

ACTA REUNIÓN INTEGRANTES DEL CONSEJO CONSULTIVO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

En Santiago de Chile, a 26 de septiembre de 2017, en dependencias del Servicio Nacional de Turismo, siendo las 09:00 horas, se da inicio a la reunión de integrantes del Consejo Consultivo de Promoción Turística (en adelante el Consejo).

Preside la sesión la Sra. Javiera Montes Cruz, Subsecretaria de Turismo.

1.- INTEGRANTES ASISTENTES:

Asisten a la sesión los siguientes miembros del Consejo Consultivo:

- La Subsecretaria de Turismo, doña Javiera Montes.
- La Directora Nacional del Servicio Nacional de Turismo, doña Marcela Cabezas.
- 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 Alejandro Álvarez.
- Por Chile Sertur, don Joel Martínez.
- Por la Subsecretaría de Economía y Empresas de Menor Tamaño, doña Nicol Garrido.
- Por PROCHILE, doña Daniela Moriamez.
- Por Hoteleros de Chile, don Mauro Magnani.

Asisten además en calidad de invitados:

- Por la Subsecretaría de Turismo, la Jefa de División de Fomento e Inversión, doña Helen Kouyoumdjian.
- Por SERNATUR, don Gonzalo Fernández, doña Beatriz Román y don César Ramírez.
- Por ACHET, doña Lorena Arriagada.
- Por la Corporación de Promoción Turística de Chile (TURISMO CHILE), doña Debbie Feldman.
- Por la Fundación Imagen de Chile, doña Myriam Gómez.



- La Jefa de División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, doña Verónica Kunze,
- El asesor jurídico de la Subsecretaría de Turismo, don Francisco Muñoz.

2.- TABLA

- Revisión de estadísticas de llegada de turistas extranjeros al país.
- Estado de ejecución del Plan de Marketing Internacional.
- Público final.
- Prensa.
- Ferias y eventos.
- Turismo de reuniones.

3.- DISCUSIÓN:

Abre la sesión, doña Javiera Montes Cruz, Subsecretaria de Turismo, quien da la bienvenida a los presentes.

La Subsecretaria, releva el buen funcionamiento de los distintos comités de trabajo y el apoyo y colaboración que han recibido de los diferentes actores de la industria, para llevar a cabo de manera eficiente las tareas que se han puesto por delante.

También se refiere a las diferentes actividades agendadas en el mes de septiembre, como el día mundial de turismo y la preparación propia que implica la proximidad de la temporada alta de turismo.

Por otra parte, destaca los diferentes premios y reconocimientos que ha recibido Chile como destino turístico. Así, por ejemplo, se menciona la obtención por tercera vez del premio al mejor destino de turismo aventura de Sudamérica. Asimismo, se espera obtener por segunda vez el premio de mejor destino de turismo aventura del mundo, por lo que cuando se abran las votaciones se les pedirá la colaboración a los gremios. Y, también, el premio al mejor video de promoción de turismo de las Américas, asociado a la Organización Mundial de Turismo.

Lo anterior, a su juicio, no hace sino consolidar la estrategia que se lleva a cabo y, por lo mismo, felicita a todos por estos excelentes resultados, especialmente a la Subdirección de Marketing de SERNATUR.

I. Estadísticas: Turismo en cifras.

Doña Verónica Kunze, Jefa de la División de Estudios de la Subsecretaría de Turismo, presenta los resultados actualizados (enero a agosto) de la llegada de turistas extranjeros a Chile

Se puede apreciar que en agosto la llegada total de turistas creció casi un 30%, sumando a la fecha 4,3 millones de turistas -es la misma cifra, aproximada, del total de turistas que se recibieron en 2015 (4,4 millones)-, lo que representa casi un 77% del total de turistas que se recibieron en 2016, con un crecimiento acumulado de 18,3%.

En cuanto a los mercados, Argentina creció un 5%, lo que quiere decir que existe una estabilización en el crecimiento, con una tasa acumulada de 24%.

Respecto a Brasil, agrega, se tienen muy buenas noticias, toda vez que creció un 52% en el mes de agosto en comparación a igual mes de 2016, lo que equivale a una tasa acumulada de crecimiento del 22%.

Otra buena noticia es Estados Unidos, que creció cerca de un 21% en agosto, con un crecimiento acumulado de enero a la fecha de un 1% y Europa, que creció un 30%, con un crecimiento acumulado de un 7%.

El crecimiento total de la llegada de turistas extranjeros al país de enero a agosto, descontados los turistas argentinos, e cercano a un 13%.

Por otra parte, se refiere al estudio internacional que se encargó en el marco del comité de estadísticas de la Alianza del Pacífico (México, Perú, Colombia y Chile), denominado "Estudio de Segmentos", el que tuvo por objetivo analizar, valga la redundancia, 4 segmentos: naturaleza y aventura, MICE, cultura y salud. Este estudio, se realizó en Estados Unidos, Canadá, Alemania, Gran Bretaña, Brasil, China y Japón y de sus resultados, que se recibieron la semana pasada, expone resultados para Estados Unidos, específicamente, de los segmentos de naturaleza y aventura y de MICE.

