

Cuenta Pública

Sernatur 2021



AGENDA

I.

INTRODUCCIÓN

II.

**CONTEXTO DEL
TURISMO
2021**

III.

**GESTIÓN
SERNATUR
2021**

IV.

**DESAFÍOS
2022**





Cuenta 
Pública
Participativa 2022
GESTIÓN SERNATUR 2021



MISIÓN SERNATUR



Ejecutar planes y 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.

MISIÓN SERNATUR



“ CONTRIBUIR AL
DESARROLLO
ECONÓMICO,
SOCIAL Y CULTURAL
DEL PAÍS ”



Contexto del turismo 2021



Contexto del turismo mundial

Llegadas de turistas internacionales por (sub)regiones, año 2021



+4,6%

Variación interanual

421,3 MM

Turistas en el mundo durante 2021

Llegadas de turistas internacionales en los países de la región

Llegadas de turistas internacionales de países de la región – Variación interanual (%)



-44,6%

Variación interanual en Sudamérica

-83,0%

Variación interanual en Chile

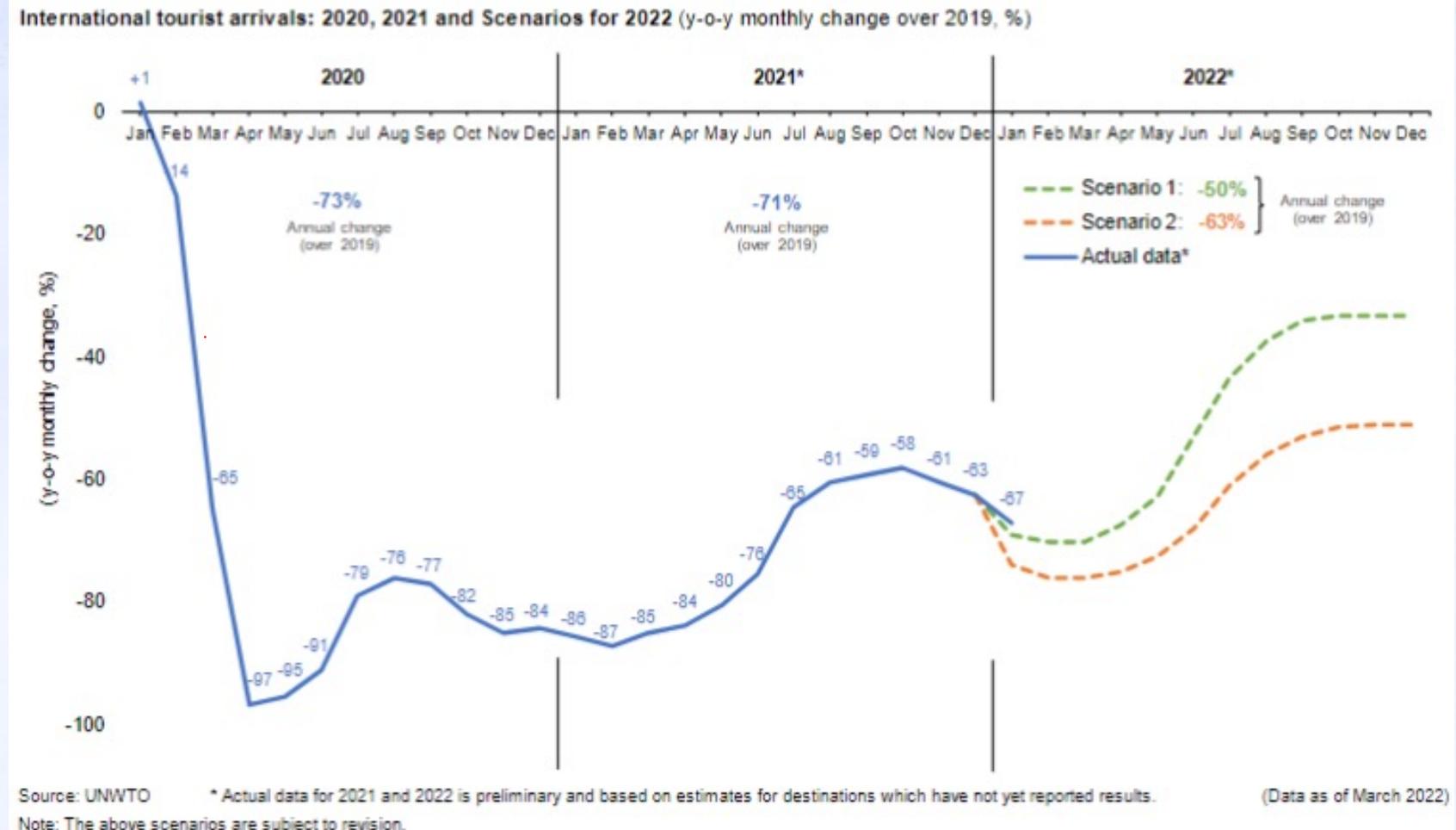
Covid-19: situación mundial del turismo

Reporte de la Organización Mundial del Turismo (OMT)

Estimaciones:

Según datos de la última edición del Barómetro de Turismo Mundial de la OMT, todas las regiones del mundo mantienen cifras en descenso durante el primer trimestre de 2022, comenzando una reactivación moderada del sector a partir de abril.

Se estiman dos escenarios de reactivación para 2022, ambos condicionados al levantamiento de las restricciones de viaje y al aumento de la confianza de los viajeros.



Reactivar

APOYAR A LA INDUSTRIA
TURÍSTICA Y A LOS TURISTAS

COVID-19

FOCOS SERNATUR 2021

Ayuda económica

Capacitar

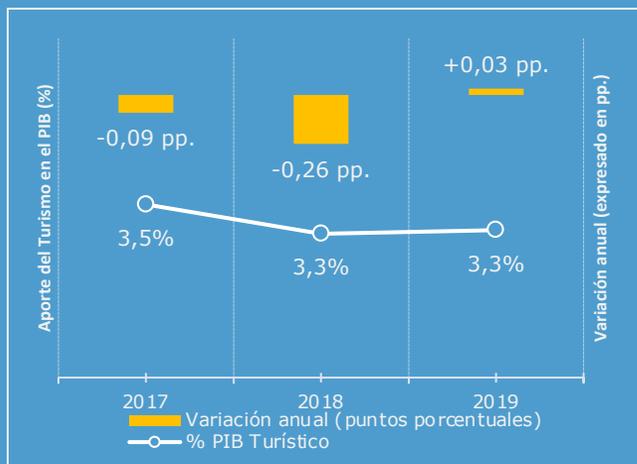
Formalizar

Informar

Aportes a la transformación digital

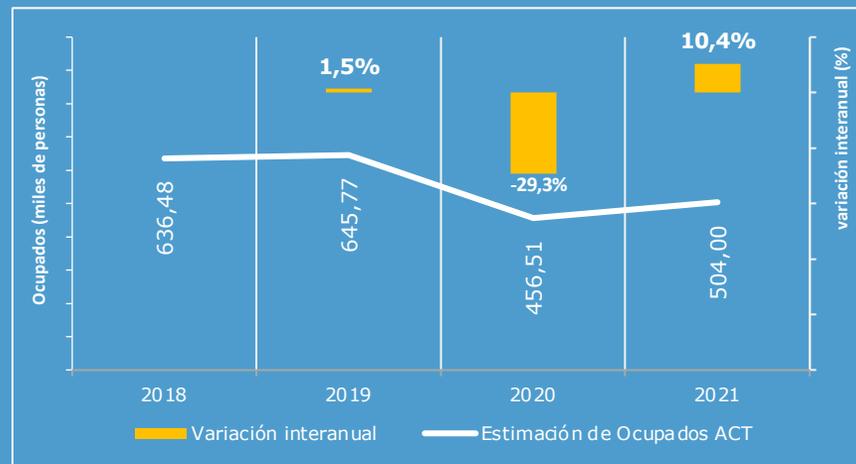
Cifras del sector

APORTE DEL TURISMO AL PIB



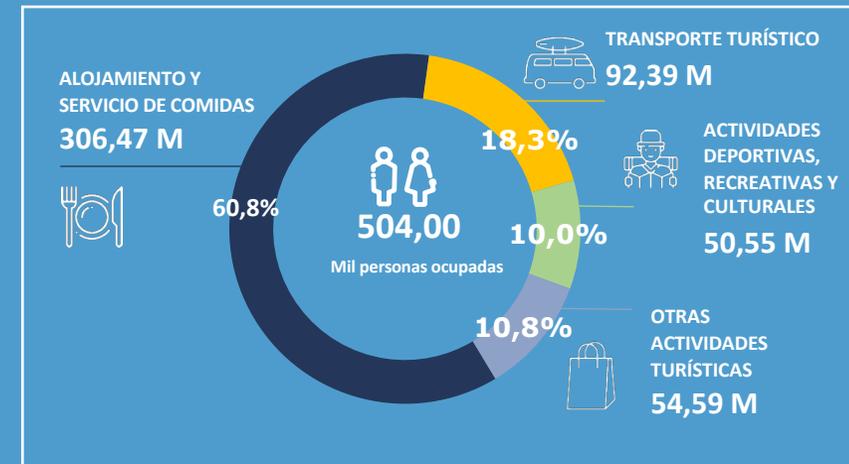
PIB nominal Chile, 2019:
\$195.816 mm (a precios de mercado)

ESTIMACIÓN OCUPADOS EN LAS ACT



Durante 2021, los ocupados en las ACT representaron un 6,1% del total del empleo en la economía

DISTRIBUCIÓN DE OCUPADOS, SEGÚN RAMA ACT



Los ocupados en alojamientos y servicios de comidas aportaron con un 60,8% del total de ocupados en las ACT para el año 2021

Fuentes:

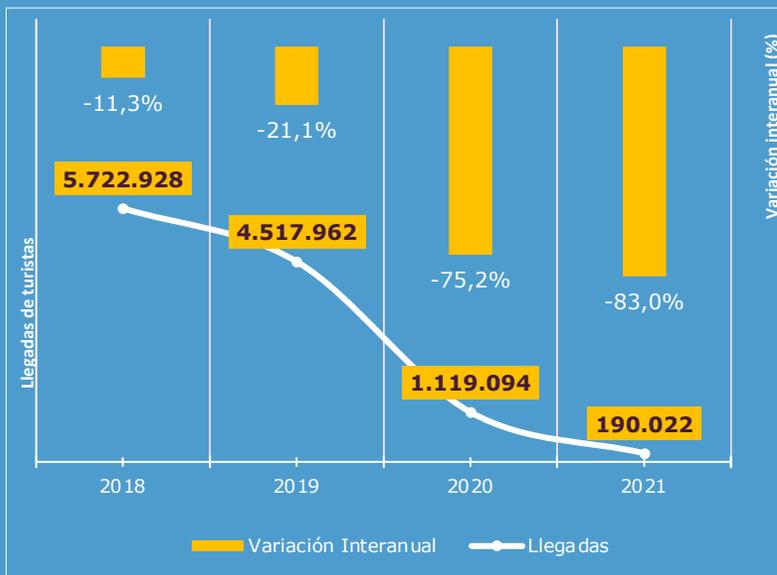
Aproximación PIB Turístico, periodo 2013- 2019. Elaborado por la División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo y el Departamento de Estadísticas del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) bajo el Convenio de Colaboración Técnica entre la Subsecretaría de Turismo, el Servicio Nacional de Turismo, el Instituto Nacional de Estadísticas y el Banco Central de Chile

Estimación sintética de Ocupados en las Actividades Características del Turismo, a partir de la Encuesta Nacional de Empleo, INE-Chile.

DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICAS - SERNATUR

Cifras del sector

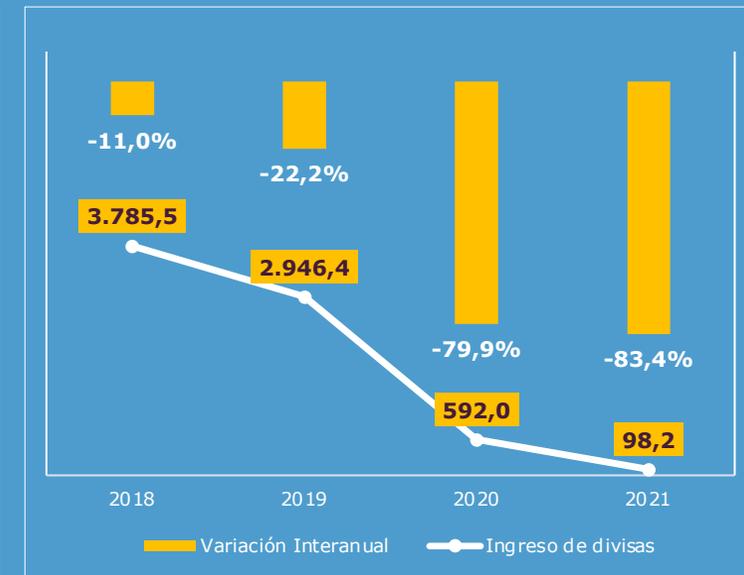
LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS - ANUAL



LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS - MENSUAL



INGRESOS DE DIVISAS (CIFRAS EN MM US\$)



IMPACTO EN TURISMO RECEPTIVO



PÉRDIDA TOTAL ANUAL 2021 (dif. 2019)
-4.327.940 turistas extranjeros



US\$ 2.848,2 MILLONES
-96,7% respecto a 2019 *(preliminar)*

Nota: Años 2020, 2021 cifras ingreso de divisas estimadas (resultados preliminares).

