

Cuenta Pública

Participativa 2018

Servicio Nacional de Turismo

13 de mayo de 2019

Cuenta Pública

— Participativa 2018 —

Servicio Nacional de Turismo



CHILE LO
HACEMOS
TODOS



➤ Agenda

1. Misión
2. Contexto
3. Inteligencia de mercado
4. Estrategia Nacional de Turismo
2012 – 2020
5. Innovación y sustentabilidad
6. Programas de Turismo Social
7. Promoción
8. Desafíos 2019





1. Misión



Misión



Ejecutar planes y/o programas basados en la Política Nacional de Turismo, impulsando el desarrollo sustentable de la actividad turística, incentivando la especialización, la calidad y la competitividad de la industria y promocionando los destinos y atractivos turísticos nacionales.



**EL TURISMO CONTRIBUYE AL
DESARROLLO ECONÓMICO,
SOCIAL Y CULTURAL DEL PAÍS.**



2. Contexto

Turistas en el mundo



+5,6%

Variación 2018/2017.

1.403

Millones de turistas en el mundo durante 2018.

% Variación Porcentual 2018/2017
FUENTE: Organización Mundial del Turismo (OMT). Cifras de Barómetro OMT- Vol.17, Enero 2019

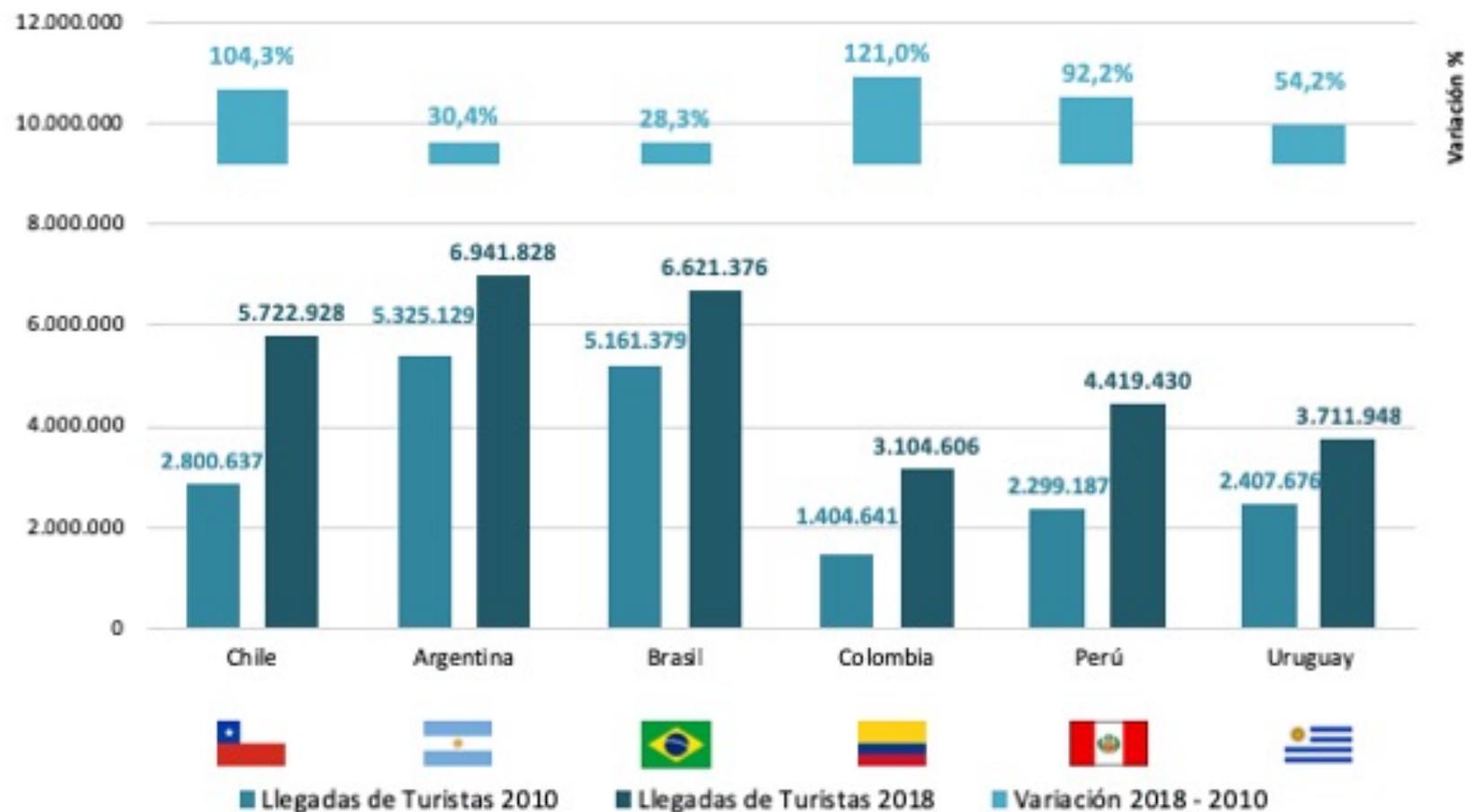
➤ Tendencias Globales proyectadas a 2029

	<u>2018</u>		<u>2029</u>
Viajes internacionales	1.4 bn	→	1.8 bn
Participación del empleo global	1/10	→	1/9
Nuevos empleos	1/5	→	1/4



Comparación Chile versus Resto del Mundo 2010 - 2018

Llegadas de turistas y variación interanual según país receptor
2010 - 2018



104,3%

Crecimiento de Llegadas de Turistas extranjeros a Chile 2018/2010.

3er lugar

En llegadas de Turistas extranjeros a nivel Sudamericano en el año 2018, superado por Argentina y Brasil.

Fuente: Ministerio de Turismo de Perú; Ministerio de Turismo de Brasil; Ministerio de Turismo de Uruguay; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia; Secretaría de Turismo de Argentina; y División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo en base a información de la Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional.
Elaboración: División de Estudios, Subsecretaría de Turismo.

➤ Aporte económico del turismo en Chile



APORTE AL PIB

3,1%

Directo

10,1%

Total
Directo + indirecto

Fuente: WTTC 2018.



