

# CUENTA PÚBLICA

Servicio Nacional de Turismo

# 2015



Ministerio de  
Economía,  
Fomento y  
Turismo

Gobierno de Chile

## SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

**Marcela Cabezas Keller**  
Directora Nacional T y P

# CONTEXTO TURÍSTICO GENERAL 2015

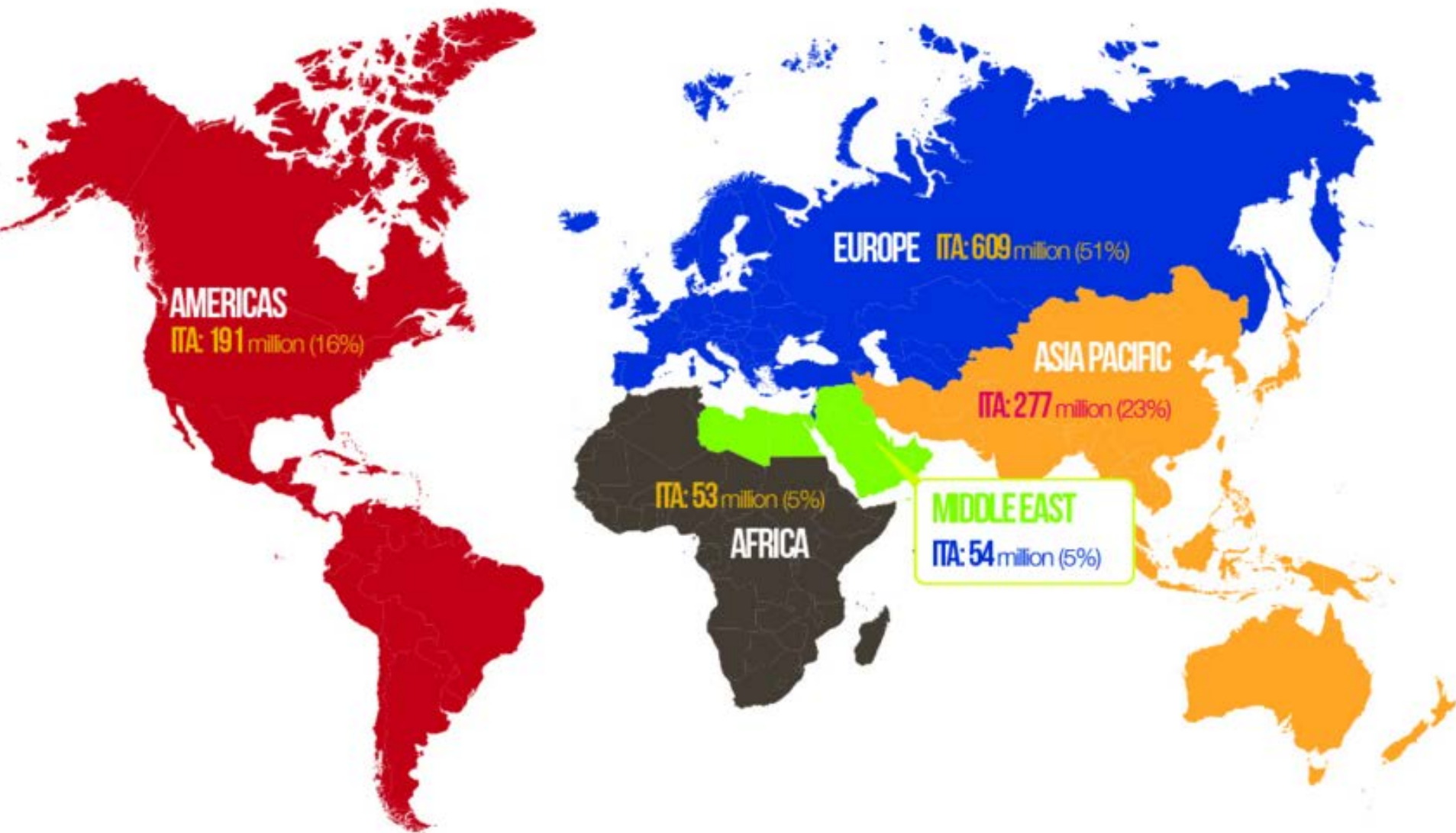


# GESTIÓN 2015 SERNATUR



# DESAFÍOS 2016





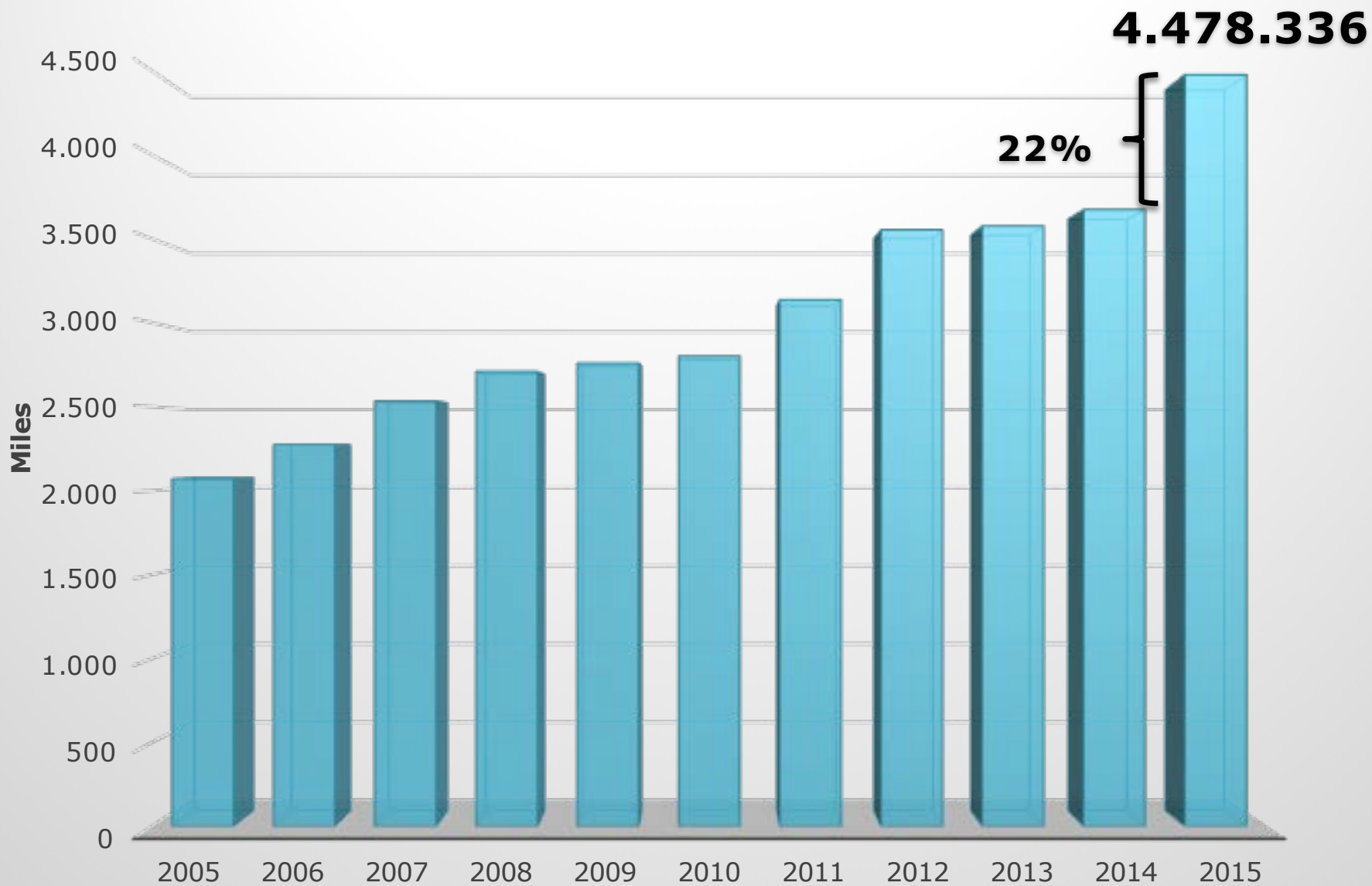
**1.184 millones**

**llegadas de turistas en el mundo durante el 2015**

Fuente: OMT