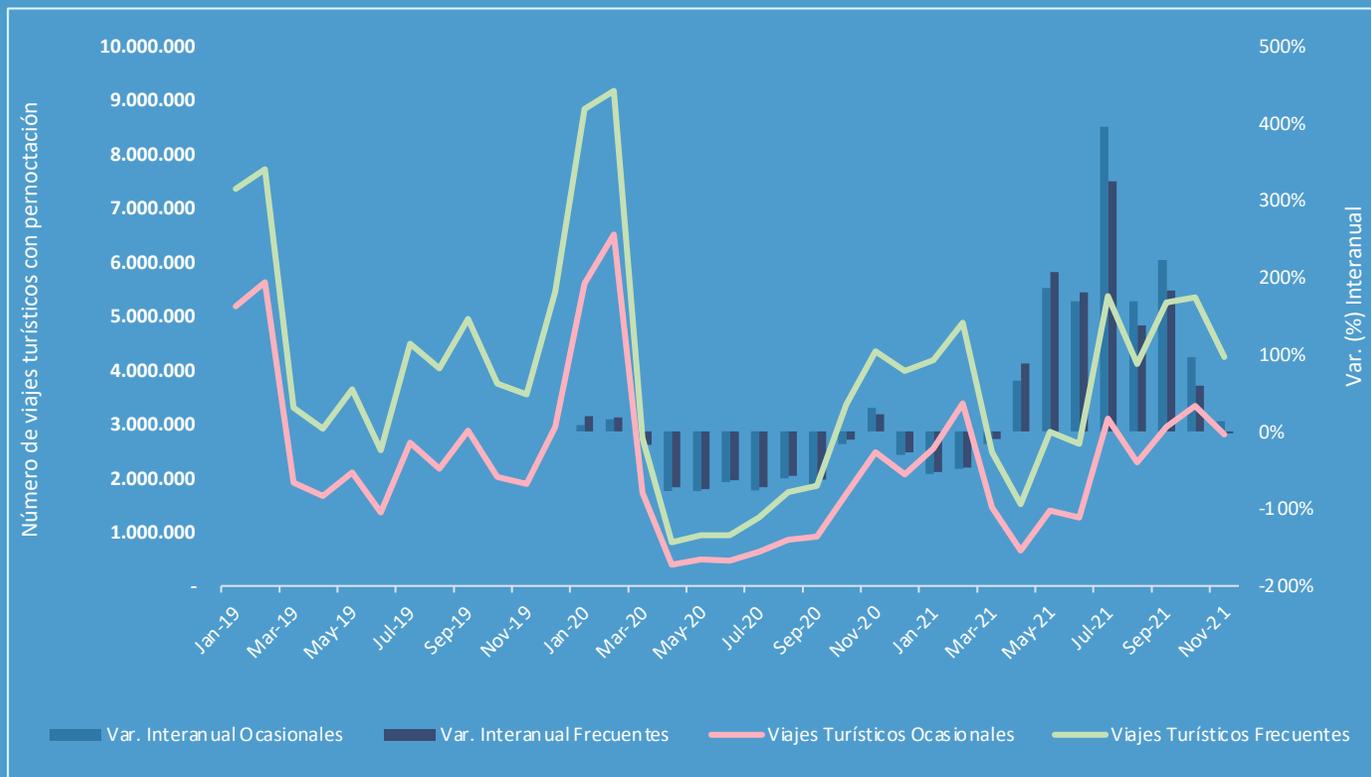
Nota: Llegadas de turistas año 2020 rectificadas, según Política de Rectificación de Cifras.

Fuente: Estudio del Turismo Receptivo, Subsecretaría de Turismo SERNATUR.

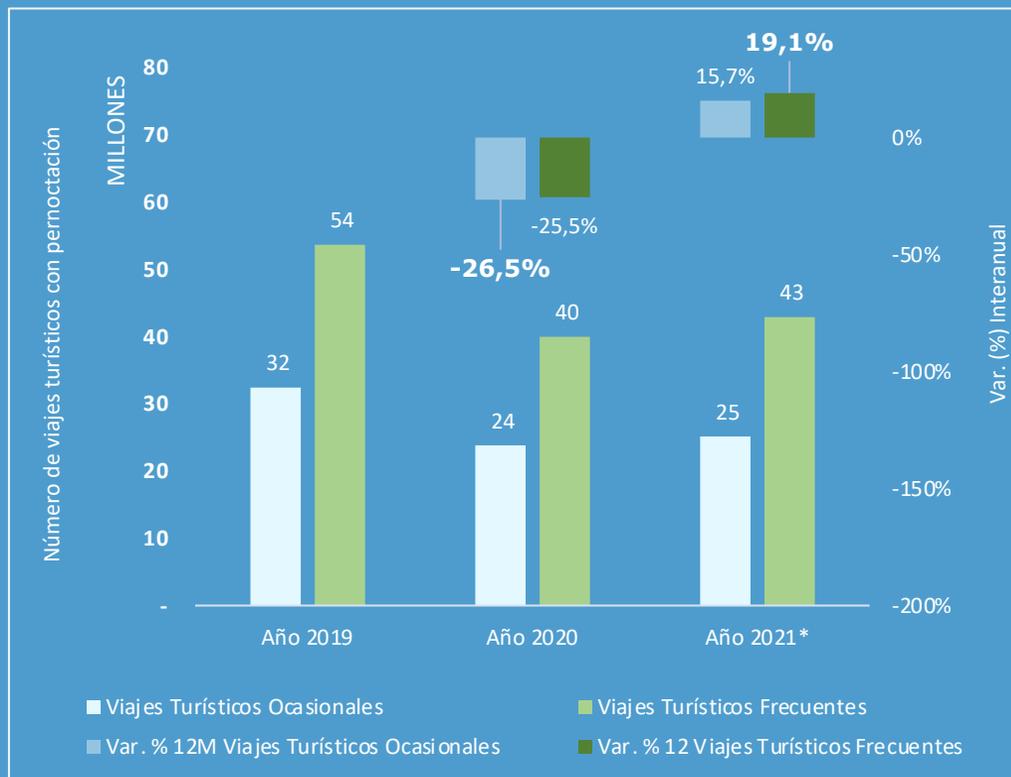
DEPARTAMENTO DE ESTADÍSTICAS - SERNATUR

Movimiento turístico nacional

Número de viajes turísticos con pernoctación, frecuentes y ocasionales y variación interanual, serie mensual



Número de viajes turísticos con pernoctación, frecuentes y ocasionales y variación interanual, serie anual



VALPARAÍSO

es la región más visitada a noviembre de 2021

- 5,3 MM de viajes ocasionales
- 8,6 MM de viajes frecuentes

REGIÓN METROPOLITANA

es la principal región emisora de viajes de turismo interno a noviembre de 2021

- 10,9 MM de viajes ocasionales
- 17,2 MM de viajes frecuentes

GESTIÓN SERNATUR 2021



1. Promoción



**2. Innovación
y tecnología**



**3. Calidad y
capital humano**



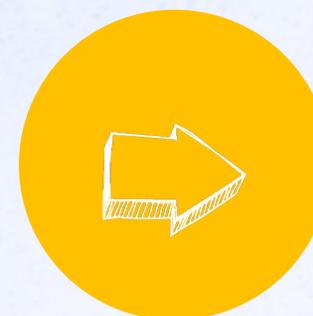
**4. Inversión y
competitividad**



**5. Inteligencia
de mercado**



6. Sustentabilidad



**7. Eficiencia
en la gestión**



1. PROMOCIÓN

Los esfuerzos se focalizan en promocionar la industria del turismo —tanto dentro como fuera de Chile— manteniendo el vínculo comercial construido a través de los años y entregar información certera y concreta en un año marcado por el covid-19.

La promoción es crear vínculos con otras personas, compartiendo historias, hablando desde los destinos y su gente, inspirando e impulsando un turismo con sentido.

¡Todos somos parte de la promoción!



COVID-19

Omnicanalidad

Transformación digital

Alianzas y sinergias

FOCOS PARA EL MARKETING EN 2021

Información

Visibilización de destinos y
experiencias

Capacitación

Mantenimiento del vínculo construido

Ejes estratégicos de la promoción turística





MERCADO INTERNACIONAL 2021

OBJETIVO PRINCIPAL 2021

Posicionar a Chile como un imperdible a visitar después de la pandemia, porque somos un destino de naturaleza y de grandes espacios abiertos, para quienes buscan un turismo poco masivo. Además, contamos con protocolos para un viaje seguro.





 [VER VIDEO](#)



¿Cuáles fueron nuestros
desafíos?

- **Mantener a Chile en la mente de los viajeros receptivos, en un contexto en que el inspiracional fue nuestro motor.**
Esto se tradujo en acciones como:
 - ✓ Chile en grandes plataformas de entretenimiento, como National Geographic, Netflix, Spotify y Amazon Prime.
 - ✓ Campañas con turoperadores (trade).
 - ✓ Prensa.
- **Acciones que se desarrollaron en conjunto con los distintos actores de la industria turística nacional e internacional, apoyados por las agencias de representación en el exterior (EEUU, Europa y Brasil).**
- **Lograr que otros hablaran de Chile.**
- **Mostrar una oferta novedosa: ir más allá de lo tradicional (Aysén, Norte Chico, comunidades + sustentabilidad).**

Mercados internacionales

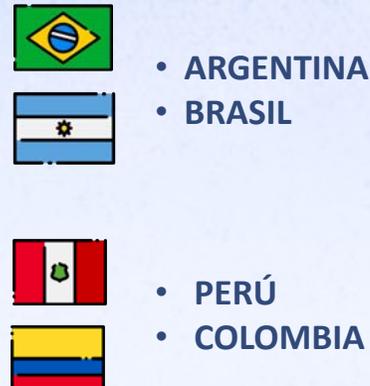
Prepandemia



Postpandemia

Mantener la visibilidad en los países con intención de viaje y con vuelos hacia Chile, además de continuar el trabajo en conjunto con la Alianza del Pacífico

Latinoamérica:



Larga distancia:



1. Revisión permanente de requisitos para ingreso a los países emisores.
2. Vacunaciones masivas en los principales mercados foco para Chile.
3. Monitoreo permanente de capacidad aéreas.
4. Eventuales cierre de fronteras aéreas.

Principales hitos de 2021



ACCIONES

Chile en grandes
plataformas de diversión



**NATIONAL
GEOGRAPHIC**

PAID CONTENT FOR CHILE TOURISM

Experience Chile's natural playground

From the deserts of the far north all the way down its mountainous landscape to the tip of South America and beyond, Chile is a natural playground for all to explore.

BY KRISTA ROSSOW

**CONTENIDO ESPECIALIZADO
PARA INCENTIVAR LOS VIAJES A CHILE**

IMPRESIONES

13

MILLONES

LA CAMPAÑA TUVO UN EXCELENTE DESEMPEÑO CON RESULTADOS SOBRE LO ESPERADO



Campaña cobranding

Del 19 julio al 15 de diciembre de 2021

Difusión de la alianza y la campaña



chile.travel



NOTICIAS | DESTACADOS

Turismo

Chile concreta inédita alianza con National Geographic Creative Works para inspirar a viajeros de todo el mundo

por Generación M | 23 julio, 2021



Chile concreta inédita alianza con National Geographic Creative Works

Jul 21, 2021

A través de su campaña 'Una pasión por Chile' ('A passion for Chile', para los países de habla inglesa), nuestro país busca inspirar a turistas de todo el orbe.

[Leer más](#)

« Entradas más antiguas



natgeotravel

Photo by @daisygilardini / The majestic peaks of the Cordillera Paine in Chile's Torres del Paine National Park are lit by the first morning rays, beautifully reflected on Lake Pehoe. To achieve the silky effect on the water's surface, I used a neutral-density filter at an exposure of 2.5 seconds, with an aperture of f/22 at ISO 50. Follow me @daisygilardini for more images and behind-the-scenes stories. #landscapephotography #TorresdelPaine #Chile #sunrise #Patagonia

4 d

Les gusta a cmugayani y 176.671 personas más



Inicio | Mercado Latinoamérica | "A Passion for Chile": Alianza estratégica junto a National Geographic Creative Works promocionará Chile como fuente de inspiración para los turistas de todo el mundo

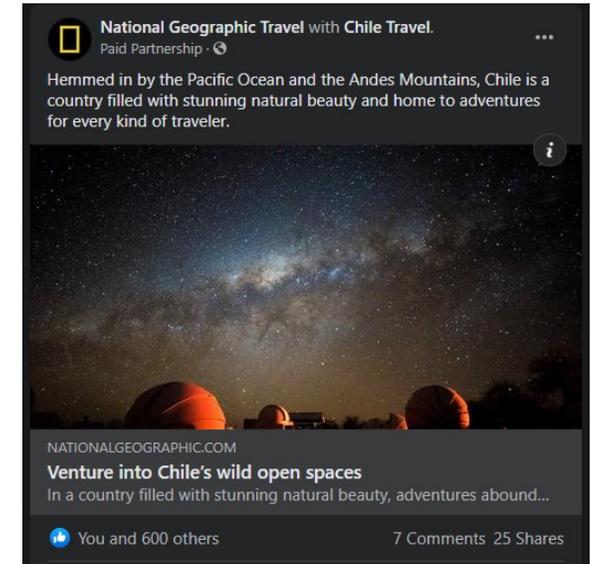
"A Passion for Chile": Alianza estratégica junto a National Geographic Creative Works promocionará Chile como fuente de inspiración para los turistas de todo el mundo

La campaña de promoción digital estará activa durante todo el año 2021 en el sitio web oficial de National Geographic.