APORTE AL EMPLEO

4,4%

Directo

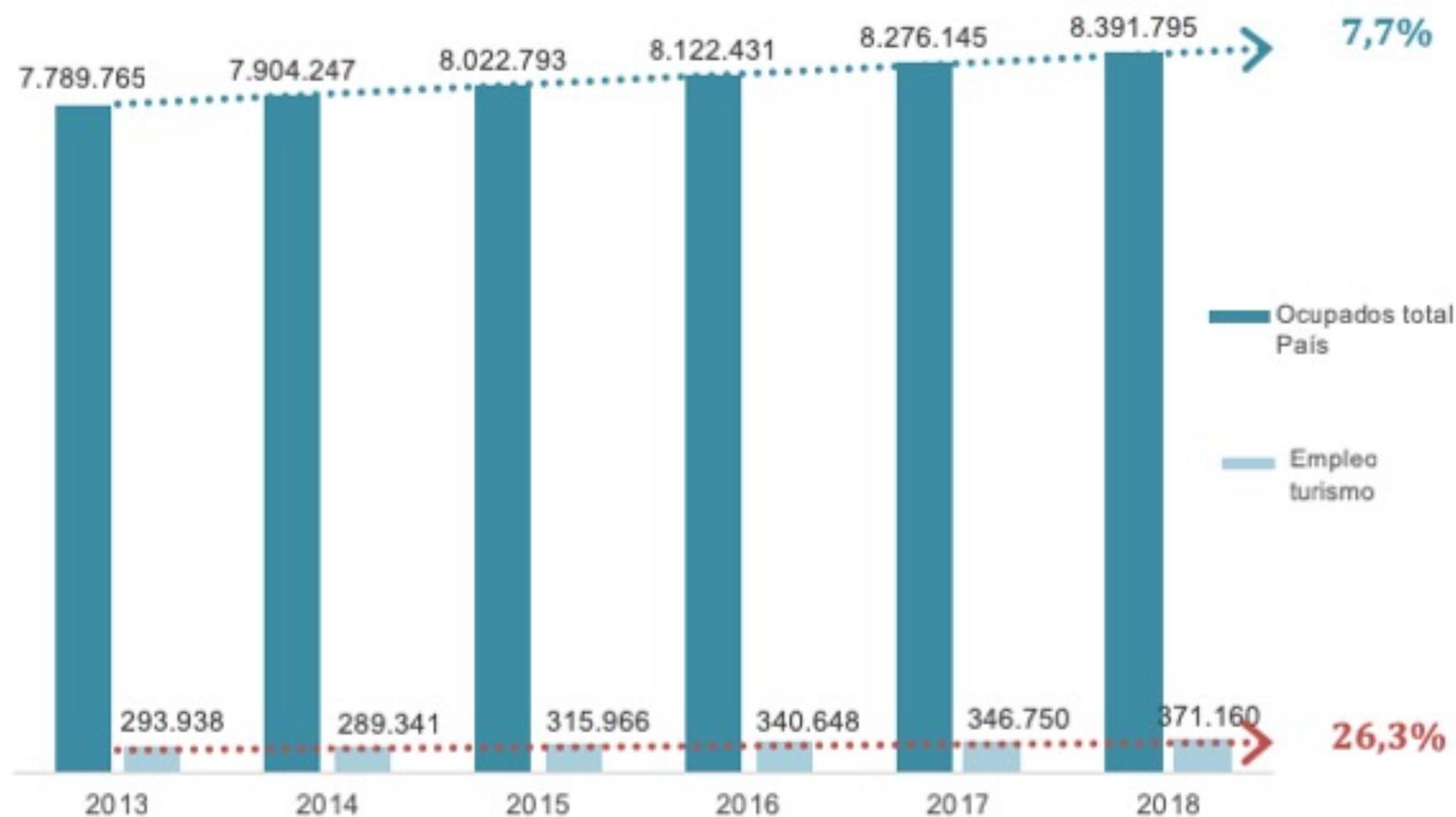
9,9%

Total
Directo + indirecto

Fuente: WTTC 2018.



Impacto del turismo en el empleo



26,3%

Crecimiento de ocupación en turismo en Chile en los últimos 6 años.

7,7%

Crecimiento de ocupación en Chile en los últimos 6 años.

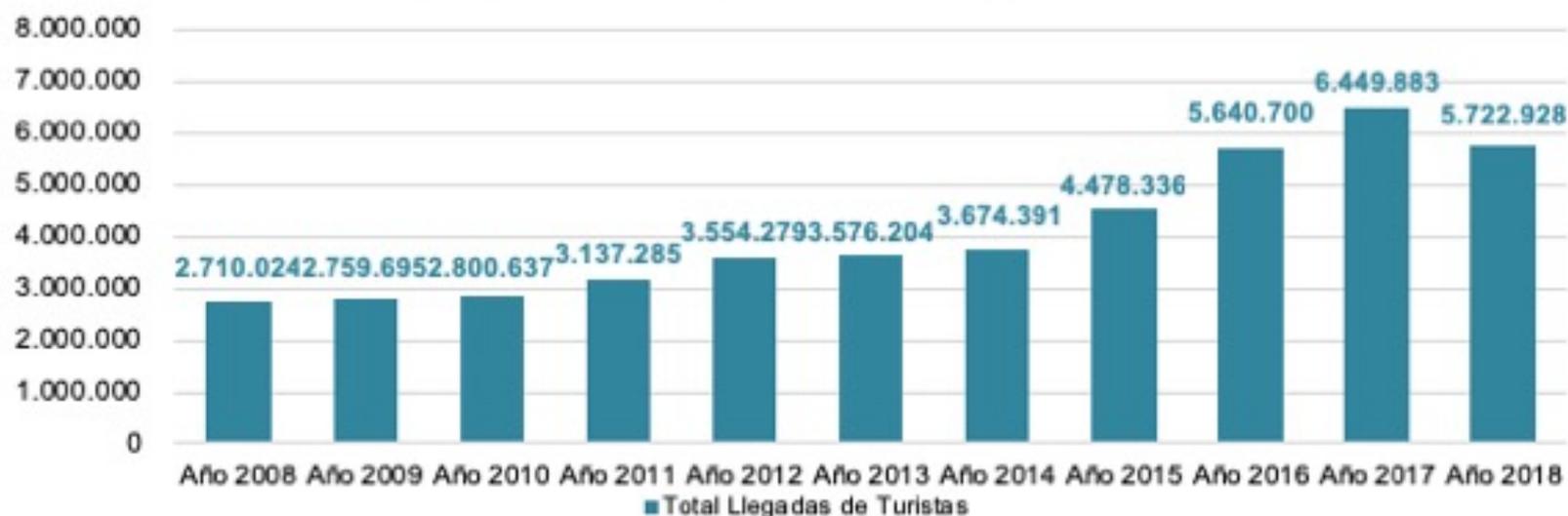
Fuente: Subsecretaría de Turismo en base a las cifras de empleo del turismo de la Encuesta Nacional de Empleo (ENE) que elabora y publica el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), medición que se realiza a la Oferta de Trabajo, es decir, a las personas, y que se levanta en forma de trimestres móviles.

