





Memoria Capital Humano de Turismo

2022





Publicación elaborada por la Subsecretaría de Turismo

Santiago, marzo de 2022

Equipo de Capital Humano

División de Coordinación y Planificación Estratégica Subsecretaría de Turismo

Equipo de Capital Humano

Subdirección de Desarrollo Servicio Nacional de Turismo

Autores

Imagina Consultores

Diseño gráfico

Imagina Consultores

Fotografías

Shutterstock INDAP

Reservados todos los derechos. Queda autorizada la reproducción y distribución con previa autorización y citando fuentes.



Tabla de **contenidos**

Creciendo juntos	5	2020	
Origen del Plan Estratégico de Capital Humano de Turismo 2019-2022	7	Piloto Implementación del Marco de Cualificacione: Técnico Profesional (MCTP)	19
•		2. Modelo de Capital Humano	21
Diagnóstico del sector	9	3. Seminarios de Hospitalidad	22
3.1 El perfil de sus trabajadores y trabajadoras	10	4. Programas de capacitación	22
3.2 Oferta formativa	11	5. Certificación de competencias	22
3.3 Período de crisis en Chile y el mundo	12	6. Alianzas estratégicas	22
3.4 Los efectos de la pandemia	12	2021	23
3.5 Impacto en el empleo	12	Piloto de implementación del Marco de Cualificaciones Técnico Profesional para el turismo	23
Resultados e impacto del Plan Estratégico de Capital Humano de Turismo 2019-2022	15	2. Guía de Perfiles de Egreso (Cuarta versión)	23
		3. Plataforma de Capital Humano	24
2019		4. Seminario de Hospitalidad	24
1. Seminario Marco de Cualificaciones		5. Programas de capacitación	25
Técnico Profesional	16	6. Certificación de competencias	25
2. Poblamiento del Marco de Cualificaciones Técnico Profesional	16	7. Campañas comunicacionales	26
3. Guía de Perfiles de Egreso (Tercera versión)	17	8. Alianzas estratégicas	26
4. Estudio de la fuerza laboral	17	Oportunidades y desafíos para el Capital	
5. Jornadas de Hospitalidad		Humano en el futuro	29
6. Programas de capacitación	18	Oportunidades y desafíos para el Capital Humano	30
7. Certificación de Competencias Laborales	18	1. Empleo desde una perspectiva integral	30
8. Alianzas estratégicas	19	2. Generación de información pertinente y oportuna	30
		Fortalecimiento de la representatividad de la Mesa de Capital Humano	30
		 Fortalecimiento de capacidades y habilidades del Capital Humano Turístico 	30



Origen del Plan Estratégico de Capital Humano de Turismo 2019-2022

El Capital Humano es un factor inherente al progreso del turismo, la hotelería y la gastronomía en nuestro país, un factor fundamental a seguir desarrollando y fortaleciendo para el crecimiento de esta industria. Es por ello que en los últimos años se ha trabajado en planes, programas y herramientas que permitan el fortalecimiento de las personas que dan vida al sector, obteniendo una fuerza laboral más preparada, lo que mejora la competitividad y trae como consecuencia un círculo virtuoso entre las personas y una actividad que permite valorar la marca país, la que antes de la crisis social y la pandemia estaba en expansión.

Todo este proceso, que considera también un cambio cultural, se enmarcó en el Plan Estratégico de Capital Humano de Turismo que se proyectó llevar a cabo dentro del período 2019-2022 y que fue elaborado a partir de un trabajo participativo del que fueron parte los miembros de la Mesa de Capital Humano de Turismo.

Propósito

El Plan Estratégico de Capital Humano estableció como misión "Mejorar la hospitalidad y hacer de Chile un país turístico de clase mundial, creando y visibilizando una política pública que profesionalice la industria, garantice el cumplimiento del Plan Estratégico y cuide que los recursos públicos y privados sean bien utilizados". Asimismo, dicho documento define como visión "Convertir al turismo en el sector más relevante del desarrollo económico y social del país, fomentando la educación técnico

profesional y fortaleciendo una política de capacitación y certificación con estándares de calidad y sustentabilidad".