PROMOCIÓN INTERNACIONAL

Chile crea alianza con National Geographic Creative Works



NETFLIX

Somebody Feed Phil

20 a 24 millones
de espectadores en todo el mundo

FILMACIÓN DICIEMBRE 2021

1 capítulo x 6 días producción, 1 zona geográfica

ESTADÍSTICAS GLOBALES

388k Social Media Followers

10k Email Subscribers
INSTAGRAM STATS

254k Followers
100k Weekly Reach
1,3M Weekly

Impressions
4,5% Engagement Rate
All Built Organically

DEMOGRAFÍA DE SEGUIDORES

- 67% Women
- 86% 25-54
- 43% 25-34

- 50% United States
- 7% Brazil
- 6% United Kingdom
- 6% Canada
- 4% Los Angeles
- 3% New York



@phil.rosenthal (254k)



@philrosenthal (71k)



Phil Rosenthal (63k)





Chile Music Tour

Una nueva forma de llegar a las audiencias



Macrozona norte



Macrozona centro

Estreno durante 2022

FERIAS Y EVENTOS

Ferias y eventos internacionales

2021



15



465



100%

eventos virtuales

empresarios nacionales
conectados con los
mercados prioritarios

inversión pública
sin costo para los
empresarios



 [VER VIDEO](#)

FIEXPO 2021

Cartagena de Indias, Colombia

Chile



INAUGURACIÓN
27 octubre 2021



Chile

Chile



Chile



www.chile.travel



Campañas *internacionales* 2021

Campañas

2021



Volver a incentivar el viaje a Chile



#ViajarAChile / Chile Travel

Chile is Back

**Chile, donde lo
Imposible es Posible**

**Entrega de
información
práctica**

- ✓ Viajar a Chile / Chile Travel (buscador de permisos, medidas de autocuidado) / Certificado de Confianza Turística / Safe Travel
- ✓ MICE: El destino natural para reuniones

CHILE IS BACK



¿Qué hicimos?



Comunicación hacia el turista y la industria nacional e internacional

WEB
ChileTravel
TradeNews

MAILING INDUSTRIA

ALIANZAS

CAMPAÑA

Banners digitales
(display)

REDES SOCIALES

INFLUENCIADORES
INTERNACIONALES



Comunicación hacia el turista internacional



Tres idiomas

Chile

chile.travel

Valle del Elqui, Coquimbo

CHILE IS BACK

+87% de la población vacunada.

+100% de posibilidades de contemplar cielos estrellados.

Ingresa a [Chile.travel](https://chile.travel) y comienza tu viaje.



TIMES SQUARE

Chile is Back

Nov. y dic. de 2021 y ene. de 2022



 [VER VIDEO](#)

WTA 2021

Premios



Premios 2021



South America's
Leading Adventure
Tourism Destination

SUDAMÉRICA

- ✓ Mejor Destino Turismo Aventura (por 7° año)
- ✓ Mejor Destino Romántico: Desierto de Atacama (por 4° año)



South America's Most
Romantic Destination



World's Leading
Adventure Tourism
Destination

MUNDIAL

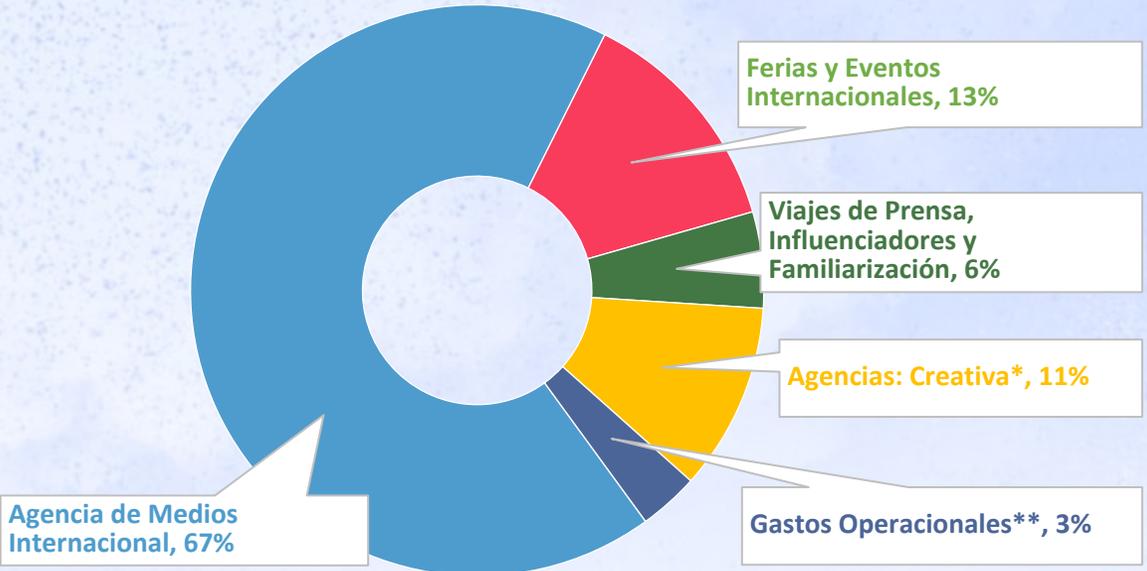
- ✓ Mejor Destino Turismo Aventura (por 6° año)

Chile

chile.travel

Presupuesto promoción internacional

Desglose principales líneas de financiamiento



TOTAL
\$ 3.674.999.489 CLP

100% EJECUTADO 2021



2021

Subdirección de Marketing

Prensa e influenciadores

Prensa e influenciadores en cifras 2021

➤ **85**

medios e
influenciadores de
todo el mundo



16

regiones



+45

destinos
nacionales

+502 publicaciones

internacionales y nacionales
a raíz de viajes de prensa e influenciadores



Un immense laboratoire à ciel ouvert

DEPUIS LE PORTUGAIS MAGELLAN, IL Y A CINQ SIÈCLES, CETTE TERRE SAUVAGE ATTIRE DE NOMBREUX EXPLORATEURS ASSOIFFÉS DE CONNAISSANCES. AUJOURD'HUI, UN ORGANISME OFFICIEL CHILIEN, LE CENTRE POUR LE TOURISME SCIENTIFIQUE EN PATAGONIE, INVITE GÉOLOGUES, GLACIOLOGUES, ASTRONOMES, ZOOLOGISTES, MAIS AUSSI SIMPLES VOYAGEURS, À VENIR ÉTUDIER, IN SITU, LES PRODIGES DE LA VIE ET DE LA TERRE...



Le royaume de marbre sur un lac
Ses piliers sculptés et ses voûtes ont valu son nom à ce bloc rocheux posé sur le bleu du lac General Carrera, dans la région d'Ayñén. Les touristes l'admireront en bateau ou en kayak. Et les géologues y observeront un cas unique de tectonique: la mer a migré depuis la région de l'actuel, à des milliers de kilomètres au nord, sur des centaines de millions d'années.

publimetr®

Social

Región de Aysén: la reactivación turística de una zona que ofrece glaciares y una inolvidable belleza natural

Aysén busca impulsar el turismo en la zona luego de meses marcados por la pandemia, contando con grandes atractivos como la Laguna San Rafael y el Parque Aikeñ del Sur

En marzo nos reunimos para celebrar el Día del Maestro

MENS JOURNAL

Finding the Path of Least Resistance on Chile's 85-Mile O-Trek in Torres del Paine National Park

Torres del Paine National Park is exactly as awe-inspiring as you'd expect.

ADVENTURE

Finding the Path of Least Resistance on Chile's 85-Mile O-Trek in Torres del Paine National Park

by Andy Cushman

EL PAÍS

CLIMA Y MEDIO AMBIENTE

Desierto florido, un laboratorio para estudiar la resistencia de las plantas a la escasez de agua

La disminución de las precipitaciones y los incrementos de temperatura amenazan el fenómeno de Atacama, en el norte de Chile



Las Campanas Observatory pictured on October 14.

Atacama Desert, Chile, — In Chile's dry Atacama Desert, stargazers are scanning the clear night skies to detect the existence of life on other planets and study so-called "dark energy," a mysterious cosmic force thought to be driving the accelerating expansion of the universe.

Central to the race to peer into distant worlds is the Giant Magellan Telescope (GMT), a \$1.8 billion complex being built at the Las Campanas observatory and which will have a resolution 10 times higher than the Hubble space telescope.

The telescope, expected to begin operation by the end of the decade, will compete with the European Southern Observatory's Extremely Large Telescope -- located further north in the

LA VANGUARDIA

ESPECIE EXTINTA

Aparecen dientes del gigantesco tiburón megalodón en el desierto de Atacama

by Anika Cushman

- Han encontrado vestigios del animal extinto en el desierto de Atacama, tesoro natural para los científicos
- Graban a un tiburón gigante que recuerda al extinto megalodón rodeando un crucero con pasajeros

ANDREA AMANTEGUI GUEZALA
08/11/2021 11:26 | Actualizado a 08/11/2021 17:53

Han encontrado restos del extinto tiburón megalodón en el desierto de Atacama, al norte de Santiago de Chile. Informa la agencia Reuters que, Pablo Quilodrán, director ejecutivo de la Corporación de Investigación y Avance de la Paleontología e Historia Natural de Atacama, comunicó que habían encontrado distintos restos de vertebrados fósiles de gran valor zoológico.

智利北部: "开花的沙漠"

来源: 新华网 2021年11月01日 16:21

10月13日, 智利北部, 开花. 由于今年雨水偏多, 景色格外美丽.

Agree a comentario...

marinacones • Siguiendo

San Pedro de Atacama

marinacones • Would you jump into this salt water hole in the middle of the Atacama Desert? I just did it & it's been epic! 🤩

La Hoy hemos amasado el día en las lagunas escondidas de Salinache y el espectáculo visual ha sido más que increíble! En mis historias de hoy vais a poder ver los videos de cuando nos hemos metido en el agua 33 veces más salada que la del mar... una experiencia inolvidable que hemos vivido gracias a @chiletvtraveller y @passportersap. Os está gustando lo que estoy mostrando?

¿a Did you know that Chile had places like these salt water holes in the middle of the desert? Check today's stories to see the "behind the scenes" of this surreal location (you'll love them)! The Atacama Desert has a variety of landscapes that I've never seen before... it's a dream come true for any traveler and I'm beyond excited to be here! 🇨🇱

¿alguna escondida, Desierto de Atacama, Chile #ChileBack by @chilatravel

18 Jan

silvialcarracini0217 Insuperable, bellísima ❤️❤️❤️

withthesehumans • Seguir Chile

withthesehumans Hace pocas semanas que recibí la propuesta de acudir a un viaje con total desconocimiento a un destino desconocido para mí, y un destino que el viajar con otros viajeros ha resultado ser una de las mejores experiencias de mi vida. Al experimentar como la creatividad nos junta en un fascinante punto de encuentro, en un viaje oasis en medio del desierto.

Nuestro viaje por Chile ha sido tan revelador que he tomado una firme decisión. ¡Nos venimos a Latinoamérica en 2022!

Esta gran experiencia ha sido posible gracias a:

- @chilatravel
- @passportersap, la mejor plataforma para organizar vuestros viajes. En ella podéis ver nuestro itinerario, crear el vuestro y compartirlo con vuestros amigos viajeros. Si aún no la habéis descargado, os aseguro que hacerla y comentar a usarla os encantará!

Me compartió estos maravillosos días con: @marinacones, @pinapi, @marinacones

Les gusta a gacarlo y 14,375 personas más

20 DE NOVIEMBRE DE 2021

Agree a comentario...