Llegadas de Turistas extranjeros al País, 2008 - 2018



7,8%

es el crecimiento compuesto promedio anual 2008 - 2018



3.785,5

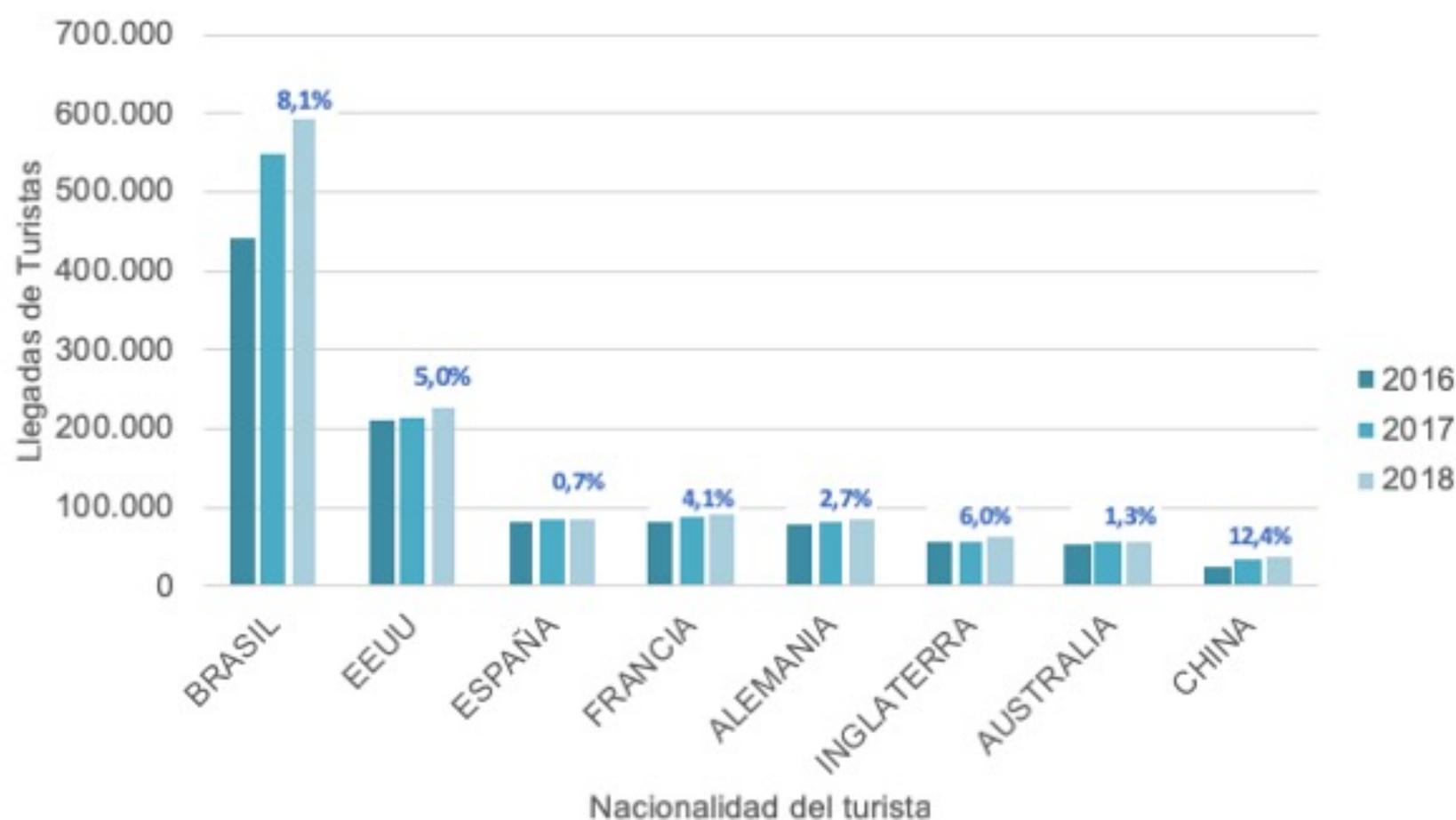
Millones de dólares aportó el Turismo receptivo a Chile en 2018.

Fuente: Subsecretaría de Turismo.



Llegadas de turistas extranjeros al país, según Mercados Estratégicos

Años 2016 - 2018



+12,4%

Variación acumulada
2018/2017.
China es el mercado con
mayor crecimiento en 2018.

+6,1%

Crecimiento 2018/2017 de
los 8 países sin Argentina.

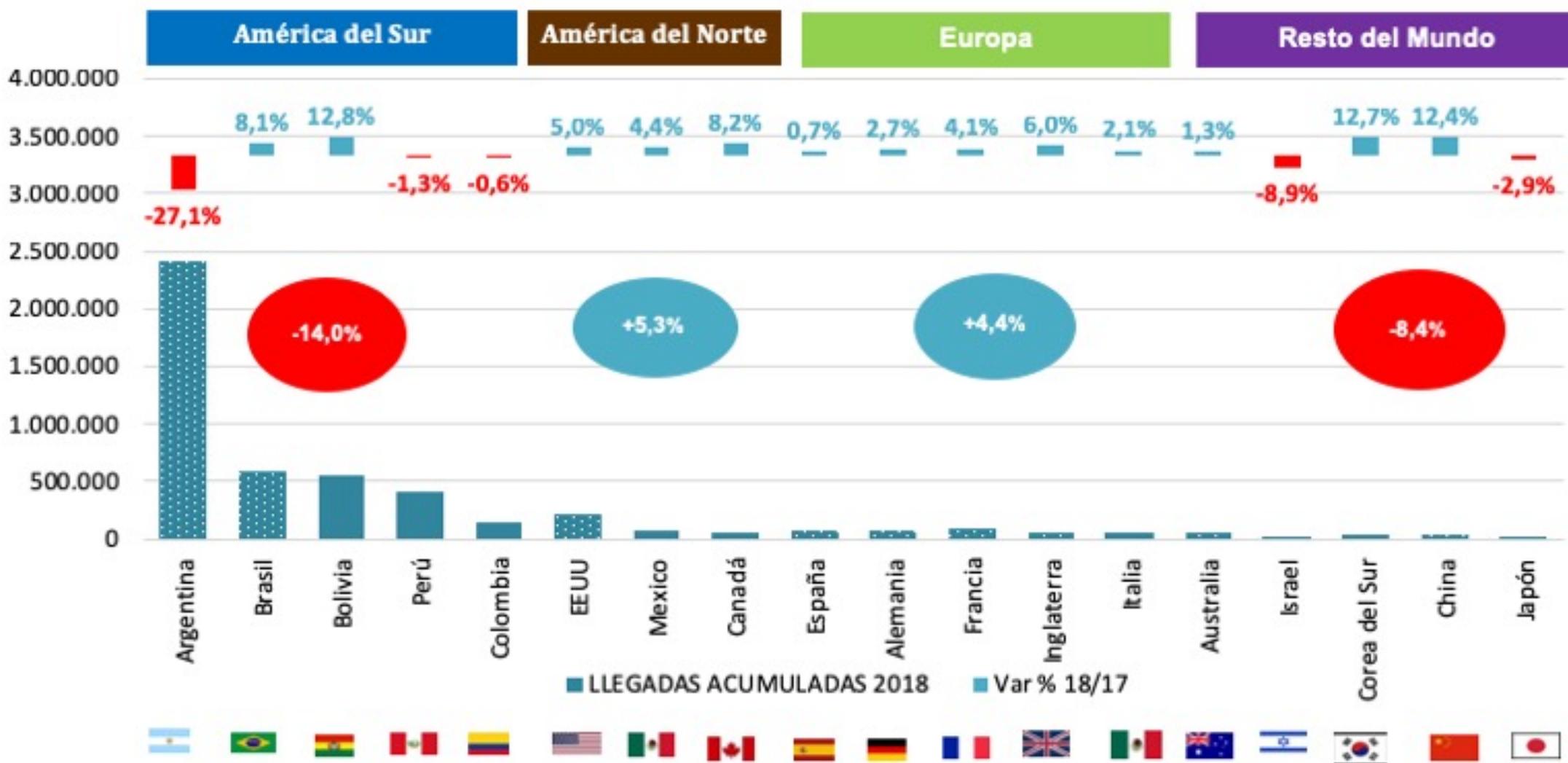
+0,7%

Variación acumulada
2018/2017.

Fuente: Jefatura Nacional de Extranjería y Policía
Internacional.
Elaboración: División de Estudios, Subsecretaría
de Turismo.