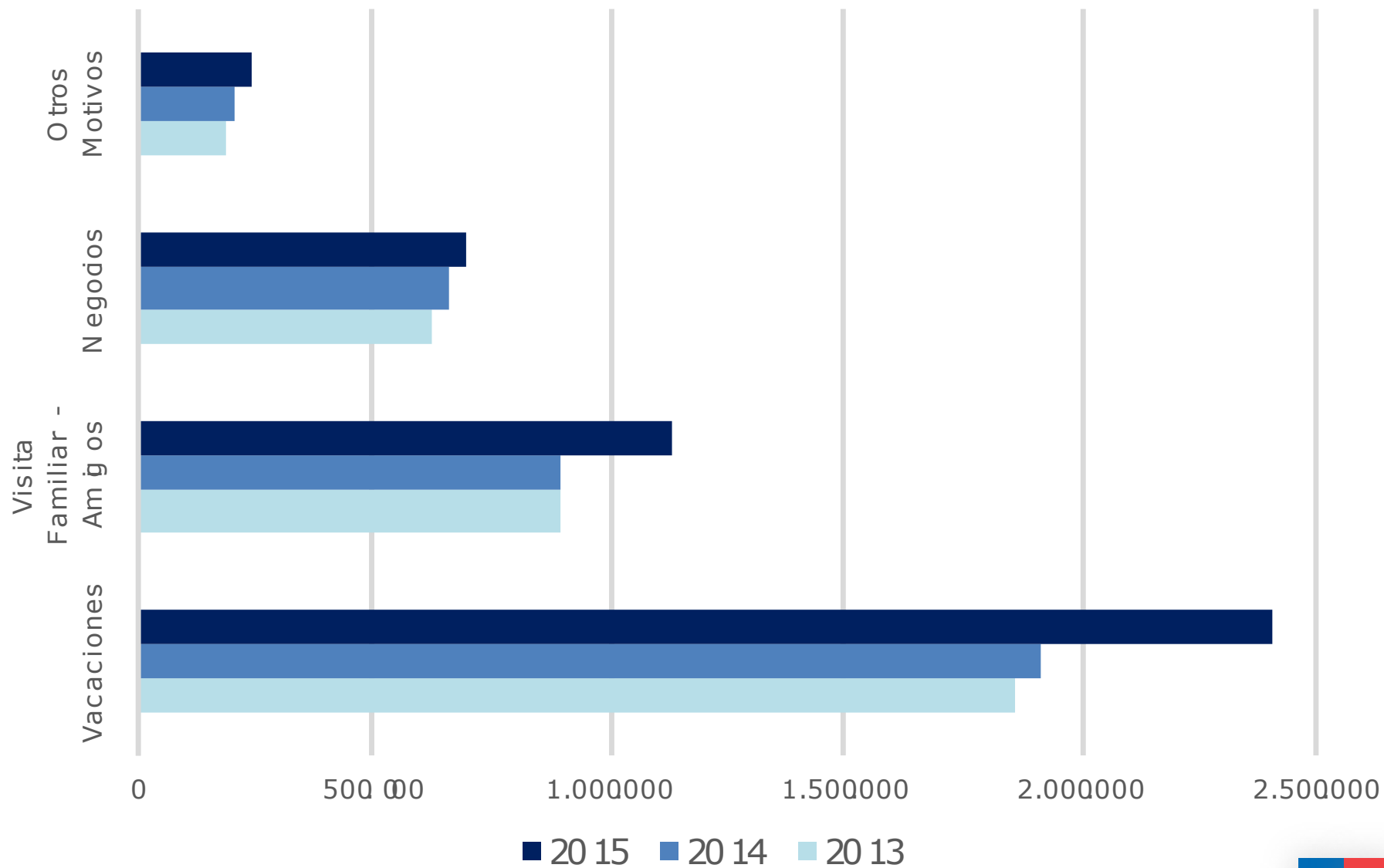


# Llegada de turistas a Chile

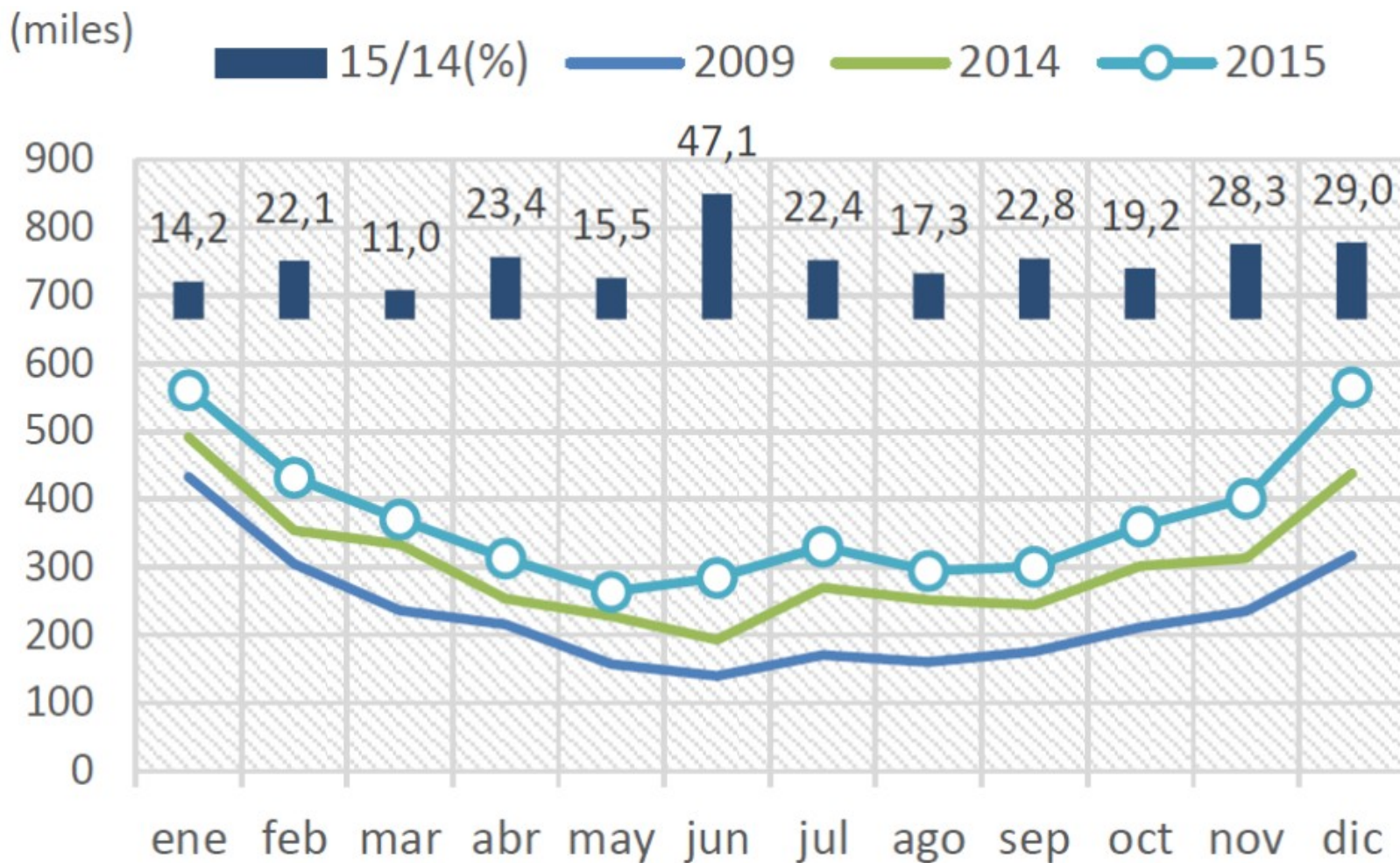


Fuente: Elaboración propia en base a información de Policía Internacional y Carabineros OS3