Algunas consideraciones técnicas, el estudio fue realizado por el World Travel Monitor y, como se señaló anteriormente, fue encargado por los 4 países, dividiéndose el costo equitativamente.

Los resultados muestran, en términos generales, que de los 1.081 millones de turistas que viajan por el mundo, 93 millones lo hacen con motivo de congresos, seminarios, reuniones, etc. (turismo MICE), lo que equivale a un 8,6%.

Los principales países de destino, que concentran el 66% de los países que reciben este tipo de turistas, son Alemania (13%), Estados Unidos (9%), Gran Bretaña (6%), China (6%), entre otros.

Los principales países de origen, que concentran el 46% de los países emisores de turistas MICE, son Estados Unidos (10%), China (6,3%), Alemania (4,8) y Gran Bretaña (4,5%).

Al analizar el detalle de los resultados para la Alianza del Pacífico, se aprecia que América Latina recibe 35 millones de turistas, de los cuales 8,3% son turistas MICE, lo que representa una participación en la recepción de turistas en el mundo de un 32%.

México, es el país de la Alianza del Pacífico que más turistas de este tipo recibe.

En cuanto a Chile, del total de turistas de Estados Unidos que llegan a estos 4 países, con motivo de seminarios, congresos o reuniones, es el que tiene una mayor proporción de llegadas.

El estudio también desglosa el tipo de viaje de turismo MICE, es decir, si es un viaje por congreso, seminario, reunión, conferencia, convenciones, ferias o viajes de incentivo. De todos los viajes de turismo MICE, un 44% se hacen para reuniones, un 10% para congresos, un 25% para ferias y un 21% para viajes de incentivo.

En el caso de Chile, un 68% son viajes de reuniones o conferencias, un 8% de congresos, un 13% de ferias y un 10% de viajes de incentivos. En cuanto a la permanencia promedio de este tipo de turistas, respecto de los resultados de Chile, un 23% se queda de 1-3 noches, un 48% de 4-7 noches, un 26% de 8-15 noches y un 13% más de 16 noches.

Es decir, el promedio de permanencia para Chile, que es de 6,9 noches, es el más alto en comparación a los países de la Alianza del Pacífico, América Latina y del resto de los países del mundo a los que viajan los turistas MICE de Estados Unidos.

En términos del gasto total individual, que en promedio para los turistas MICE de Estados Unidos es de 1.760 dólares en el mundo, en Chile representa el promedio más alto, en comparación a los países de la Alianza del Pacífico y de América Latina.

Al analizar el segmento de "naturaleza y aventura", se puede apreciar que de los 1.081 millones de turistas que viajan por el mundo, cerca de un 72% lo hace por vacaciones; y de los que viajan por vacaciones, un 24% lo hace motivado por "naturaleza y aventura".

En este punto, pide la palabra doña Beatriz Román, de SERNATUR, quien pregunta por la comprensión del concepto "naturaleza y aventura".

Doña Verónica Kunze, explica que "naturaleza y aventura", se refiere al turismo que tiene como propósito realizar actividades de naturaleza y aventura, como montañismo, ciclismo, senderismo, etc.

Doña Lorena Arriagada, plantea la posibilidad de que en el futuro de analicen las razones de por qué un turista de este tipo se queda más días en el país, dado que las explicaciones posibles podrían variar desde una buena oferta de servicios a una menor frecuencia de conexiones áreas.

En cuanto al gasto, el turista de Estados Unidos que viaja por naturaleza y aventura tiene un gasto promedio total individual de 2.200 dólares. En Chile, este turista gasta 3.400 dólares, en Perú 2.900, por lo que comparativamente superamos a los países de la Alianza del Pacífico, de América Latina y del promedio de lo que gasta el turista de Estados Unidos en el resto del mundo.

Luego se refiere a las fuentes de información de los turistas, donde internet se constituye como la principal fuente.

II. Estado de ejecución del Plan de Marketing Internacional Enero – Agosto 2017

Gonzalo Fernández, de SERNATUR, expone acerca de la ejecución presupuestaria del Servicio Nacional de Turismo, específicamente sobre el programa de promoción internacional, entre los meses de enero a agosto de 2017.

En la sesión anterior del Consejo Consultivo, se informó que el avance de ejecución presupuestaria era de un 89% del total de compras comprometidas. Actualmente, el porcentaje de ejecución alcanza un 91%.

III. Público final.

Luego, se refiere a la premiación que obtuvo Chile por el mejor video de Las Américas, reconocido por la Organización Mundial de Turismo, que forma parte de la serie de 28 videos "Find your Chile", realizados en el marco de la campaña "always on", y que se encuentran alojados en la landing page de chiletravel

En cuanto a la "Campaña Branding 2017", señala que en el Consejo anterior se presentó todo lo relacionado a la creatividad de la campaña, y ahora, como primicia, ya se tiene la versión final del comercial, el que será enviado al Comité de Branding para que se le realicen todos los ajustes necesarios.