Comparación Interanual de llegadas de turistas extranjeros al país

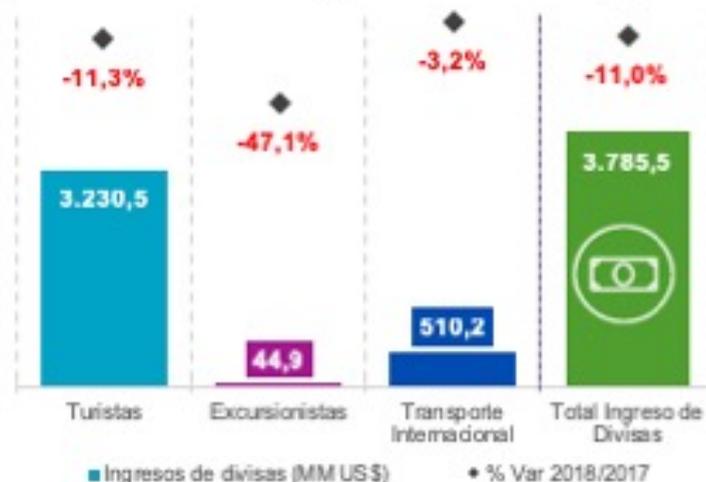
Enero - diciembre 2018





Turismo Receptivo Anual 2018

Ingreso de divisas (millones US\$), año 2018



Fuente: Estudio del Turismo Receptivo y Emisivo: Subsecretaría de Turismo / SERNATUR
 Nota 1: Cifras año 2018, provisorias y oficiales.





3. Inteligencia de mercado

➤ **Conocimiento cuantitativo del turismo en Chile**



Incorporación de herramientas para análisis de mercado que contribuyan a la toma de decisiones.



Proyecto "Uso de Big Data para el Turismo Interno".



Publicación primer Estudio Longitudinal de Turismo Interno.



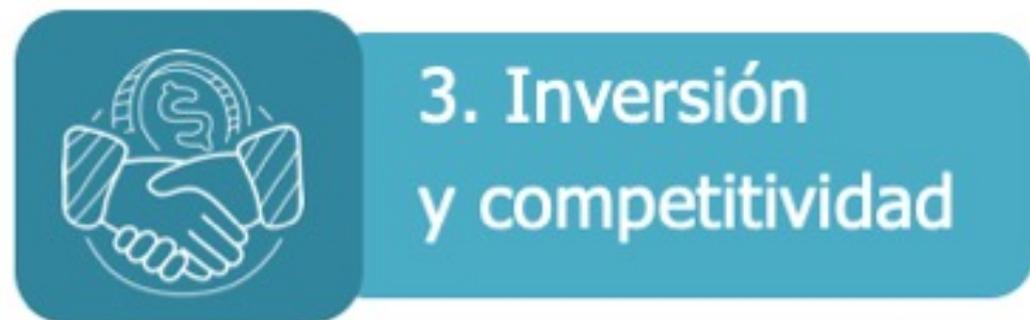
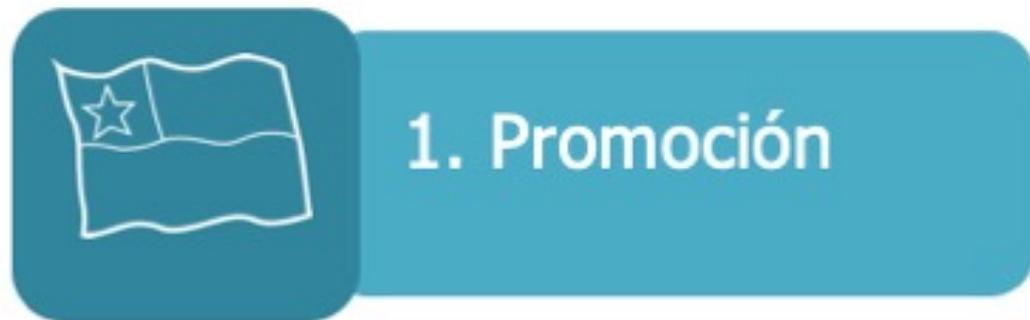
Desarrollo guía metodológica para elaborar Sistemas de Información Turística Regional (Situr).





4. Estrategia Nacional de Turismo

► Pilares de la Estrategia Nacional de Turismo 2012 - 2020



**Valores Estrategia
Nacional de Turismo**

CALIDAD DE VIDA





5. Innovación y sustentabilidad

➤ Sustentabilidad: minimizando el impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, al tiempo que contribuimos a su desarrollo



TERRITORIO Y MEDIO AMBIENTE

381

Pronunciamientos emitidos por Sernatur en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental.

Ejecución I etapa Sistema de Señalización Informativa Turística para los destinos:

- ✓ Parque Nacional Torres del Paine, Región de Magallanes y la Antártica Chilena.
- ✓ Parque Nacional La Campana, Región Valparaíso.



DESARROLLO DE DESTINOS

89

Destinos turísticos Según SIG en 200 comunas.

41 consolidados.

34 emergentes.

14 potenciales.

8

Actualizaciones y creación de nuevas declaraciones ZOIT.

✓ Actualización Índice de Intensidad Turística Comunal 2017 y Catastro de Atractivos Turísticos.

✓ Elaboración y publicación "Manual de Elementos para la Gestión de Destinos Turísticos".

➤ Registro e inspección: impulsando la formalización de la oferta



20.694

Servicios turísticos registrados en 2018.

+16,05%

Variación respecto a 2017.

8.590

Alojamientos.
+10,02% respecto a 2017.

2.377

Servicios de turismo aventura.
+18,1% respecto a 2017.

Inspección de Servicios Turísticos

1.917

Inspecciones en 2018.

80,7%

Alojamientos inspeccionados.

90%

Servicios de turismo aventura inspeccionados.

60

Denuncias en el Protocolo de Denuncias.

2018: Nuevo Reglamento para la Aplicación del Sistema de Clasificación, Calidad y Seguridad de los Prestadores de Servicios Turísticos.

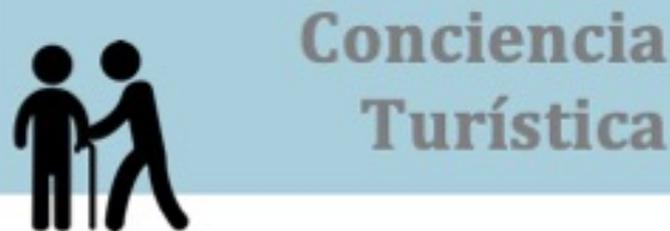
12/04/2019: Publicación del Reglamento en el Diario Oficial de la República de Chile.



➤ Capital Humano: fortaleciendo las competencias, la calidad y la competitividad



- ✓ 1.658 cupos para la Certificación de Competencias Laborales y mejorar el estándar de guías turísticas.
- ✓ Plan Estratégico y Comunicacional de Capital Humano.
- ✓ Desarrollo de Mesas de Capital Humano en 6 regiones de Chile.



- ✓ Desarrollo de la Estrategia Nacional de Turismo Accesible y elaboración de documento didáctico del Decreto 50 del Minvu.
- ✓ Continuidad de la Red de Turismo Accesible y Afines.
- ✓ Piloto de accesibilidad para productos y atractivos turísticos junto a Ilunion.
- ✓ Proyecto de empleabilidad en turismo para adultos mayores y personas en situación de discapacidad.
- ✓ Talleres de sensibilización en la prevención de ESCNNA-VT.



