

## Balance de Gestión Integral 2021

### Servicio Nacional de Turismo

#### Resumen ejecutivo

El Servicio Nacional de Turismo es el organismo público encargado de promover y difundir el desarrollo de la actividad turística de Chile. Ejecuta la Política Nacional de Turismo mediante la implementación de planes y programas que incentiven la competitividad y la participación del sector privado, el fomento de la oferta turística, la promoción y la difusión de los destinos turísticos, además de resguardar el desarrollo sustentable de la actividad para que beneficie tanto a visitantes nacionales y extranjeros como a prestadores de servicios turísticos, comunidades y al país en su conjunto.

Desde 2020, Chile ha estado haciendo frente a la pandemia, un desafío inédito que se extiende hasta estos días y que ha tenido impactos severos en la salud y la calidad de vida de las personas, así como también en la economía del país y, por supuesto, en el turismo, que ha visto a todo su ecosistema afectado. En este contexto, la industria ha debido reinventarse para afrontar un nuevo turismo que tiene, en la actualidad, un foco especial en la digitalización y la seguridad de los viajeros.

A nivel nacional, con la incipiente reactivación del primer trimestre de 2021 y gracias a la apertura parcial del Aeropuerto Arturo Merino Benítez, se apuntaron 65.613 llegadas, esto es, un -93,9% de lo registrado en igual periodo de 2020. Esta leve recuperación se vio eclipsada por un nuevo cierre de fronteras producto de la expansión del virus, lo que para efectos del indicador significó cero ingresos de turistas extranjeros entre abril y septiembre. No obstante, considerando los avances de la vacunación, las restricciones fueron graduándose: en octubre de 2021, se habilitó el ingreso de extranjeros, sumando a diciembre un total de 190.022 llegadas de turistas internacionales, es decir, un -83,0% por debajo del año 2020 y un -95,8% respecto a igual periodo de 2019. Es por eso que hemos realizado esfuerzos que van en respuesta a esta crisis en distintos ámbitos, a fin de apuntar a la preparación de nuestros destinos y a la pronta recuperación del sector.

En este escenario, se hizo indispensable promover el turismo interno. Para ello, se potenció a la marca de promoción nacional Chile es Tuyo para difundir los beneficios de la actividad turística, mejorar la atención y fomentar que más chilenos conozcan el país, mediante sus plataformas. En total, la inversión en acciones de promoción nacional fue de \$947 millones en 2021, lo que sumado al resto del periodo de gobierno asciende a \$3.447 millones. Con esta inversión se puso especial énfasis en la eficiencia de los recursos, lo que conllevó a crear estrategias digitales, campañas de comunicación y alianzas con baja o nula inversión. En este ámbito, se implementó el plan de reactivación denominado Plan Viajar por Chile, que apuntó a la preparación en conjunto con la industria para un turismo responsable y enfrentar los desafíos de la reapertura del sector.

En turismo de reuniones o MICE, uno de los hitos más importantes fue la elaboración de la Guía de Viajes de Incentivos, realizada en conjunto con todas las regiones de Chile. Su propósito fue plasmar experiencias únicas e inolvidables enfocadas en el mercado de incentivo y en directo beneficio, como material de apoyo a los destinos y operadores. En este mismo ámbito, otro de los hitos destacados del periodo es el programa de embajadores Meet in Chile. Al año 2021, se han nombrado a 70 embajadores internacionales quienes representan y ofrecen a nuestro país como sede de los eventos de las organizaciones internacionales de las cuales son parte en sus respectivos directorios. De los 70 profesionales, 17 fueron galardonados durante el periodo 2018-2021.

La pandemia por covid-19 motivó a la industria a reinventarse y conectarse con fuerza en nuevos formatos asociados a las nuevas tecnologías, las que permitieron mantener la presencia de marca en los distintos mercados turísticos emisores. De este modo fue que, durante el año 2021, se realizaron 11 acciones promocionales, de las cuales 9 estaban dirigidas al público internacional y dos al público nacional. Entre las acciones promocionales con foco en el mercado extranjero, tres fueron presenciales y marcaron el regreso de Chile a las actividades: Fiexpo, FIT y Elevate.

Respecto a la promoción internacional de nuestros destinos, se ejecutaron campañas comunicacionales en mercados estratégicos. En 2021, se mantuvo la comunicación que había comenzado en 2020, bajo el concepto de Plan Viajar a Chile y, al finalizar el año, se lanzó la campaña Chile is Back, que luego de un exitoso proceso de vacunación nos permitía abrir nuevamente las fronteras a los turistas internacionales e invitarlos a viajar por nuestro país. En 2021, conseguimos que más de 4.159.641 usuarios visitaran los sitios [www.chile.travel](http://www.chile.travel) y [www.chileestuyo.cl](http://www.chileestuyo.cl).

Ante la necesidad de prepararse para la recuperación, Sernatur lideró distintas iniciativas que fueron en favor de la industria. Una de ellas fue poner a disposición una serie de Protocolos Sanitarios y Guías de Buenas Prácticas para el manejo y la prevención del coronavirus. Estos documentos han servido para orientar al sector y estar preparado para operar y recibir visitantes resguardando la seguridad de las personas. De esta forma, los prestadores de servicios turísticos pudieron adherirse al Certificado de Compromiso 'Confianza Turística', logrando una adhesión de 6.278 hasta el año 2021. Dicho instrumento muestra el compromiso de cada empresa turística en la implementación de protocolos y las guías de buenas prácticas.

