PROGRAMA DE DIFUSIÓN TECNOLÓGICA PARA FORTALECER EL TURISMO DE NEGOCIOS EN LAS PYMES HOTELERAS DE LA REGIÓN DE ATACAMA

SITUACION ACTUAL Y TENDENCIAS DEL TURISMO MICE 2020-2021

Proyecto apoyado por CORFO

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

Alejandra Zúñiga Venegas

Traductora e Interprete Inglés-Español y profesional con vasta trayectoria en la industria turística, con especialización en la promoción de destinos y desarrollo de estrategias de marketing tanto para el segmento de turismo recreativo como para el segmento MICE. Ex integrante del Comité de Ética de COCAL (Confederación de Organizadores de Congresos y Afines para América Latina) y actualmente a cargo de la gerencia del Visit Puerto Varas Convention Bureau, liderando la promoción y captación de eventos nacionales e internacionales para la ciudad.

El presente documento tiene como objetivo reflejar la situación actual del Turismo MICE y sus principales tendencias y proyecciones producto de la pandemia COVID 19, entregando algunas técnicas y herramientas que permitan mejorar la propuesta de valor y oferta turística de las pymes, especialmente empresas hoteleras y gastronómicas, ligadas al turismo de negocios de la Región de Atacama.

Bien sabemos que el turismo ha sido una de las industrias más golpeadas a nivel global por las restricciones originadas en torno a la pandemia del COVID 19 y más aún lo ha sido el turismo MICE, que alberga reuniones, viajes de incentivo, congresos y eventos de diversa índole. Sin embargo, la crisis que afecta a nuestra industria, presenta una serie de desafíos y oportunidades de mejora continua, entre estas, conocer de manera más profunda y detallada lo que realmente necesitan y quieren nuestros clientes. Ha sido tiempo de escuchar, de empatizar y adaptar nuestra oferta turística, de manera de seguir generando "experiencias inolvidables" asociadas a nuestros destinos, productos y servicios.

GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

HOTELEROS DE CHILE
GUAZZINI Consultores en Turismo
Proyecto apoyado por CORFO
Gobierno de Chile
SERNATUR Región de Atacama
ATA Asociación de Turismo de Atacama

CONTENIDO

1. AMBITO INTERNACIONAL TURISMO MICE 5

1.1 Definición del Turismo MICE 5

1.2 Impacto económico 5

1.3 Composición segmentos MICE 6

1.4 Composición de reuniones 6

1.5 Comportamiento y estadístiacs de reuniones 7

1.6 Ranking de destinos por reuniones realizadas 10

2. AMBITO NACIONAL TURISMO MICE 11

2.1 ¿ Por qué es interesante ser un destino para turismo MICE ? 11

2.2. Potenciales ingresos a destino 12

2.3 Distribución del gasto 12

2.4 Convention Bureaus en Chile 13

3. IMPACTO COVID 19 TURISMO DE REUNIONES 13

3.1 Reuniones afectadas a nivel mundial 14

3.2 Impacto económico en América Latina 15

3.3 Impacto reuniones en Chile 16

3.4 Encuesta Asociaciones Chilenas 16

4. TENDENCIAS Y PROYECCIONES TURISMO MICE 19

4.1 Proyecciones Turismo MICE 19

4.2 Desafíos para los destinos 19

4.3 Desafíos en la digitalización 20

4.4 Conceptos claves 20

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

5. ROL DE UN CONVENTION BUREAU EN LA PROMOCIÓN DE UN DESTINO – CASO PUERTO VARAS..... 21
5.1 Visit Puerto Varas Convention Bureau 21
5.2 Socios 21
5.3 Servicios y apoyo.....22
5.4 Principales líneas de acción.....22
5.5 Principales virtudes destino Puerto Varas 25
5.6 Principales debilidades destino Puerto Varas.....25
5.7 Impacto Covid 19 en congresos.....26
5.8 Ingresos en destino 26
5.9 Estacionalidad en congresos 27
5.10 Principales acciones en la reactivación..... 28

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

1. AMBITO INTERNACIONAL TURISMO MICE

1.1 Definición del Turismo MICE

Según sus siglas en inglés el Turismo MICE comprende los segmentos de **Meetings, Incentives, Conventions & Exhibitions** y considera todo tipo de reuniones (congresos, convenciones, seminarios), además de las exposiciones o ferias y los viajes de incentivo.

En general, los congresos tienen una convocatoria abierta a la especialidad y se relacionan con el mercado asociativo (asociaciones/sociedades/entidades gremiales) que organizan congresos, a diferencia de las convenciones, cuya convocatoria es cerrada y se relacionan con el mercado corporativo (empresas/entidades corporativas).

Por otra parte, los viajes de incentivos también se relacionan con el mercado corporativo y consisten en premios o incentivos que otorgan las empresas a sus mejores ejecutivos por cumplimiento de metas o productividad alcanzada, como una forma de reconocer su rendimiento y gestión. También existen otros tipos de incentivos, como bonos o regalos, pero el viaje es lejos el premio por excelencia, ya que genera una experiencia y permanece en la memoria de quién lo recibe durante un largo tiempo.