- ✓ 241 asistentes al V Encuentro Nacional de Turismo Municipal.
- ✓ 240 municipios poseen Unidad de Turismo con 125 OIT permanentes y 61 temporales, sumando 186 oficinas en temporada alta.
- ✓ Desarrollo de Modelo de Gestión Turística Municipal y de la distinción "Municipalidad Turística", junto a Transforma Turismo de Corfo y Subsecretaría de Turismo.

➤ Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO): herramientas de apoyo empresarial

OBJETIVOS



Resolver aspectos operacionales de la empresa y crear valor.



SIGO Gestión Empresarial

SIGO Experiencias

974

Empresarios beneficiados en cuatro años de ejecución del Programa SIGO.

36

Destinos turísticos en todo Chile.

90%

De los empresarios calificaron SIGO como "excelente".

➤ SIGO: cifras 2018



163 micro, pequeños y medianos empresarios beneficiados en 2018.

A la fecha, son **885** empresas beneficiadas.



68 micro, pequeños y medianos empresarios beneficiados en 2018.

A la fecha, son **89** empresas beneficiadas.



2019 ➤

- ✓ Implementar SIGO en siete nuevos destinos.
- ✓ Transferir modelo SIGO Experiencias a otras instituciones.

➤ Sellos de Sustentabilidad y Calidad Turística: impulsando la competitividad de los servicios turísticos

Sustentabilidad



164 Sellos S
vigentes a 2018. **75**
son nuevas empresas.

Garantiza al visitante que el servicio turístico cumple con criterios globales de sustentabilidad en los ámbitos sociocultural, medioambiental y económico.

Calidad



524 Sellos Q vigentes
a 2018. **101** son
nuevas empresas.

Garantiza al visitante que el servicio turístico cumple con valores de confianza, transparencia, seguridad y satisfacción.

➤ Innovación y transformación digital (i&td): fomentando una industria más competitiva

Desarrollo de la
Estrategia Nacional de
Innovación Turística
2019 - 2022

Ecosistema de la
innovación
abierta

Instrumento de
financiamiento
para la
innovación

SIGO
Experiencias

Proyecto de
innovación
organización
(Sernatur)

Ruta de la
transformación
digital en
destinos

Nuestros Partners



Tourism Tech ADVENTURES

EDTECH

Powered by:
UNWTO

Americas SANTIAGO DE CHILE

10 July 2019

2019

✓ Chile sede de la 2° versión del foro de innovación en turismo de las Américas.

✓ Lanzamiento de la fase nacional del concurso de startup de turismo.



➤ Experiencias turísticas: una política pública de diferenciación



- ✓ Ejecución Programa Estratégico Mesorregional de Enoturismo Sustentable de la zona central junto con Enoturismo Chile.
- ✓ Fomentar el turismo rural mediante acuerdo de colaboración con Indap.
- ✓ Potenciar el astroturismo en relación al eclipse solar de julio 2019 y posicionar a Chile como capital del astroturismo mundial.
- ✓ Lanzamiento www.astroturismochile.cl



2019

IV Conferencia Mundial de Turismo Enológico

OMT, Subsecretaría de Turismo, Sernatur y
Enoturismo Chile.

5 y 6 de diciembre 2019, Valle de Colchagua.



➤ Más Valor Turístico: premiando la innovación en turismo

- ✓ **4ta** versión del concurso que puso énfasis en enoturismo y turismo gastronómico.
- ✓ **3** iniciativas premiadas y **16** destacadas a nivel nacional que aportan a la diversificación de experiencias, la innovación y la sustentabilidad.
- ✓ **79** productos turísticos postulados.



➤ **Mujer Empresaria Turística: promoviendo el liderazgo femenino en la industria**



- ✓ **9^a** versión del concurso que premia emprendimientos liderados por mujeres, en alianza con MinMujeryEG y BancoEstado .
- ✓ **2** emprendedoras premiadas y **16** destacadas a nivel nacional con énfasis en la innovación.
- ✓ **+600** postulaciones a nivel nacional.





6. Programas de Turismo Social

Todo Chile viaja

TURISMO SOCIAL



Turismo Social: diversificar destinos y disminuir la estacionalidad



+12,8%

Pasajeros

2018: 96.916
2017: 84.145



+14,6%

Pernoctaciones

2018:
433.775
2017:
378.655



+5,4%

MM\$

Subsidio

2018: \$9.112.00
2017: \$8.643.000



83

Destinos
turísticos en
todo Chile



+1.000

Micro, pequeñas
y medianas
empresas
beneficiadas

2019



- ✓ Implementar piloto Programa Vacaciona Mujer.
- ✓ Incorporar a la clase media en los Programas de Turismo Social.

Vacaciones Tercera Edad



57.063

Pasajeros beneficiados a lo largo de todo Chile en la temporada 18.



57

Destinos a nivel nacional.



2.490

Beneficiados gracias a convenio con Senama.



95,7%

Porcentaje de satisfacción beneficiados.

Fuente: Estudio de satisfacción usuario Asenexo 2017.



1.880

Cupos sociales para asignación directa.

Programa piloto 2018, implementado en la Región Metropolitana de Santiago.



+640 mil

Beneficiados a la fecha (2001-2018)

➤ Gira de Estudio



26.227 pasajeros de **565**
establecimientos de enseñanza media de todo Chile.



17 destinos en todo Chile y **97,6%**
de satisfacción beneficiados.

Fuente: Estudio de satisfacción usuario Asenexo 2017.



857 pasajeros de **21** escuelas especiales
mediante trabajo colaborativo con Senadis.



128 pasajeros de Centros de la Red Sename.



4.214 pasajeros de **98** escuelas
municipales de todo Chile, gracias a convenio Mineduc.



Turismo Familiar



11.626 pasajeros de **5.080** familias de 22 comunas (desde regiones de Atacama hasta Los Ríos).



9.447 pasajeros beneficiados están en el **40%** de vulnerabilidad socioeconómica (según RSH).



54,8% de las familias beneficiadas corresponde a hogares con jefatura femenina.



96,7% de satisfacción beneficiarios.

Fuente: Estudio de satisfacción usuario Asenexo 2017.





7. Promoción internacional y nacional

SERNATUR



Servicio Nacional de Turismo

➤ **Nuestro país está de moda**



**International
Awards 2018**

Presupuesto Internacional 2018

CLP \$9,2MM

- Campaña Promoción Internacional 360°
- Campañas Digitales
- Ferias y activaciones
- Influenciadores
- Eventos Sernatur

Presupuesto 2018		
Línea de inversión	Monto	%
Campañas	\$ 3.833.326.472	41%
Ferias y Eventos	\$ 2.871.271.012	31%
Administración	\$ 849.541.239	9%
Concursos	\$ 717.264.000	8%
Soporte de Marketing	\$ 475.934.870	5%
Fondo Campañas Cofinanciadas	\$ 296.557.000	3%
Press Trip	\$ 160.284.913	2%
Postulaciones y Visitas de Inspección	\$ 25.633.916	0%
Capacitación	\$ 9.000.000	0%
Agencias de PR	\$ 2.604.578	0%
Total general	\$ 9.241.418.000	100%