Ejes estratégicos

Los **cuatro ejes** que orientan el desarrollo del Plan Estratégico de Capital Humano de Turismo son los siguientes:

- 1. Gobernanza
- 2. Fortalecimiento del Capital Humano
- 3. Investigación
- 4. Comunicación

Actores

La Mesa de Capital Humano de Turismo, en la cual convergen representantes del sector productivo, academia, sociedad civil e instituciones públicas que se vinculan al desarrollo del Capital Humano de turismo, es la gobernanza encargada del diseño, implementación y evaluación del Plan Estratégico de Capital Humano de Turismo.

Asimismo, el proceso de coordinación de la gobernanza, gestión de financiamiento y monitoreo de acciones fue liderado por la División Estratégica y coordinación de la Subsecretaría de Turismo junto al equipo de Capital Humano de Sernatur.





Diagnóstico del sector



Diagnóstico del sector

El Capital Humano está al centro del desarrollo y el progreso de la actividad turística, una vinculación implícita entre quienes realizan los servicios y quienes los reciben, un trato directo entre personas, que con el paso de los años y la profesionalización del sector va requiriendo el establecimiento de las competencias necesarias para ser parte de esta industria. En otras palabras, el turismo es una actividad inherentemente humana, pero ¿quiénes son los que pertenecen a ella?

3.1 El perfil de sus trabajadores y trabajadoras

La fuerza laboral del sector turismo está compuesta por quienes se han formado desde la experiencia laboral y quienes han decidido cursar programas de educación formal. En este contexto, el Modelo de Capital Humano 2020 para el sector Turismo arrojó una serie de resultados que permiten observar con mayor profundidad cómo se comporta la fuerza laboral del rubro. Uno de los hallazgos indica que quienes no cuentan con estudios formales, pero sí cuentan con gran experiencia para el desempeño del sector, corresponden a los más demandados a la hora de la contratación.

- Un **71,1%** de los empleados en turismo no tiene estudios superiores.
- Un 23,1% de los empleadores no cree relevante que una persona tenga formación.



La radiografía al sector turístico permitió identificar que un 77,8% de los empleadores de esta industria manifiesta su preferencia por contratar a profesionales con estudios técnicos en el área, según el informe sobre el Estado del Arte del Capital Humano en Chile (Imagina Consultores, 2019). A su vez, un 82,9% de los profesionales encuestados estima que los programas de estudio permiten conocer las necesidades del mercado, aunque solo un 22,9% considera que el proceso de formación es lo suficientemente flexible para incorporar las necesidades del sector en los programas de estudio.

Pese a este escenario, existe una gran oferta e interés por instruirse en esta área. Prueba de ello es la gran cantidad de universidades, institutos, centros de formación técnica, establecimientos de educación técnico profesional y organismos técnicos de capacitación que imparten programas y cursos de especialización relacionados con la gastronomía, hotelería y turismo, lo que da cuenta de una oferta educacional en desarrollo que antes de las crisis social y sanitaria tenía un campo laboral que crecía en un alto porcentaje de empleabilidad, representando

entre 2013 y 2018 el 12,8% de los nuevos trabajadores a nivel nacional, sobresaliendo la mayoritaria participación femenina, de un 55%.

3.2 Oferta formativa

En 2021 el Ministerio de Educación registró 46 instituciones de educación que entregaban formación profesional relacionada con el sector turismo, contabilizando 29.251 alumnos matriculados:

- Institutos profesionales: 14 establecimientos y 15.869 alumnos matriculados.
- Centros de formación técnica: 12 establecimientos y 10.057 alumnos matriculados.
- Universidades: 20 establecimientos y 3.325 alumnos matriculados.