# Principales motivos para venir a Chile



















# Estacionalidad de las Llegadas

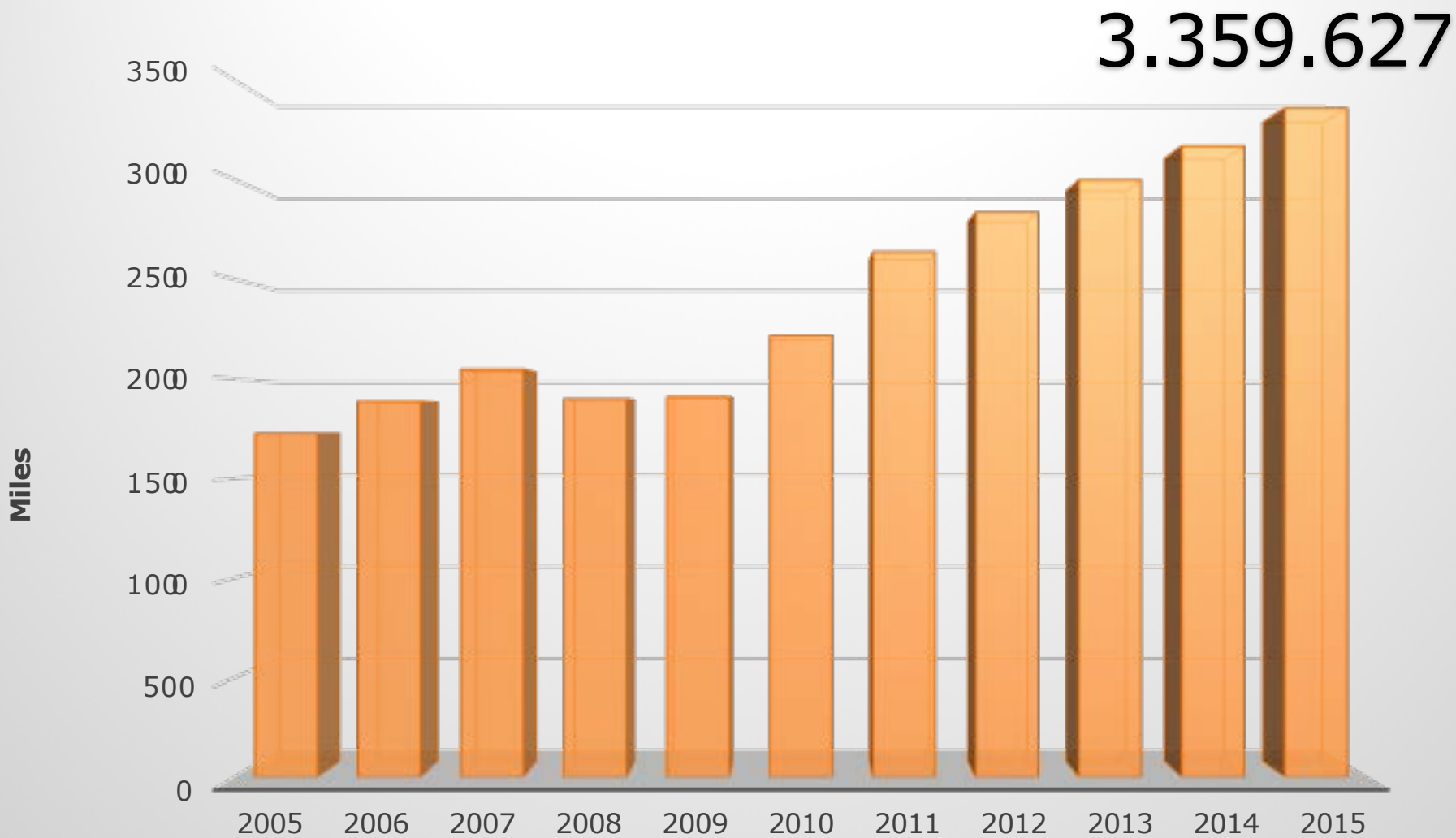


Fuente: Sernatur

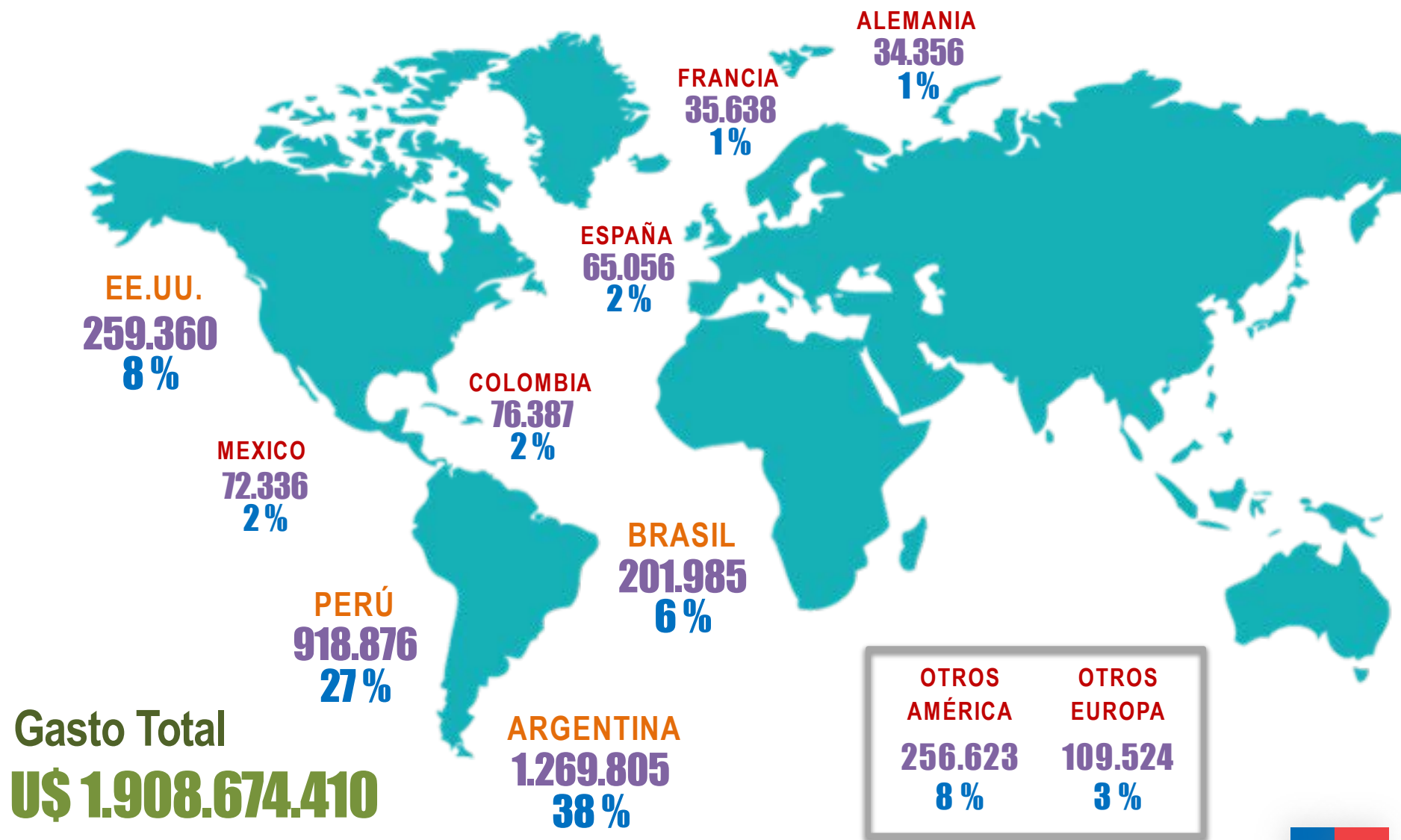
# Los 10 países que más nos visitan

PAÍS	 Llegadas de Turistas	 Permanencia Promedio (Noches)	 Gasto Promedio Diario Individual	 Gasto Total Individual	 Ingreso de Divisas	 Llegadas (Var) respecto a 2014
 <b>ARGENTINA</b>	<b>2.065.557</b>	6,1	49,4	303,8	<b>\$ 627.551.458</b>	<b>43%</b>
 <b>BRASIL</b>	463.953	7,0	<b>115,7</b>	811,3	\$ 376.387.572	12%
 <b>BOLIVIA</b>	419.737	6,0	20,6	122,9	\$ 51.598.580	6%
 <b>PERU</b>	364.399	5,5	37,5	208,0	\$ 75.780.893	4%
 <b>EE.UU.</b>	213.919	13,6	91,6	1.247,4	\$ 266.838.803	15%
 <b>COLOMBIA</b>	102.038	15,3	54,9	842,6	\$ 85.980.958	21%
 <b>ESPAÑA</b>	83.039	<b>18,2</b>	72,0	<b>1.311,5</b>	\$ 108.908.367	0,2%
 <b>ALEMANIA</b>	74.427	<b>18,0</b>	64,4	1.157,2	\$ 86.128.871	2%
 <b>FRANCIA</b>	71.236	<b>18,0</b>	61,0	1.099,9	\$ 78.350.827	3%
 <b>AUSTRALIA</b>	53.909	10,6	91,0	966,3	\$ 52.091.485	-2%

# Viajes de chilenos fuera del país



# Principales Destinos 2015



# TURISMO INTERNO



**22** millones de viajes anuales

Generan un gasto anual aprox.