➤ Ferias y eventos turísticos internacionales

CALENDARIO OFICIAL DE FERIAS & EVENTOS 2018 - 2019			
AÑO	FERIAS/EVENTOS	CIUDAD Y PAÍS	FECHA
2018	FITUR	Madrid, España	17 - 21 de Enero
2018	Roadshow España	Bilbao, Valencia y Málaga	22- 25 de Enero
2018	ANATO	Bogotá, Colombia	21 -23 de Febrero
2018	Travel Adventure Show	Los Ángeles, California, USA	24 -25 de Febrero
2018	Seatrade Cruise Global	Fort Lauderdale, USA	06 - 08 de Marzo
2018	ITB Berlin	Berlin, Alemania	07 - 11 de Marzo
2018	Roadshow Europa	Frankfurt, París y Londres	13 - 16 de Marzo
2018	WTM Latin América	São Paulo, Brasil	3 - 5 de Abril
2018	Lanzamiento Invierno/ Escapadas Brasil	Sao Paulo, Brasil	25 de Abril
2018	ILTM Travel Week	Sao Paulo, Brasil	08 - 11 Mayo
2018	ITB China (Alianza Pacifico)	Shanghai, China	16 - 18 Mayo
2018	Roadshow USA	Nueva York, Toronto	22 - 24 Mayo
2018	FIEXPO	Santiago, Chile	04 - 06 de Junio
2018	Experience Latin America (EIA/LATA)	Londres, UK	11 - 13 Junio
2018	VI Macrorrueda de Turismo Alianza Pacifico	Armenia, Colombia	12 - 13 Julio
2018	Roadshow Australia	Sydney y Melbourne, Australia	07 - 09 Agosto
2018	Evento Prensa con Influenciadores, Argentina	Buenos Aires, Argentina	15 de Agosto
2018	Workshop Uruguay	Montevideo, Uruguay	14 de Agosto
2018	ICCA Client Supplier	San José, Costa Rica	20-24 Agosto
2018	Expolagos Patagonia	Puerto Natales, Torres del Paine	03 - 04 de Sept
2018	Travel Mart Latin América	Buenos Aires, Argentina	19 - 21 Sept.
2018	IFTM Top Resa	París, Francia	25 - 28 Sept.
2018	FIT	Buenos Aires, Argentina	29 Sept- 02 Octubre
2018	Expedition Chile (Trade)	Chile	03 - 11 Octubre
2018	INEX América	Las Vegas, USA	16 - 18 Octubre
2018	Roadshow Brasil	Estado de Sao Paulo	23-24 Octubre
2018	WTM Londres	Londres, UK	05 - 07 Noviembre
2018	Adventure Next LA	Campo Grande, Brasil	07-09 Noviembre
2018	Roadshow USA West	Los Ángeles y Dallas	13-15 Noviembre