11



3.3 Período de crisis en Chile y el mundo

El Plan Estratégico de Capital Humano de turismo 2019-2022 debió enfrentar, durante su desarrollo, dos sucesos como fueron la crisis social de octubre de 2019 y, cinco meses más tarde, la pandemia. Sin embargo, pese a estas dificultades, el proyecto no se detuvo y se adaptó a las circunstancias, lo que terminó entregando nuevas experiencias y enseñanzas, avanzando con el objetivo en un proceso que continuó, por ejemplo, con actividades de telepresencia.

3.4 Los efectos de la pandemia

Los efectos de la pandemia para el turismo desencadenaron una serie de medidas restrictivas de consecuencias limitantes para la actividad. Los países debieron cerrar sus fronteras en una urgencia sanitaria donde el llamado de las autoridades fue a quedarse en casa para disminuir la propagación del virus, una medida que impactó gravemente a una industria cuyo motor son los viajes y la interacción entre las personas. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el primer año de la pandemia fue el peor en la historia de la actividad.

Sumado a lo anterior, la industria tuvo que sortear las consecuencias de la crisis social, hechos que afectaron gravemente el desarrollo de la actividad por las restricciones de movilidad producto del COVID-19 y los cierres de fronteras, cuyos efectos todavía se seguirán reflejando en el mercado laboral, donde se han generado cambios que serán permanentes y que todavía deben ser caracterizados y cuantificados.

- Solo en noviembre de 2019 se registró una baja de un 37% de turistas extranjeros en el país, producto de la crisis social.
- La disminución de turistas en Chile durante 2020, comparada con el año anterior, fue de un 75,1% debido a la pandemia.
- Las pérdidas en el sector del turismo, por efecto de la pandemia, se estimaron en US\$3.900 millones.

3.5 Impacto en el empleo

Los puestos de trabajo en el sector se vieron sumamente afectados por la pandemia y en 2020 registraron una caída de un 29,3% respecto al año anterior en las Actividades Características del Turismo (ACT), lo que se tradujo en la pérdida de 189.260 empleos, representando un 17,2% del total nacional. Una alta y negativa cifra que en el último trimestre de 2021 se revirtió. Según el informe publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en el período comprendido entre octubre y diciembre de 2021, se contabilizaron 538.399 ocupados en las ACT, lo que significó un 22,9% más que lo registrado en el mismo trimestre móvil de 2020.







Resultados e impacto del Plan Estratégico de Capital Humano de Turismo 2019-2022

A pesar de las dificultades que presentó la pandemia, el Plan Estratégico de Capital Humano continuó como estaba previsto para el período 2019-2022, baio sus cuatro ejes estratégicos: Gobernanza, Fortalecimiento del Capital Humano, Investigación y Comunicación, logrando exitosos resultados en su propósito enfocado en el desarrollo de las personas vinculadas a esta industria y el objetivo de proyectar a Chile como destino turístico de clase mundial.

Seminario del Marco de Cualificaciones Técnico Profesional

El seminario fue la instancia en la que se instaló el concepto de Marco de Cualificaciones Técnico Profesional (MCTP). Contó con la presencia de diversos actores y la participación de representantes de regiones vinculados al desarrollo del Capital Humano en el sector. El encuentro dejó planteada la necesidad de seguir trabajando en el MCTP, proyectando su poblamiento.

Participaron un total de 200 asistentes.



Poblamiento del Marco de Cualificaciones Técnico Profesional

El Marco de Cualificaciones Técnico Profesional, es una política pública impulsada por el Ministerio de Educación de nuestro país. Desde hace algunos años se ha invitado a los sectores productivos a sumarse a esta política pública, con el objetivo de establecer puentes entre el mundo de la educación y el trabajo.

Es así como el año 2019 el sector decide iniciar su Poblamiento del Marco de Cualificaciones Técnico Profesional. Hoy, turismo cuenta con un ordenamiento de sus perfiles basado en los cinco niveles de cualificación del MCTP y con ello, posee las herramientas para comenzar a estandarizar procesos de formación, capacitación y certificación de competencias.