1.2 Impacto Económico

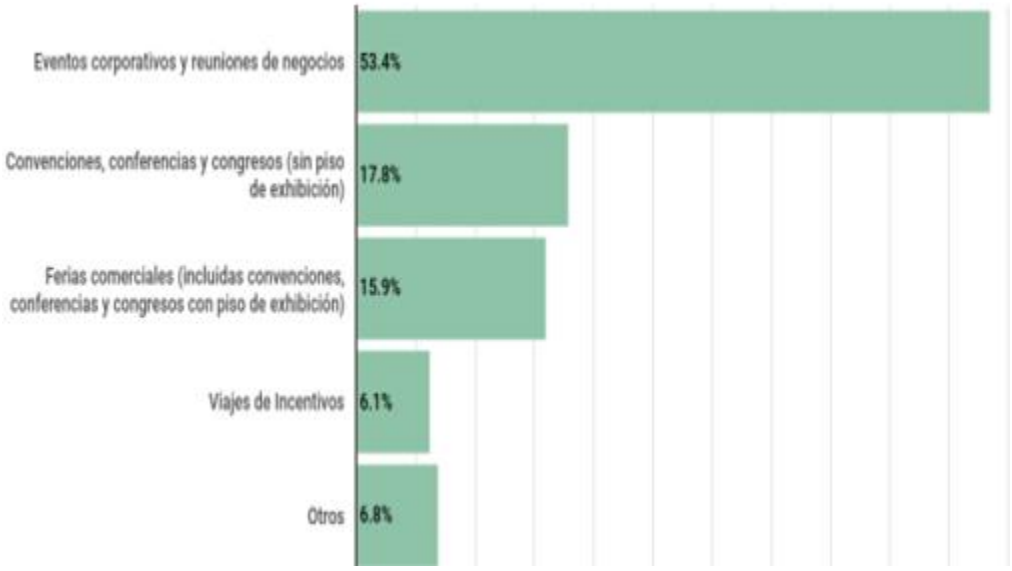
El Turismo MICE hoy en día es considerado como la 13° economía más grande del mundo. Si se toma en cuenta los impactos indirectos e inducidos, los eventos del segmento MICE estiman un aporte al impacto económico a nivel global de alrededor de Usd 2,5 trillones, generando Aprox. 26 millones de empleos.

Un turista de negocio o un asistente a algún congreso, tiene un gasto promedio diario de 3 a 4 veces más que el de un turista tradicional, por lo que el Turismo MICE es un sector altamente rentable. Si bien se cuenta con algunos estudios de medición del nivel del impacto económico en Chile, estos no son lo suficientemente representativos, dado a que no abarcan todos los segmentos o componentes del Turismo MICE, debilitando en gran parte su contenido.

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

1.3 Composición Segmentos MICE

Tal como lo señala el gráfico, los eventos corporativos o reuniones de negocios componen más del 50% del Turismo MICE. Asimismo, aquellas convenciones, conferencias o congresos que no requieren de superficie de exhibición forman un porcentaje más alto que aquellas que sí lo requieren. Actualmente, los viajes de incentivo ocupan uno de los porcentajes más bajos dentro del segmento, pero con mucho potencial de desarrollo a futuro.



1.4 Composición de reuniones

Según lo definido en el punto 1.1, las reuniones son de diversa índole, tales como congresos, seminarios, convenciones, reuniones de negocio, ferias o exposiciones y viajes de incentivos.

Sin embargo, haremos especial mención al segmento de los congresos asociativos, por tratarse estos de uno de los segmentos más representativos y analizados del Turismo MICE y que a nivel internacional, son agrupados por la ICCA (International Congress & Convention Association), asociación profesional que reúne a un universo cercano a los 200.000 congresos internacionales que rotan por el mundo buscando sedes.

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

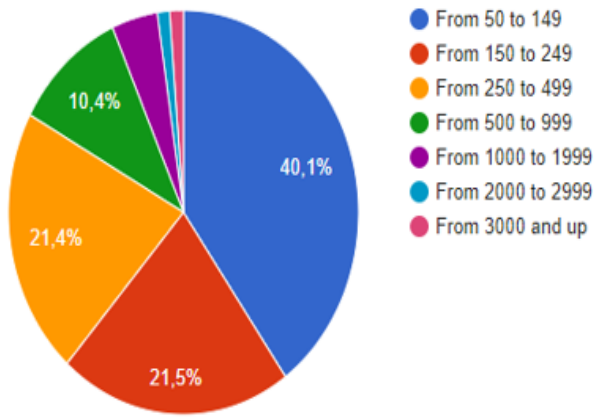
ICCA

Según ICCA, para que un congreso internacional sea considerado como tal, debe cumplir ciertos criterios o requisitos, tales como:

- Ser realizado bajo una frecuencia regular
- Contar con mínimo 50 participantes internacionales
- Rotar entre al menos 3 sedes internacionales
- No estar relacionado con eventos de gobierno ni eventos deportivos.

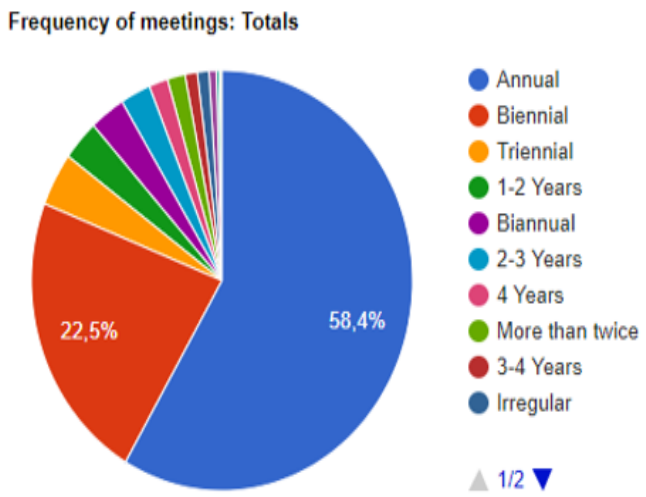
1.5 Comportamiento y estadísticas de reuniones

A continuación se refleja el comportamiento que han tenido los congresos internacionales a nivel global, según su tamaño, frecuencia, estacionalidad, temática y tipos de sede.