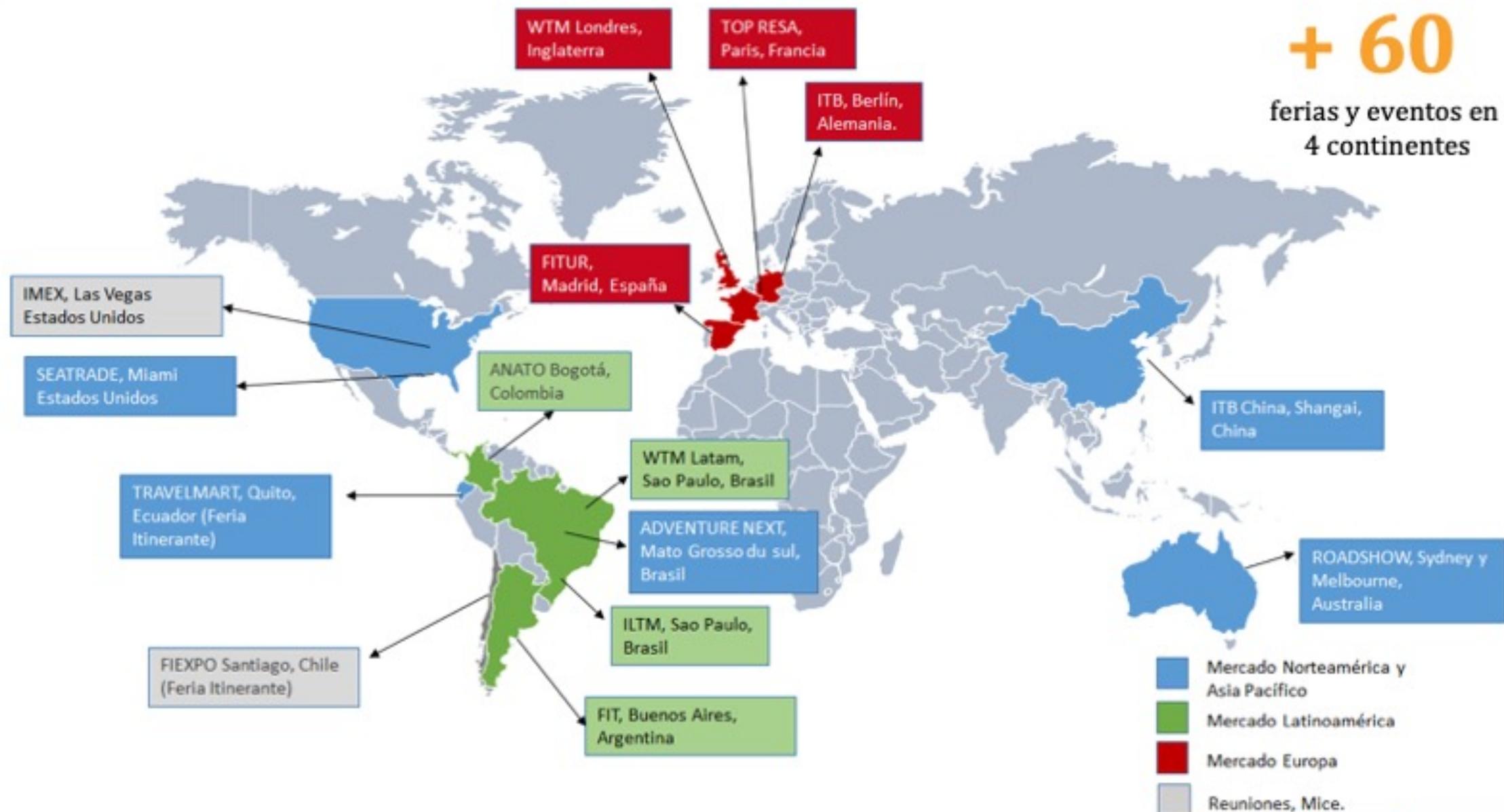
100%

**Ejecución anual al
20 de noviembre
2018**

Ferias y eventos turísticos internacionales

+ 60

ferias y eventos en
4 continentes



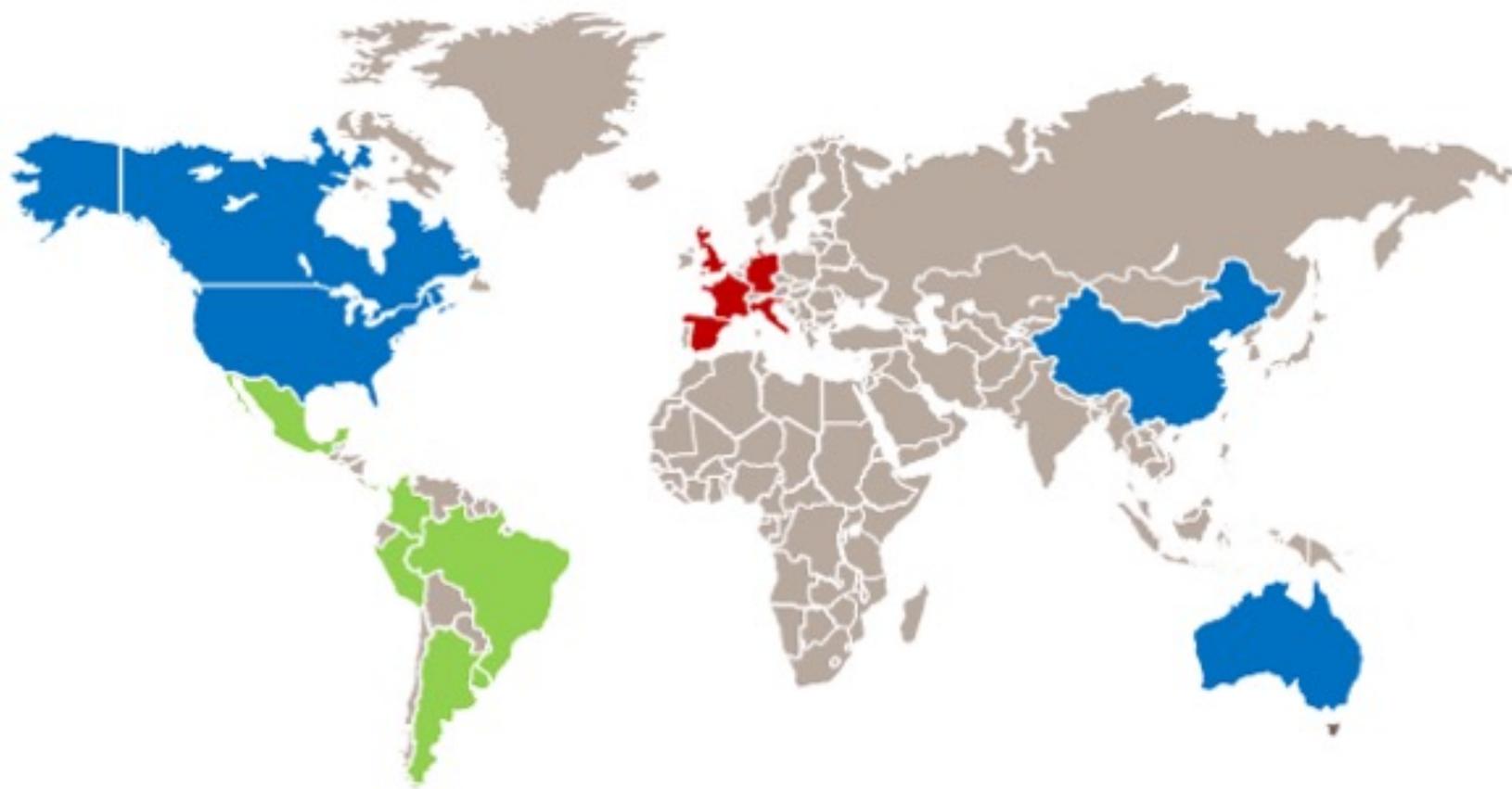
➤ Campañas de Branding internacional 2018

	Q1			Q2			Q3			Q4		
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
ALWAYS ON	AR- BR-PE-CO-MX USA-CA ES-UK-FR-DE-IT AU											
REACTIVACIÓN CARRETERA AUSTRAL	AR- CL											
BRANDING			USA-UK-DE-FR							US-CA-UK-DE-FR-ES-IT-AU		
ESCAPADAS			AR - BR						AR	AR- BR- PE		
INVIERNO				AR - BR								
FOOD & WINE								USA				
COBRANDING												
BRANDING CHINA											CN	



▶ Campañas de Branding internacional 2018

Inversión por país



<i>Mercado</i>	<i>Inversión</i> (millones CLP)
USA	\$904,40
Brasil	\$563,20
Argentina	\$422,63
Reino Unido	\$300,20
Alemania	\$299,30
Francia	\$258,00
España	\$221,90
Australia	\$141,10
Canadá	\$119,90
China	\$81,00
Italia	\$80,70
Perú	\$54,90
México	\$44,70
Colombia	\$35,00
Uruguay	\$28,00



The Daily Telegraph

FOLHA DE S.PAULO

Los Angeles Times

MERIAN



El Viajero
EL PAÍS

LA MAÑANA
NEUQUÉN

➤ Inversión en campañas de Branding por país

Ejemplos de gráficas



➤ Viajes de prensa y valorización /PRESS TRIPS

Publicaciones realizadas:

214

Valorización (millones CLP)

\$1.648

Costo (millones CLP)

\$130

ROI

11,6

102

medios, influenciadores o blogueros
visitaron Chile

P.M.

PUNTO MICE

THE TIMES

NATIONAL
GEOGRAPHIC

Wanderlust
TRAVEL MAGAZINE

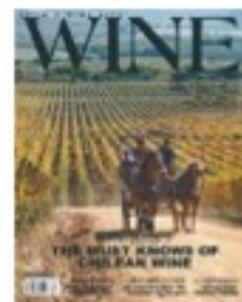
iHOLA! Outside
MAGAZINE - TELEVISION - ONLINE

Condé Nast
Traveler

FOOD
TRAVEL
MAGAZINE

ESPAÑOLES
EN EL
MUNDO

DOVE

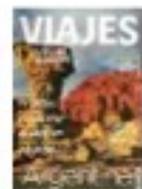


TRAVEL ARG

TRAVEL+
LEISURE

O GLOBO

LA NACION



FOLHA DE S.PAULO



Resultados Press Trips total 2018



➤ Ejemplos acciones offline Prensa

LA Times, USA



Folha de Sao Paulo, Brasil



El Viajero, España



La Mañana de Neuquén, AR



➤ Ejemplos acciones offline

Taxis brandeados en París 12 noviembre al 11 diciembre



Circuito paraderos Sydney 6 al 19 de noviembre



➤ Ejemplos acciones online

MERIAN, Alemania

The screenshot shows the homepage of the MERIAN website. At the top, there is a navigation bar with the logo 'MERIAN Die Lust am Reisen' and various regional categories: EUROPA, ASIEN, AFRIKA, NORDAMERIKA, AUSTRALIEN, SÜDAMERIKA, and MERIAN SHOP. Below the navigation bar is a large hero image of a wooden gazebo overlooking a lake with mountains in the background. A white text box overlaid on the image reads 'Promotion Erkunden Sie die Gletscher von Chile'. Below the hero image is a grid of six smaller images, each with a caption: 'Peruvian Peruvianische Projekte in Chile', 'Peruvian Chile travel with an expert', 'Peruvian Einzigartige Orte Chile', 'Peruvian Indigene Partizipation in Chile', 'Peruvian Chiles Natur in voller Pracht', and 'Peruvian Das intensive Brauereiwesen'. At the bottom is another large image of a person standing in a field with Moai statues in the background, with a white text box that reads 'Promotion Sonne, Action, Chile!'.

