



REGIÓN DE ANTOFAGASTA

CO-CONSTRUCCIÓN DE LA HOJA DE RUTA PARA LA **RECUPERACIÓN DEL TURISMO EN CHILE**

MÓNICA ZALAQUETT | SUBSECRETARIA DE TURISMO
ANDREA WOLLETER | DIRECTORA NACIONAL DE SERNATUR

ANTOFAGASTA, mayo 2020

#NOSVOLVEREMOSAENCONTRAR

INTRODUCCIÓN



#NOSVOLVEREMOSAENCONTRAR

Es un momento para fortalecer la comunidad entre los que trabajamos y nos preocupamos por el Turismo.

El Turismo tiene un foco especial en las **PERSONAS** y más que nunca necesitamos **COLABORACIÓN - COORDINACIÓN - INNOVACIÓN - RESPONSABILIDAD** para volver a poner de pie esta industria.

Aquí nadie va a sobrar, necesitaremos de la ayuda de todos para ser creativos a la hora de salir a mostrar nuestro país y nuestras regiones, porque el turismo es sin duda una de las industrias más golpeadas con esta crisis.





|

IMPACTOS EN EL TURISMO POR COVID-19



Impactos en el turismo por COVID-19

IMPACTO EN TURISMO MUNDIAL

Los organismos internacionales vinculados al sector estiman, preliminarmente, que la crisis por coronavirus está poniendo en riesgo entre 100 a 120 millones de empleos del sector en todo el mundo.

Se proyecta una baja entre 58-78% en los viajes internacionales, con pérdidas económicas de US\$ 2,7 billones el 2020.



-100

MILLONES DE EMPLEOS
(FUENTE WTTTC)



-78%

TURISMO MUNDIAL
(FUENTE OMT)



PÉRDIDAS ECONÓMICAS
2,7 billones

MILLONES DE DÓLARES
(FUENTE OCDE)

Impactos en el turismo por COVID-19 EN CHILE



IMPACTO EN TURISMO RECEPTIVO

Llegadas de turistas extranjeros a Chile 2019

4.517.962
millones

-21,1% respecto al 2018



IMPACTO EN TURISMO INTERNO

Viajes internos 2019

23.706.019
millones

Viajes con pernoctación realizados por residentes en Chile en el territorio nacional.



IMPACTO ECONÓMICO

APORTE A LA ECONOMÍA NACIONAL 2019
(turismo receptivo + interno)

US\$ 8.990
millones

US\$ 6.069 millones
turismo interno

US\$ 2.921 millones
turismo receptivo

2019

2020

Estimación llegadas de turistas extranjeros a Chile 2020

2.646.135
millones

-41,4% respecto al 2019
-1.871.827 turistas

Estimación de viajes internos 2020

16.480.034
millones

-30,5% a la registrada en 2019
-7.225.985 millones de viajes

APORTE A LA ECONOMÍA NACIONAL 2020
(turismo receptivo + interno)

US\$ 6.092
millones

-32,2% respecto a 2019

US\$ 4.367 millones
turismo interno

-28% respecto a 2019

US\$ 1.725 millones
turismo receptivo

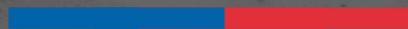
-41% respecto a 2019



||

MEDIDAS DE GOBIERNO:

ECONÓMICAS, TRIBUTARIAS,
LABORALES





El gobierno destinará
US\$ 17.105 millones

(6/7% DEL PIB)* para
enfrentar la crisis
económica provocada
por el COVID 19

#NOSVOLVEREMOSAENCONTRAR

*Según valor del dólar

Plan Económico de emergencia

**ESTE PLAN
CONTEMPLA
CUATRO
LÍNEAS DE
ACCIÓN**

ECONÓMICAS



TRIBUTARIAS



LABORALES



**FOCO
TURISMO**



Medidas con foco en Turismo

ACCIONES HACIA LA INDUSTRIA

**PROTOCOLO
COVID-19
PARA LA
INDUSTRIA
TURÍSTICA**



**TURISMO
ATIENDE**



6006006066
turismoatiende@sernatur.cl

**ACTIVA
TURISMO**



**HOTELES /
HOSTALES
SANITARIOS**



**¡VIAJA
DESDE CASA!
SABOREA CHILE**

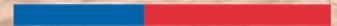


**PROGRAMA DE
FORMACIÓN PARA
LA
COMPETITIVIDAD
(PFC)
DIGITALIZACIÓN
PARA TURISMO
CON CORFO**

**CONVERSA-
TORIOS
CON LA
INDUSTRIA
TURÍSTICA**



**CO-
CONSTRUCCIÓN
HOJA DE
RUTA
CON REGIONES**



Medidas con foco en Turismo

ACCIONES HACIA LA INDUSTRIA

**ACCIONES DE
MARKETING
PROGRAMADAS**

**ESTRATEGIA
DIGITAL DE
CONTENIDOS**

**CAMPAÑA
NACIONAL**

**Nos Volveremos a
Encontrar**

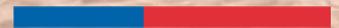
**CAMPAÑA
INTERNACIONAL**

**Sueño con Chile"
(I dream of Chile)
Chile Travel.**

**ACCIÓN DE
MARKETING
DIRECTO
TURISMO DE
REUNIONES**

**Internacional -
Nacional**

- Campaña Nacional de Reactivación Turística con foco en turismo interno
- Campaña Internacional de Reactivación Turística
- Rueda de Negocios on line con empresarios turísticos nacionales.





