



**MINISTERIO DE ECONOMIA, FOMENTO Y TURISMO  
SUBSECRETARÍA DE TURISMO  
SERVICIO NACIONAL DE TURISMO**

**CONSEJO CONSULTIVO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**

**ACTA DE SESION ORDINARIA**

En Santiago de Chile, a 4 de diciembre de 2014, en dependencias de la Subsecretaría de Turismo, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, siendo las 10:00 horas, se da inicio a la undécima Sesión Ordinaria del Consejo Consultivo de Promoción Turística (en adelante el consejo).

Preside la sesión Javiera Montes Cruz, Subsecretaría de Turismo.

**1.- INTEGRANTES ASISTENTES:**

Asisten a la sesión los siguientes miembros del Consejo Consultivo:

La Subsecretaría de Turismo, Sra. Javiera Montes Cruz.

El Director Nacional del Sernatur, don Omar Hernández Alcayaga.

Por la Subsecretaría de Desarrollo Regional, don Víctor Leiva.

Por PROCHILE, don Rafael Sabat.

Por Fedetur, su presidente don Eugenio Yunis A.

Por Achet, don Rudi Roth.

Por la Asociación Magallánica de Empresas de Turismo A. G. (AUSTROCHILE), doña María José Benavides.

Asisten además en calidad de invitados:

El Fiscal (PT) del Sernatur, don Francisco Rojas Cornejo.

La Asesora de la Subsecretaría de Turismo, doña Helen Kouyoumdjian.

La Subdirectora de Marketing del Sernatur, doña Solange Fuster Grigs.

Por la CORFO, doña Militza Aguirre y doña Beatriz Román.

Por la Fundación Imagen de Chile, doña Myriam Gómez.

Por la Corporación de Promoción Turística de Chile (Turismo Chile), doña Andrea Wolleter.

**2.- QUORUM:**

El Director Nacional del SERNATUR, don Omar Hernández Alcayaga, quién de acuerdo al artículo 17 del D. S. N° 200 de 27 de julio de 2010 (D. O. 12 de enero de 2011), que aprueba el Reglamento del Consejo Consultivo de Promoción Turística (en adelante "el Reglamento"), le corresponde asumir el cargo de Secretario del presente Consejo, señala que existe quorum para sesionar de acuerdo al artículo 14 del reglamento.

**3.- DISCUSIÓN:**

La Subsecretaría de Turismo Sra. Javiera Montes, expone los desafíos actuales del turismo receptivo, con especial preocupación con el mercado argentino.



Para ello, un programa de inversión adicional en el sector por iniciativa de S.E. la Presidenta de la República de M\$1.700, de los cuales M\$450 ya se implementaron durante el segundo semestre del presente año, en programas de promoción, que será ejecutado en una importante proporción por Turismo Chile. Señala además que el consejo sesionará todos los meses, a excepción del mes de febrero. Concluye su primera intervención, presentando al nuevo director titular del Servicio Nacional de Turismo don Omar Hernández Alcayaga.

El director de SERNATUR, señor Omar Hernández, habla de sus nuevos desafíos en el cargo directivo que asume, de su trabajo en la CORFO, de su trabajo en los PIT, desde la Subgerencia Estratégica que ejerció en dicha institución.

A continuación, la señora Andrea Wolleter, exhibe un video sobre el estado de la promoción internacional del turismo, a propósito de la cuenta pública de la Corporación, realizada el día anterior, 3 de diciembre de 2014.

La señora Myriam Gómez, a propósito del video exhibido, hace hincapié en las acciones realizadas y a realizar con ocasión de la Copa América que se realizará en Chile a mediados del año venidero.

A continuación, Solange Fuster, del SERNATUR exhibe una PPT, sobre las proyecciones de crecimiento de la industria del turismo en Chile.

Andrea Wolleter destaca la correlación entre las llegadas de turistas extranjeros y la oferta aérea. Señala que la demanda existe, pero no va de la mano de la oferta de asientos.

Eugenio Yunis explica que se debe analizar la estructura de la oferta aérea, es decir el cómo va compuesto en cuanto valor del pasaje.

Myriam Gómez consulta, a propósito del PPT exhibido, cuál es el tipo de perfil del turista argentino que nos interesa.

La señora Andrea Wolleter responde que el 20% del turista argentino llega por vía aérea y el 80% restante, por vía terrestre. Es un mercado muy sensible a los factores del mercado interno argentino, que no dependen de la promoción internacional que se haga, pero muy estimable para la industria turística nacional, siendo numeroso, los vaivenes económicos internos argentinos afectan siempre al propio.

María José Benavides, de AustroChile, informa que hubo mucha consulta sobre viajes que se iban a realizar, por lo que cree que subirá el turista argentino de intereses especiales.



Andrea Wolleter afirma al respecto que no obstante ello, Chile no es un destino internalizado.

La Subsecretaria Javiera Montes afirma que están saliendo más argentinos hacia afuera, hay que ver entonces como llegamos al turista argentino que gasta más.

María José Benavides, afirma que llegar por ejemplo al turista argentino de Córdoba.

La Subsecretaria Javiera Montes señala que son segmentos muy específicos los que han caído.

