



CUENTA PÚBLICA PARTICIPATIVA '24

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO
GESTIÓN 2023

BORRADOR



INTRODUCCIÓN

El Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) 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, resguarda 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.

El servicio atiende necesidades de turistas nacionales e internacionales, prestadores de servicios turísticos, inversionistas del sector, centros de estudios superiores y medios que imparten carreras de turismo a nivel nacional, organismos internacionales, gremios turísticos, municipios y otros actores. En total, trabajan 398 personas; el 57,54 por ciento son mujeres, lo que equivale a 229 funcionarias y prestadoras de servicios a honorarios.

Parte de los principales desafíos que enfrenta el sector turístico chileno son recuperar los niveles previos a la pandemia y aumentar el impacto positivo de las llegadas de turistas en cada destino. El plan de marketing internacional de 2023 definió una estrategia para lograr estos objetivos, con énfasis en la promoción internacional, el turismo de reuniones, los viajes de prensa e influenciadores y la capacitación del sector.

Durante 2023, Sernatur llevó adelante los desafíos anunciados en su última cuenta pública, que se realizó en la Región de Atacama. Así, con los programas de turismo social, avanzamos hacia una comercialización directa de los viajes mediante las agencias. Por otra parte, ampliamos también el alcance de los programas, a través de una modalidad de viaje exclusiva para mujeres, gracias al programa Turismo Familiar.

En cuanto a la promoción, realizamos acciones para contribuir al aumento del turismo receptivo, cuyo foco fue recuperar, capacitar y consolidar la cadena comercial internacional en la venta del destino Chile. Esto, además, se apoyó con campañas dirigidas a público final en los mercados objetivo. Adicionalmente, fortalecimos el desarrollo del turismo interno, mediante campañas tácticas de promoción segmentadas y focalizadas en feriados, vacaciones y excursiones, ligadas a la oferta turística de cada destino y se presentaron en el 'Catálogo de experiencias' de Chile es Tuyo, la plataforma de promoción nacional.

Sobre la gestión territorial, Sernatur fortaleció la gestión sustentable de los destinos turísticos priorizados y profundizó la entrega de herramientas para la gestión turística municipal. Además, se lograron avances concretos en materia de género, accesibilidad e inclusión.

RESULTADOS DE LA GESTIÓN 2023

Información sectorial

Se ejecutó el estudio de turismo internacional, que recopiló información actualizada para la estimación del gasto turístico y el comportamiento de los turistas internacionales provenientes de mercados emisores de visitantes más importantes para el país y de los turistas chilenos que salieron al extranjero. Se incluyó la variable de género de la persona entrevistada, lo que amplió las estadísticas del sector. Con la ejecución de este estudio, se retoma una medición de carácter estructural que permitirá disponer de datos para cada uno de los trimestres del año de referencia.

Así también, dimos continuidad a las perspectivas y tendencias a corto plazo del turismo receptor, con estimaciones de llegadas de turistas e ingreso de divisas, para mantener una visión ampliada del comportamiento del turismo receptor.

Durante 2023, se fortaleció la medición de flujos turísticos y su trazabilidad en el territorio nacional, a través de herramientas de big data, extendiendo la serie histórica de viajes con pernoctación del turismo interno, en aras de mantener la contribución al desarrollo y la gestión de la actividad con estadísticas oficiales. En esta misma línea, se amplió el trabajo metodológico, abriendo nuevos puntos de análisis, como la caracterización de los viajes turísticos que dio paso a la creación de un panel interactivo que se publicará durante este año.

Para aportar información a nivel territorial, se trabajó en la construcción de un indicador comunal que incluyó en su método estudiar las matrices de datos utilizadas en los índices cuantitativos existentes, el análisis factorial mediante componentes principales, definiendo un índice numérico como herramienta de apoyo en la evaluación y el desarrollo de destinos turísticos a nivel local.

Adicionalmente, se realizaron once mediciones en fechas emblemáticas, para obtener la tasa de ocupabilidad en establecimientos de alojamiento turístico en aquellos destinos más representativos.

Estos proyectos se complementan con el fortalecimiento de la información coyuntural de los indicadores consolidados que posicionan a Sernatur como el ente técnico de estadísticas del turismo, como los son el cálculo mensualizado de las llegadas de turistas, las estimaciones de salidas de chilenos por motivos turísticos y la actualización de la información de paneles y plataformas digitales.