3

Guía de Perfiles de Egreso

Tercera versión

Lanzamiento de la tercera versión de la Guía de Perfiles de Egreso de turismo, hotelería y gastronomía de Chile. Esta herramienta entrega un completo panorama de la oferta académica relacionada al turismo en el país, con un recorrido nacional a las instituciones que ofrecen información curricular respecto a las carreras que imparten, lo que facilita su comunicación y que va de la mano con abrir nuevas oportunidades laborales, capacitando mejores profesionales alineados con el progreso de esta industria, elevando así los estándares de calidad de todos los actores de la actividad.



Estudio de la fuerza laboral

La Encuesta Nacional de Demanda Laboral (ENADEL). desarrollada por el Observatorio Laboral del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE), entregó el año 2019 una serie de resultados que permitieron graficar la realidad de la industria del turismo en el país. Fue un estudio acabado que entregó interesantes estadísticas para comprender, de mejor manera, esta actividad e identificar sus fortalezas y debilidades, permitiendo proyectar las áreas de interés donde enfocar el trabajo para conseguir un mejor desarrollo en el Capital Humano de este sector.

La muestra, que concluyó su levantamiento de información antes del inicio de la crisis social del 2019; abarcó un universo de 1.491 empresas a lo largo del país que contaran con 5 o más trabajadores. De este modo, los datos representaron a 6.457 empresas del sector y a 250.778 trabajadores para el año 2019. Las principales conclusiones obtenidas fueron las siguientes:

- El 47% de los trabajadores está empleado en grandes empresas, principalmente en labores de personal de comercio, ventas y servicios.
- Destaca la mayoritaria presencia femenina en el sector, con un 55% de los puestos de trabajo, donde también ocupan un 44% de los cargos directivos y gerenciales de la actividad, además de un 51% de los puestos profesionales.



ENE/ DIC



JULIO



- Respecto al ítem de capacitación, un 44% de las empresas indicó haber capacitado a sus trabajadores en los últimos 12 meses, pero el desglose de las compañías que lo hicieron revela que las empresas grandes lo realizaron en un 91%, mientras que las microempresas, solo en un 32%. La brecha se mantiene cuando la pregunta es sobre la proyección para los próximos 12 meses, ahí las grandes empresas señalaron en un 89% que planificaban realizar capacitaciones, cifra que baja en las empresas pequeñas a un 68% y en las microempresas a un 51%.
- Del total de las empresas del sector, considerando los últimos 12 meses, un 15% señaló no haber tenido vacantes de puestos de trabajo; un 22% sí, y un 63% manifestó haber tenido dificultades para cubrir alguna de sus vacantes.
- Falta de experiencia laboral, falta de competencias técnicas y socioemocionales de los candidatos, fueron parte de las principales dificultades de contratación señaladas por las empresas.
- El 64% de las empresas del sector manifestó que confían principalmente en las recomendaciones de trabajadores u otros actores como principal canal de reclutamiento, muy por encima de la valoración que hacen del uso de las Oficinas Municipales de Información Laboral (OMIL) o de la Bolsa Nacional de Empleo (BNE), que son de uso público y gratuito.



5

Jornadas de Hospitalidad

Modalidad presencial

Las Jornadas de Hospitalidad, realizadas de manera presencial en julio de 2019, dieron inicio a los encuentros convocados en los años posteriores bajo esta temática. Dicha convocatoria tuvo como propósito establecer la importancia de promover el buen trato entre las personas, una premisa básica en una industria donde la confianza y la cercanía son importantes factores para considerar en el éxito de la actividad.

6

Programas de capacitación

Conocido el diagnóstico de la industria, y en articulación con los actores públicos y privados de la Mesa de Capital Humano, se visualizaron también sus falencias y necesidades de fortalecer áreas donde el sector presentaba debilidades como, por ejemplo, en idiomas o tecnología. Así se realizó un esfuerzo por poner a disposición una serie de programas de capacitación a nivel nacional, para fomentar el desarrollo de las capacidades del Capital Humano vinculado al turismo.