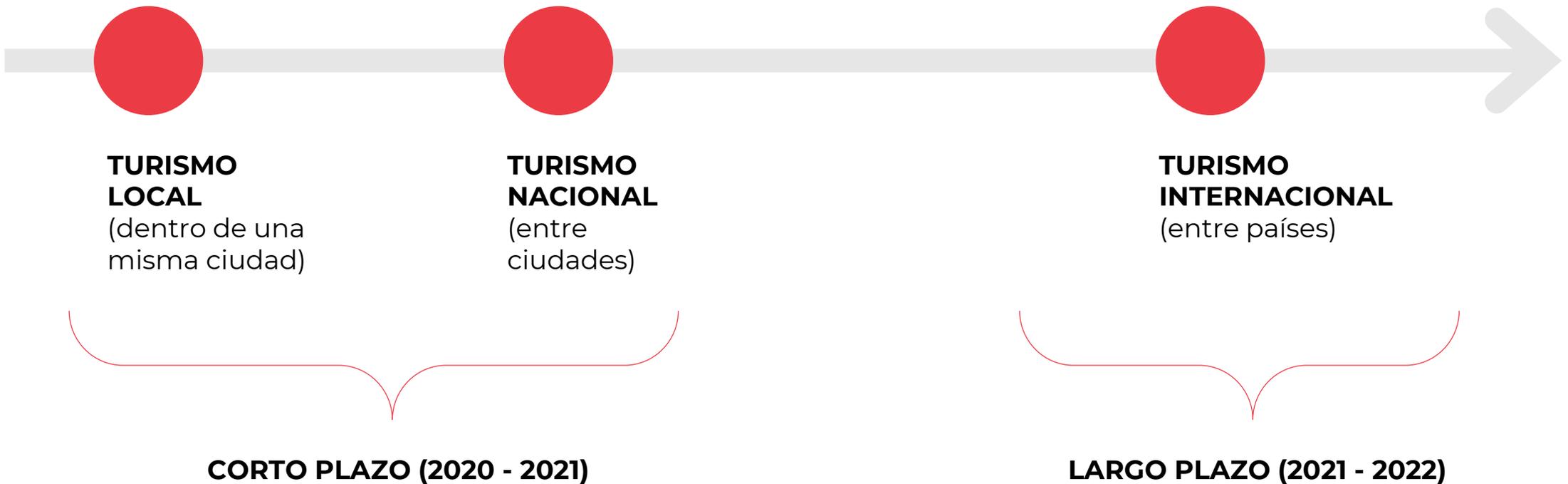
III

EL NUEVO TURISMO

**A un mundo nuevo,
no se puede ir con
mapas viejos.**

Reactivación

REAPERTURA GRADUAL



Conceptos clave

SEGURIDAD

FLEXIBILIDAD

PERSONALIZACIÓN

SUSTENTABILIDAD

TRANSFORMACIÓN DIGITAL



Nuevo Turismo

CONCEPTOS CLAVE



SEGURIDAD

- **Restauración de la confianza**
- Seguridad sanitaria
 - Protocolos, certificados sanitarios, certificación sanitización, etc.
- Aforos
- Seguridad personal
- Contacto con el cliente
- Transporte (¿cómo llego al destino?)
- Espacios abiertos
- Turismo de naturaleza



FLEXIBILIDAD

- Redefinición de productos (diversidad, personalización y diferenciación)
- Asociación de destinos
- Asociación de oferta
- Asociatividad y comunidades
- Flexibilidad de políticas comerciales (modificaciones reservas, seguros de reembolso, cancelaciones, etc.)
- Flexibilidad laboral



PERSONALIZACIÓN

- Productos a la medida
- Oferta híper personalizada
- Turismo de intereses especiales
- Grupos pequeños (Family&Friends y grupos de trabajo)
- Desarrollo de lo local
- Servicio a la habitación o a la carta.

Implica conocer muy bien al cliente, crear una OFERTA a la medida (intereses especiales, experiencia, traslado, precio, seguros, etc.)



TRANSFORMACIÓN DIGITAL

- Pago en línea
- Check in y check out online
- Delivery
- Comunidades virtuales
- Conectividad



Acceso a conectividad (wifi, alta velocidad, etc.)

+ SUSTENTABILIDAD (AMBIENTAL, ECONÓMICA Y SOCIAL)

El nuevo turista

¿DE DÓNDE VIENE?

- 1. TURISTA INTERNO** (corto plazo)
 - Family&Friends
 - Jóvenes
 - Negocio & Trabajo
 - Viajes individuales
- 2. INTERNACIONAL** (mediano y largo plazo)
 - Revisión constante de mercados que levanten barreras sanitarias vs PIB



¿CÓMO ES?

- 1. DIGITALIZADO**
- 2. INFORMADO**
- 3. BUSCA SEGURIDAD SANITARIA**
 - Información / protocolos
 - Higiene / sanitización / certificaciones
- 4. EVITA MASIVIDAD**

Estimación de la distribución de la renta disponible per cápita (%)

	Precrisis	2021
Restaurantes:	8%	7% (-5%)
Viajes y hoteles:	9%	7% (-12%)

El nuevo turista y los destinos



¿QUÉ DESTINOS BUSCARÁN?

1. **TURISMO DE PROXIMIDAD**
 - o Evitar medios masivos de transporte
2. **TURISMO DE NATURALEZA**
3. **TURISMO AVENTURA**
4. **TURISMO DE INTERESES ESPECIALES**
5. **TURISMO RURAL** (relacionamiento con comunidades)
6. **DESTINOS NO SATURADOS**
7. **TELETRABAJO PERMITE MOVILIDAD, PERO SE NECESITA CONECTIVIDAD DIGITAL.**

DESAFÍOS DE LOS DESTINOS

1. **SEGUIR PRESENTES EN LA MENTE DE LOS VIAJEROS**
2. **MEDIDAS SANITARIAS** (Comunicación y cumplimiento protocolo sanitario, control sanitario en accesos, servicios higiénicos, etc)
3. **PROGRAMAS PARA MERCADOS PRÓXIMOS** (Ej. Escapadas)
4. **PROGRAMA DE INTERESES ESPECIALES**
5. **CONTROL DE CANTIDAD DE TURISTAS** (Ej. Machu Pichu capacidad diaria)
6. **REDEFINICIÓN DE RUTAS** (evitar aglomeración en ciertos puntos)
7. **ASOCIACIÓN DE DESTINOS**
8. **TRANSFORMACIÓN DIGITAL**