TAMAÑO REUNIONES A NIVEL GLOBAL  Fuente: ICCA	Según gráfico, podemos apreciar que más del 90% de los congresos que se realizan a nivel internacional, reúnen hasta máximo 1.000 personas, confirmando la tendencia de los últimos años, de realizar congresos cada vez de menor magnitud. Lo anterior, permite y potencia que gran parte de los destinos y ciudades chilenas puedan optar a ser sede de estos congresos, dado a que cuentan con las capacidades para albergarlos.

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

FRECUENCIA REUNIONES A NIVEL GLOBAL

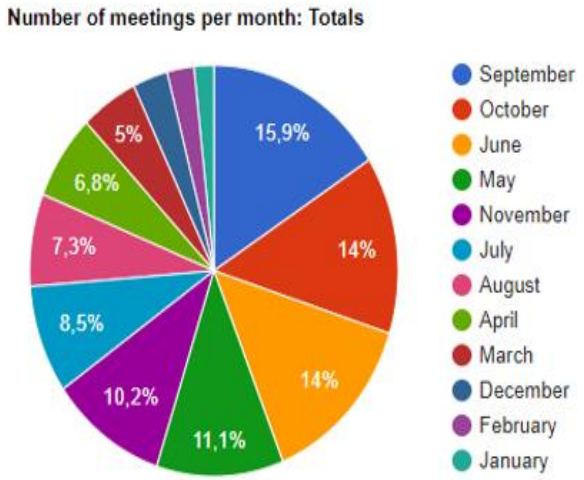


Fuente: ICCA

Según gráfico, podemos apreciar que el 58% de los congresos internacionales tienen una frecuencia anual, correspondiendo estos en su gran mayoría a congresos regionales o latinoamericanos.

Lo anterior, facilita el proceso de priorización en cuanto a la búsqueda de potenciales congresos a postular y a resultados esperados, dado a que a mayor cantidad de candidaturas presentadas, mayor es la posibilidad de poder adjudicarse la sede de algunos de los congresos internacionales.

ESTACIONALIDAD REUNIONES A NIVEL GLOBAL

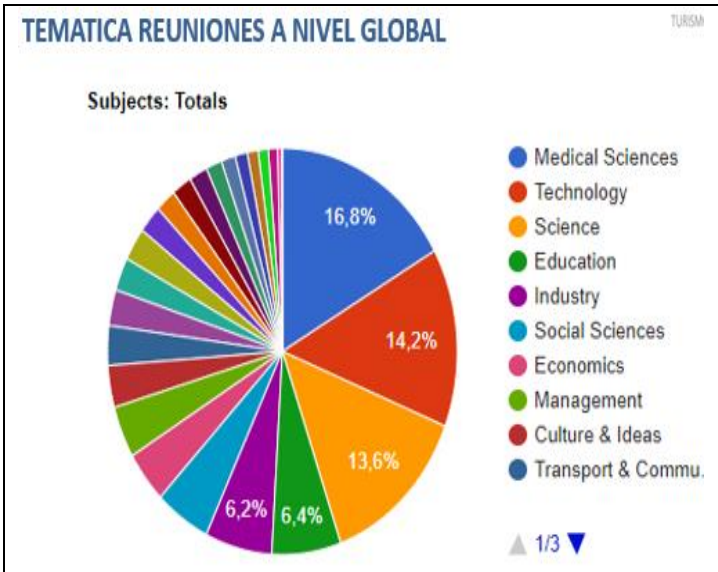


Fuente: ICCA

Según gráfico, podemos apreciar que la mayoría de los congresos internacionales se realizan en los meses de Septiembre, Octubre, Junio, Mayo y Noviembre, meses que no corresponden a nuestra temporada vacacional.

Lo anterior, sin duda favorece a romper la estacionalidad turística, generando movimiento y flujo de personas en meses más inactivos en los distintos destinos turísticos chilenos.

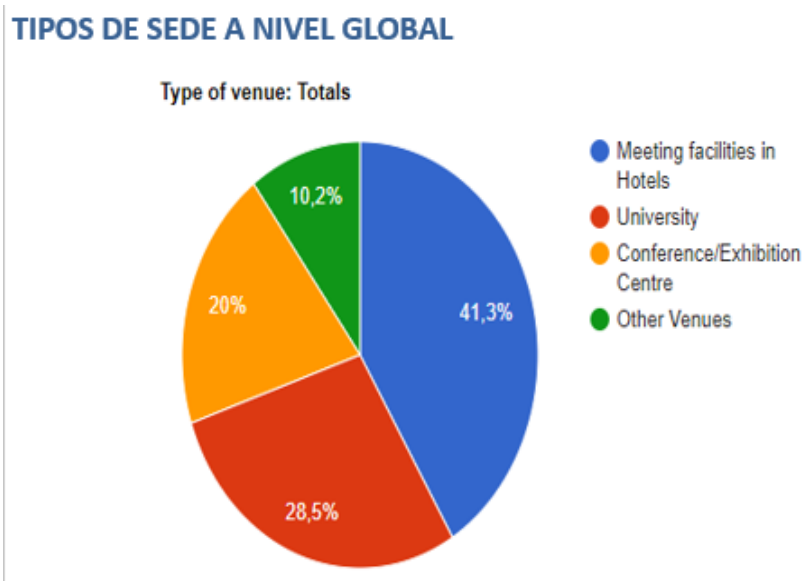
GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.



Fuente: ICCA

Según gráfico, las principales temáticas están relacionadas con las áreas de ciencias médicas, tecnología, ciencias y educación.

Lo anterior, sin duda favorece la búsqueda de potenciales congresos relacionados con las especialidades o temáticas más demandadas e idealmente con un buen desarrollo de la especialidad en el destino local.



Fuente: ICCA

Según gráfico, los tipos de sede utilizados en congresos internacionales corresponden en su mayoría a salones de hoteles, seguido de universidades y centros de convenciones.