7

Certificación de Competencias Laborales

El Plan Estratégico de Capital Humano de Turismo 2019-2022 estableció como una de sus metas impulsar procesos de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales desarrollados por ChileValora. De este modo, el año 2019 fueron certificadas 1.141 personas en el sector de gastronomía, hotelería y turismo.



Alianzas estratégicas

El Plan Estratégico de Capital Humano de Turismo 2019-2022 se logró posicionar gracias a alianzas públicoprivadas y también internacionales, en la que participaron diversas instituciones, cuyo aporte fortaleció la gobernanza del proyecto.

Alianzas público-público

- Ministerio de Educación.
- Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género.
- Ministerio del Trabajo.
- Subsecretaria de Desarrollo Regional y Administrativo.
- Corporación de Fomento de la Producción (CORFO).
- Servicio Nacional de Capacitación y Empleo (SENCE).
- Comisión del Sistema Nacional de Certificación de Competencias Laborales (ChileValora).
- Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC).
- Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP).

Alianzas público-privadas

- Asociación Chilena de Empresas de Turismo (ACHET).
- Federación de Empresas de Turismo de Chile (FEDETUR).
- Asociación Chilena de Gastronomía (ACHIGA).
- Federación Gastronómica de Chile (FEGACH).
- Red de Instituciones de Educación Superior en Turismo de Chile (RIEST).
- Asociación de Profesionales y Técnicos del Turismo en Chile (APROTUR).
- Asociación Gremial que representa a pequeños y medianos empresarios y emprendedores de la industria turística nacional (CHILESERTUR).
- Asociación Chilena Turismo Rural (ACHITUR).
- Asociación de Estudiantes de Turismo de Chile (ASETUR).
- Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile (SOCIETUR).
- Hoteleros de Chile.
- Asociación Nacional de Turismo Indígena (ANTI).

Alianzas internacionales

- Organización Mundial del Turismo (OMT).
- Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC).
- Organización Internacional del Trabajo (OIT).



SUBSECRETARÍA DE TURISMO / SERNATUR



Luego del poblar el Marco de Cualificaciones Técnico Profesional para el sector, se realizó un primer proyecto de implementación, específicamente en el subsector de gastronomía. Este proyecto contó con la participación de 19 instituciones de formación y capacitación, contribuyendo así a transmitir la importancia de incorporar el concepto de MCTP en sus procesos estratégicos y tácticos. En particular, los productos desarrollados por este proyecto fueron los siguientes:

- Autodiagnóstico institucional, por cada una de las instituciones participantes.
- Desarrollo de capacidades. Curso MCTP para las instituciones que participan del proyecto.
- Construcción de la hoja de ruta institucional, para identificar los pasos a seguir en la implementación del MCTP, en cada una de las instituciones participantes.



Las 19 instituciones participantes:

Educación Superior Técnico Profesional

- Duoc UC
- Inacap
- Santo Tomás
- AIEP
- Culinary
- Lota Arauco
- PUCV
- ■IPG
- ■Teodoro Wickel
- ENAC

Educación Media Técnico Profesional

- Liceo Instituto Marítimo de Valparaíso
- Colegio Achiga
- Liceo Yobilo de Coronel

Organismo Técnico de Capacitación

- Emplea
- Cristo Vive
- Infocap
- ■Fucap
- ■Fundación Cadel
- Kolping

Modelo de Capital Humano

Para promover una mirada estratégica de largo plazo en la actividad, era necesario conocer en profundidad al sector, así se generó la propuesta de Modelo de Capital Humano para el Turismo, documento que representa una radiografía a la industria nacional, un estudio necesario antes de constituir los ámbitos de acción que promuevan la profesionalización y la orientación de la toma de decisiones vinculada al desarrollo del Capital Humano en el turismo, desde una perspectiva integral y amplia, determinando las estrategias para llevarla a cabo.

Diagnóstico:

- Baja valoración del proceso formativo.
- Heterogeneidad en la oferta formativa.
- Brecha entre el perfil de egreso y las necesidades de la industria.
- Una industria poco competitiva para la atracción de talento.
- Limitado desarrollo de la carrera.
- ■Informalidad laboral.