#ELIGECHILE

Planifica
tu viaje
por **Chile**
desde tu **celular**



Descarga la App
ChileTravel

Chile

chile.travel



DESCARGA GRATUITA
Google Play



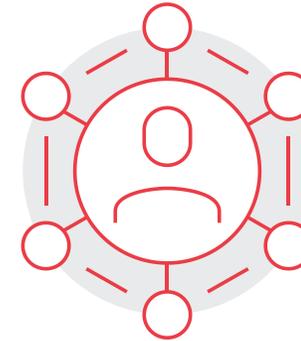
DESCARGA GRATUITA
App Store

VERSIÓN BETA

El nuevo turismo y la digitalización

¿POR QUÉ DIGITALIZARSE?

1. Ventas en línea.
2. Campañas en RRSS con una alta segmentación de mercado.
3. Amplio alcance.
4. Baja inversión vs alcance.
5. Relación cercana con el cliente (fidelización).
6. Se pueden hacer distintas campañas al mismo tiempo.
7. Permite una medición de la efectividad de la campaña en poco tiempo.



13M

USUARIOS
ACTIVOS / MES



7.30M

USUARIOS
ACTIVOS / MES



4.80M

USUARIOS
ACTIVOS / MES



1.53M

USUARIOS
ACTIVOS / MES



322M

USUARIOS
ACTIVOS / MES



2.000M

USUARIOS
ACTIVOS / MES

NACIONAL

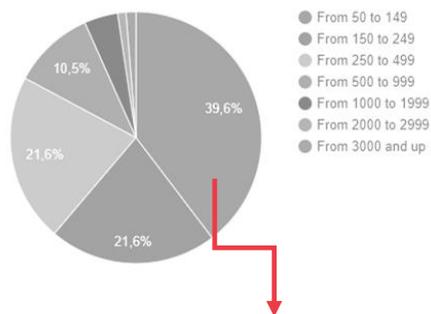
MUNDIAL

FUENTE: Agencia Leverage

Nuevo Turismo / MICE

Tamaño de los congresos 2018 - parte 2019

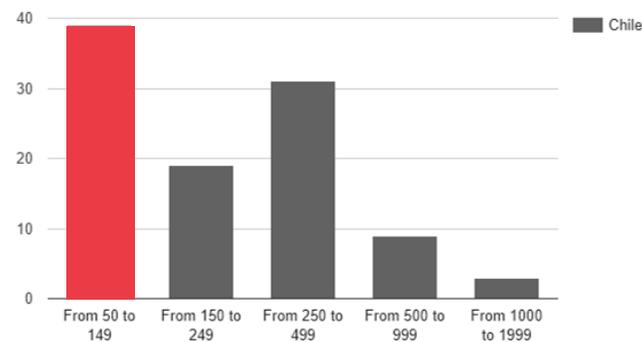
84% de los congresos realizados en el mundo corresponde a un número de delegados no mayor a 499.



40% corresponden a congresos de entre 50 y 150 personas. Esta tendencia ya se estaba dando en años anteriores.

FUENTE: ICCA

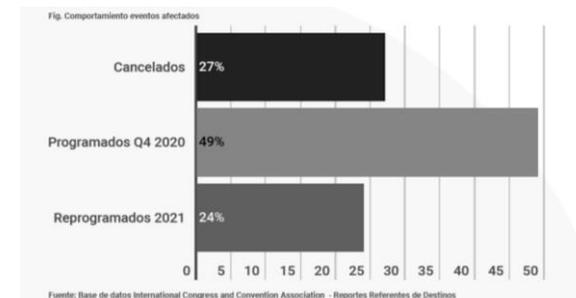
Tamaño de los congresos Chile 2018 - parte 2019



En Chile gran porcentaje de los congresos corresponden a eventos de entre 50 y 150 personas, por lo que seguiremos en la tendencia que analizan los expertos para el Turismo MICE después de la PANDEMIA.