MERCADO NACIONAL 2021

OBJETIVO PRINCIPAL 2021

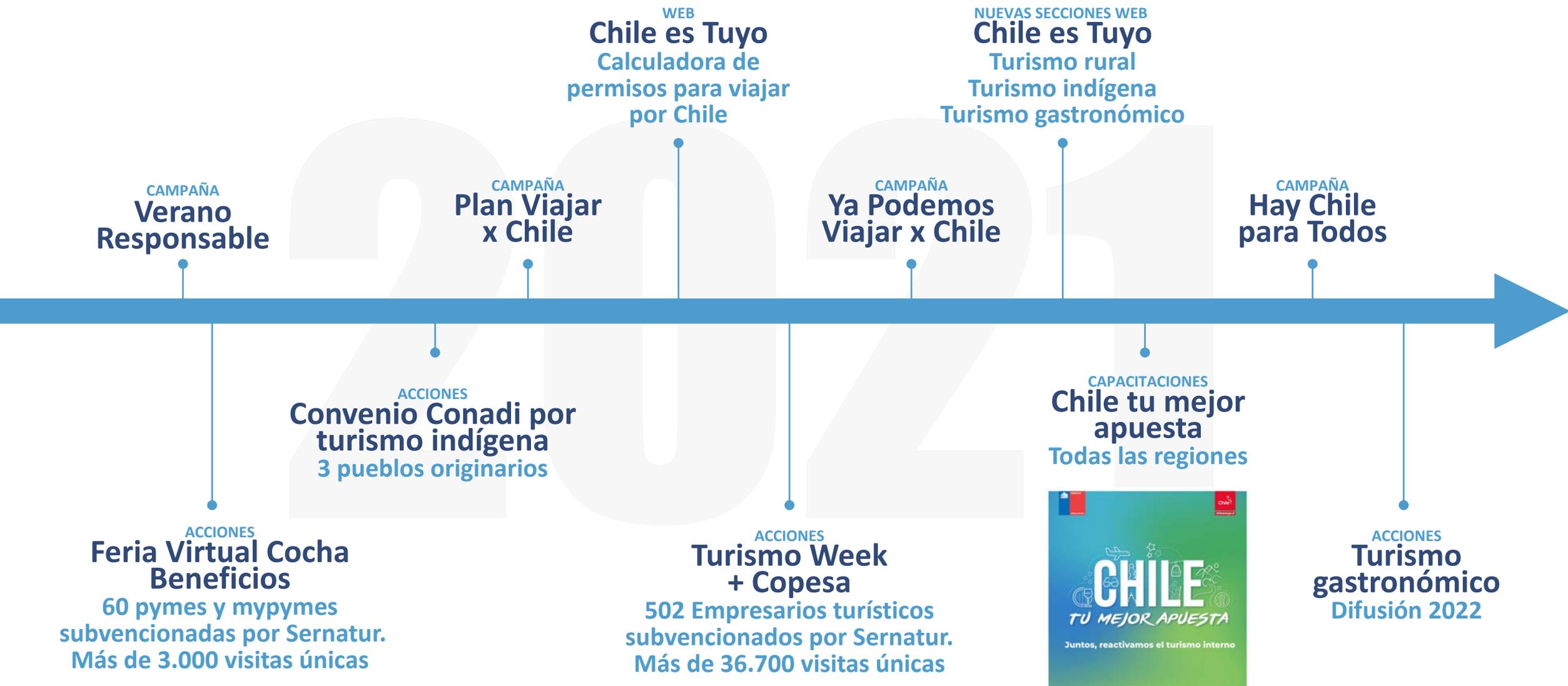
Reactivar el turismo interno posicionando a Chile como un destino accesible, diverso y atractivo para todos los chilenos y chilenas





 [VER VIDEO](#)

Principales hitos 2021



La coconstrucción de un relato

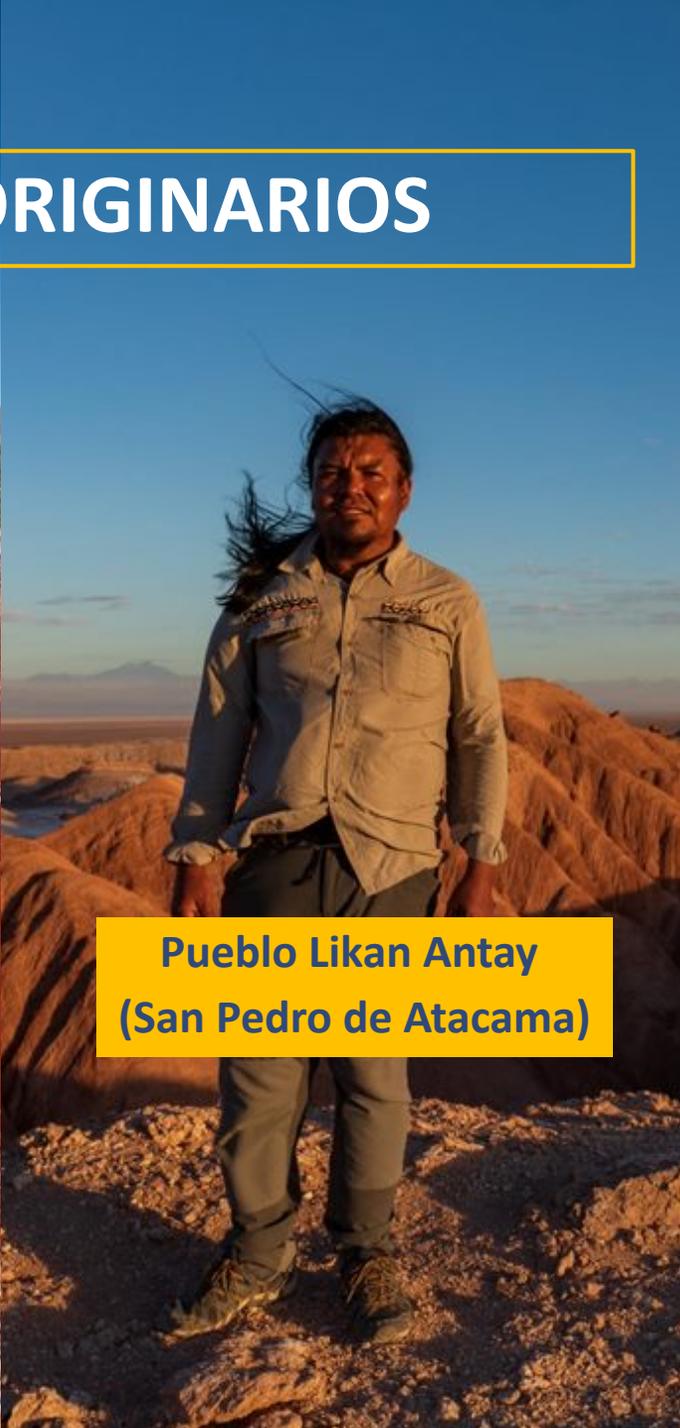
CONVENIO CONADI-SERNATUR DIFUSIÓN DEL TURISMO INDÍGENA

Difundir y visibilizar el turismo indígena como una alternativa real y concreta de viaje y lograr que sea un aporte para mejorar las condiciones de vida de familias y empresarios pertenecientes a los pueblos originarios del país.

PUEBLOS ORIGINARIOS



**Pueblo Aymara
(Putre)**



**Pueblo Likan Antay
(San Pedro de Atacama)**



**Pueblo Mapuche
3 identidades territoriales**

- Pewuenche (Araucanía Andina)
- Lafkenche (Lago Budi)
- Huilliche (Panguipulli)



 [VER VIDEO](#)

NUEVA OFERTA

Turismo gastronómico

Chile

chileestuyo.cl

Cocina urbana

Mercado Asoagro Arica (R. de Arica y Parinacota)

Mercado Agro Iquique (R. de Tarapacá)

Cocina del Pacífico

Calbuco, Dalcahue, Mercado Castro (R. de Los Lagos)

Caldera – Bahía Inglesa (R. Atacama)

Cocina de pueblos originarios

Curarrehue (Andina) (R. de La Araucanía)

Lago Budi (Centro) (R. de La Araucanía)

Cocina tradicional

Los Andes (R. de Valparaíso)

Valle de Curicó (R. del Maule)

Cocina contemporánea

Santiago (R. Metropolitana)

Valparaíso (R. de Valparaíso)

Impulsar y promover el turismo gastronómico a nivel nacional, visibilizando a todos aquellos que configuran la cadena de valor, especialmente a las comunidades locales, reforzando así la identidad y el sentido de pertenencia, a fin de salvaguardar la autenticidad de cada lugar.

Turismo rural



Generando nueva oferta
(experiencias / productos/ destinos)



¿Qué hacer?
Turismo rural

- ✓ Itinerarios
- ✓ Destinos
- ✓ Relatos
- ✓ Blog

Trabajo conjunto con Indap



The word 'CHILE' is rendered in large, bold, white capital letters. Each letter contains a different white icon: 'C' has a wine glass, 'H' has a person wearing sunglasses, 'I' has a person in a hat, 'L' has a cable car, 'E' has a hiker with a backpack, and the final 'E' has a person surfing. The word is surrounded by various travel-related icons: an airplane, stars, a globe, a fork and knife, and a person climbing a mountain. Dotted lines connect some of these icons, suggesting a travel path.

CHILE

TU MEJOR APUESTA

Juntos, reactivamos el turismo interno



Eventos virtuales con foco en la reactivación del turismo interno.

Ciclo dinámico, que incluyó:

- Capacitaciones de regiones a cargo de los directores regionales y panel para preguntas y respuestas.
- Informar sobre novedades e imperdibles de las regiones.
- Entregar ideas de itinerarios de viajes: excursiones (1 día), escapadas (2-3 días) y vacaciones (4 o más días)
- Informar sobre los servicios habilitados.
- Capacitar a estudiantes de último año de carreras de turismo de universidades, institutos y centros de formación técnica.
- Rueda de negocios entre prestadores de servicios turísticos regionales y nacionales.



- Participación de 77 empresas turísticas, como empresas vendedoras y 22 agencias y operadores nacionales.
- Entre el 26 de octubre y el 20 de noviembre, hubo 6.935 visitas a la página web de www.chiletumejorapuesta.cl.
- Se capacito a más de 340 personas que participaron de los seminarios.

TURISMO WEEK

Sernatur y Copesa, unidos para apoyar la reactivación del turismo interno mediante un evento digital dirigido a público final con un robusto plan de medios y concreción de ventas. Desarrollo de *landing page* propia.

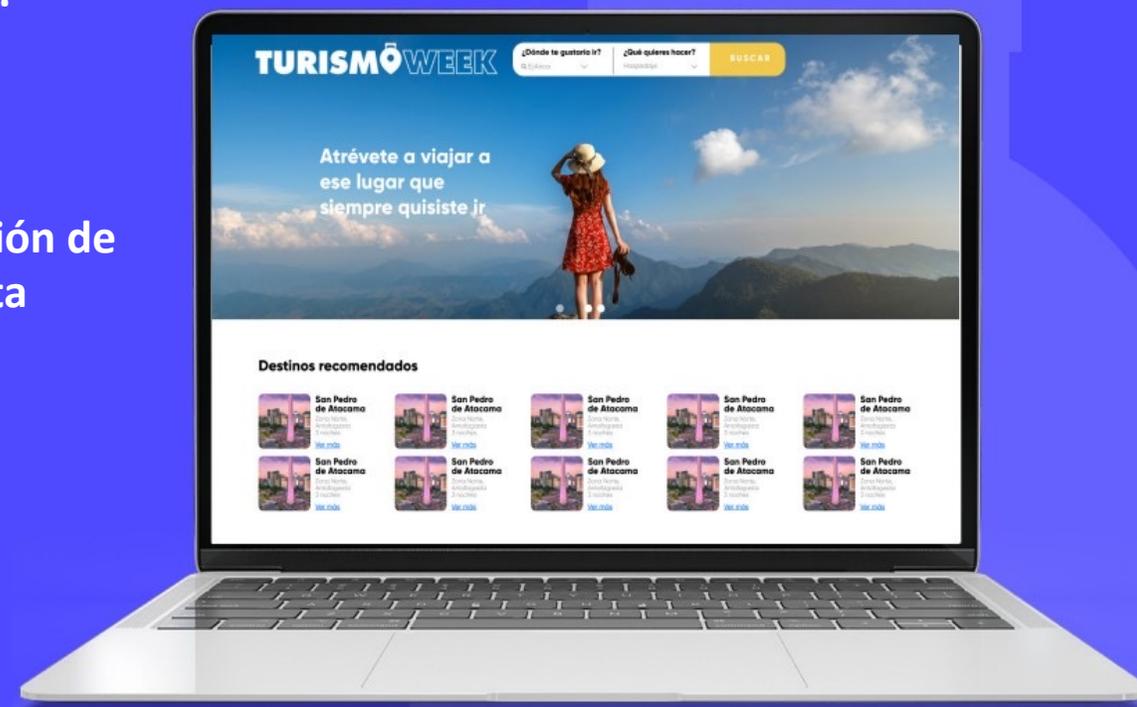
Fecha:

Del 24 de nov. al 3 de dic de 2021

Más de 500 invitados gratuitos de Sernatur

Comercialización de temporada alta

- Foco nacional e internacional.
- Exhibición de contenido de turismo de experiencias recomendado por Sernatur.
- Más de 500 empresarios turísticos, subvencionados por Sernatur.
- Más de 36.700 visitas únicas, durante los días de vitrina.



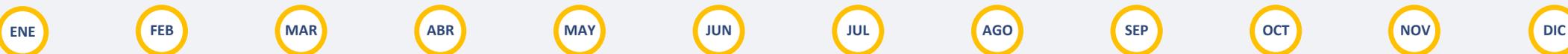
CAMPAÑAS

NACIONAL

Campañas vs. acciones
informativas

2021

➤ Volver a incentivar el viaje



#Verano Responsable

#Invierno Seguro

#YaPodemos ViajarXChile

Hay Chile para Todos



#Viajar XChile

Entrega de información práctica

- ✓ Buscador de permisos, Planificador de viaje, Turismo Atiende, medidas de autocuidado, Certificado de Confianza Turística y Pasa con tu Pase, incentivando la vacunación y reactivando la industria.



chileestuyo.cl



¿Qué hicimos en la campaña Hay Chile para Todos?