Promoción turística

La reactivación del sector fue impulsada por la recuperación del turismo interno y la apertura de fronteras para el ingreso de turistas internacionales, lo que impactó de manera importante en la temporada estival de 2023. Para el cierre de ese año, proyectamos que el turismo interno alcanzara entre 62,9 y 68,3 millones de viajes totales con pernoctación, cifras que representan un incremento interanual de entre 3 y 11,8 por ciento, que significan un aumento de entre un 17 a un 27,1 por

ciento, respecto de los niveles observados previos a la pandemia en 2019. Por otro lado, hubo 3.730.507 llegadas de turistas internacionales, es decir, una recuperación del movimiento internacional de 82,6 por ciento, respecto a 2019. En adición a esto, exigió un ingreso de divisas de 2.770 millones de dólares, lo que representa un aumento de un 92,5 por ciento respecto a 2022 y un seis por ciento bajo lo alcanzado en 2019.

La inversión en acciones de promoción nacional alcanzó los 785 millones de pesos, destacando la eficiencia de los recursos con campañas comunicacionales en redes sociales y medios de circulación nacional y regional. En este contexto, se creó la campaña 'Expertos en feriados' para impulsar los viajes de turistas nacionales por el país durante todo el año.

Adicionalmente, se mantuvo hasta de noviembre de 2023 la campaña madre 'Hay Chile para todas y todos' y se trabajó en una nueva, denominada 'Chile es tuyo, tu viaje empieza aquí', que se lanzó a principios del mismo mes, en el marco del festival Ladera Sur. Allí las 16 regiones del país expusieron sus destinos, durante tres días, ante más de 15 mil visitantes.

En marzo de 2023 se lanzó la plataforma digital 'Catálogo de experiencias', herramienta que conecta la oferta turística con los potenciales visitantes y que tiene más de 250 experiencias promocionadas. En su primer año, contó con 403 mil visitas al año y un promedio de 1,5 visitas por usuario. Como resultado, se logró una tasa de crecimiento de seguidores de un 12,34 por ciento en Instagram y de un 46 por ciento de visitas a la web chileestuyo.cl.

En Santiago, se realizó la rueda de negocios nacional 'Chile, tu mejor apuesta', que sumó por primera vez al segmento de turismo de reuniones. Este evento puso en contacto la nueva oferta turística regional con compradores nacionales de alta cobertura en medios de comunicación nacional, congregando a más de 120 empresas, como operadores turísticos nacionales, agencias de viajes y empresas del segmento MICE. En total, se realizaron cerca de 700 reuniones de negocios entre los participantes.

La inversión en promoción internacional fue de 7.068 millones de pesos, con énfasis acciones dirigidas al canal comercial. El servicio participó en nueve de las principales ferias de turismo internacionales en los mercados de España, Reino Unido, Alemania, Brasil y Argentina y en cuatro ruedas de negocios en Brasil, Argentina, Europa y Estados Unidos. Por otra parte, capacitamos sobre Chile a 3.100 agentes del canal comercial de los mercados prioritarios.

En cuanto a campañas dirigidas al público final, se implementó una estrategia digital. Durante el primer semestre se puso en marcha la campaña 'Go for Chile' en los mercados de Brasil, Argentina, Estados Unidos, Reino Unido, España, Francia y Alemania. A partir del último trimestre del año, se lanzó la campaña 'Viaje infinito, descubre Chile' y, junto a la estrategia en redes sociales, se obtuvo

una tasa de crecimiento de un 26,3 por ciento en TikTok, un 4,64 por ciento en Instagram y una visita de 2.588.455 a la web chile.travel.

En el segmento de turismo de reuniones, postulamos a 36 candidaturas para acoger en Chile congresos internacionales, ganando 29 de ellas, con una tasa de éxito de 88 por ciento. Esto permite proyectar un retorno aproximado de 34 millones de dólares para el país.

También se realizaron 31 viajes de prensa e influenciadores, 16 internacionales y 15 nacionales, cubriendo 15 de las 16 regiones. Esta inversión alcanzó los 244 millones de pesos y se obtuvo un resultado valorado en 258 millones de pesos en publicaciones nacionales y 22 mil millones de dólares en publicaciones internacionales.