**US \$4.750** millones



Alta estacionalidad

**42%** de los viajes se realiza en temporada alta

# Aporte del Turismo a la Economía

## Exportación de Bienes y Turismo (Millones de US\$)



Fuente: Balanza de Pagos 2015 - Banco Central de Chile. Sernatur.

El aporte del turismo receptivo representa el **4,0%** del total de las exportaciones de bienes y servicios de la economía.

**29,8%**

del total de las exportaciones de servicios de la economía.

# Relevancia económica y social

- + Empleos
- + Posibilidades e incentivo de emprendimientos e innovación.
- + Fortalecimiento de la identidad nacional
- + Descentralización.
- + Reconocimiento del patrimonio cultural e histórico.



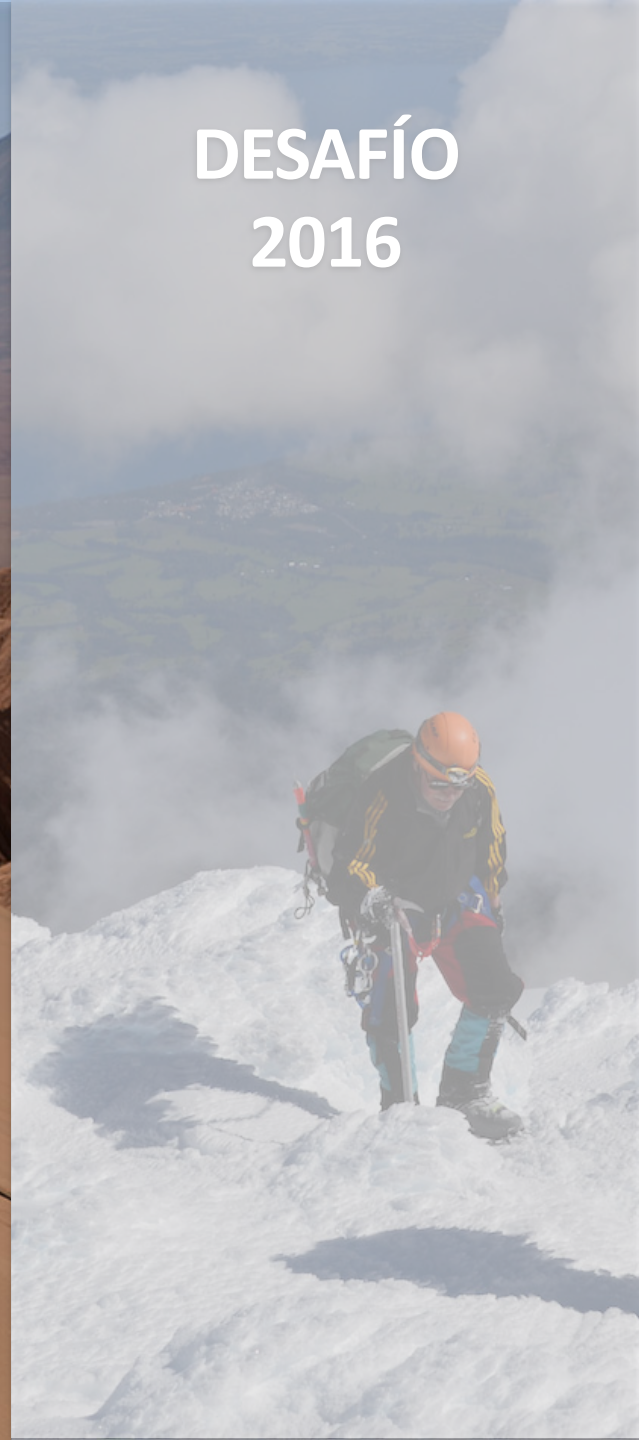
**CONTEXTO  
TURÍSTICO  
GENERAL 2015**



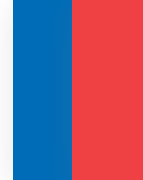
**GESTIÓN 2015  
SERNATUR**



**DESAFÍO  
2016**



# Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable



***Objetivo: impulsar el desarrollo sustentable del turismo, mediante acciones en destinos turísticos, que permitan su reconocimiento interno como sector económico relevante y mejoren la posición competitiva de Chile.***



# Componentes y Líneas de Acción



## Diversificación de Experiencias

- Desarrollo turístico sustentable en Áreas Protegidas del Estado
- Desarrollo de nueva oferta de productos turísticos



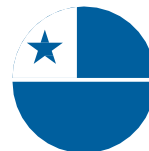
## Desarrollo de Destinos

- Desarrollo de Zonas de Interés Turístico (ZOIT)
- Habilitación de infraestructura para el turismo
- Impulso al desarrollo de destinos turísticos
- Fortalecimiento de la articulación de actores



## Fortalecimiento de la Calidad y del Capital Humano

- Calificación del recurso humano del sector turismo
- Certificación de servicios turísticos
- Buenas prácticas de gestión de calidad
- Promoción y valorización de certificaciones de calidad y protocolos de sustentabilidad



## Incentivo al Turismo con Enfoque Inclusivo

- Turismo familiar
- Gira de Estudio y Vacaciones Tercera Edad



## Promoción Nacional e Internacional

- Desarrollo Plan de Marketing Nacional 2016-2018
- Desarrollo Plan de Marketing Internacional 2016-2018
- Fortalecimiento inteligencia de mercado en turismo



# Diversificación de Experiencias

# Desarrollar nuevos productos turísticos



**Turismo de naturaleza, ventaja comparativa de Chile.**

## 6 ASPE

Priorizadas por el  
Comité de Ministros

- ✓ PN La Campana.
- ✓ PN Fray Jorge.
- ✓ PN Villarrica.
- ✓ RN Mocho Choshuenco.
- ✓ PN Yendegaia.
- ✓ PN Bernardo O'Higgins.