FUENTE: ICCA

Impacto económico proyectado - Latinoamérica - Congresos ICCA.



Impacto económico congresos ICCA cancelados o postpuesto 2020
US\$ 538.241.760

Segmentación a utilizar

El miedo será un inmovilizador para los potenciales turistas.

Se evitarán los lugares con altas aglomeraciones, por lo queremos dirigir nuestra comunicación a los siguientes segmentos y experiencias.

EXPERIENCIAS

- ✓ Naturaleza
- ✓ Aire libre
- ✓ Aventura
- ✓ Astronómica
- ✓ Gastronómica
- ✓ Cultural
- ✓ Rural
- ✓ Enoturismo

SEGMENTO NACIONAL



**FAMILIAS
&
AMIGOS**



MILLENNIALS



**GeneraciónX
(1965-1981)**



Estrategia Nacional de Turismo 2020 - 2030



Estrategia Nacional de Turismo 2020 - 2030

MISIÓN “Liderar, impulsar y articular los cambios para aumentar la competitividad del sector turismo en Chile”.

VISIÓN “Generar experiencias turísticas memorables, consolidando al turismo como motor de desarrollo sostenible en todo el territorio de Chile”.

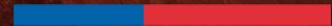
META MADRE “Al 2030, alcanzar 8 millones de llegadas de turistas internacionales y 30 millones de viajes internos con distribución más homogénea a lo largo del año y el territorio de Chile”.

PILARES ESTRATÉGICOS



Co-construcción Hoja de Ruta

R. ANTOFAGASTA



Hoja de Ruta para la Recuperación del turismo

OBJETIVOS

METODOLOGÍA SUGERIDA:

MESA público-privada en cada región, destinada a construir un plan de reactivación del turismo de acuerdo a los tiempos.



**RED
TURISMO**

La hoja de ruta tiene como **objetivo general** *trabajar nacional y regionalmente en preparar el turismo para su recuperación, así como fortalecer la comunidad turística del país.*

El **objetivo específico** es *co-construir nacional y regionalmente un plan de acción de corto y mediano plazo para estimular la demanda nacional e internacional, entregando **señales de confianza** a los viajeros para que vuelvan a visitar los destinos turísticos de Chile.*



Sernatur Antofagasta

1.

Video conferencia semanales con gremios, pymes de turismo destinos SPA, Antofagasta, Mejillones..

2.

Trabajo on line con Municipios por pladetur y ordenanzas que podrían aplicarse con cov-19

PARTICIPACIÓN DE 7 MUNICIPIOS DE 9.

3.

Inicio de PTI Turismo Borde Costero

EJECUTADO POR CORFO EN CONJUNTO CON SERNATUR.

4.

Diseño y Realización de nuevo FNDR Cov-19 ingresado a Dirplar "Digitalización y E-commerce para Pymes de la región de Antofagasta" \$ 225 millones.

5.

Presentación de FNDR de Sercotec para Pymes (todos rubros, incluye turismo) con subsidios no reembolsables.
\$ 3.000 millones

6.

Inicio de Proyecto de Educación On line para SPA, conjunto con INACAP y Seremi Economía, para turismo.

Sernatur Antofagasta

7.

Taller *on line* alumnos de Santo Tomás, Turismo.

8.

Sesiones *on line* regionales con Seremi de Economía y Seremi de Hacienda, informando de beneficios y medidas económicas para Pymes.

9.

Lanzamiento concurso mujer emprendedora turismo rural, con mujeres agricultoras de Altos La Portada, junto a Seremi de Agricultura, Seremi de Economía.

10.