Comunicación hacia el turista y la industria nacional

HITO DE LANZAMIENTO

CAMPAÑA 360°

TV ABIERTA
PRENSA
RADIO
VÍA PÚBLICA
DIGITAL (BANNERS + VIDEO)

COMUNICACIÓN DIGITAL

LANDING CAMPAÑA
HEADER RRSS
EMAILING BBDD INTER. Y EXTER.
PLANIFICADOR DE VIAJES

**INFLUENCIADORES /
CONCURSO**

**COORDINACIÓN
REGIONES**

**COMUNICACIÓN
INDUSTRIA**

OTRAS ACCIONES

Hay Chile para Todos
Turismo Week

Chile

chileestuyo.cl

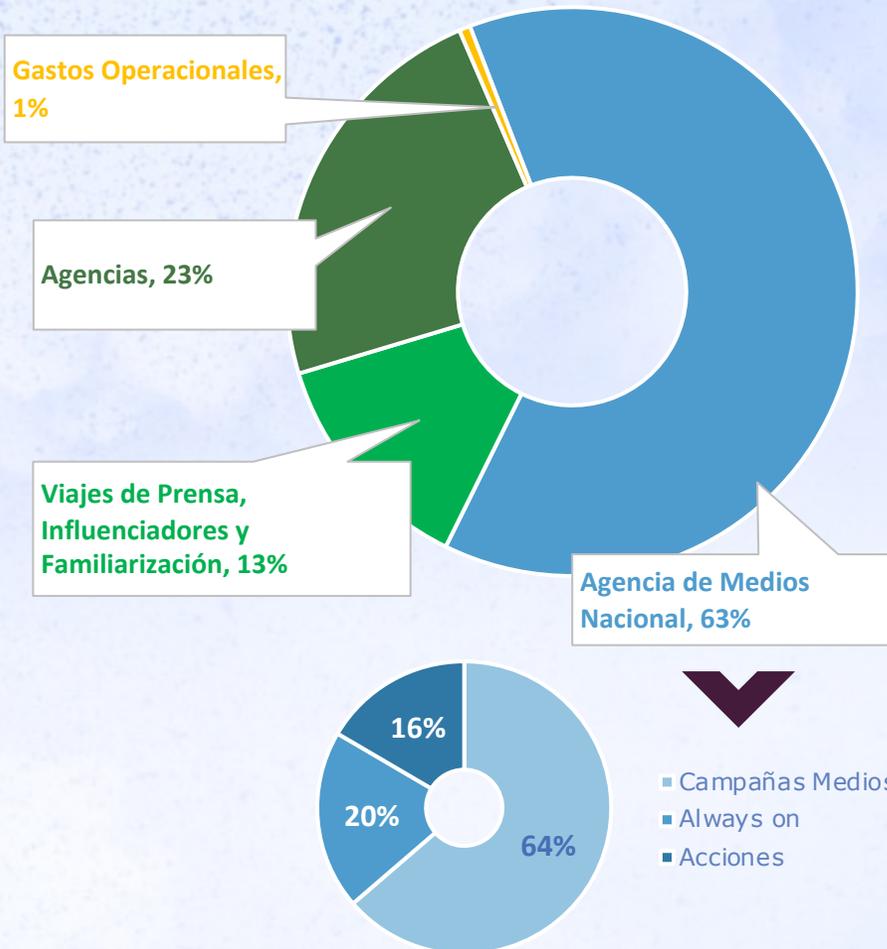
HAY CHILE
para todos

Para ejercitar las piernas, los brazos,
el olfato o ese músculo llamado corazón.

Infórmate más en Chileestuyo.cl

Presupuesto turismo nacional

Desglose principales líneas de financiamiento



SUBTOTAL \$ 712.607.107

+ Presupuesto adicional

Convenio de transferencia de la Subsecretaría de Turismo y otras entidades

Monto adicional

Transferencia

\$190.000.000

Recursos Subsecretaria de Turismo - Sernatur

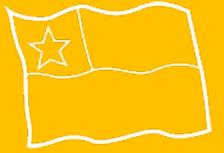
Convenio Transferencia Conadi

\$60.000.000

TOTAL

\$ 962.607.107

100% EJECUTADO 2021

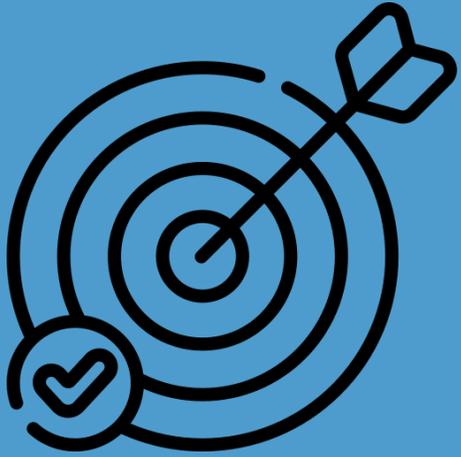


MERCADO MICE 2021

Meeting, Incentive, Congress and Events



 [VER VIDEO](#)



¿Cuáles fueron
nuestros desafíos?

- **Levantamiento de contenido y su visibilización:**
 - ✓ Presentación de Chile como destino MICE.
 - ✓ 1ra. Guía de Viajes de Incentivos de Chile.
 - ✓ Videos (Turismo de Reuniones y Viajes de Incentivos)
 - ✓ Protocolos MICE.
 - ✓ Canal de YouTube ChileTravel MICE.
 - ✓ Sección de noticias de segmento MICE en Trade News.
 - ✓ Incorporación a Chile es Tuyo y Chile.travel del segmento MICE.
 - ✓ LinkedIn MICE (Meet in Chile).
 - ✓ Programa Embajadores Internacional (Meet in Chile).
- ✓ **Seguir postulando a congresos y viajes de incentivos presenciales, a pesar de la pandemia.**

Postulaciones ganadas

4 Congresos a realizarse en 2022 (presenciales)



Workshop Asociaciones Latinoamericanas Santiago / Marzo 2022 – 40 asociaciones (100 delegados)

Conference of the International Society of Fish and Shellfish Immunology – ISFSI
Mediados 2022 Puerto Varas – 450 delegados

Motivation Luxury Summit
Puerto Natales / Octubre 2022 – 50 casas de Lujo (100 delegados)

RADLA – Red Latinoamericana de Dermatología
Fines 2022- Santiago – 1.500 delegados

2.150 delegados en 2022

4 Congresos a realizarse 2023 (presenciales)



Congreso Panamericano de Urología
Santiago - 2023 (1.500 delegados)

Congreso Latinoamericano de Neurocirugía CLAN 2023 –
Santiago - (1.200 delegados)

Conference of the International Federation of
Operational Research - Santiago - 2023 (1.500 delegados)

Congreso Mundial APIMONDIA
Septiembre- Santiago - 2023
(6.000 delegados)

10.200 delegados en 2023

Lanzamiento Guía de Incentivos 2021



Lanzamiento en Brasil, presencial



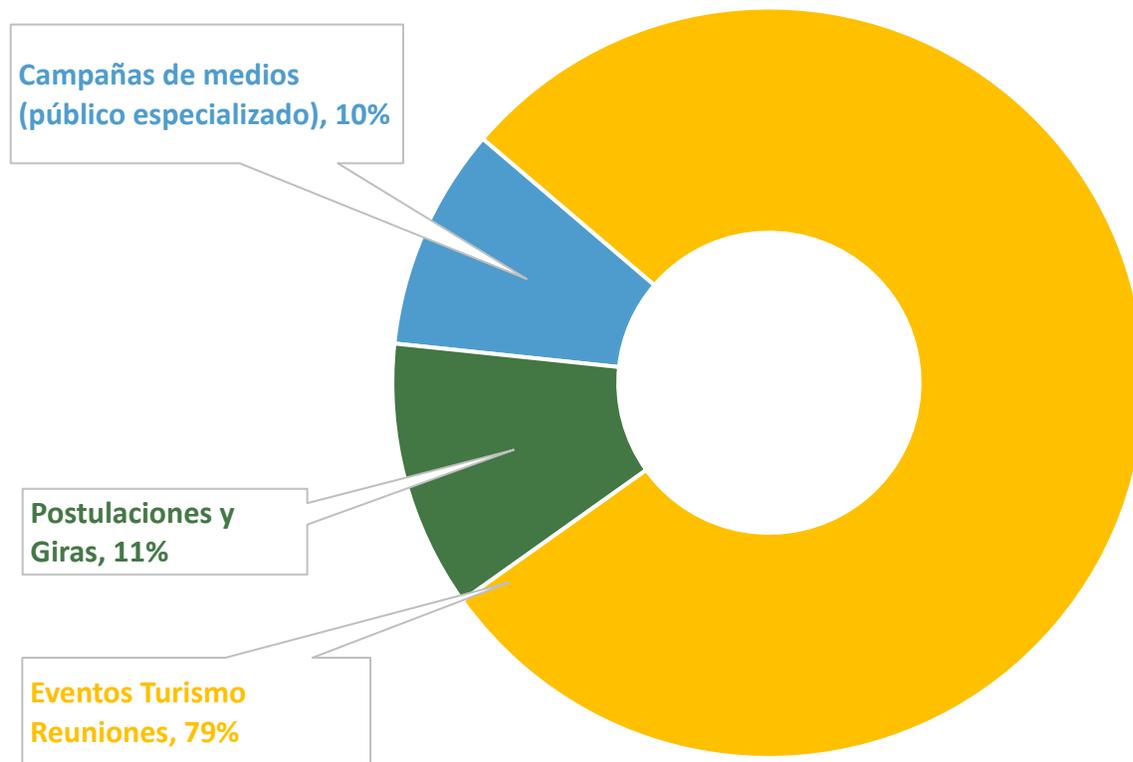
20

Casas de incentivos de
São Paulo



Presupuesto MICE

Desglose de las principales líneas de financiamiento



TOTAL
\$260.306.511 CLP

100% EJECUTADO 2021

Redes sociales

**3 millones de personas
conforman nuestra comunidad**

Es una prioridad mantener una interacción más cercana con nuestras audiencias, tanto en Chile como en el exterior.

Nuestros canales



Facebook, red social con mayor número de seguidores

Chile Travel (1,1M) <https://www.facebook.com/chiletravelguide>

Chile es TUYO (795K) <https://www.facebook.com/Chileestuyo>



Instagram, nuestra principal red social en constante crecimiento

@Chiletravel (389K) <https://www.instagram.com/chiletravel/?hl=es-la>

@Chile_estuyo (361K) https://www.instagram.com/chile_estuyo/?hl=es-la



Twitter, red de carácter informativo

@chiletravel (33,7K) <https://twitter.com/chiletravel>

@chiletravel_es (31,7K) https://twitter.com/chiletravel_es

@chiletravel_br (3,7K) https://twitter.com/chiletravel_br

@chileestuyo (61,6K) <https://twitter.com/chileestuyo>

@meetingsChile (1,2K) <https://twitter.com/meetingsChile>



Youtube, repositorio de videos de campaña.

Botón de plata en la categoría Travel

Chile travel (217k) <https://www.youtube.com/c/chiletravel>

Chile es tuyo (5,2k) <https://www.youtube.com/user/Chileestuyo>

Chile Travel MICE <https://www.youtube.com/channel/Chiletravelmice>

Nuevos canales 2021



TikTok (18,1K)

<https://www.tiktok.com/@chiletravel>



LinkedIn Chile Travel (2,1K) para que nos sigan y estén enterados de todas las novedades relacionadas a la industria

<https://www.linkedin.com/company/chile-travel/>



LinkedIn MICE (500)

<https://www.linkedin.com/company/meetings-chile/>



Chile Travel Training (159) (capacitaciones)

<https://www.youtube.com/channel/UCun6eMZHPiWVLTflfapRJDg>



Wechat (2K)

<https://mp.weixin.qq.com/s/CoYr-kkW8Dn-CDGYpm6JCQ>



Weibo (55,8K)



2. INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

La innovación y la transformación digital fomentan una industria más competitiva.

8 Iniciativas de innovación y tecnología

**SIGO
Tecnología**

**SIGO
Innovación**

**Conecta
Turismo**

**Catálogo de
Experiencias**

**Concurso Más
Valor Turístico**

**Activa Turismo
en Línea**

**Índice de
innovación pública**

**Aprende
Turismo**

Nuestros
partners



Laboratorio
de Gobierno
Creando juntos nuevos servicios públicos

Iniciativas de innovación y tecnología

SIGO Tecnología

Busca fortalecer las competencias digitales de los participantes, para implementar y gestionar acciones de comercialización digital en su negocio turístico

90,7 %
se declaró satisfecho o muy satisfecho

188
Empresas beneficiarias

SIGO
TURISMO
Tecnología

SIGO Innovación

Permite diseñar experiencias turísticas memorables, desarrollando innovaciones, agregando valor a la oferta, y adecuándola a los nuevos desafíos.

+90%
disminución del costo
presencial vs. virtual

178
Empresas beneficiarias

SIGO
TURISMO
Innovación

Conecta Turismo

Portal para conectar a prestadores de servicios turísticos con empresas de tecnología.