Eugenio Yunis expresa que hay dos grandes segmentos, uno, el transfronterizo, altamente estimulable, por las regiones, pero nunca hemos trabajado bien nichos como el de Buenos Aires. Pero los argentinos con dinero siguen viajando. Debemos diseñar una estrategia amplia y otra dirigida al argentino de Buenos Aires, a segmentos específicos, no que diga relación con el número de llegadas sino con el gasto per cápita.

Andrea Wolleter propone dirigirse al turismo argentino interno. Se pueden hacer estrategias diferenciadas, pero el 20% más rico es parte del millón doscientos que ingresa a Chile.

Eugenio Yunis dice que hay apuntar al turismo cultural argentino, promoviendo la oferta de eventos o programas culturales.

La Subsecretaria Javiera Montes informa que conversó con el embajador argentino, la factibilidad de vincularse con los argentinos residentes que se relacionan con la embajada argentina y crear una agenda cultural conjunta interesante para ellos.

María José Benavides, pregunta la marcha de la campaña "Cruzá a Chile", ya que considera que la oferta en Magallanes no ha sido lo suficientemente fluida.

Andrea Wolleter indica que hay que hacer más inversión conjunta en regiones.

La Subsecretaria Javiera Montes indica que el problema que tiene el turista argentino es el impuesto del 35% que deben pagar en su país, por compras con tarjeta de crédito en el extranjero.

Andrea Wolleter, comentando el PPT en exhibición y las cifras mostradas, afirma que la buena noticia es que las mejoras en las estadísticas se producen en los tiempos de temporada baja.

Eugenio Yunis pregunta cómo puede explicarse la caída de la oferta aérea desde Europa.



Andrea Wolleter señala que está cambiando la configuración del asiento aéreo, hay una caída del 15%.

Myriam Gómez pregunta que pasa con Perú y el turismo receptivo, son el cuarto mercado del turista emisor. Qué pasa con la segmentación por áreas geográficas, agrega que tiene la percepción que el manejo con el mercado de USA ha sido errático.

Andrea Wolleter informa que está bastante segmentado por San Francisco y Los Ángeles.

La Subsecretaria Javiera Montes expresa que no hemos logrado afianzar una relación con el mercado turístico de USA.

Andrea Wolleter manifiesta que tenemos recursos para invertir, el canal de comercialización es bastante atomizado.

Myriam Gómez pregunta cuál es el perfil del turista norteamericano.

Andrea Wolleter y Solange Fuster responden que es bastante específico y no es tan aventurero.

La Subsecretaria Javiera Montes informa que tuvo una conversación en la Cámara Chileno Norteamericana, y al respecto, informa que el 80% de la fruta que se come en USA es chilena y propone como un desafío que se identifique a la fruta – destino en las góndolas de los supermercados por ejemplo.

Rafael Sabat propone promover marcas sectoriales.

Myriam Gómez dice que hay que promover que se asocie marcas sectoriales, por ejemplo, el vino o las mineras.

Eugenio Yunis cuenta la experiencia de Unimarc, con la propuesta "100% nuestros", hacen una alianza con la fruta chilena con tarjetones.

La Subsecretaria Javiera Montes cuenta que, en el mercado brasileño, también se puede hacer eso, hay disponibilidad de relacionarse con Chile.

Rafael Sabat señala como ejemplo la marca Ikea, que usa los colores de Suecia en sus productos.

La Subsecretaria Javiera Montes también señala que hay que trabajar en mercados como Italia.

Myriam Gómez, a propósito de mercados como China, señala que su abordaje tiene que ser a nivel regional. El trabajo del mercado chino tiene que ir apuntado no solo en el tema de la conectividad sino que además con el tema de las visas.





Andrea Wolleter, en relación a la Copa América y la promoción del certamen y de Chile como sede, señala que es importante tener presente las restricciones que impone la FIFA en esta materia.

El señor Rudi Roth informa las dificultades que se han tenido en la distribución de las entradas.

Solange Fuster informa que la venta de las entradas está bastante segmentada en ciertos operadores.

Myriam Gómez pregunta en consideración a la inversión, cuántos turistas se esperan para el certamen.

Solange Fuster responde que aproximadamente 700.000 espectadores.

Andrea Wolleter agrega que la Copa América es vista por 4.000 millones de televidentes durante todo el espectáculo, o sea acumulados. Pero además hay que tener en cuenta los espectadores de plataformas digitales.

Víctor Leiva, de SUBDERE, pregunta cuales son las sedes y se le informan.

Andrea Wolleter y Solange Fuster, informan sobre la cumbre ATTA (Adventure Travel Trade Association), que se desarrollará en Chile.

Se produce un breve diálogo sobre los temas atinentes a la cumbre ATTA.

La Subsecretaria Javiera Montes cierra la sesión del consejo, informando que la próxima sesión será en enero de 2015, y concluye que este Consejo será cada vez más organismo consultivo técnico de la promoción internacional del turismo.

Siendo la 11:35 hrs., se da por terminada la sesión.

Se adjunta a la presente acta, la presentación en ppt impresa.



**JAVIERA MONTES CRUZ**  
Subsecretaria de Turismo  
Presidenta  
Consejo Consultivo de Promoción Turística