Lanzamiento cursos de Sence, en restaurante con delivery junto a Seremi del Trabajo, Aremi Hacienda, Seremi de Economía.

11.

Asesoría *on line* a Pymes desde el área de inspección para cumplimiento en SPA, Antofagasta, Taltal efectuado por inspectoras regionales.

12.

Participación en Activa Turismo de Sernatur, de Arturo Soto, Pyme y líder social Budeo. OOTT Antofagasta.

13.

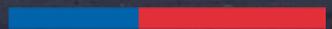
Envío y despacho de información constante a Registro de Sernatur.

14.

Video #nosvolveremos encontrar plataformas y RRSS.

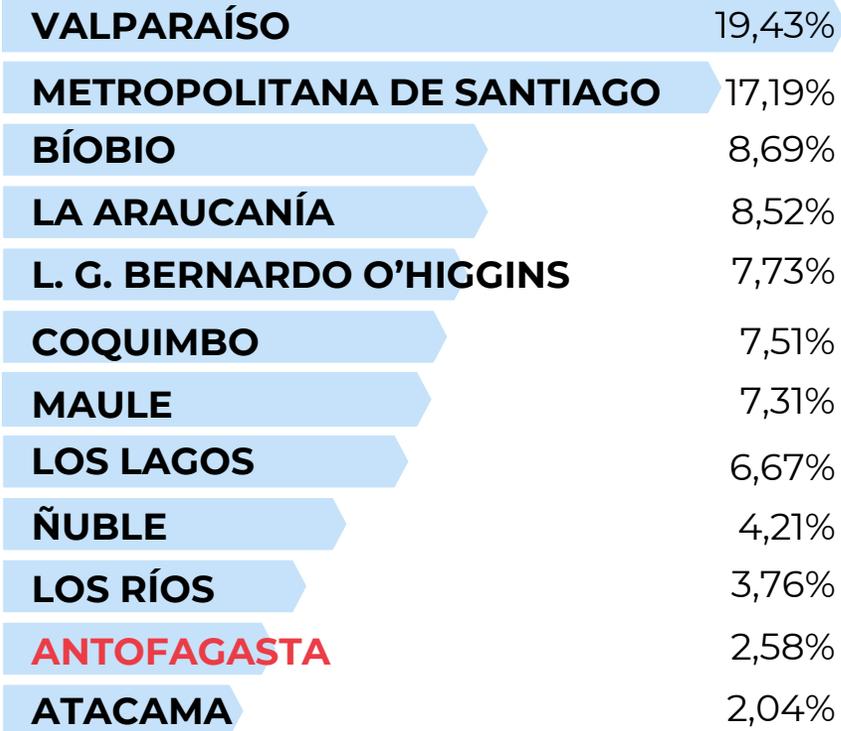
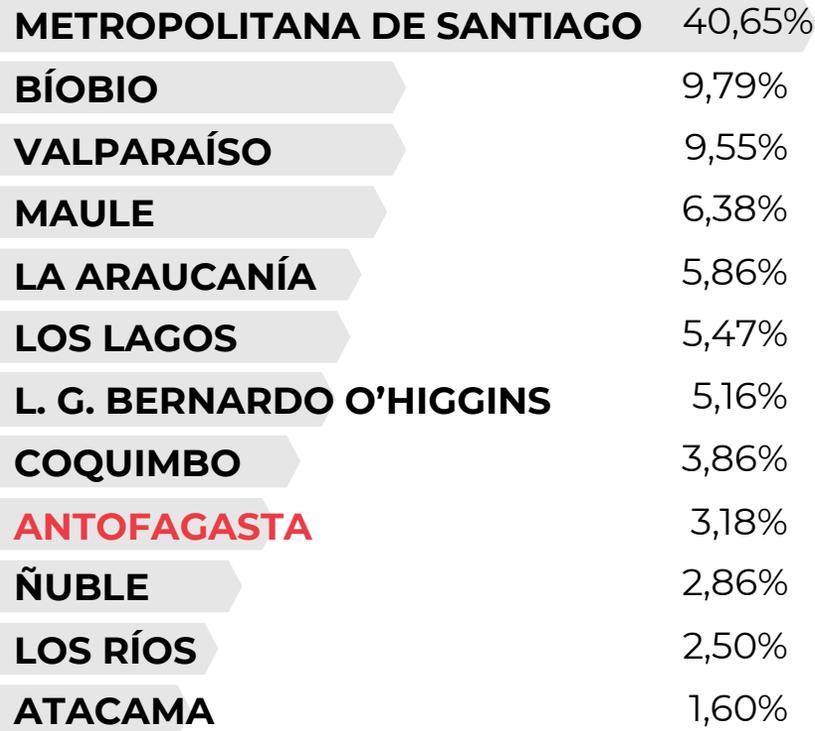
ESTADÍSTICAS