Este documento, estableció también, los principales elementos estructurales necesarios para el desarrollo de las políticas públicas relacionadas con el Capital Humano en el turismo, por lo que su consulta resultará pertinente cuando se evalúen iniciativas, programas o proyectos relacionados con el sector.

Los 3 objetivos estratégicos del modelo:

- Contar con un sistema de formación de calidad y pertinente a las necesidades de la industria.
- Disminuir las fricciones del mercado laboral en la industria.
- Implementar una gobernanza que pueda proveer información, herramientas y soluciones para desarrollar el Capital Humano.

Propuesta de acciones estratégicas:

- Implementación de una gobernanza.
- Formación dual y convenios para prácticas.
- Revisión de malla con foco en el desarrollo de competencias transversales y especialización atingente.
- Implementar Marco de Cualificaciones Técnico Profesional.
- Capacitación y certificación.
- Fomento al emprendimiento.
- Fortalecimiento del Capital Humano a nivel de empresarios y gerentes turísticos.
- Intermediación laboral.
- Monitoreo y estudios.
- La App/portal del turismo.
- Transferencia de buenas prácticas.
- Aspectos normativos.

SUBSECRETARÍA DE TURISMO / SERNATUR



Seminarios de Hospitalidad

El año 2020 se realiza la segunda versión del encuentro de "Hospitalidad: La cultura que mueve el turismo", pero en esta ocasión, su modalidad fue telemática, contemplando 4 jornadas de trabajo que contaron con la participación de más de 2.300 personas, las que incluyeron mayoritariamente personas del país, pero también a representes internacionales (Paraguay, Argentina, Brasil y Colombia) que permitieron consolidar y posicionar la temática como un pilar fundamental en la entrega de servicios turísticos.

Programas de capacitación

Siguiendo la lógica del año 2019, y considerando un diagnóstico claro respecto a las necesidades de capacitación del sector, se elabora de manera coordinada con los distintos organismos y programas públicos que trabajan entregando programas de capacitación para abordar temáticas en áreas donde se observaban debilidades.



Certificación de competencias

El año 2020 continuó el trabajo articulado con Chilevalora y Sence, en torno a procesos de Evaluación y Certificación de Competencias Laborales. Este año, y a pesar de la crisis sanitaria en la que nos encontrábamos, fueron certificadas 2.905 personas en el sector de gastronomía, hotelería y turismo.





ENE.

Alianzas estratégicas

El año 2020 se continúa con el trabajo de articulación mediante alianzas público-público, público-privadas, además de otras alianzas internacionales.



Piloto de implementación del Marco de Cualificaciones Técnico Profesional para el turismo

El foco de este proyecto de implementación del Marco de Cualificaciones Técnico Profesional se centró en las empresas. los emprendimientos y los equipos de organización regional asociados al sector. Los encuentros se realizaron de manera telemática, lo que favoreció su alcance nacional de participación, tanto en el seminario "Herramientas para la gestión de personas en turismo", como en los talleres, totalizando una asistencia de 220 empresas.



MAR / DIC



Cuarta versión

El año 2021 se elabora la cuarta versión de la Guía de Perfiles de Egreso de turismo, hotelería y gastronomía de Chile, herramienta que entrega un completo y actualizado panorama de la oferta académica relacionada al turismo en el país. En esta oportunidad la guía presenta 2 elementos innovadores, incluye por primera vez información sobre Educación Media Técnico Profesional, y sumado a ello, su contenido se pondrá a disposición desde un buscador en línea ubicado en el sitio web de Capital Humano. ello con el objetivo de hacer más práctica y eficiente la búsqueda de oferta formativa existente.

- A lo largo del país hay 309 instituciones que imparten 84 especialidades y/o carreras vinculadas al turismo.
- De los perfiles de estas 84 especialidades y/o carreras vinculadas al turismo, 49 pertenecen a educación superior técnico profesional, 32 a profesional y 3 a educación media técnico profesional.
- De las 309 instituciones, 268 correspondían a liceos técnico-profesionales, 15 a universidades, 13 a institutos profesionales y 13 a centros de formación técnica.