Respecto al "Plan de Medios", como principio general el principal, recuerda, el objetivo de la campaña de branding es generar awareness, es decir, conciencia de marca. Sin embargo, esta conciencia se logra también generando engagement en las redes sociales y tráfico hacia la plataforma chiletravel, por lo que son objetivos secundarios que también se toman en cuenta.

El presupuesto total de medios de esta campaña son 1.827 millones de pesos, cuya ejecución se extiende entre septiembre y noviembre.

Existe una estrategia diferenciada por cada mercado y una versión online y offline.

Además, señala que todos los planes de medios que se han venido trabajando se encuentran validados por los representantes de mercado.

Luego, expone sobre los diferentes planes de medio por país, cuyo detalle se encuentra en la presentación adjunta.

Posteriormente, se presenta la versión final del video de la campaña de branding y abre la palabra para el feedback de los integrantes del Consejo.

En este sentido, a propósito del comentario de doña Lorena Arriagada, de ACHET, se genera una discusión en torno a la falta de emoción que provoca el video.

IV.- VIAJES DE PRENSA.

En otro aspecto, don Gonzalo Fernández se refiere a los "Viajes de Prensa" y los diferentes medios y publicaciones correspondientes como, por ejemplo, la "Corrida Torrencial" en Valdivia; "Cielo austral, Desierto Florido, vinos y pisco del fin del mundo" en Atacama; "Carnaval de Chile - Blogueros" Santiago-Pucón-Villarrica-Valparaíso; "Latam Argentina" Santiago-Valparaíso-Viña del Mar.

IV.- FERIAS Y EVENTOS.

En cuanto a "Ferias y Eventos", se refiere a las siguientes actividades:

- ICCA Client Supplier Business Workshop, Panamá.
 - o Del 14 al 18 de Agosto 2017.
 - o Participación de Sernatur + 3 empresas Chilenas miembros de ICCA.
 - o Se tuvieron 33 reuniones con tomadores de decisión.
 - o 3 postulaciones en proceso para 2018 y 2 postulaciones para 2017.

- WS + BTL Buenos Aires, Arg.
 - o 69 personas del trade argentino.
 - o 11 expositores chilenos.
 - o Realización de reuniones comerciales entre representantes chilenos con los principales actores del mercado argentino, como tour operadores, aerolíneas y medios de prensa.
 - o Se obtuvieron 11 publicaciones en medios de prensa.

- RS Alianza del Pacífico, China.
 - o En 2017 se realizaron 2.128 reuniones, incremento del 92% comparado con el 2016.
 - o Presencia de 6 empresas Chilenas.
 - o Incremento del 35% en la participación de los empresarios chinos en el Roadshow, siendo Beijing una de las ciudades con mayor asistencia e interés.

- Chile Week, China.
 - o Presentación y Cata de Vino a Medios de comunicación y Periodistas.
 - o 25 asistentes.
 - o Beijing, China
 - o 30 de agosto de 2017.

- Feria Vyva 2017, Stgo. Chile.
 - o 15 regiones, 6 países invitados.
 - o 18.000 asistentes para la versión 2017 de la feria.
 - o Público profesional (1 de sept): Más de 3.700 asistentes.
 - o Público final: (2 y 3 de sept): Más de 14.500 asistentes.
 - o Rueda de Negocios: Más de 632 reuniones de negocios entre TT:OO Achet (42) y productos y servicios de todas las regiones del país (65).
 - o Puesta en escena de las 15 regiones, con más de 200 empresarios turísticos de todo el país.
 - o 1 stand Sernatur Central : Turismo Social , Sello Q y S y Chile es Tuyo.
 - o Emporio con stand de 15 regiones.
 - o Espacio de experiencias: Enoturismo, Astroturismo, Turismo Indígena, Turismo Ferroviario y Naturaleza.

- Top Resa, París, Francia.
 - o 26 al 29 de Septiembre 2017.
 - o 18 entidades confirmadas.
 - o Participan los destinos de Antofagasta, Los Lagos y Magallanes.
 - o Activaciones de After Office de Chile con un bar de vinos.

- RS, Rio Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, BR. (Octubre).

- IMEX, Las Vegas, USA. (Octubre).

V.- TURISMO DE REUNIONES.

En atención a lo extenso del Consejo, en esta parte la Subsecretaria Montes propone que la exposición sobre Turismo Reuniones se haga en el próximo Consejo, sin perjuicio que la presentación será enviada por correo a los consejeros.

De todas formas, Joanne Ellis, de la Subsecretaria de Turismo, invita a los presentes al I Encuentro Nacional de Turismo MICE en Chile, que se realizará el martes 17 de octubre, en el Centro Cultural Palacio de la Moneda y su principal objetivo será poner en valor el segmento.

Asimismo, la Subsecretaria Montes comunica que Chile está postulando como sede para el Encuentro Mundial de Enoturismo 2019, que en 2017 se realizará en la ciudad de Mendoza.

Finalmente, y siendo las 11:15 hrs., doña Javiera Montes, Subsecretaria de Turismo, da por terminada la sesión, agradeciendo la participación de los asistentes al Consejo.



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