Por otro lado, Turismo Atiende registró un total de 97.402 atenciones, cifra que representa un aumento del siete por ciento en comparación con el año anterior. Se observó también un incremento del 17 por ciento en el canal telefónico y del 22 por ciento en el canal presencial, respecto al mismo periodo del año anterior. El canal no presencial representó un 57 por ciento de las atenciones, las plataformas con la mayor cantidad de contactos fueron los canales telefónicos (34 por ciento) y WhatsApp (15 por ciento). En cuanto al canal presencial, estuvieron operativas 32 oficinas a lo largo del territorio nacional, siendo la con mayor porcentaje de visitas San Pedro de Atacama (18 por ciento) y Rapa Nui (catorce por ciento).

Desarrollo

Respecto a la formalización de empresas del rubro, en 2023 el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos, instrumento que identifica y ordena la oferta turística del país, alcanzó la inscripción de 34.887 prestadores, reflejando un crecimiento de un 7,4 por ciento respecto al año 2022. En esta línea, se ejecutaron dos sistemas como apoyo e incentivo a la formalización: el Portal del Prestador de Servicios Turísticos y un rediseño del buscador de servicios turísticos, los primeros sitios web accesibles de Sernatur.

Por otra parte, con la finalidad de verificar la información entregada por los prestadores de servicios turísticos en el registro y dar cumplimiento a la normativa vigente, desde 2012 Sernatur ejecuta el proceso de inspección a los servicios turísticos. En 2023, del total de alojamientos registrados, el 82 por ciento se encuentra inspeccionado, lo que representa una mejora del tres por ciento respecto de 2022. Por otro lado, del total de actividades de turismo aventura registradas, el 95 por ciento cuenta con esta inspección.

En 2023, 47 nuevas empresas obtuvieron la Distinción de Turismo Sustentable y 424 nuevos prestadores de servicios turísticos adhirieron al Compromiso de Turismo Sustentable, alcanzando ya los 729 servicios. Durante el año, además, se entregaron 23 sellos de calidad turística (Sello Q). Este

avance en certificaciones y distinciones nos permite contar con una oferta que apuesta por la sustentabilidad y la calidad en la prestación de los servicios hacia los turistas.

Sernatur, por segundo año consecutivo, distribuyó en todo Chile el Sello R, distintivo entregado a todos los servicios registrados en Sernatur. Este sello es único por cada servicio, pues posee un código QR que permite a los turistas verificar su autenticidad y revisar la información del servicio. A nivel nacional, se entregó a 1.650 servicios de turismo, siendo superior en un trece por ciento respecto al año anterior. En línea con la entrega de los sellos, se ejecutaron 80 hitos comunicacionales asociados.

Desde una perspectiva medioambiental, para abordar los desafíos de cambio climático en el turismo, en el marco de la ejecución del Plan de Adaptación al Cambio Climático del Sector Turismo, Sernatur desarrolló un curso de modalidad e-learning y asincrónica, denominado 'Cambio climático, gestión de riesgo de desastre y turismo', el cual se encuentra disponible en la plataforma Aprende Turismo. Este curso ha fortalecido las competencias y los conocimientos en materia de cambio climático, adaptación del sector turismo, reducción del riesgo de desastre y ha permitido orientar la elaboración de planes de acción de cambio climático a nivel local. Asimismo, se realizó una versión piloto para 40 profesionales de municipios y de Sernatur.

En torno a la gestión de destinos, con el propósito de definir los destinos turísticos a nivel nacional de una forma más objetiva, se actualizó la metodología de manera participativa entre los distintos equipos técnicos de Sernatur y la Subsecretaría de Turismo. De esta forma, se identificaron variables cuantitativas para determinar si un territorio reúne las condiciones mínimas para satisfacer las necesidades requeridas por los turistas. A partir de esta identificación, se generó el Índice de Desempeño Turístico, para observar el nivel de desarrollo de los destinos en las comunas.

Para profundizar en el desarrollo de medidas que reduzcan la vulnerabilidad y favorezcan la capacidad adaptativa de los destinos ante el cambio climático, dimos continuidad al desarrollo de la 'Plataforma de índice de saturación de destinos turísticos (ISDT)'. Este índice permitirá la gestión e implementación de medidas dirigidas al desarrollo sostenible del turismo en las regiones.