23



Plataforma de Capital Humano

El avance en la implementación del Plan Estratégico de Capital Humano de Turismo 2019-2022 permitió identificar la existencia de importante información relacionada con el Capital Humano en el país, una riqueza de insumos diseminada en diversos sitios que ahora, con la implementación de la Plataforma de Capital Humano de Turismo se puede encontrar en un mismo lugar a través de este repositorio digital que aglutina toda la data relacionada al tema y que está disponible en el sitio web http://capitalhumano.subturismo.gob.cl. Esta plataforma permite encauzar de manera más expedita y eficiente la información existente relacionada con la actividad y, gracias a su mayor volumen, logra también un mayor alcance y trazabilidad, siendo de gran ayuda para los diversos usuarios, desde estudiantes y profesionales a académicos, trabajadores, empleadores y funcionarios públicos vinculados al sector, quienes pueden acceder, por ejemplo, a diversas publicaciones y estudios o información sobre capacitación y certificación de competencias vinculadas al turismo. Se destaca que entre julio de 2021 y enero de 2022, la plataforma alcanzó una interacción de 16.377 visualizaciones.

MAR / DIC

Seminario de Hospitalidad

Online

La tercera versión del encuentro "Hospitalidad: La cultura que mueve el turismo", se desarrolló en un seminario web de una hora y media de duración. Este encuentro profundizó en las herramientas prácticas para implementar la hospitalidad en diversos procesos de entrega del servicio. En esta ocasión, se conectaron casi 1.000 personas durante la transmisión, lo que una vez más da cuenta del interés e importancia de esta temática para el sector.

En total, entre los años 2019 y 2021, los encuentros de Hospitalidad convocaron a **3.393 personas**. Además, a partir de 2022 se podrá contar con cápsulas de contenidos de Hospitalidad, que permitirán poner a disposición herramientas para abordar los elementos necesarios para hacer de la hospitalidad una cultura en nuestro país.



Programas de capacitación

Durante 2021 se puso a disposición la oferta de capacitación en línea con los requerimientos del sector, sumando a ello, la modalidad online, que ya desde 2020 venía siendo incorporada en nuestro país. De este modo, damos cuenta de que entre los años 2019 y 2021 se desarrollaron las siguientes capacitaciones:

- Curso presencial de turismo rural (333 beneficiarios/as).
- Cursos de inglés presenciales para empresarios y trabajadores de turismo (413 beneficiarios/as).
- Cursos en oficios de turismo del programa de bono de capacitación para MiPymes (16.322 beneficiarios/as), realizados de manera presencial y online.
- Cursos de transformación digital (3.741 beneficiarios/as), realizados de manera presencial y online.
- Programa Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO) en sus modalidades Gestión, Innovación y Tecnología, (1.146 beneficiarios/as).
- "Curso de Turismo Online" para la empleabilidad de adultos mayores (77 beneficiarios/as), realizado de manera presencial y online.
- Curso Turismo para municipios y gobiernos regionales, realizado de manera online (949 beneficiarios/as).



Certificación de competencias

El período comprendido entre 2019 y 2021 consideró la implementación de **5.964 procesos de evaluación y certificación en el sector gastronomía, hotelería y turismo**. La distribución total de procesos para este período, y el acumulado total desde el inicio del sistema, fue el siguiente:

- Número de personas certificadas en 2019: 1.141.
- Número de personas certificadas en 2020: 2.905.
- Número de personas certificadas en 2021: 1.918.
- Número total de personas certificadas desde el inicio del sistema: 27.159.



4 | SUBSECRETARÍA DE TURISMO / SERNATUR



7

Campañas comunicacionales

El éxito del trabajo realizado se reflejó en la alta participación alcanzada a lo largo de las 8 campañas comunicacionales implementadas al alero de los proyectos de Capital Humano, llegando a un universo de 285.627 usuarios asociados al sector. Dichos usuarios, fueron contactados a través de estrategias que abarcaron desde redes sociales hasta campañas de mailing masivos, logrando un gran alcance y estableciendo un ventajoso posicionamiento y trazabilidad de los proyectos estratégicos de Capital Humano de turismo a nivel nacional.