**P.N. Radal Siete Tazas,  
Región del Maule**



**Impulsar la productividad y diversificación productiva del país (cooperación público - privada)**

## 5 de 10

**Programas**

**Estratégicos**

Con hojas de rutas  
diseñadas al 2025

- ✓ Estratégico Nacional de Turismo Sustentable.
- ✓ Ruta Escénica de Parques Nacionales, Lagos y Volcanes.
- ✓ Magallanes Experiencia Antártica.
- ✓ Turismo Histórico y Cultural en el territorio de Arauco.
- ✓ Desarrollo de la Industria Turística Eco/Aventura en Aysén.

**Programa Enoturismo en la  
Zona Central**



# Impulsar y promocionar la oferta turística con elementos culturales

Cementerio General de Santiago



## Planes de Interpretación

- ✓ Diseño del Circuito de las **Iglesias de Chiloé**.
- ✓ Instalación del sistema de puesta en valor del **Cementerio General de Santiago** (instalación de señalética, paneles informativos, circuitos turísticos, audioguías, entre otros).

## Desarrollo de la Agenda de Turismo Originario que contempló:

- ✓ **Diagnóstico** de la oferta turística indígena del país / Gira del Presidente de la Asociación Mundial de Turismo Indígena.
- ✓ Suscripción del **Convenio** de colaboración entre Conadi, Sernatur y Subsecretaría de Turismo.
- ✓ Primera participación en el **Encuentro** Asia Pacífico de Turismo Indígena (delegación indígena), Vancouver, Canadá.
- ✓ Primer **Foro Internacional** de Turismo Originario en Chile con más de 200 asistentes.



Foro Internacional, Puerto Varas

Impulso a la innovación turística para la diversificación y la especialización de la oferta.

1° VERSIÓN



Concurso Productos Innovadores

**345**

productos  
turísticos  
postulados

**15**

iniciativas premiadas

**4**

distinguidas a nivel nacional

**Winkul Trips**

Región de  
O'Higgins

**WinkulTrips**

NUESTROS TOURS

POR QUÉ ELEGIRNOS





**Desarrollo de destinos**

# Impulsar y desarrollar destinos con potencial turístico

ZOIT en evaluación Lago Rapel



## Zonas de Interés Turístico (ZOIT)

En el proceso liderado por la Subsecretaría de Turismo, participamos en la evaluación de 5 ZOIT y en la aprobación de 2.

Señaléticas Turísticas



## Infraestructura habilitante

Junto con el MOP implementamos 70 señaléticas turísticas viales en destinos por un monto equivalente a 300 millones.

## Destinos 2016: Matanzas - Navidad

Puesta en marcha del

### **Programa Foco-Destino**

liderado por la Subsecretaría de Turismo que busca disminuir brechas de competitividad en los destinos.



# 31

**Destinos  
seleccionados**

# 25

**Gestores en  
los Destinos**

**foco**destino  
impulso al desarrollo turístico

## Sernatur es mandante en 3 proyectos de Bienes Públicos por un monto equivalente a \$562 millones:

- ✓ Web, App y mapas guías **“Andes Handbook”**, plataforma de rutas outdoors de senderos y servicios de montaña para la interacción del turista de montaña con la oferta.
- ✓ Definición del **“Plan Astroturismo Chile”**, incluye hoja de ruta al 2025 y herramientas para mejorar la competitividad empresarial, se busca transformar a Chile en destino de Turismo Astronómico de clase mundial.
- ✓ Definición de **“Modelo para la planificación del uso público de las ASPE”** con el fin de fortalecer la infraestructura pública habilitante y de servicios comerciales.






# Fortalecimiento de la Calidad y Capital Humano

# Formalización de la Oferta Turística

Contar con una oferta de servicios turísticos ordenada y actualizada de acuerdo a la normativa vigente.

**Registro Nacional**  
de Prestadores de  
Servicios Turísticos 

**14.332**

Servicios turísticos  
registrados al 2015

**7.127**

Alojamientos

**1.621**

Turismo  
Aventura

Garantizar que exista concordancia entre lo que el prestador ofrece y lo que otorga.

**Inspección de**  
Servicios Turísticos 

**2.502**

Inspecciones en el 2015

**1.418**

Alojamientos

**1.084**

Turismo  
Aventura

Se define e inicia la implementación de un **Protocolo de Denuncias** a aquellos servicios que no cumplen con la normativa, con especial énfasis en las actividades de alto riesgo.

# Asegurar estándares de calidad y seguridad en la industria turística

112

Nuevos Sellos en 2015

SELO DE  
Calidad  
Turística



DISTINCIÓN  
Turismo  
Sustentable



31

Nuevos Sellos en 2015

330

Sellos vigentes a diciembre 2015

144 Alojamientos  
95 Agencias de viaje y Tour Operadores  
91 Guías

60

Alojamientos

Sellos vigentes a diciembre 2015

Región de O'Higgins

18

Sellos de  
Calidad Turística

1

Sello de  
Sustentabilidad

# Generación de beneficios e incentivos para la industria



- ✓ Prioridad en capacitaciones.
- ✓ Descuento adicional en ferias internacionales.
- ✓ Presencia en portales exclusivos.
- ✓ Posicionamiento en portal bookdifferent de Booking.com para empresas con Sello S que tengan medición de huella de CO2.
- ✓ Campañas exclusivas para la promoción de los sellos.



**17 millones**



Apariciones  
240 alojamientos  
publicados.

**1,7 millones**



apariciones para  
lograr 6.482 clicks  
dirigidos a la web.

**26**



**radios regionales**  
difundieron nuestras  
frases de radios



Apariciones Radio  
Biobío y Radio  
Cooperativa

# Ampliar el concepto de calidad en el marco de las nuevas tendencias internacionales

Se inició

**Programa SIGO**  
Sistema Inicial de Gestión  
Organizacional.



# 24

Empresas  
MIPYMES  
Capacitadas  
**2015**

Programa piloto en  
Región Metropolitana

## Beneficios para las Empresas:

- ✓ Elevar la calidad de los servicios y mejorar la atención (satisfacción de los clientes).
- ✓ Elevar las ventas y reducir los costos, para la satisfacción de los propietarios.
- ✓ Humanizar el trabajo, incrementando la participación y por consecuencia elevar la satisfacción de los colaboradores.

