio*	Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre.	\$2.580.238.-	\$851.479.-	\$3.431.717.-	\$ 2.902.455.-
	Meses con asignación de modernización: marzo, junio, septiembre y diciembre.	\$4.543.447.-	\$1.499.338.-	\$6.042.785.-	\$ 4.975.704.-
<b>Renta líquida promedio mensualizada referencial para funcionario del Servicio</b>					<b>\$3.594.000.-</b>
No Funcionarios**	Meses sin asignación de modernización ***: enero, febrero, abril, mayo, julio, agosto, octubre y noviembre.	\$2.568.803.-	\$847.705.-	\$3.416.508.-	\$2.889.299.-
	Meses con asignación de modernización: marzo, junio, septiembre y diciembre.	\$4.071.284.-	\$1.343.524.-	\$5.414.808.-	\$4.495.051.-
<b>Renta líquida promedio mensualizada referencial para no funcionario del Servicio</b>					<b>\$ 3.425.000.-</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 candidatos seleccionados 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 directivo nombrado contará con un plazo máximo de tres meses desde su nombramiento para suscribir un convenio de desempeño con el Jefe/a Superior del Servicio. El convenio será propuesto por dicha autoridad dentro de los cinco días siguientes al nombramiento.
- El Alto Directivo deberá informar anualmente a su superior jerárquico, del grado de cumplimiento de las metas y objetivos comprometidos en su convenio.
- 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 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.
- El directivo nombrado deberá declarar, mediante declaración jurada simple, si cuenta con contrato vigente con proveedores o contratistas o con instituciones privadas que tengan convenios para ejecución de proyectos o que se le hayan otorgado transferencias por parte del Servicio Nacional de Turismo. Asimismo, con prestadores de servicios turísticos o cualquier otra actividad que implique tener interés en entidades de prestación de dichos servicios, cualquiera sea la jerarquía o dependencia de la persona.