116
proveedores tecnológicos
266
empresas turísticas registradas
280
match realizados en plataforma

CONECTA
TURISMO

Iniciativas de innovación y tecnología

Catálogo de Experiencias

Facilita el contacto directo entre prestadores de servicios y demanda de potenciales visitantes que buscan experiencias turísticas

54

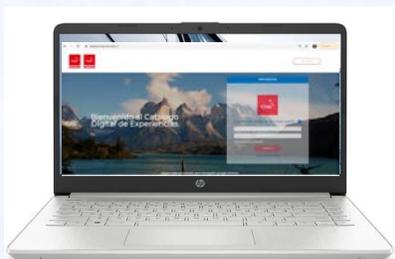
experiencias cargadas

16

regiones capacitadas

126

nuevas empresas contactadas



Concurso Más Valor Turístico

Busca distinguir productos turísticos innovadores de todo el país.

Concurso 2021

'Innovar en tiempos difíciles'

266

postulaciones recibidas

147

postulaciones admisibles

3

ganadores



Activa Turismo en Línea

Webinars: mayor conexión con la industria

3.547

conectados

7.197

visualizaciones

23

charlas



Índice de innovación pública

Participación por segundo año en evaluación de Laboratorio de Gobierno y BID.

Resultados de Sernatur:

29

promedio de la categoría 2019
26,7 puntos

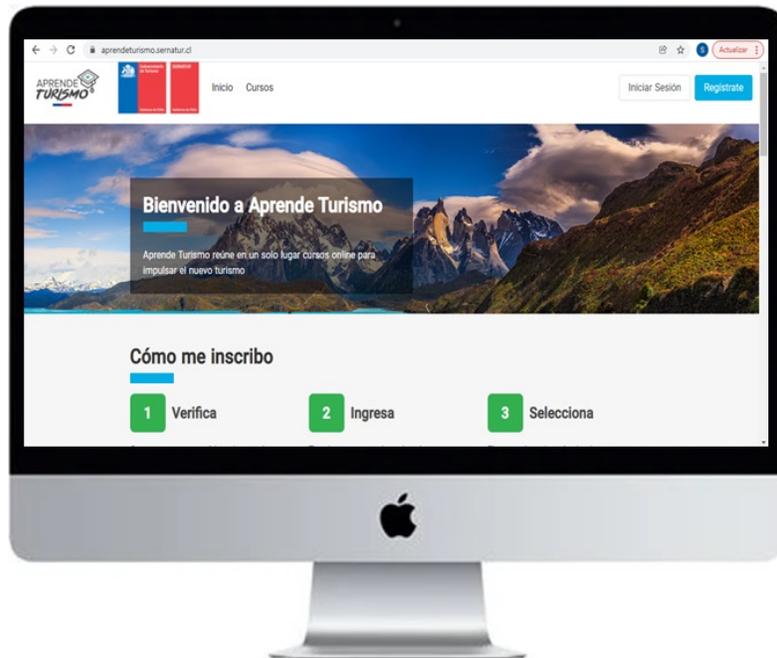
46,9

promedio de la categoría 2020
33,6 puntos

+17,8



Iniciativas de innovación y tecnología



Diseñada y creada en 2021

Plataforma que reúne la oferta de capacitaciones y herramientas de gestión *online* del sector.

- ✓ Cursos en temáticas de sustentabilidad, *market ready*, turismo accesible, hospitalidad, SIGO y guías de turismo.
- ✓ Integrada con clave única, Registro Nacional de Presatadores de Servicios Turísticos, Moodle y certificados inteligentes.
- ✓ Plataforma en WP, middlewear (log in), Moodle, certificados inteligentes con blockchain acreditable.
- ✓ Responsiva y editable

✓ 331 horas de capacitación
+ 20 cursos cargados
+ 100 cápsulas contenido AV

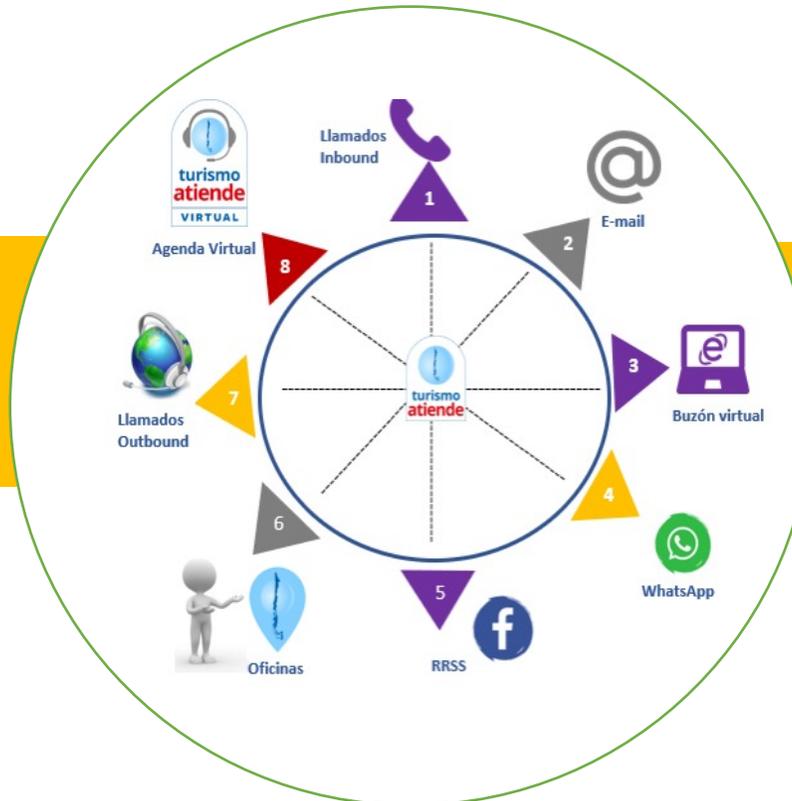
Innovación en la atención de usuarios



Transformación de la atención a nuestros clientes incorporando omnicanalidad y tecnología.

144.250 clientes fueron atendidos a través de nuestras múltiples plataformas de atención

CANAL NO PRESENCIAL
55% de las atenciones



CANAL PRESENCIAL
45% de las atenciones

Principales canales de atención durante el periodo:

- ✓ 49% teléfono
- ✓ 27% WhatsApp



Encuestas y satisfacción en la atención

La satisfacción de los múltiples canales de atención: 18% de nuestros clientes aprueba con un 96% neto nuestra atención.



3. CALIDAD Y CAPITAL HUMANO

Abarca el estándar de calidad del producto o servicio turístico y el desarrollo de capital humano en la industria.

Registro e inspección: impulsando la formalización de la oferta



Fortalecimiento y formalización de servicios turísticos

Visibilización de la oferta formal



DIFERÉNCIATE DE LOS INFORMALES

EXHIBE TU SELLO DE REGISTRO



Ingresa a:

registro.sernatur.cl

Calidad turística y compromiso de protocolos covid-19: condiciones habilitantes para los prestadores de servicios turísticos



147 sellos Q vigentes al 2021.

77 son nuevas empresas que recibieron certificación durante 2021.

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



+6.400

EMPRESAS ADHERIDAS

Reactivación + seguridad sanitaria

23

PROTOCOLOS PARA MINIMIZAR
EL RIESGO DE CONTAGIO POR COVID

Conciencia turística



Nuevo Código de Conducta ESCNNA

+800 capacitados

73 prestadores adheridos



3 cursos

+170 beneficiarios

44 acciones regionales

- ✓ Hoja de ruta del turismo accesible para Chile 2022-2026



- ✓ Lineamientos de igualdad y equidad de género
- ✓ Concurso Mujer Empresaria Turística
- ✓ 26 acciones regionales
- ✓ Diagnóstico LGBT+

5.555 personas capacitadas a nivel nacional

Mujer Empresaria Turística 2021: promoviendo el liderazgo femenino en la industria



12^a versión del concurso que premió a mujeres resilientes frente a la pandemia, en alianza con el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género y BancoEstado.

2 ganadoras a nivel nacional

16 finalistas regionales destacadas por su resiliencia

+300 postulaciones a nivel nacional.



 [VER VIDEO](#)



 [VER VIDEO](#)



+ de 850 becas de capital humano junto a CORFO

3 PFC de SIGO Innovación, SIGO Tecnología y Curso de Especialización para la Actividad de Excursionismo y Trekking para Guías de Turismo



Creación marco cualificaciones para turismo

+ implementación en el subsector de la gastronomía

- ✓ **3.318** Certificaciones de Competencias Laborales de ChileValora.
- ✓ **1.229** personas capacitadas en cursos de Sence.
- ✓ **241** personas en el curso 'Turismo para Municipios y Gobiernos Regionales'.
- ✓ Guía de perfiles de egreso

Capital Humano

Iniciativas de apoyo para guías de turismo

Guías aprobados por cada iniciativa:

100 guías

Diplomado de
Especialización en Trekking

63 guías

Certificación Sello Q

142 guías

Plan Formativo de Guías de
Turismo

512 guías

Cursos de Primeros Auxilios

353 guías

Prueba conducente al Registro Nacional de
Prestadores de Servicios Turísticos

329 guías

Certificación de Competencias Laborales
(ChileValora)

2.223 guías

Relatos de Guías



4. INVERSIÓN Y COMPETITIVIDAD

Para aumentar la competitividad turística es importante fomentar el desarrollo de la oferta turística y disminuir su concentración.



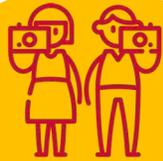


Nuestro objetivo es diversificar destinos y disminuir la estacionalidad para contribuir al crecimiento de la industria turística y permitir un turismo para todos a través de los distintos programas:



¿Cómo reactivamos los viajes?

1. **Aplicación de protocolos sanitarios** (*comunas de origen y destino en fase 3 del Plan Paso a Paso, todos los pasajeros con Pase de Movilidad, guías y conductores permanentes con PCR-*).
2. **Creación de manuales de buenas prácticas.**
3. **Capacitación prestadores de servicios turísticos.**
4. **Entrega de recursos financieros para aplicar medidas sanitarias.**
5. **Entrega de *kits* sanitarios a pasajeros.**
6. **Aumento de tipos de beneficiarios** (*mujeres, funcionarios de la salud, estudiantes de enseñanza superior*).
7. **Implementación de nuevas iniciativas de compra *online*** (*sistema de viajes por experiencia, donde los pasajeros complementan los componentes del paquete*).



30.793 pasajeros
beneficiados



97.863
pernoctaciones
generadas



1.914.404
millones
(mm)
Subsidio 2021



65
destinos
turísticos beneficiados
en todo Chile



504
micro, pequeñas y
medianas empresas
beneficiadas



Los programas exigieron a todos los prestadores de servicios turísticos participantes adherirse al Certificado de Compromiso 'Confianza Turística'



El programa considera el factor social del turismo, potenciando la interrelación de las personas mayores

19.855 pasajeros beneficiados
72.420 noches camas utilizadas
51 destinos turísticos