The Telegraph, UK

The first screenshot shows a travel article titled 'Where are the best places to go stargazing in Chile?'. The article features a large image of a starry night sky over a landscape. Below the main image are several smaller images and text snippets, including 'Five of the most amazing cultural experiences in Chile', 'From glaciers to backpack routes a guide to the wildlife of Chile', 'Five sustainable towns and cities in Chile', and 'Discover 2,000 miles of dramatic landscapes in Chile'. The second screenshot shows another travel article titled 'Five unmissable towns and cities in Chile'. This article features a large image of a colorful town built on a hillside overlooking the ocean. Similar to the first article, it includes smaller images and text snippets about cultural experiences, wildlife, and sustainable towns.

Bon Appétit, USA

The screenshot shows a Bon Appétit article titled 'A Whole New World of Wine'. The article features a large image of a vineyard with a dirt road leading through it. Below the image is the title 'A Whole New World of Wine' and a sub-headline 'A SPECIAL MESSAGE FROM OUR PARTNER | '. The main text reads: 'A trip to Chile could easily include everything from fresh, local lunches to outdoor adventures like kayaking in Laguna del Tico, but there's one attraction that takes precedence: Wine Tours. From the Elqui Valley to the Maipo region of Chile the vast and varied wine country that produces flavorful, high-quality vintages. There are cool climate white wines grown in the coastal areas, like Casablanca Valley, where an array of grape varieties (and shades) wash over the landscape. Taste wines made from the colorful carménère, a grape variety was once thought to be extinct, in the central valleys. Savvy robust reds, such as Cabernet Sauvignons, in the Colchagua Valley and surrounding area. Finally, discover innovative new blends at boutique vineyards in the south. It's a whole new world of wine.' Below the text is a red button that says 'DISCOVER MORE'. At the bottom of the page, there is a subscription prompt 'Subscribe to Bon Appétit' and social media icons for Twitter, Facebook, and Instagram.

Estrategia digital



Botón de Plata de Youtube

Canal Chile Travel

+ 100 mil suscriptores en 2018

	Chile  <u>Chile.Travel</u>			 <u>Chile es Tuyo</u>		
YouTube	+ 150.000 Suscriptores	+ 448 horas reproducidas		+ 3 M Suscriptores	+ 33 horas reproducidas	
  	+122 MM Personas alcanzadas	+9.8 MM Clics	+700 MM Impresiones	+5.4 MM Personas alcanzadas	+ 338 K Clics	+24.7 MM Impresiones
 Google	+3 MM Usuarios	+7 MM Visitas a páginas		+1.4 MM Usuarios	+ 3.4 MM Visitas a páginas	



Turismo MICE cifras 2018



AUMENTO DE POSTULACIONES
2017 v/s 2018

+13%



36 postulaciones 2017
41 postulaciones 2018

AUMENTO
CONGRESOS GANADOS
2017 v/s 2018

+12%



25 congresos 2017
28 congresos 2018

AUMENTAR NÚMERO DE
POSTULACIONES
2018 v/s 2019

+10%



43 postulaciones
para el 2019



60

Profesionales nacionales,
representantes de organizaciones
internacionales, fueron capacitados
en 2018 como embajadores
del Programa Meet in Chile.

Estatus a la fecha año 2019:

- ✓ **8** Congresos Internacionales postulados y 5 Congresos Internacionales ganados.
- ✓ **25** postulaciones cerradas para trabajarlas este año.



Turismo nacional 2018: viaja por Chile

- ✓ Campañas digitales Chile País de Película, Disfruta Caleta, Mujeres en Ruta, Disfruta el 18 en Chile.
- ✓ Acciones de contingencia para reactivar destinos en regiones Los Lagos y Aysén; Quintero-Puchuncaví en región de Valparaíso.
- ✓ Séptima versión de Feria Vyva, con presencia de las 16 regiones y más de 17 mil visitantes.
- ✓ Francisco Saavedra: embajador de Chile es Tuyo.
- ✓ Impresión revista mensual Chile es Tuyo.



➤ Estrategia de Marketing Nacional 2019

Busca incrementar **Cultura Viajera** e incorporar al turismo como una actividad cotidiana de todos. También busca generar ruptura en la estacionalidad del turismo interno, incentivando a los turistas nacionales a que **viajen durante temporada baja a lo largo del año**, y no solo durante las vacaciones de verano.

Las variables para definir la estrategia son:



Destino



Oportunidad de viaje



Distancia tiempo

Principales componentes de la Estrategia de Marketing:

Estrategia de Productos

Tiene dos componentes, los productos como tal (**excursiones, escapadas y vacaciones**), y temáticas de interés, con las cuales se pueden hacer combinaciones para definir las acciones apropiadas para los segmentos correspondientes.

Segmentos de Mercado

Se han definido un gran número de segmentos de mercado para enfocar acciones diferenciadas a los intereses de cada uno.

Mercados Objetivo

Los mercados se han definido según la distancia/tiempo al destino en cuestión.
Los 3 mercados son:
1. Corta distancia
2. Mediana distancia
3. Larga distancia.

Posicionamiento

Conceptos y frases que permiten comunicar la visión de **viajar por Chile** que se busca posicionar en el turista nacional.

Comunicación

Estrategia de Comunicación cuenta con dos componentes para hacer llegar los mensajes de promoción al público objetivo definido anteriormente, **mensajes adecuados y canales adecuados**.

Socios Estratégicos

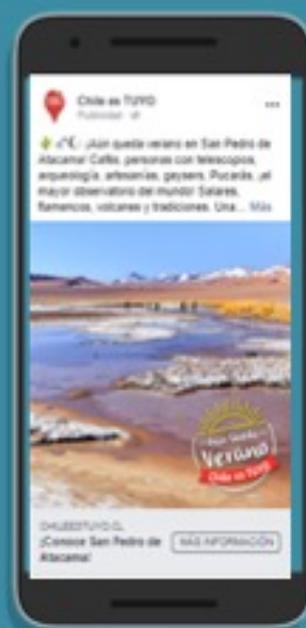
Actores clave de los sectores público y privado con quienes trabajar de manera alineada para lograr los objetivos de este **Plan de Marketing**.



Campaña digital marketing nacional

Enero – mayo 2019

Campaña Aún queda Verano



Alcance: 547.817
Puntuación de Relevancia: 8

Pieza 15 seg. con VTR 25%
Puntuación de Relevancia: 8

Escapada Semana Santa



Alcance: 2.607.337
Puntuación de Relevancia: 7
CPM: \$254

Alcance: 734.924
Puntuación de Relevancia: 7
CPM: \$254

Invitación Pancho Saavedra



- Fiesta de la Vendimia Curicó
- Invitación feria Tercera Edad

Día Nacional Astroturismo



Alcance: 1.816.470
Recuerdo del anuncio: 93.400
- Promoción sitio web astroturismochile.cl

SERNATUR



Servicio Nacional de Turismo



7. Desafíos 2019



**Digitalizar la oferta
turística.**





**Hacer de Chile un destino
turístico competitivo:
Estrategia de Promoción
Internacional basada en 8
+1 mercados estratégicos.**





**Potenciar que más
chilenos viajen por
el país.**





**Adoptar el uso de
big data para la
toma de decisiones.**





**Modernizar las
Oficinas de
Información
Turística (OIT).**





**Impulsar la
industria de
cruceros.**





**Accionar mesas
regionales
público – privadas.**





@sernatur @sernaturChile @sernaturChile



www.sernatur.cl/cuenta-publica-2018



CHILE LO
HACEMOS
TODOS