Respecto al trabajo local, el programa nacional de turismo municipal ha distinguido a aquellos municipios que destacan con sus prácticas de gestión interna, mediante la Distinción Municipalidad Turística, desarrollada junto a Transforma Turismo de Corfo. Hoy, son 34 municipios distinguidos a nivel nacional, mientras que otros 26 están en proceso de obtenerla. Para incentivar esta herramienta, se realizó el tercer Congreso Nacional de Municipalidades Turísticas en Caldera, donde participaron 165 ediles, concejales y coordinadores municipales de turismo.

En cuanto a la igualdad y la equidad de género, se realizó el concurso Mujer Empresaria Turística junto a BancoEstado y el Ministerio de la Mujer y la Equidad de Género. En su décimo cuarta versión,

contó con más de 300 participantes de todo Chile, que se suma a un total de 6.010 emprendedoras a nivel nacional desde 2011.

Por otro lado, en cuanto a la prevención de la explotación sexual comercial de niñas, niños y adolescentes que se da en el contexto de viajes y turismo, capacitamos junto a la Policía de Investigaciones a 1.131 trabajadores y empresarios del sector en esta materia.

Respecto a capital humano, se otorgaron 1.221 certificaciones de competencias laborales de ChileValora, donde los perfiles más certificados fueron personas dedicadas a la atención de servicios gastronómicos. Paralelamente, toda la oferta de cursos online en turismo se dispuso en Aprende Turismo, plataforma que cuenta más de 300 horas de capacitación con 1.945 personas matriculadas de todo Chile, entre ellas, las 421 que lograron aprobar.

Turismo Social

Con el objetivo de disminuir la estacionalidad en temporadas de media y baja demanda, a través del empaquetamiento de servicios turísticos destinados a distintos segmentos de la población, Sernatur ejecutó los programas Vacaciones Tercera Edad, Gira de Estudio y Turismo Familiar, asumiendo el desafío de contribuir en el desarrollo de las economías locales de los destinos visitados por los programas.

Es así como se ejecutaron 52.069 paquetes de viajes, lo que significó una inversión total de 6.638.690.828 de pesos en subsidio. Dichos paquetes de viaje facilitaron el acceso a los beneficios físicos y psicológicos de la actividad turística a personas mayores, estudiantes, familias, mujeres, personas con discapacidad, estudiantes de escuelas especiales, niños, niñas y adolescentes de la red del Servicio Nacional de Protección Especializada a Niñez y Adolescencia, Mejor Niñez, entre otros grupos de interés. En su conjunto, generaron 151.562 pernотaciones, lo que benefició a su vez a 76 destinos turísticos y 584 prestadores de servicios turísticos. De estos, al menos el 98 por ciento corresponde a mipymes.

Producto de una serie de catástrofes naturales asociada a incendios forestales en las regiones de Ñuble, Biobío y La Araucanía, Sernatur comprometió su participación en el plan de reconstrucción. En particular, para el caso de los programas sociales, promovimos el turismo apoyando a las mipymes registradas en Sernatur de las regiones afectadas.

Por otra parte, en la búsqueda de diversificar la población beneficiada, el programa Turismo Familiar levantó el 'Cupo Mujer', mediante el cual viajaron 2.193 mujeres por el país.

El programa Gira de Estudio desarrolló el 'Desafío Gira de Estudio', que premió con un viaje exento de copago a un establecimiento educacional que presentó una obra de arte hecha a partir de material

reciclado. Para ello, se invitó a participar a todos los establecimientos de educación media que contaran con subsidio estatal, lo que se materializó en 43 postulaciones.

El programa Vacaciones Tercera Edad, en tanto, comenzó por primera vez en su historia la comercialización de los paquetes de viaje para la modalidad Escapadas (de carácter regional), a través de un sistema de apoyo de reservas (SAVE), que integró a diez operadores turísticos y a 137 agencias de viajes a lo largo de todo el país. Este sistema permitió gestionar reservas y ventas de paquetes turísticos de dos y tres noches a nivel intrarregional e interregional, para fomentar el desarrollo de las regiones, mediante el avance tecnológico y la generación de oportunidades de negocio para operadores y agencias. Cabe destacar que, en su primera experiencia, a través de esta plataforma se comercializaron 7.328 viajes (77 por ciento de lo dispuesto a la venta), lo que significó más de 635 millones de pesos en copagos y más de 73,2 millones de pesos en comisiones, durante tres meses de operación.

