

ACTA DE SESION ORDINARIA

En Santiago de Chile, a 15 de marzo de 2016, en dependencias del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, siendo las 9:00 horas, se da inicio a la Sesión Ordinaria del Consejo Consultivo de Promoción Turística (en adelante el Consejo).

Preside la sesión la Sra. Helen Kouyoumdjian Inglis, Subsecretaria de Turismo (S).

1.- INTEGRANTES ASISTENTES:

Asisten a la sesión los siguientes miembros del Consejo Consultivo:

- La Subsecretaria de Turismo (S), doña Helen Kouyoumdjian Inglis.
- El Director Nacional del Servicio Nacional de Turismo, don Omar Hernández Alcayaga.
- Por la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo, don Víctor Leiva Romero.
- Por PROCHILE, don Rafael Sabat.
- Por la Corporación de Fomento de la Producción, don César Tolentino.
- Por la Federación de Empresas de Turismo de Chile (FEDETUR), doña Andrea Wolleter.
- Por Achet, don Rudi Roth.
- Por Chile Sertur, don Joel Martínez
- Por la División Jurídica de la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, doña Natalia León.
- Por Hoteleros de Chile, don Mauro Magnani.
- Por la Cámara de Comercio, Turismo e Industrias de Puerto Varas, don Marcelo Salazar.
- Por la Cámara de Turismo de Arica, doña Daniela Beltrán

Asisten además en calidad de invitados:

- Por la Fundación Imagen de Chile, don Andrés Beroggi.
- Del Servicio Nacional de Turismo, doña Solange Fuster y don Rodrigo Olivares.
- La Jefa de División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, doña Verónica Kunze Neubauer.
- El asesor jurídico de la Subsecretaría de Turismo, don Francisco Muñoz Ruz.

- La asesora de la Subsecretaría de Turismo, doña Joanne Ellis.
- De Turismo Chile, doña Debbie Feldman.
- De ACHET, la doña Lorena Arriagada y don Alejandro Álvarez.
- De Corfo, don Claudio Maggi.

2.- QUORUM:

Existiendo quorum para sesionar de acuerdo al artículo 14 del Reglamento del Consejo Consultivo (Decreto N° 200/2010).

3.- TABLA

- Estadísticas de Demanda Cierre año 2015 y Temporada Verano 2016
- Cierre del Plan de Marketing Turístico Internacional 2016-2018
- Ejecución Presupuestaria Promoción Internacional 2016
- Temas Varios

4.- DISCUSIÓN:

Helen Kouyoumdjian, en su calidad de Subsecretaría de Turismo (S) y presidenta del Consejo Consultivo, entrega las palabras de bienvenida, y excusa la asistencia de la Subsecretaria de Turismo, Sra. Javiera Montes, quien se encuentra en el foro Panrotas, Brasil.

I. Estadísticas turísticas

La Jefa de División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, Verónica Kunze, presenta estadísticas de turismo receptivo a la fecha.

Presenta las estadísticas del año 2015 y los primeros meses de 2016. En cuanto a las cifras del año 2015, la llegada de turistas extranjeros alcanzó la cifra de 4.478.336 personas, lo que representa una tasa crecimiento de un 21,9 % respecto del año 2014.

Destaca Argentina, con un crecimiento de cerca de un 47%, los países de América del Norte, creciendo a dos dígitos, Brasil creció casi un 12%, China ha crecido cerca de un 40%.

En cuanto al gasto, ha sido variable el ingreso de divisas. Argentina crece, pero Brasil cae. Sin embargo, crece respecto de Estados Unidos y el Reino Unido. En este sentido, las divisas totales en torno al turismo durante el año 2015 serían de alrededor de US\$ 2.910 millones, lo que implica una variación del 8,9% respecto del año 2014.

Respecto de la temporada alta (diciembre 2015 – enero 2016) se ha alcanzado una cifra de 1.892.845 turistas, lo que representa una variación de un 32,2% respecto de la temporada anterior. Respecto de los primeros meses de 2016, se ve un aumento en los turistas que ingresaron a Chile de la mayor de los países que emiten turistas a Chile, con excepción de Brasil que se encontraba comportando a la baja, sin embargo, hay una caída menor que en meses anteriores y se espera un alza de turistas brasileños para los próximos meses.

Respecto de la tasa de ocupabilidad. En los meses de enero y febrero la ocupabilidad fue mayor que en otras temporadas, alcanzando en enero una tasa de 71,5% (cuatro puntos más que en la temporada anterior) y en febrero la tasa fue de un 75,2%, lo que implica un aumento de 2,8 puntos porcentuales respecto de la temporada anterior. En algunas ciudades, incluso, se ha llegado a casi un 100% de ocupabilidad.

Respecto de los estudios a realizar durante el 2015, se encuentra el estudio de tipificación, que se realiza en el aeropuerto, con una encuesta más larga de lo habitual, un estudio de turismo interno, replicando algunos que se hicieron con anterioridad (ya está adjudicado). Se va a licitar año base receptivo y emisor, para incluir el estudio de gastos. También hay un estudio ya iniciado de recursos humanos, siendo esos los principales.