R. ANTOFAGASTA



Oportunidades para la R. Antofagasta (2019)

PRINCIPALES
EMISIVOS



PRINCIPALES
RECEPTIVOS

Fuente: Elaboración propia SST y SNT

Estadísticas relevantes para R. Antofagasta (2019)

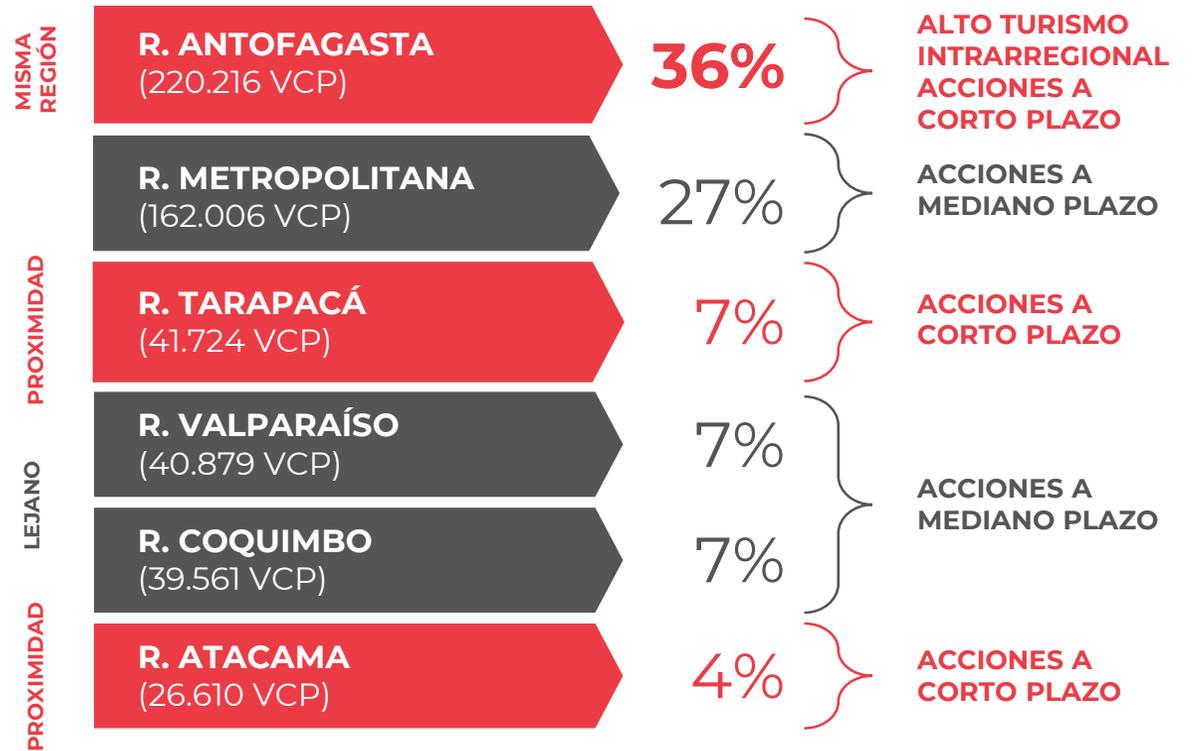
¿DE DÓNDE VIENEN NUESTROS TURISTAS?