Lo anterior, favorece la opción de que hoteles puedan optar a albergar un determinado congreso, dada las facilidades y distintas capacidades que ofrece la industria hotelera de nuestro país.

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

1.6 Ranking de destinos por reuniones realizadas

Anualmente ICCA y según sus criterios, elabora un ranking de países y ciudades, en relación al número de congresos internacionales realizados.

	CHILE	SANTIAGO	VALPARAISO	VIÑA DEL MAR	CONCEPCION	PUERTO VARAS
2011	36 / 87	43 / 49	-	186 / 11	345 / 5	-
2012	36 / 101	36 / 61	207 / 11	190 / 12	286 / 7	-
2013	36 / 110	37 / 58	-	193 / 12	-	371 / 5
2014	33 / 118	32 / 71	164 / 15	198 / 12	-	-
2015	34/118	34/ 68	230/10	191/13	373/ 5	335/6
2016	36/104	34/64	279/9	279/9	-	357/6
2017	35/119	37/66	228/12	206/13	406/5	325/7
2018	37/109	41/59	225/12	241/11	-	409/5
2019	37/108	37/66	332/7	307/8	424/5	424/5

En el gráfico anterior, se refleja cómo ha sido el posicionamiento de Chile en el ranking mundial, entre los años 2011 y 2019, donde ha situado su lugar entre los puestos 34 y 37, con un promedio de 110 congresos internacionales realizados por año.

Asimismo, se reflejan las ciudades chilenas que aparecen en el ranking mundial, señalando su puesto y su número de congresos internacionales realizados, entre las que destacan Santiago, Valparaíso, Viña del Mar, Concepción y Puerto Varas.

GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

1	Argentina	214
2	Brasil	209
3	Colombia	154
4	**Chile**	**108**
5	Perú	100
6	Uruguay	56
7	Costa Rica	48
8	Ecuador	44
9	Panamá	38
10	Paraguay	34

1	Buenos Aires	127
2	Lima	78
3	**Santiago de Chile**	**66**
4	Sao Paulo	56
5	Bogotá	53
6	Cartagena de Indias	42
7	Montevideo	39
8	San José	38
9	Cuidad de Panamá	37
10	Medellín	34
31	**Viña del Mar**	**8**
36	**Valparaíso**	**7**
45	**Puerto Varas**	**5**
45	**Concepción**	**5**

Fuente: Ranking ICCA 2019

En el ranking latinoamericano, vemos que Chile ocupa el lugar n° 4 con 108 congresos internacionales realizados y que Santiago ocupa el 3er lugar con 66 congresos internacionales realizados, según criterios ICCA.

2. AMBITO NACIONAL TURISMO MICE

2.1 ¿ Por qué es interesante ser un destino o región para Turismo MICE ?

El turismo MICE es un sector altamente rentable, por lo que diversas regiones o ciudades han hecho importantes esfuerzos por desarrollarlo y marketear así sus propios destinos, de la mano de la oferta turística apropiada.

Dentro de los principales beneficios que se obtienen, podemos destacar:

- ✓ Fortalece el posicionamiento e imagen de una región o destino
- ✓ Fomenta la expansión del turismo recreativo y constituye un factor de multiplicación de los esfuerzos promocionales
- ✓ Su gasto promedio es 3 a 4 veces más que el turismo recreativo
- ✓ Rompe la estacionalidad turística

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

- ✓ Genera nuevos empleos
- ✓ Beneficia a diversos rubros, hoteles, centros de convenciones, transporte, tour operadores, restaurantes, comercio local, pequeñas y medianas empresas.
- ✓ Favorece el desarrollo del conocimiento
- ✓ Permite el posicionamiento de la entidad anfitriona

2.2 Ingresos destinos

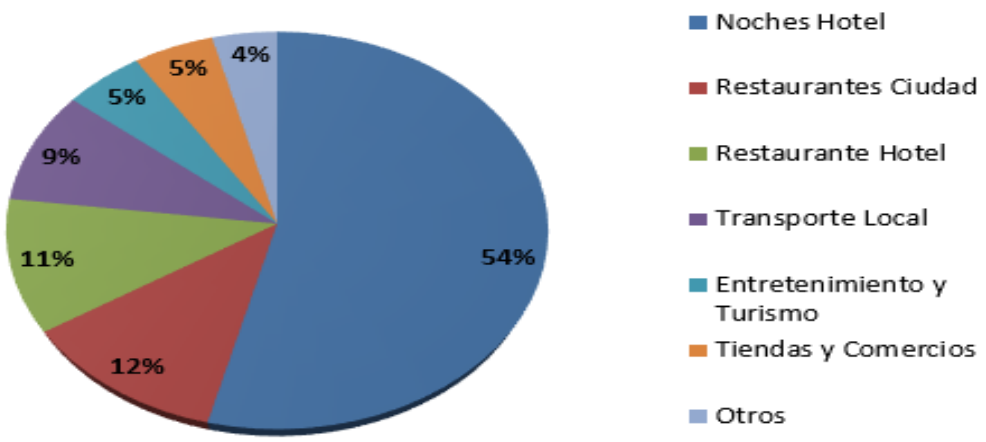
Se estima que el gasto promedio diario de un asistente a un congreso sería:

CONGRESO INTERNACIONAL USD 450

CONGRESO NACIONAL USD 300

Se estima que un congreso, ya sea de carácter internacional o nacional tiene una duración promedio de 3 días.
Si consideramos que un determinado destino recibe un congreso nacional, que congrega a alrededor de 200 participantes, tendríamos un total estimado de ingresos de Usd 180.000.