Dada la continuidad de la contingencia sanitaria, Activa Turismo en Línea siguió siendo un espacio para entregar herramientas e información a la industria. Durante 2020 y 2021, el ciclo de charlas *online* se centró en las acciones de apoyo en materia de capacitación, fomento y empleo. Se realizaron 85 *webinars* que abordaron medidas económicas, marketing digital, subsidio al empleo, programas de capacitación y apoyo a empresas, entre otros temas, alcanzando a 26.070 participantes, entre ambos años.

La pandemia planteó también nuevos desafíos que el servicio sacó adelante gracias a la fuerte articulación con otras instituciones de gobierno y la industria turística nacional, como el programa Becas Capital Humano de Corfo, marco dentro del cual se ejecutó con éxito el programa SIGO Turismo Innovación, que entrena a mipymes turísticas para diferenciar la oferta de productos y servicios de los destinos. Esta iniciativa llegó a 414 beneficiarios durante el periodo 2018-2022. Por otra parte, también junto a Corfo, se realizó un segundo llamado al programa SIGO Turismo Tecnología, cuyo fin fue brindar asistencias técnicas a las mipymes para desarrollar y fortalecer sus competencias digitales, enriqueciendo la experiencia integral de enlace que ofrecen a sus clientes. Se benefició a 188 participantes de distintos destinos de Chile durante el 2021, totalizando 714 beneficiarios desde su implementación piloto en el año 2020.

Otro de los segmentos que la pandemia afectó fuertemente fue el de los guías de turismo. Para esto, se diseñó un plan de ayuda por más de \$2.100 millones, especialmente enfocado en este segmento, el cual aportó empleabilidad (con Relatos de Guías, iniciativa que brindó un espacio digital para que los guías turísticos pudieran continuar desarrollando su trabajo), formalización (con la certificación de competencias laborales a través de becas de Sence, reconocimiento de certificaciones internacionales y entrega de credenciales para destacar a los profesionales como parte de la oferta formal) y capacitación (cursos de primeros auxilios, de montaña y alta montaña con certificación internacional y cursos de *b-learning* de formación de guías generales).

Otra de las acciones relevantes fue la implementación del nuevo reglamento de la Ley de Turismo, que adapta los requisitos documentales para el registro según el tipo de servicio y con el cual se espera ampliar la cobertura del Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos. En paralelo, se implementó una nueva plataforma para este registro, la cual brinda mayor autonomía a los prestadores en la actualización de su información.

En materia de turismo social, pilar fundamental en la gestión de Sernatur, la pandemia impidió que los viajes de los programas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar se desarrollaran con regularidad y relativa normalidad desde 2020 hasta el primer semestre de 2021. De igual modo, los programas se prepararon administrativa y operativamente en el cumplimiento de las medidas sanitarias contempladas en los protocolos sanitarios, las guías de buenas prácticas y en la inclusión de medidas adicionales orientadas principalmente a disminuir los riesgos asociados a contagios.

Durante el periodo 2018-2021, con una inversión aproximada de 21.146 mil millones se logró facilitar el acceso a la actividad turística a 224.530 pasajeros adultos mayores, estudiantes, familias, mujeres, personas en situación de discapacidad, estudiantes de escuelas especiales niños, niñas y adolescentes de la red de Sename, generando 947.566 pernотaciones y beneficiando en promedio cada año del periodo de gobierno a alrededor de 67 destinos turísticos 750 prestadores de servicios turísticos, que, en su mayoría, corresponden a micro, pequeñas y medianas empresas.

Otra de las maneras de ser un apoyo para la industria fue la creación de la plataforma multicanal Turismo Atiende, que desde 2020 entrega asesoría a turistas nacionales y extranjeros ofreciendo información turística de calidad, excelencia en el servicio e incorporando tecnología en sus canales de atención. A los ya existentes, se sumaron en 2021 la atención vía WhatsApp y una agenda virtual para entregar, mediante videollamadas, asesoría en materia turística a la industria y la ciudadanía. De esta manera, Sernatur mantuvo operación en canales presenciales y no presenciales con un total de 68.377 atenciones durante el último año. Respecto a la atención presencial, las 28 Oficinas de Información Turística atendieron a 12.504 clientes, lo que significó una disminución del 43% respecto del año anterior, debido a la intermitencia del servicio por las variables sanitarias.

En materia de estudios en turismo, Sernatur (en conjunto con la Subsecretaría de Turismo) desarrolló un sistema que reúne en un solo lugar toda la estadística disponible del sector, su objetivo es contribuir a la reactivación de la actividad turística facilitando la toma de decisiones tanto a nivel de política pública como de inversión, en todos sus niveles. DataTurismo Chile es una plataforma de libre acceso y cien por ciento digital que se trabajó desde 2020 y a la cual se han ido incorporando nuevas aplicaciones, como el análisis de *big data* sobre el turismo interno, lo que pone a Chile a la vanguardia en la utilización de nuevas tecnologías en la captura de información estadística.

Respecto de los desafíos, el más relevante dice relación con 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. 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.

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

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

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.