Público objetivo:

- Estudiantes.
- Trabajadores.
- Empresarios.
- Academia.
- Funcionarios públicos.

Campañas comunicacionales:

- Seminario de Hospitalidad 2020.
- Posicionamiento del sitio web.
- Seminario de Hospitalidad 2021.
- Seminario MCTP 2021.
- Talleres MCTP 2021.
- Catálogo de Perfiles de Egreso.
- Curso Subdere.
- Microcurso de Hospitalidad (cápsulas).

Las 8 campañas tuvieron un alcance en 285.627 personas.



8

Alianzas estratégicas

Las alianzas estratégicas fueron, sin duda, fundamentales para el desarrollo de los proyectos impulsados por la Mesa de Capital Humano de Turismo. Estas alianzas con actores del mundo público y privado son las que dieron soporte a cada una de las líneas de acción desarrolladas.







Oportunidades y desafíos para el Capital Humano en el futuro



Oportunidades y desafíos para el Capital Humano

El trabajo realizado durante la implementación del Plan Estratégico de Capital Humano 2019-2022 entregó valiosos aportes que ayudaron a comprender de mejor forma a la industria del turismo nacional, la que durante este período enfrentó una crisis social a nivel país y una pandemia, cuyos efectos aún no terminan de ser cuantificados. Estos hechos afectan principalmente al Capital Humano, por lo que fueron un poderoso llamado de atención y una obligatoria alerta para adaptarse y estar más preparados en cuanto a enfrentar futuras crisis, y en ese sentido, lo realizado a partir de la implementación de este Plan, surge como un insumo fundamental para el sector.

A propósito de lo anterior, analizar y potenciar el valor del Capital Humano en esta industria, es un paso decisivo para la recuperación y el progreso del turismo en el país, que posee grandes desafíos y oportunidades para los próximos años.

1. Empleo desde una perspectiva integral

Tenemos el desafío de recuperar los puestos de trabajo perdidos en el sector, producto de la pandemia, con un foco en el empleo juvenil y femenino. Junto con ello, es importante avanzar en fortalecer las condiciones de empleo con miras a profesionalizar la industria turística nacional, considerando la flexibilidad, de manera versátil, para adaptarse a los cambios que está enfrentado el mercado laboral.

2. Generación de información pertinente y oportuna

Ante el nuevo escenario que atraviesa el turismo a nivel mundial, se forja el reinicio de la actividad turística con nuevas tendencias y requerimientos del o la turista, así como de trabajadores, trabajadoras y prestadores de servicios turísticos. Por ello, es importante generar información oportuna y sistematizada en materia de Capital Humano, con foco en la empleabilidad, para fortalecer los procesos de toma de decisiones a nivel local, regional y nacional. Adicionalmente, se hace necesario recoger buenas prácticas de otros países, aprendiendo en un entorno cambiante.

3. Fortalecimiento de la representatividad de la Mesa de Capital Humano

Es importante visualizar los nuevos espacios de representatividad que se generan en el sector y evaluar su participación en este espacio de diálogo, intercambio de experiencias y toma de decisiones. Asimismo, se hace relevante continuar avanzando en replicar este trabajo público-privado en los territorios, a través de las Direcciones Regionales de Sernatur.

4. Fortalecimiento de capacidades y habilidades del Capital Humano Turístico

Las nuevas tendencias que han impactado al sector presentan el desafío de entregar formación en materias de sustentabilidad, tecnología, accesibilidad, inclusión y continuar con los desafíos existentes, como el manejo de idiomas. Estas capacidades, junto a un desarrollo de habilidades actitudinales en los profesionales del sector, permitirán contar con un estándar óptimo para las experiencias turísticas a lo largo del país.



Memoria **Capital Humano de Turismo**

2019



https://capitalhumano.subturismo.gob.cl/