2.3 Distribución del gasto



Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

2.4 Convention Bureaus en Chile

Actualmente existen 15 Convention Bureaus en Chile, los cuales se han formado para potenciar y desarrollar el Turismo MICE en cada uno de sus destinos, demostrando el potencial y la importancia de este segmento de mercado.

3. IMPACTO COVID 19 TURISMO DE REUNIONES

La industria turística y más especialmente el Turismo MICE han sido uno de los sectores más golpeados producto de la pandemia COVID 19. Las diversas restricciones impuestas en el funcionamiento de los eventos y reuniones han causado un impacto nunca antes visto en la historia de la industria.

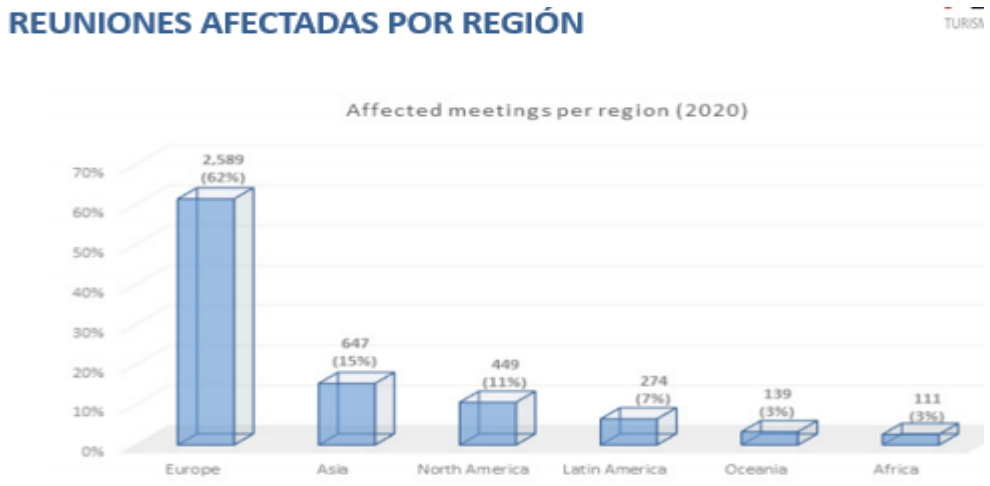
En los gráficos siguientes, se pueden apreciar las cancelaciones y reprogramaciones de reuniones durante el 2020, tanto a nivel internacional, latinoamericano y nacional.

GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

3.1 Reuniones afectadas a nivel mundial

Fuente: ICCA

Se aprecia que un total de 4.209 reuniones fueron afectadas en el año 2020, con más del 60% de estas pospuestas, equivalentes a 17.052 días de congreso, 2, 5 millones de participantes y pérdidas de alrededor de Usd 7 billones (mil millones).



Fuente: ICCA

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

Affected meetings (2020)

REGION	Postponed	Virtual	Cancelled	Hybrid	Relocated	Total
Europe	1,596 (62%)	584 (23%)	360 (14%)	28 (1%)	21 (1%)	2,589
Asia	404 (62%)	104 (16%)	106 (16%)	16 (2%)	17 (3%)	647
North America	199 (44%)	154 (34%)	94 (21%)	1 (0%)	1 (0%)	449
Latin America	192 (70%)	36 (13%)	45 (16%)	0 (0%)	1 (0%)	274
Oceania	79 (57%)	34 (24%)	23 (17%)	1 (1%)	2 (1%)	139
Africa	81 (73%)	17 (15%)	12 (11%)	0 (0%)	1 (1%)	111
Total	2,551 (61%)	929 (22%)	640 (15%)	46 (1%)	43 (1%)	4,209

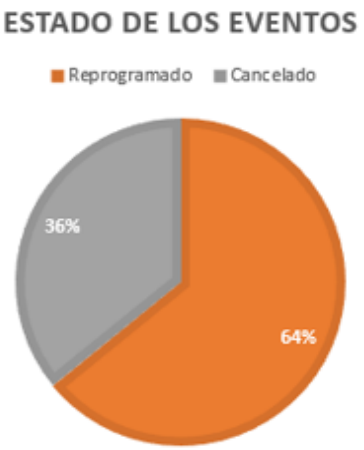
3.2 Impacto económico en América Latina

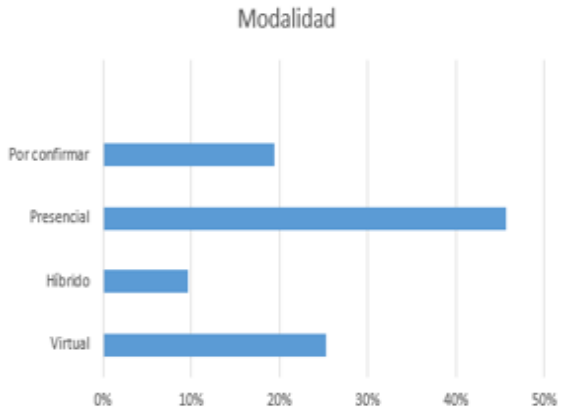
País	Estimado ingresos USD por congresos ICCA	Estimado pérdidas USD por congresos ICCA afectados
Mexico	179,760,000	138,954,180
Brazil	179,284,560	138,586,964
Argentina	147,922,320	114,343,953
Colombia	108,544,800	83,995,130
Chile	98,919,025	76,464,406
Peru	76,675,200	59,269,929
Uruguay	38,251,920	29,568,734
Costa Rica	35,456,400	27,407,797
Panama	31,775,520	24,562,476
Ecuador	30,724,142	23,749,762
Paraguay	29,942,640	23,145,660
Dominican Republic	23,301,600	18,012,136
Bolivia	19,941,600	15,414,856
Guatemala	12,672,240	9,795,641
Cuba	11,403,840	8,815,160
El Salvador	11,250,560	8,696,992
Puerto Rico	10,049,760	7,768,464
Nicaragua	5,360,880	4,143,860
Honduras	4,138,840	3,198,540