Continuidad de convenio de colaboración con Mineduc, entre 2018 y 2021

1.897 pasajeros beneficiados
7.361 noches-cama
7 destinos turísticos

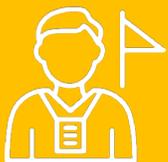


3 convenios de colaboración:
✓ MinMujeryEG
✓ MIndesoyF

9.041 pasajeros beneficiados
18.082 noches-cama generadas
27 destinos turísticos



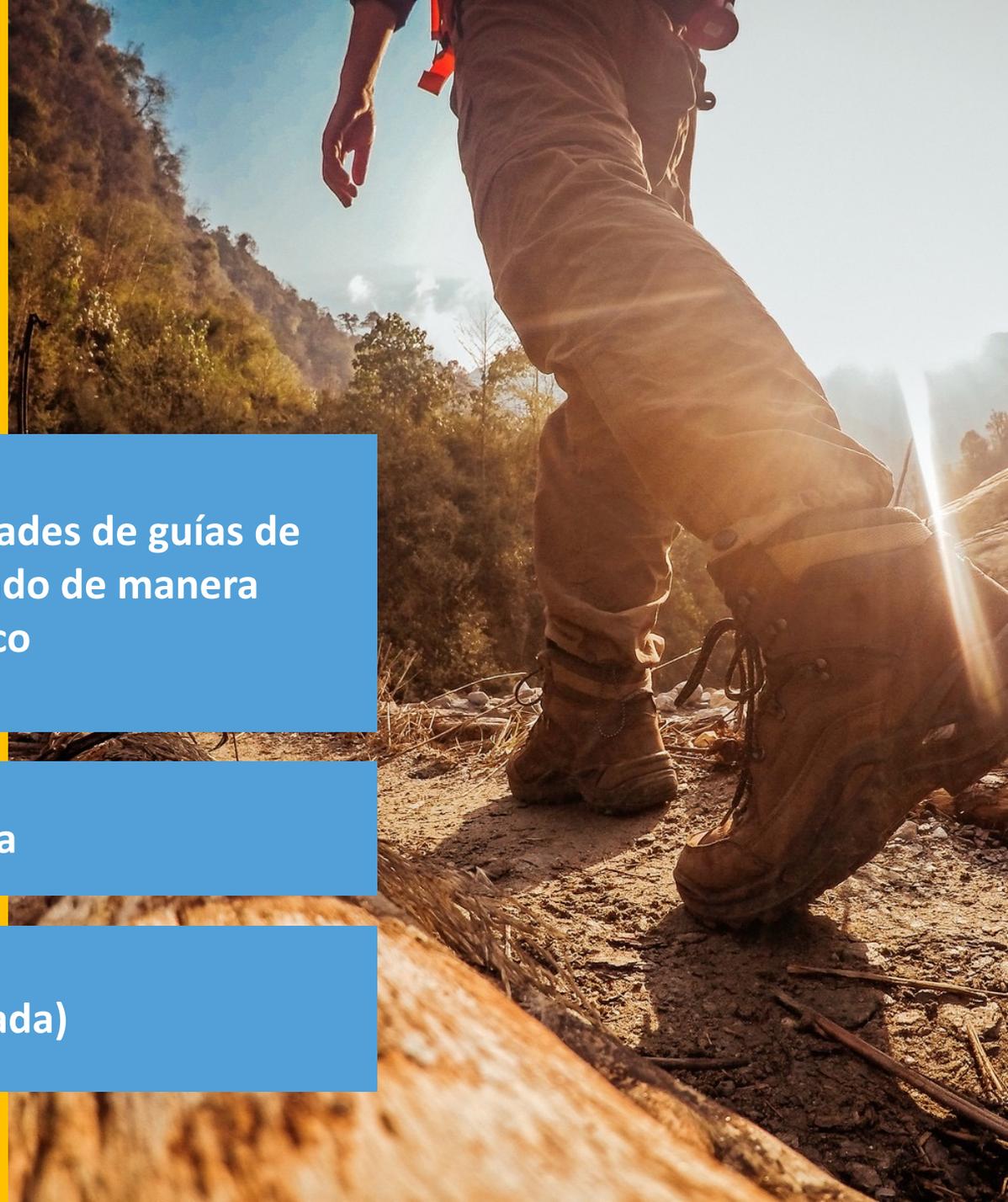
Proyecto orientado a la reactivación de actividades de guías de turismo, mediante la emisión un video elaborado de manera orgánica por un guía sobre a un destino turístico



2.223 guías beneficiados por la iniciativa



\$ 1.531 millones (inversión aproximada)



Fomento

Instrumentos de reactivación para la industria con foco en turismo

PROGRAMA DE EMERGENCIA
FORMACIÓN EMPRESARIAL
REACTÍVATE
CRECE



+13.000

empresas beneficiadas (2020-2021)

PAR IMPULSA TURISMO



4.551 proyectos

CRÉDITO COVID Y FOGAPE REACTIVA



4.260 empresas beneficiadas



5. INTELIGENCIA DE MERCADO

El manejo de las estadísticas del turismo es clave para ser un destino turístico de clase mundial.

Nos enfocamos en la transformación digital de las estadísticas del turismo en el país, profesionalizando y democratizando los datos del turismo, a través del uso de interactivo de la data con herramientas digitales.



Principales hitos 2021

Lanzamiento DATA
TURISMO CHILE y SIET



ÍNDICE DE
REACTIVACIÓN DE
DESTINOS

PIB Turístico
2013-2019

Lanzamiento



HERRAMIENTA DIGITAL
'PLANEA TU VIAJE' en
web de Chile es Tuyo

PLANEA tu próximo VIAJE

Te entregamos toda la información necesaria para planificar tu siguiente viaje.

El instrumento de búsqueda que ya está disponible en Chile es Tuyo permite encontrar alternativas de viaje según las preferencias de los usuarios, respecto a destino, fecha, clima y precio.

CONOCE LA NUEVA HERRAMIENTA AQUÍ

TASA DE OCUPABILIDAD
EN FINES DE SEMANA
LARGO
Retomar medición

PROYECTO BIG
DATA PARA EL
TURISMO INTERNO

DATA turismo CHILE

Un viaje por la data de la industria para tomar mejores decisiones

DataTurismo Chile proporciona información de las estadísticas oficiales de turismo del país. Mediante esta herramienta digital de autoconsulta, se puede visualizar de manera interactiva los datos con el objetivo de apoyar la toma de decisiones del sector turístico.



Big Data para el Turismo Interno

Información de viajes turísticos internos con pernoctación (origen – destino). Temporalidad anual – mensual, a nivel de región, destino turístico y comuna.

[Ir al dashboard](#)



Operatividad turística

Indicadores sobre el estado de los atractivos turísticos del país. Además de información relacionada con la situación COVID a nivel territorial.

[Ir al dashboard](#)



Movimiento turístico internacional

Información de llegadas de turistas extranjeros al país, según nacionalidad y vías de entrada. Temporalidad anual - mensual

[Ir al dashboard](#)



Perfil del turista extranjero en 2019

Principales características de los turistas extranjeros que ingresan al país por vía aérea. Año de referencia 2019.

[Ir al dashboard](#)

Sistema de Información de las Estadísticas de Turismo – SIET

Conoce nuestro repositorio de información estadística oficial referente al turismo

[INGRESAR](#)

¿Quiénes serán los beneficiados de este trabajo de transformación digital?

Empresarios

Gremios del turismo

Municipios

Academia

Colaboradores internos

Emprendedores del sector

Organismos nacionales e internacionales

Medios de comunicación

- ✓ 183.815 empresas ACT (año 2019)
- ✓ 11 gremios (aprox.)
- ✓ 345 municipalidades
- ✓ 199 instituciones con carreras de turismo
- ✓ 460 funcionarios

Inteligencia de mercado: publicaciones

2021 LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS AL PAÍS

AÑOS 2008 - 2021

Notas

NOTA 1 | Cifra incluye chilenos residentes en el exterior estimados por la Subsecretaría de Turismo y Sematur; excluye Puertos Marítimos de PICH - JETIAX.

NOTA 2 | Debido a cambios en la fuente de información, a partir de agosto de 2011, la Subsecretaría de Turismo y Sematur estiman la llegada de turistas de nacionalidad peruana ingresados vía Concordia (Chacabuta).

NOTA 3 | La Subsecretaría de Turismo y Sematur estiman la llegada de turistas de nacionalidad argentina ingresados vía Integración Austral (Monte Aymonil) y San Sebastián.

NOTA 4 | CHILE corresponde a chilenos residentes en el extranjero.

NOTA 5 | Cifras revisadas de enero 2008 a febrero 2016. Cifras provisionales y rectificadas de marzo 2016 a marzo 2019. Cifras provisionales de abril 2019 a enero 2021.

NOTA 6 | Durante el mes de enero de 2021, amparados en la "Política de Revisión y Actualización de Cifras de Estadísticas de Turismo" vigente, se revisan las cifras de llegadas de turistas internacionales del intervalo comprendido entre abril y octubre de 2020, ambos meses inclusivos, actualizando a "cero" las llegadas de turistas extranjeros en dicho periodo debido al cierre de fronteras que mantuvo el país entre el 18 de marzo al 23 de noviembre de 2020, como medida preventiva a raíz de la pandemia sanitaria mundial.

Elaborado por la Subsecretaría de Turismo y Sematur en base a información proporcionada por la Jefatura Nacional de Migraciones y Policía Internacional de Chile.

Publicación: Febrero 2021

MINISTERIO NACIONAL DE TURISMO
Departamento de Estadística y Turismo
http://www.turismo.gub.cl

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
Departamento de Estadística
http://www.serviciotour.cl

2021 CUADRO DE RESULTADOS TURISMO RECEPTIVO

ANUAL 2021
CIFRAS PROVISIONARIAS

Contenido

CUADRO 1 | LLEGADAS DE VISITANTES E INGRESO DE DÍVISAS AL PAÍS, ANUAL 2021.

ANEXO | NOTAS METODOLÓGICAS

Elaboración: Departamento de Estadística, SERSTATUR.

MINISTERIO NACIONAL DE TURISMO
Departamento de Estadística y Turismo
http://www.turismo.gub.cl

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
Departamento de Estadística
http://www.serviciotour.cl

TASA DE OCUPABILIDAD EN ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO

Ferriados 31.10 y 01.11 - 2021

01 | INTRODUCCIÓN

La Subsecretaría de Turismo y el Servicio Nacional de Turismo, en un trabajo conjunto entre el Departamento de Estadística y las Direcciones Regionales, presentan el siguiente informe que proporciona información relevante de los establecimientos de alojamiento turístico, con una medición de la tasa de ocupabilidad en habitaciones para la semana del viernes 29 al domingo 31 de octubre del presente año, incluyendo la noche de este último día señalado.

Tanto la población como la unidad muestral corresponden a establecimientos de alojamiento turístico. Antes de la pandemia (metodología 2017), se diseñó para cada destino un muestreo aleatorio estratificado, dividiendo en dos grupos el marco muestral por destino. Los grupos se conformaron de acuerdo con la capacidad (número de unidades habitacionales) de los establecimientos. Debido a que el objetivo de este estudio ha sido estimar la tasa de ocupabilidad en habitaciones para las clases de alojamiento más características de las cuarenta y ocho principales destinos del país (población objetivo), la importancia relativa de las clases y los destinos se estableció de acuerdo con el número de establecimientos de alojamiento turístico en estas agrupaciones.

Para este año 2021, como consecuencia del efecto de la pandemia Covid-19, y a las disposiciones emanadas desde la autoridad sanitaria, tanto la metodología ocupada hasta el 2019 como las mediciones, han sufrido ciertas adecuaciones, entre ellas, cambios en las poblaciones, y la existencia de establecimientos que, por diversas razones, no fue posible encuestar. En efecto, para esta medición se logró una muestra completa de 1.355 casos, un 91,3% del total de establecimientos empadronados.

Por último, se precisa que en este reporte se incluyen referencias técnicas para un mejor uso de los resultados expuestos, teniendo presente que, el marco muestral se podría haber visto afectado en la reducción de establecimientos por consecuencia de la pandemia mundial de COVID-19, dado esto no es posible contar con un error de estimación.

Turkey: Patatek, Cabatas, Patatek y Residencial; Ecuador: Albergue; República Dominicana: Campung, Apart Patatek, Hostalia y Resort

1

2021 CUADRO DE RESULTADOS TURISMO EMISIVO

ANUAL 2021
CIFRAS PROVISIONARIAS

Contenido

CUADRO 1 | RESIDENTES EN CHILE SALIDOS POR MOTIVOS TURÍSTICOS AL EXTRANJERO Y EGRESO DE DÍVISAS, ANUAL 2021.

ANEXO | NOTAS METODOLÓGICAS

Elaboración: Departamento de Estadística, SERSTATUR.

MINISTERIO NACIONAL DE TURISMO
Departamento de Estadística y Turismo
http://www.turismo.gub.cl

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
Departamento de Estadística
http://www.serviciotour.cl

Chile

ANUARIO DE TURISMO

2020

MINISTERIO NACIONAL DE TURISMO
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO

Barómetro de Turismo
Diciembre 2021

MINISTERIO NACIONAL DE TURISMO
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO



6. SUSTENTABILIDAD

La adopción de prácticas sustentables en la actividad turística aporta importantes beneficios para la sociedad, el medio ambiente y las economías locales.

Camino hacia la sustentabilidad: Impulsando la adopción de buenas prácticas en sustentabilidad



166 sellos S vigentes a 2021.

9 sellos S entregados en 2021

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



+115
certificados de turismo sustentable en dos meses



Curso Turismo Sustentable > **+500**
prestadores beneficiados



**Actualización
Rueda
Turismo
Sustentable**

Gestión territorial y medio ambiental

- ✓ **Plan de adaptación al cambio climático**

(En conjunto con la Subsecretaría de Turismo, se implementaron las medidas 1, 3, 4, 6, 7, 12 y 14).

- ✓ **Índice de Saturación de Destinos**

(Transferencia Protocolo para el cálculo del ISDT y la elaboración de análisis crítico de los índices de saturación existentes en materia de cambio climático).

- ✓ **100% de los nuevos planes de acción de las ZOIT incorporan acciones de adaptación y/o mitigación del cambio climático**

Impulso a la gestión de destinos más sustentables



Gestión territorial y medio ambiental

✓ Distinción "Municipalidad Turística"

- Se entregó la Distinción de Municipalidad Turística: Algarrobo, Coyhaique, Parral, Puerto Varas y Futrono, Isla de Maipo, Pucón y Coyhaique, que se suman a Concón, Vicuña, Caldera, Machalí Valdivia.
- Hay 18 municipios en proceso de obtener la Distinción
- 3.428 conexiones al Encuentro Nacional de Encargados de Turismo Municipal.
- Continuación implementación del Modelo de Gestión para el Fortalecimiento a la Gestión Turística Municipal.
- Sernatur trabajó con 296 municipios (de 345) teniendo como contraparte a los coordinadores municipales de turismo.
- Se realiza el primer Congreso Nacional de Municipalidades Turísticas en Pucón.



Sustentabilidad: minimizando el impacto sobre el medio ambiente y contribuyendo al desarrollo de turismo local



TERRITORIO Y MEDIO AMBIENTE

7⁶²⁵

Pronunciamentos emitidos por Sernatur (DR y DN) en el Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental.