# Mejorar la calidad del Capital Humano

- ✓ **Encuentros público-privado** para avanzar en la formación y perfeccionamiento del recurso humano turístico: **“A Conversar”**  
**+ de 180 participantes**



- ✓ Se impulso la constitución de la **Red de Instituciones de Educación Superior**. 27 instituciones.

**09** Universidades

**10** Institutos

**08** Centro Formación Técnica

- ✓ Firma del **Convenio de Colaboración con SENCE** para la capacitación de 150 empresarias.

**+Capaz**  
**MUJER**  
**EMPREDEDORA**

# Fortalecer a los municipios como actores claves para el desarrollo del turismo en Chile

- Se ha trabajado con el **87%** de los municipios del país a través de una red de 303 coordinadores municipales de turismo.
- **82** seminarios y talleres a nivel nacional.

Se realizó la 1º versión del concurso para municipios, 50 participantes y 3 ganadores.

Se realizó el Encuentro Anual de Coordinadores Municipales en Chiloé, más de 80 participantes a nivel nacional

Concurso de  
Experiencias Turísticas  
**Exitosas**  
en los Municipios



# Conciencia Turística: Una tarea de todos

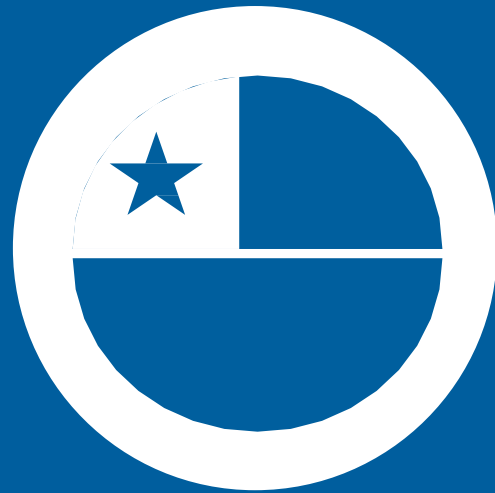
**550** talleres **2015**  
**18.082** participantes en  
todo el país  
**45%** corresponde a niños  
y niñas de colegios.

2010 -2015

**1621** talleres con  
**49.184** capacitados



**CONCIENCIA  
TURÍSTICA**



# Incentivo al Turismo con Enfoque Inclusivo

# Reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo turístico local.



**+ de 340** Prestadores  
de Servicios Turísticos  
participantes

**+ de 41 mil** viajes

**+ de 238  
mil** noches  
cama utilizadas

**43** destinos  
a lo largo del País



**+ de \$5mil**  
Millones en  
Subsidios

# Reducir la estacionalidad de la industria y promover el desarrollo turístico local.

**110** Servicios  
turísticos participantes

**+ de 19 mil**  
alumnos y **440** liceos  
beneficiados en el 2015

**+ de 95 mil**  
noches cama  
utilizadas  
**17 destinos**  
a la largo del país

**Gira de estudio**  
SERNATUR



**+ de \$2mil**  
Millones en  
Subsidios

# Turismo Familiar: el nuevo programa de turismo social



**86** Servicios  
turísticos  
participantes

**+ 22 mil**  
noches cama  
utilizadas

**+ de 8 mil personas**  
de **2.930 familias**  
beneficiadas en el 2015



Viaje de familias en la  
Región de O´higgins



# Promoción NACIONAL

# Visión Estratégica del Turismo Interno

Plan Nacional de  
Desarrollo Turístico  
Sustentable



Desarrollo Plan de  
Marketing Nacional  
2016 – 2018



- 1.- Implementación del Plan de Marketing.
- 2.- Fortalecimiento marca Chile es Tuyo.
- 3.- Puesta en valor de destinos nacionales para los chilenos.

*Fortalecer el desarrollo  
Económico local de los destinos de  
Chile a través de la actividad turística.*



**8,4**  
millones

arribos de chilenos a  
Alojamientos Turísticos

# Tácticas de Promoción Nacional

**Campañas de  
Marketing**

**Alianza con  
Privados**

**FERIAS  
Nacionales y  
Regionales**

**Herramientas  
para la Industria  
Turística**

**Estrategia  
Digital de  
Contenidos**

# Acciones de Promoción Nacional

## Campañas de Marketing

- Campañas táctica a regiones siniestradas.
- Campaña Chile es Tuyo con activación "Viaje Maestro".

+ de **3** mil participantes



## Alianza con Privados



**100** buses brandeados con turismo nacional



Rutas de Chile  
Más de 150 mil cajas de productos

Acuerdos con SHELL y COPEC con nuevos Puntos de Información Turística en ruta

## Ferias Nacionales y Regionales

- Feria "Chile a la Carta" que congregó **6** regiones + de **10** mil asistentes.
- Feria "Turismo y Artesanía" **49** artesanos.
- Producción de 9 Ferias Regionales en Stgo. + de **500** millones de inversión.

# Acciones de Promoción Nacional

## Herramientas para la Industria Turística

- Rueda de Negocios Formativas en Región de Los Ríos y Coquimbo

**+ 100** Empresarios Turísticos Capacitados

- Workshop con Tour Operadores Nacionales en Bío Bío
- Desarrollo del Catálogo Turístico para empresarios

## Estrategia Digital de Contenidos

- Nueva versión del Portal Web Chile es Tuyo  
+ de **1 millón** de visitas únicas.

- + **41 mil** seguidores en Twitter



+ de **660 mil** en Facebook



- **4 Concursos** en Redes Sociales, destacándose: "El Viajero Pascuero"



# Proyecto “Vacaciona Caleta”

- Un nuevo sitio web con toda la información turística de las caletas.

- Plan de Post en Redes Sociales del Chile es Tuyo.

 Región de O'higgins  
Caleta Matanzas

**Hito de Lanzamiento**  
en Caleta Matanzas, Región de O'Higgins con la presencia del Ministro de Economía, Fomento y Turismo.

**Objetivo:** Incentivar el turismo interno del país en caletas pesqueras a lo largo de las costas teniendo en cuenta que muchas de ellas han desarrollado una vocación turística durante los últimos años.