Fuente: Base de datos ICCA, reporte de Organismos de promoción turística de América Latina

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

3.3 Impacto reuniones en Chile





Fuente: Sernatur

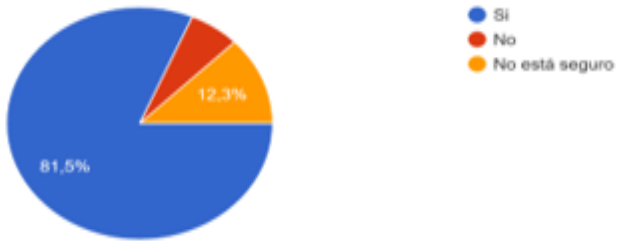
En Chile durante el 2020 y producto de la pandemia, se cancelaron un 36% de las reuniones planificadas y un 64% se reprogramó para los próximos años, intentando en la mayoría de los casos conservar su formato presencial, pero también con formatos híbridos o virtuales.

3.4 Encuesta a asociaciones chilenas

A objeto de medir el impacto, opiniones y proyecciones de gran parte de las asociaciones chilenas que tenían planificado realizar alguno de sus congresos en Chile, Sernatur en conjunto con los 15 burós de convenciones de Chile, trabajaron y aplicaron una encuesta, cuyos principales resultados se arrojan a continuación:

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

5-¿Cree que es importante para el logro de los objetivos de la asociación la realización de eventos presenciales?
81 respuestas



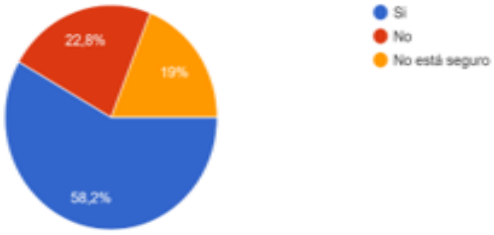
6-¿Han pensado en realizar los próximos eventos de manera 100% virtual o en sus defectos hibridos (presencial+virtual)?
81 respuestas

7-De cara a la reactivación ¿Cómo espera la asociación que se dé el regreso a la actividad en cuanto a congresos y eventos presenciales?
81 respuestas

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

8-Respecto a la ejecución de eventos presenciales, ¿cree que se implementarían los protocolos sanitarios del gobierno o agregarían adicionales por parte de la asociación?
81 respuestas

11-¿Afectaría la selección del destino sede, en base a su capacidad de respuesta sanitaria?
79 respuestas



Eventos Presenciales v/s Eventos Virtuales

PRESENCIALES

- ✓ Intercambio de ideas/networking
- ✓ Mayor interacción con speakers/audiencia
- ✓ Negocios
- ✓ Todos los sentidos enfocados, Quién se duerme ? Quién abandona el evento ?
- ✓ Experiencia irremplazable
- ✓ Conocimiento destino sede
- ✓ Ingresos entidad anfitriona

VIRTUALES

- ✓ 100% transferencia de contenido
- ✓ Mayor alcance
- ✓ Menos eficiente en negocios
- ✓ Desde la comodidad de casa
- ✓ Sentidos dispersos
- ✓ + Difícil cobrar

GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

4. TENDENCIAS Y PROYECCIONES TURISMO MICE

4.1 Proyecciones Turismo MICE

Reuniones de negocios: Serán las primerias en recuperarse, mayoritariamente corporativas y de menor magnitud, inicialmente en modalidad híbrida, para después retomar la modalidad presencial.

Viajes de incentivo: Se considerarán viajes creativos, innovadores, con impacto social. Foco en destinos no masivos, con poco nivel de contagio, destinos seguros, saludables, sostenibles.

Congresos, convenciones: Los primeros congresos en reactivarse serán aquellos relacionados con las industrias médicas y farmacéuticas, con miras a eventos híbridos (último trimestre año 2021) y eventos presenciales, a partir del año 2022.

Ferias y Exhibiciones: Se realizarán versiones reducidas en participantes, así como también versiones digitales.

- La reactivación será primero en eventos locales (dentro de una misma ciudad), nacionales (entre ciudades) y posteriormente internacionales (entre países).
- Las medidas sanitarias y los protocolos de salud serán fundamentales.
- El pasaporte sanitario digital cobrará real importancia al momento de viajar
- La propagación de la vacuna será la pieza clave al momento de reactivar los eventos
- Eventos MICE con alto poder de organización y trazabilidad

4.2 Desafíos para los destinos

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

4.3 Desafíos en la digitalización

4.4 Conceptos Claves

GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

5.- ROL DE UN CONVENTION BUREAU EN LA PROMOCION DE UN DESTINO CASO PUERTO VARAS

5.1 Visit Puerto Varas Convention Bureau

Visit Puerto Varas es un convention bureau 100% privado, constituido como Corporación, con un total de 11 años de operación y conformado por los principales hoteles y empresas turísticas de la ciudad.
Su misión es promover y posicionar el destino como sede de congresos, convenciones, reuniones y viajes de incentivo, tanto de carácter nacional como internacional, integrando a todos los actores públicos y privados que conforman la comunidad.

VISIT PUERTO VARAS
Convention Bureau

Forma parte de la Agrupación de Convention Bureau de Chile, participa del Comité de Turismo MICE, liderado por la subsecretaría de Turismo y Sernatur y además es miembro de ICCA (International Congress & Convention Association).