DESAFÍOS PARA 2024

La industria turística nacional tiene como desafío continuar con la recuperación del turismo receptivo hasta alcanzar los niveles prepandémicos. Por otro lado, buscaremos aumentar el impacto positivo de las llegadas de turistas en cada uno de los destinos.

Por esta razón, se ingresará un proyecto de ley que reactive el sector. Esta ley incluye tres importantes aspectos: la devolución del IVA a turistas extranjeros por bienes comprados en territorio nacional; la incorporación de una tasa al alojamiento de turistas extranjeros para aumentar el financiamiento de la promoción turística de Chile; y la devolución del IVA para promover producciones audiovisuales extranjeras en el país.

La promoción internacional de Chile es un pilar fundamental para el desarrollo de la industria turística. El plan de marketing internacional de 2023 define una intervención focalizada en acciones a los mercados prioritarios, con énfasis en el canal comercial, como ferias y eventos, viajes de familiarización, capacitación a la fuerza de venta, viajes de prensa especializada, entre otras acciones que se ejecutarán entre 2024 y 2025 y que tendrán un alto compromiso con la optimización de la inversión y el trabajo junto al sector privado.

Para el mercado interno, se desarrollará un plan de marketing nacional que defina estrategias adaptadas a las tendencias actuales del mercado. El enfoque estará en descentralizar los destinos y las experiencias turísticas, además de comprender en profundidad las características y preferencias de los viajeros nacionales.

Respecto a las iniciativas de turismo interno, el programa Turismo Familiar se diversificará en regiones, aumentando la cobertura para viajes de grupos de mujeres. Por su parte, el programa Gira

de Estudio seguirá apuntando a la sustentabilidad y mantendrá las acciones dirigidas a los prestadores de servicios turísticos. Y, finalmente, el programa Vacaciones Tercera Edad trabajará en la consolidación y eficiencia de la coordinación entre operadores turísticos y agencias de viaje.

Respecto a turismo de reuniones, se buscará aumentar la postulación y captación de congresos internacionales y fortalecer la capacitación del sector y potenciar el segmento de viajes de incentivos y eventos corporativos. Estas acciones tienen como objetivo convertir a Chile en un destino atractivo para la realización de eventos de alto nivel, lo que genera un impacto económico positivo en las comunidades locales.

Para garantizar la calidad de los servicios turísticos, se implementarán cursos autoinstruccionales sobre turismo recreacional, de reuniones y de lujo, así como acciones que perfeccionen los conocimientos en la industria turística receptiva nacional e internacional.

Para la toma de decisiones informadas, se revisará la factibilidad de incorporar la variable de sexo en las estadísticas de llegadas de turistas internacionales, así como el análisis de las principales variables de los estudios del turismo internacional de 2019 y 2023, la realización de un método de estimación para desagregar el PIB turístico regional y la continuación del trabajo metodológico del proyecto de big data para el turismo interno.

En cuanto a regulación de la oferta turística, se incorporarán más y nuevos tipos de servicios en el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos. Para mejorar los estándares de servicio al turista, iniciaremos el proceso de actualización y elaboración de normas técnicas de turismo aventura con el Instituto Nacional de Normalización, lo cual disminuirá los riesgos en estas actividades.

Para fortalecer la calidad y la competitividad de la industria, gracias al apoyo financiero y técnico del Banco Interamericano de Desarrollo, se dará inicio al diseño y testeado de un innovador modelo para mipymes turísticas. Este proyecto consolidará la información del sector y proveerá herramientas personalizadas a cada realidad empresarial.

Con el objeto de fortalecer una gestión local efectiva y sostenible del turismo, se entregarán herramientas para robustecer a los municipios en torno a la Distinción Municipalidad Turística y para apoyar a los prestadores de servicios en materia de cambio climático, gestión de riesgos de desastre y turismo.

Durante 2024, se diseñará un programa de subsidio que incentive el turismo nacional. Al reservar y pagar alojamiento formal, previa validación, los turistas nacionales recibirán un subsidio para consumir servicios complementarios, como alimentación, excursiones y artesanía. Esto permitirá aumentar la ocupación hotelera y potenciará a la industria turística.