1. Convenio de colaboración con el Ministerio de Bienes Nacionales.
2. Sernatur en conjunto con la Subsecretaría de Turismo y el Ministerio de Desarrollo Social capacitaron a más de 1.000 profesionales de distintas áreas del sector público sobre la 'Metodología para la formulación y evaluación de proyectos de instalación turísticas'.



DESARROLLO DE DESTINOS

2

Encuentros nacionales ZOIT

20

emisión de informes de postulación ZOIT

2

ZOIT participaron en el proceso de prórroga

Nuevas OIT 2021

1. Pueblo de Mamiña, Región de Tarapacá
2. Putaendo, Región de Valparaíso.
3. Chaitén, Región de Los Lagos
4. Lago Llanquihue, Región de Los Lagos
5. Río Puelo, Cochamó y Hualaihué, Región de Los Lagos



7. Eficiencia en la gestión

Medidas de gestión interna que promuevan el desarrollo eficaz y efectivo de los procedimientos administrativos.



Participación en compras coordinadas:

6 compras coordinadas (telefonía móvil y arriendo de computadores) generando un importante ahorro a Sernatur (aprox. MM\$92 anuales).

Plan anual de compras a través de SGP: levantamiento, revisión y aprobación del Plan de Compras 2021 a través del sistema de gestión presupuestario (SGP). Gracias a esto, el plan de compras se encuentra ajustado al presupuesto institucional.

Durante 2022, se espera integrar al sistema a las direcciones regionales.

UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN 2021

Ley de Transformación Digital del Estado:

2021 - Implementación del **Sistema de Gestión Documental** para la tramitación de memos, oficios, cartas y resoluciones en el nivel central de Sernatur y en la Dirección Regional Metropolitana; y **DocDigital**, para el envío de oficios a otras instituciones, para todo Sernatur.

En paralelo, se está trabajando con Archivo Nacional para implementar la transferencia electrónica de expedientes a la institución. Además, se está estudiando la implementación de un nuevo sistema estructurado en expedientes electrónicos.

2020 – 2021 SIGEDOC:

Sistema de Gestión Documental, con manejo de flujos de procesos simples que permite elaborar los principales documentos utilizados dentro de la institución.

2021 - Firmador Institucional:

Permite firmar de manera electrónica documentos de distintos tipos (recibos conformes, actas e informes de avance). Se encuentra habilitado para todas las direcciones regionales. La firma de los documentos se realiza mediante la API habilitada por FirmaGob, desarrollada por la dirección de Gobierno Digital.

Política de Gestión de Personas: mesa de trabajo con representación de la dirección nacional, la Asociación de Funcionarios, Fiscalía y representantes de los trabajadores elegidos por votación, para modificar la Política de Personas de 2015. Fue formalizada mediante Rex N° 36 del 12.02.2021 y, en la actualidad, se encuentra ejecutando bajo los parámetros de Plan Estratégico en Materia de Gestión y Desarrollo de las Personas.

Reglamento Especial de Calificaciones: contratación de una consultora para ejecutar una modificación al actual Reglamento Especial de Calificaciones de Sernatur. Dicha modificación en la actualidad se trabaja a través de una mesa de trabajo.

UNIDAD DE GESTIÓN Y DESARROLLO DE LAS PERSONAS 2021

Levantamiento de Perfiles de Cargo, Política de Compensaciones: 116 perfiles de cargo a nivel nacional. Con dicho levantamiento, se realizó un diseño de bandas y definición de política de compensaciones.

Durante 2021, se procedió a levantar los perfiles de cargo de las direcciones regionales, la que en la actualidad se encuentra en etapa de validación de los 51 perfiles levantados, para luego proceder a la actualización de la actual política de compensaciones.

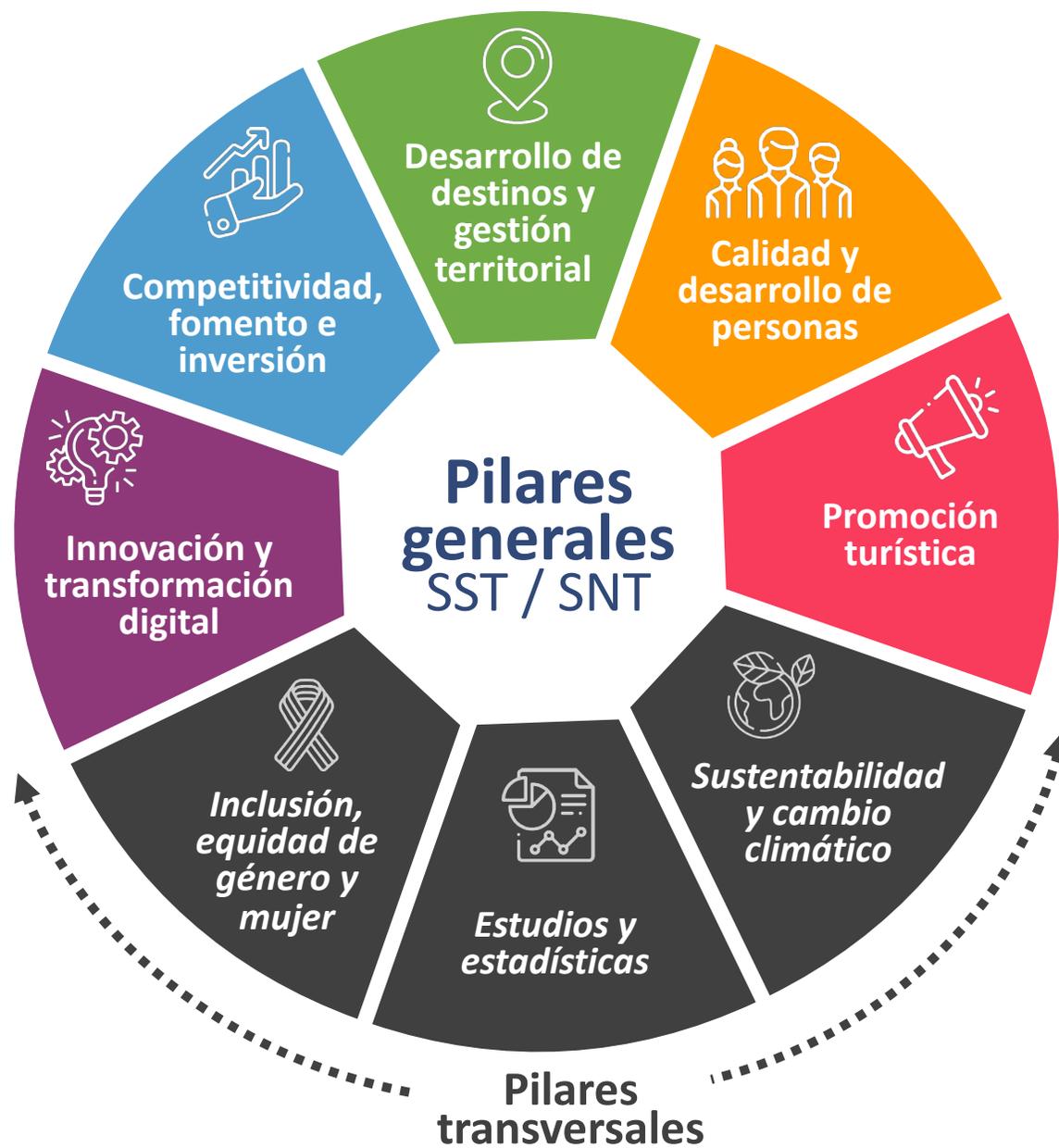
Capacitación: temáticas de habilidades blandas a todos los funcionarios de Sernatur (fortalecimiento de equipos, comunicación efectiva, presentaciones efectivas, entre otras temáticas). Programa a tres años.



Lineamientos y desafíos 2022



Lineamientos 2022



Lineamientos 2022

Desarrollo de destinos y gestión territorial

Gestionar los territorios con una mirada turística para potenciar los destinos y atractivos promoviendo el desarrollo y crecimiento local en forma focalizada.

Competitividad, fomento e inversión

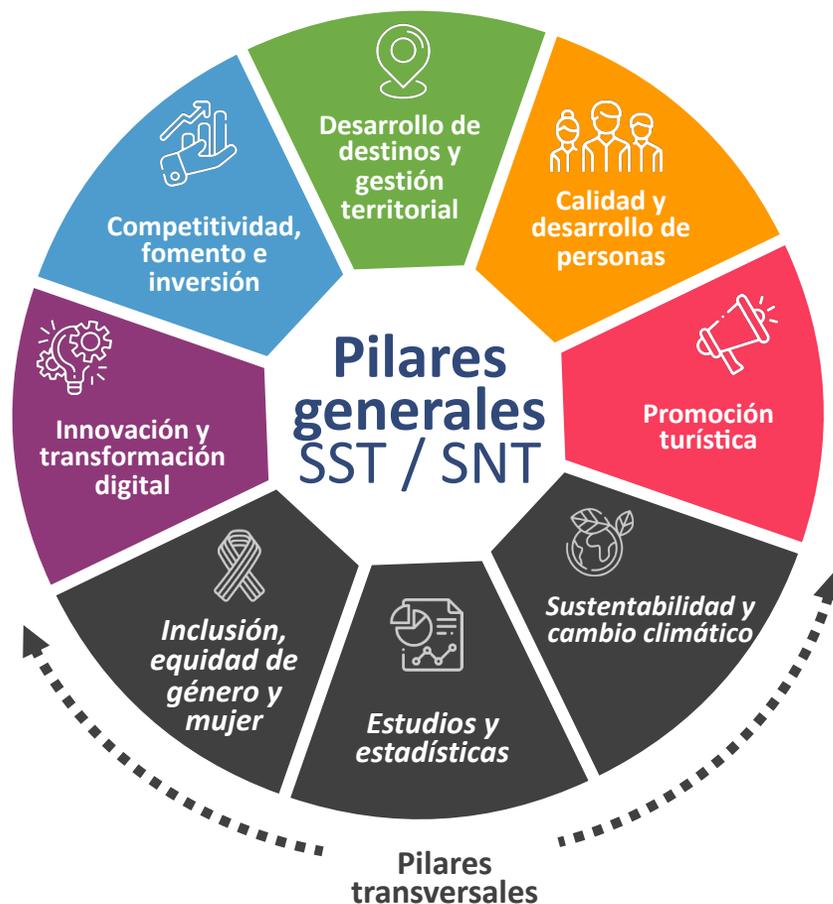
Generar instrumentos de fomento para el desarrollo de las pymes turísticas; fomentar la formalización-certificación-registro; flaboración de plan de inversiones y concesiones (MOP-Subdere-MINVU-BBNN) e inversión pública verde.

Innovación y transformación digital

Impulsar la transformación digital de las pymes; incorporar la innovación en productos y servicios nuevos o mejorados que aporten a un mejor desarrollo del sector.

Inclusión, equidad de género y mujer

Enfrentar la desigualdad, permitiendo mayores niveles de equidad, igualdad de oportunidades y derechos para los chilenos y chilenas.



Estudios y estadísticas

Ampliar el patrimonio estadístico institucional para contar más y mejores estadísticas como soporte para el proceso de toma de decisiones.

Calidad y desarrollo de personas

Favorecer la inserción laboral femenina en la industria turística eliminando barreras a la entrada y promoviendo la igualdad y equidad salarial; mejorar empleabilidad y condiciones laborales.

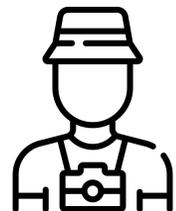
Promoción turística

Efectuar acciones de promoción dirigidas a comunicar e incentivar la demanda de turismo interno por los destinos de Chile y efectuar acciones de promoción dirigidas a comunicar e incentivar la demanda del mercado turístico receptivo por los destinos turísticos de Chile.

Sustentabilidad y cambio climático

Adaptación y mitigación al cambio climático, a través del desarrollo de productos y destinos turísticos sustentables, inclusivos y accesibles.

Desafíos 2022



Turismo interno

Continuar con la reactivación del sector para lo cual, a través de iniciativas conjuntas con otros actores del turismo, se debe fortalecer el desarrollo del turismo interno mediante el impulso a generar demanda hacia las diferentes regiones del país mediante campañas de promoción y marketing principalmente en soportes digitales, con foco en escapadas, vacaciones y excursiones.



Turismo receptivo

La promoción internacional de Chile seguirá constituyéndose como elemento gravitante en la recuperación del sector. Es así como la implementación y profundización de estrategias en los diferentes mercados será relevante con el fin de mantener el posicionamiento construido en los últimos años mediante la comunicación promocional del destino Chile.

Desafíos 2022



Programas sociales

En temas de los programas sociales la velocidad evolutiva de la pandemia, demanda por parte del servicio para mejorar la agilidad en la adaptación a las condiciones sanitarias ya obtenida y las nuevas medidas implementadas por la autoridad sanitaria, incorporándolas de la manera más eficiente a su ejecución.



Estadísticas del sector

Continuar con el desarrollo, la mejora y la publicación de información estadística del sector que permita ir adoptando mejoras y la toma de decisiones más informadas, haciendo más eficiente las acciones que se toman en este ámbito.



Innovación y tecnología

Seguir avanzando en los temas de innovación y tecnología de manera de entregar más y mejores herramientas a los diferentes actores que les permita insertarse y mantenerse en este mundo digital.

Muchas gracias