5.2 Socios

HOTELES
enJOY · HOTEL CUMBRES · MERO GAUCHO · DREAMS · HOTEL PUELCHE · HOTEL CABAÑA DEL LAGO

EMPRESAS DE AUDIOVISUAL
RLA · Soluciones digitales

TOUR OPERADORES
TURISTOUR · PATAGONIA PUERTO NORTE

RESTAURANTES
LA MARCA · casavaldés · MESA TROPERA · AURELIA

OTROS
TEATRO DEL LAGO · SALFA SUR · RAYO IMPRESIONES · Vilamina

GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

5.3 Servicios y Apoyo

Visit Puerto Varas Convention Bureau presta asesoría y apoyo a todas aquellas asociaciones o entidades corporativas que deseen llevar algún evento de su especialidad a destino, actuando como intermediario entre el cliente y la oferta turística disponible para el Turismo MICE. Dentro de sus principales servicios destacan:

- Elaboración de propuestas/presentaciones del destino
- Apoyo con material gráfico y audiovisual
- Solicitud de presupuesto con los principales proveedores turísticos, socios del convention bureau
- Gestión de permisos y patrocinios
- Difusión del evento en medios locales y RRSS

5.4 Principales líneas de acción

- **Participación en ferias y eventos especializados en Turismo MICE**, con el fin de dar a conocer la oferta, facilidades e infraestructura que ofrece Puerto Varas para la realización de eventos.

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

- **Coordinación de visitas de inspección,** con el objetivo de mostrar en terreno las facilidades con las que cuenta la ciudad para albergar algún evento. Gran parte de estas visitas es realizada por miembros de la directiva de la entidad a cargo de un determinado evento y por quienes están directamente involucrados en la toma de la decisión de sede.

- **Presentación de candidaturas.** Esta herramienta (dossier) se confecciona para cada postulación, especialmente de un evento o congreso internacional, y muestra las razones del por qué elegir Puerto Varas como sede. Detalla la infraestructura, acceso y conectividad del destino, opciones de hotel sede, alternativas de alojamiento, tecnología o soluciones digitales disponibles, alternativas de programas sociales, pre & post tours, transporte, restaurantes, comercio, etc.

GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

- **Publicidad en medios nacionales e internacionales**, especializados en Turismo MICE.

GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

5.5 Principales virtudes destino Puerto Varas

Puerto Varas hoy en día es la tercera ciudad en Chile con mayor número de congresos realizados por año. El continuo trabajo de posicionamiento del destino se ha visto facilitado por una serie de condiciones o ventajas comparativas, transformándolo en una atractiva plaza para la realización de eventos.

- ✓ **Destino seguro**. Una de las ciudades con más baja tasa de criminalidad en Chile
- ✓ **Destino de reuniones validado a nivel nacional/internacional**
- ✓ **Infraestructura y servicios de primer nivel.** Gran desarrollo e inversión hotelera en los últimos años, con presencia de reconocidas cadenas hoteleras a nivel nacional. Tecnología de punta.
- ✓ **Fácil Acceso-Conectividad.** Más de 12 vuelos diarios directos al aeropuerto de Puerto Montt (20 minutos terrestres a Puerto Varas)
- ✓ **Excelente gastronomía que rescata productos locales**
- ✓ **Entorno natural único y atractivo** con presencia de lagos, volcanes, parques nacionales
- ✓ **Abanico de actividades turísticas para pre & post tours**
- ✓ **Experiencia en la organización de eventos**

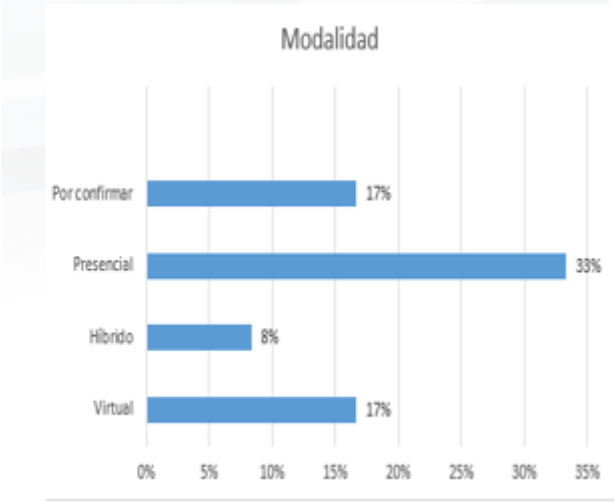
5.6 Principales debilidades destino Puerto Varas

Sin embargo y pese a la ardua labor de posicionamiento, el destino ha enfrentado diversos obstáculos que han dificultado y que han hecho menos eficiente su promoción.

- ✓ **Financiamiento** (falta de recursos públicos)
- ✓ **Representatividad de la oferta** (no toda la oferta turística está asociada al convention bureau)
- ✓ **Sensibilización con autoridades y gestión políticas públicas** (es de gran importancia que las autoridades locales conozcan el rol del convention bureau y entiendan que su gestión beneficia a gran parte de los actores involucrados en la cadena comercial de un destino)

GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

5.7 Impacto Covid 19 en reuniones

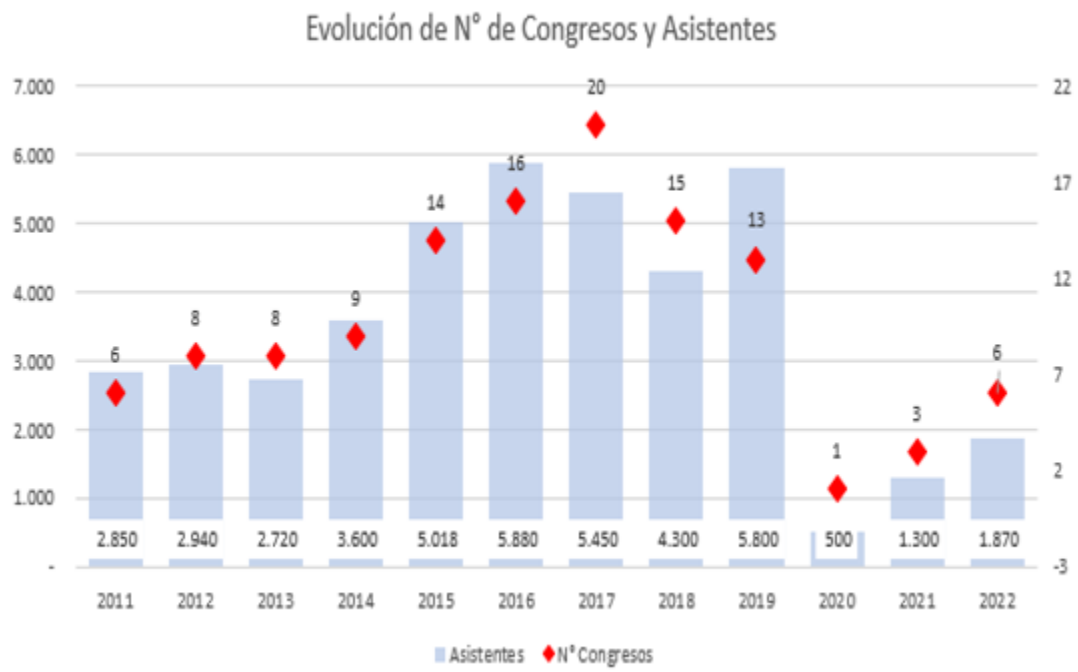


Fuente: Visit Puerto Varas

En Puerto Varas durante el 2020 y producto de la pandemia, se canceló un 25% de las reuniones planificadas y un 75% se reprogramó para los próximos años, intentando en la mayoría de los casos conservar su formato presencial, pero también con formatos híbridos o virtuales, como se viene dando la tendencia.

5.8 Ingresos en destino

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.



Si consideramos la cantidad de asistentes o participantes en congresos año a año en Puerto Varas y si estimamos que cada uno de ellos tiene un gasto promedio diario de Usd 300, con un tiempo de estadía de 3 días (promedio de duración de un congreso), podemos concluir los ingresos que el Turismo MICE ha dejado en destino.

5.9 Estacionalidad de los congresos

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

En Puerto Varas, al igual que en otras ciudades chilenas se cuenta con una estacionalidad muy marcada en lo que a realización de congresos se refiere, concentrándose gran parte de estos, en los meses de Octubre y Noviembre, correspondientes a temporada alta. Si bien los congresos realizados en dichos meses ocupan un alto porcentaje, respecto del total, se ha trabajado en el desafío de romper la estacionalidad y llevar congresos fuera de temporada alta, de manera de generar movimiento en la ciudad durante gran parte del año.

5.10 Principales acciones en la reactivación

Visit Puerto Varas Convention Bureau ha priorizado sus acciones durante los tiempos de pandemia, realizando algunas labores como:

- **Trabajo colaborativo entre los sectores público-privado**. Ha sido de gran ayuda en este proceso trabajar en asociatividad, aunando esfuerzos y buscado posibles sinergias de desarrollo conjunto con entidades como el Gobierno Regional (GORE), Sernatur Regional, Cámara de Turismo y Comercio, Municipalidad, Corfo, Sercotec.

- **Implementación protocolos y buenas prácticas.** Se necesita difundir y comunicar respecto a la implementación de los protocolos, certificados sanitarios y las buenas prácticas que ha tenido la ciudad, que al momento de la reactivación jugará un rol fundamental en la elección de un destino.

- **Desarrollo contenido RRSS – Web.** En un contexto donde la transformación digital llegó para quedarse, se ha priorizado la actualización de contenido digital tanto en nuestro sitio web como en las distintas RRSS. Es una acción baja en inversión respecto al retorno obtenido.

- **Reconstruir confianzas con los clientes.** Actores fundamentales del negocio. Se ha intentado entregar un mensaje de tranquilidad, de empatía y de conocer sus principales intereses, proyecciones y planificación de sus futuros eventos, siempre prevaleciendo la seguridad sanitaria.

- **Foco mercado nacional**. Sabemos que el mercado local, será uno de los primeros en reactivarse, por lo que hemos concentrado nuestra búsqueda e investigación en posibles congresos o eventos nacionales a llevar a destino.

- **Flexibilidad y Adaptabilidad.** En especial los privados han tenido que reinventarse y redefinir sus productos y servicios, adaptando estos a las nuevas necesidades de sus clientes, flexibilidad en políticas de cancelación, flexibilidad en reembolsos, flexibilidad laboral, etc.

GOBIERNO REGIONAL DE ATACAMA
Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

- **Promociones.** Lanzamiento de promociones y paquetes turísticos hechos a medida de parte de los privados, enfocados en grupo pequeños, espacios abiertos, turismo de naturaleza, diferenciando la oferta y destacando las fortalezas del destino.

- **Capacitación.** Realización y participación en diversos webinars relacionados con la industria MICE que han permitido el intercambio de conocimiento, la actualización y el entendimiento de las nuevas tendencias que prevalecerán en el sector.

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

PDT ATACAMA 2020 Anfitriona
TURISMO DE NEGOCIOS

PDT ATACAMA 2020 Anfitriona

PROGRAMA DE DIFUSIÓN TECNOLÓGICA PARA FORTALECER EL TURISMO DE NEGOCIOS EN LAS PYMES HOTELERAS DE LA REGIÓN DE ATACAMA

SITUACION ACTUAL Y TENDENCIAS DEL TURISMO MICE 2020-2021

Este programa es financiado gracias a los aportes del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Atacama.

HOTELEROS DE CHILE · GUAZZINI CONSULTORES EN TURISMO · Proyecto apoyado por CORFO · Gobierno de Chile · SERNATUR Región de Atacama · ATA