¿CUÁLES CORRESPONDEN A TURISMO DE PROXIMIDAD?

RECEPTIVO

VIAJES REALIZADOS HACIA LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA (2019)

VIAJES CON PERNOCTACIÓN
611.450
(NACIONAL)



Estadísticas relevantes para R. Antofagasta (2019)

TURISMO DE PROXIMIDAD / ¿Cuáles son los destinos preferidos por los habitantes de la región?

VIAJES REALIZADOS
DESDE LA REGIÓN DE ANTOFAGASTA
(2019)



VIAJES CON PERNOCTACIÓN
752.683
(NACIONAL)



DESTINO	VCP	%	
R. ANTOFAGASTA	220.216	29,3%	INTRARREGIONAL
R. METROPOLITANA	137.370	18,3%	
R. TARAPACÁ	124.413	16,5%	PROXIMIDAD
R. COQUIMBO	81.071	10,8%	
R. ATACAMA	54.459	7,2%	PROXIMIDAD



Capturar este segmento
(397.313 VCP)
PRINCIPALES VIAJES DE LA REGIÓN HACIA OTRAS REGIONES

VIAJES INTRARREGIONALES (R. ANTOFAGASTA)
220.216 VCP (2019)

Inicialmente trabajar especialización de productos para emisivos intrarregionales y de proximidad
(familias, grupos de amigos, millennials, viajes individuales).

Fortalecer demanda de la misma región.

VIAJES DESDE LA REGIÓN HACIA OTROS DESTINOS
397.313 VCP (2019)

Principales destinos turísticos dentro de la región (intrarregional)

Destino Turístico R. de Antofagasta	Total de viajes	Participación %
Resto Región	129.439	58,8%
Antofagasta	44.546	20,2%
Calama	26.100	11,9%
San Pedro de Atacama	20.131	9,1%
Total general	220.216	100,0%



Principales comunas emisivas de R. Antofagasta hacia todo Chile

Antofagasta	432.000	57,4%
Calama	226.928	30,1%
Tocopilla	31.344	4,2%
Mejillones	16.710	2,2%

Estadísticas relevantes para R. Antofagasta (2019)

LA OFERTA

(DESTINO ÚNICO O MULTIDESTINO)



¿CUÁLES SON LAS COMUNAS MÁS VISITADAS DE LA REGIÓN?

Antofagasta / Calama / San Pedro de Atacama / Mejillones

Principales comunas visitadas desde todo Chile

▶ Antofagasta	235.998	38,6%
▶ Calama	93.032	15,2%
▶ San Pedro de Atacama	85.152	13,9%
Mejillones	72.199	11,8%

Principales comunas visitadas intrarregional

▶ Mejillones	54.388	24,7%
▶ Antofagasta	44.546	20,2%
▶ María Elena	30.073	13,7%
Calama	26.100	11,9%
San Pedro de Atacama	20.131	9,1%

TURISMO DE INTERESES ESPECIALES



Turismo cultural



Turismo
Astronómico



Turismo de
Naturaleza



Sol y playa

LO LOCAL + IDENTIDAD + PAISAJE + EXPERIENCIA + SUSTENTABILIDAD

A high-angle photograph of a majestic mountain range. The peaks are rugged and covered in snow, with some dark rock faces visible. A clear, deep blue lake in the foreground perfectly reflects the surrounding mountains and the sky. The lighting is bright, suggesting a clear day, and the overall atmosphere is serene and majestic.

**Desde lo más alto de nuestra
columna vertebral**



Subsecretaría
de Turismo

Gobierno de Chile

SERNATUR
Ministerio de
Economía, Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile



MUCHAS GRACIAS

#NOSVOLVEREMOSAENCONTRAR