Esta fue una alianza entre Subsecretaría de Turismo, Subsecretaría de Pesca y SERNATUR.

**15** Caletas  
con Potencial Turístico





**Promoción  
INTERNACIONAL**

# Estrategia de promoción internacional: Chile se abre al mundo

**+ 4 millones**  
de turistas extranjeros 2015

Fondos de Promoción Internacional  
se han duplicado en sólo 3 años

**+ 8 mil millones**  
en el 2015.

## Plan de Marketing para la Promoción Internacional 2016-2018

- ✓ Basado en un análisis minucioso de los mercados internacionales y de las oportunidades que ofrecen a Chile.
- ✓ Foco de los esfuerzos en las acciones promocionales más rentables.
- ✓ Mayor coordinación en las acciones promocionales entre los múltiples actores públicos y privados responsables del desarrollo de la industria turística.

# Tácticas de Promoción Internacional

**Campañas en  
Mercados  
Prioritarios**

**Promoción  
Cooperada**

**Canales de  
Comercialización**

**Turismo de  
Reuniones**

**Campaña  
en Medios  
Digitales**

# Acciones de Promoción Internacional

## Campañas en Mercados Prioritarios

- Escapada para o Chile
- Cruzá a Chile
- Thinking Of South America
- Closer Than Ever!



## Promoción Cooperada

**30** alianzas de campañas cooperadas:  
Quantas, United, Columbia Sportswear, Eagle Creek, Tui, Marmot, Cox & Kings, Lantour, entre otras.

## Canales de Comercialización

- Asistencia **88** ferias y eventos comerciales en **15** países.
- **Expo Milán, Italia 2015** + de **7** mil visitantes
- **Cumbre ATTA**, Puerto Varas 750 delegados de 60 países.
- **Copa América** US 623mil retorno publicitario
- **Capacitaciones** + de 11mil Agentes de Viaje capacitados  
**15 FamTours** a 116 TTOO de 9 países

# Acciones de Promoción Internacional

## Turismo de Reuniones

- **53** postulaciones como sede.
- **82%** de tasa de éxito en dichas postulaciones.
- **Programa Embajadores**, Meet in Chile, con destacados líderes en sus disciplinas.
- Un total de **+ de 40mil** delegados **32% más** que el año 2014.

## Campaña en Medios Digitales

### Gestión de Prensa.

- Se logró 10 Portadas valorizadas en US 15 millones.

### Medios Digitales

- **+ de 156 millones** de impresiones
- Fans Facebook Chile Travel **+ 557mil** superando a Brasil y Colombia.
- Primer lugar de la región de Engagement de Facebook Chile Travel
- Seguidores Twitter **+ 32 mil**



# CONTEXTO TURÍSTICO GENERAL 2015



# GESTIÓN 2015 SERNATUR



# DESAFÍOS 2016



# DESAFÍOS SERNATUR 2016



## DIVERSIFICACIÓN DE EXPERIENCIAS

- ✓ Desarrollar la Agenda Turismo Indígena 2016.
- ✓ Impulsar, destacar y difundir productos turísticos innovadores, a través de: Catálogo de Productos Turísticos Innovadores y el Concurso + Valor Turístico.
- ✓ Apoyar a la puesta en valor turística de las ASPE en su etapa de diseño e implementación.
- ✓ Apoyar la ejecución de las hojas de rutas de los 5 Programas Estratégicos de Turismo ya aprobados.



## DESARROLLO DE DESTINOS

- ✓ Impulsar nuevas postulaciones ZOIT al Comité de Ministros.
- ✓ Diseñar y ejecutar planes de mejoramiento de la competitividad de 31 destinos turísticos (Programa Foco Destino)
- ✓ Incorporar destinos turísticos no tradicionales a los programas de turismo social.

# DESAFÍOS SERNATUR 2016



## CALIDAD Y CAPITAL HUMANO

- ✓ Actualizar el reglamento que rige el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, a fin de aumentar la oferta turística formalizada.
- ✓ Posicionar el turismo aventura a nivel nacional, a través de:
  - ✓ Realizar el Primer Encuentro Nacional de Turismo Aventura.
  - ✓ Creación de una Red de prestadores de Turismo Aventura.
  - ✓ Priorizar la ejecución de Inspecciones en Turismo Aventura.
- ✓ Fortalecer la sustentabilidad empresarial del país, ampliando el actual Sello S para el rubro de turoperadores y agencias de viajes.
- ✓ Promover la calidad turística con un enfoque de gestión y satisfacción del cliente, a través de la elaboración de nuevas normas, programas y herramientas.
- ✓ Impulsar el turismo accesible: Encuentro Internacional organizado junto a la Organización Mundial del Turismo (OMT) en el marco del año del “Turismo para todos: promover la accesibilidad universal”.

# DESAFÍOS SERNATUR 2016



## INCENTIVO AL TURISMO INTERNO

- ✓ Consolidar destinos intrarregionales para su incorporación al programa nacional.
- ✓ Extender el alcance territorial del Programa Turismo Familiar desde Atacama a Los Ríos.
- ✓ Fomentar la participación de escuelas públicas al Programa Gira de Estudio.

# DESAFÍOS SERNATUR 2016



## PROMOCIÓN Nacional e Internacional

### NACIONAL:

- ✓ Lanzar la Campaña de Marketing "El Viaje de tu Vida" de Chile es Tuyo.
- ✓ Implementar en las Direcciones Regionales de SERNATUR el Plan de Marketing Nacional 2016 - 2018.
- ✓ Fomentar la visibilidad de la oferta turística del país a través del lanzamiento del nuevo Catálogo Turístico del Chile es Tuyo.
- ✓ Coordinar e implementar la VI versión de la Feria Vyva 2016.

### INTERNACIONAL:

- ✓ Implementar campañas genéricas con efecto real en el flujo de turistas extranjeros.
- ✓ Diversificar prestadores de servicios especializados
- ✓ Desarrollar un nuevo banco de imágenes (Travel Marketing Kit) que facilite la obtención de imágenes y videos en alta calidad, para que se difunda Chile
- ✓ Crear un nuevo sistema de fidelización de clientes



chile



Ministerio de  
Economía,  
Fomento y  
Turismo

SERNATUR

Servicio Nacional de Turismo

Gobierno de Chile

País Turístico