II. Plan de Marketing Turístico Internacional 2016-2018

A continuación, Joanne Ellis, asesora de la Subsecretaría de Turismo, toma la palabra y se refiere a las diversas etapas de la elaboración del Plan de Marketing Internacional 2016 – 2018. Hace presente que se recibirán consultas y observaciones hasta el lunes 21 de marzo. Asimismo, se les señala a los consejeros e invitados que existe un resumen ejecutivo del señalado plan, la que se hará llegar a sus correos electrónicos. Entrega la palabra a Deloitte y les agradece, en nombre de la Subsecretaría, por todo el trabajo realizado en la elaboración del plan.

Gustavo Bassotti, de Deloitte, se refiere al Plan de Marketing Internacional que se encuentra en la etapa final de elaboración por parte de dicha empresa, la que se encuentra en la presentación que forma parte integrante de la presente acta.

A continuación, Joanne Ellis entrega la palabra a Solange Fuster, quien se refiere a la ejecución presupuestaria para el año 2016, en relación a la promoción turística internacional.

Para el año 2016 se dispone de más de 12 mil millones de pesos, con dos particularidades especiales para el año: por un lado, se encuentra en etapa de cierre el concurso del plan de promoción turística internacional, enfocada en la industria; por otro lado, quedan fondos en el SERNATUR, el cual está enfocado en la implementación de campañas genéricas, especialmente enfocado en el consumidor final en los mercados que están definidos como prioritarios, primarios o estratégicos, estableciendo un concepto de turismo basado en la marca Chile, en un trabajo en conjunto con PROCHILE y sus oficinas de representación.

A continuación, presenta un gráfico con la evolución del presupuesto público en lo que ha sido el programa de promoción turística. En lo que respecta a los últimos años, hace presente que pasamos de un presupuesto de 6.700 millones de pesos aproximadamente en el año 2014, a los 10.300 millones de pesos, aproximadamente, al año 2016. Esto da cuenta de la voluntad del Estado de aumentar el presupuesto de la promoción turística internacional. Aclara que la cifra de 12 mil millones señalado en una lámina precedente incluye el aporte privado.

Luego presenta el estado de la adjudicación del concurso público de promoción internacional. Señala que el concurso habría sido adjudicado de manera condicional a Turismo Chile, y se está a la espera de una respuesta de estos para poder suscribir el correspondiente contrato, el que debería estarse firmando el próximo 20 de abril.

En este sentido, relata las acciones a desarrollar en conjunto con el adjudicatario para el próximo cuatrimestre, implementando las diversas acciones de promoción. Asimismo, da cuenta de la participación de Chile en el primer trimestre 2016, que incluye la participación en las ferias FITUR, ANATO e ITB. Esta semana, además, se realizará SEATRADE en Miami, donde habrá una participación regional como de diversos puertos (en conjunto con la Corporación de Puertos del Conosur).

A continuación, se dirige al Consejo Rodrigo Olivares, encargado de la estrategia digital del SERNATUR, quien presenta, en general, las acciones a público final que se han articulado durante el primer semestre de 2016.

En primer lugar, presenta acciones que se realizan en conjunto con Turismo Chile: "Chile a la carte", que busca la inscripción de personas para que estas puedan ganar una experiencia culinaria en nuestro país. La segunda acción es la denominada "Chile Convida", que está enfocada a San Pablo, Brasil, donde se sorteará viajes a Chile.

Las siguientes acciones son ejecutadas a través del SERNATUR: en primer lugar, una producción audiovisual, luego de 5 años sin tener una producción propia. Se grabarán más de 150 destinos y 28 videos, además de 2000 fotografías libres de uso, para operadores y público en general. Asimismo, presenta la campaña invierno Brasil, enfocado en el interés de ese mercado en nuestros centros invernales, con una audiencia potencial de 60,5 millones de personas. Finalmente, una campaña enfocada en los mercados de Estados Unidos y Argentina, con 1,3 millones de impresiones.

Presenta además los desafíos a futuro, presenta la estructura de los operadores de servicio para ejecutar las acciones que vienen. La presentación es parte integrante de la presente acta.

Luego de estas presentaciones, se genera un espacio de opinión y debate.

Joanne Ellis, de la Subsecretaría de Turismo sugiere al respecto que, en materia de estudios, se entregue información sobre cómo influye la seguridad en el aumento de llegadas; respecto del marketing interno, se sugiere revisar lo que ha hecho Australia y Perú respecto del diseño gráfico de sus campañas internacionales y después hacer un marketing interno al público final y la prensa; asimismo, se sugiere realizar instancias para promocionar el plan de marketing en regiones, invitando a los consejeros regionales; y hacer un Comité de Marketing Internacional, invitando a todos quienes quieren participar, invitando a Prochile, Fundación Imagen de Chile, Turismo Chile, Subsecretaría de Turismo, SERNATUR y Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

III. Palabras finales



Joanne Ellis se compromete a enviar un link con información del plan de marketing internacional, y señala que el resumen ejecutivo del mismo estará listo en las próximas semanas.

Con palabras finales de la Subsecretaria de Turismo (S), Helen Kouyoumdjian, y siendo la 11:07 hrs., se da por terminada la sesión.



HELEN KOUYOUMDJIAN INGLIS
Subsecretaria de Turismo (S)
Presidenta
Consejo Consultivo de Promoción Turística