



PROCOLOMBIA

EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS

PERFIL DEL TURISTA DE CHILE

Perfil de Mercado

2016

PREGUNTAS

¿Quiénes son los turistas emisivos en Chile?

¿Por qué son importantes para Colombia?

¿Qué les atrae de un destino?

CONTENIDO

1 Características generales del país

2 El turismo emisor en Chile

3 Los turistas Chilenos en Colombia

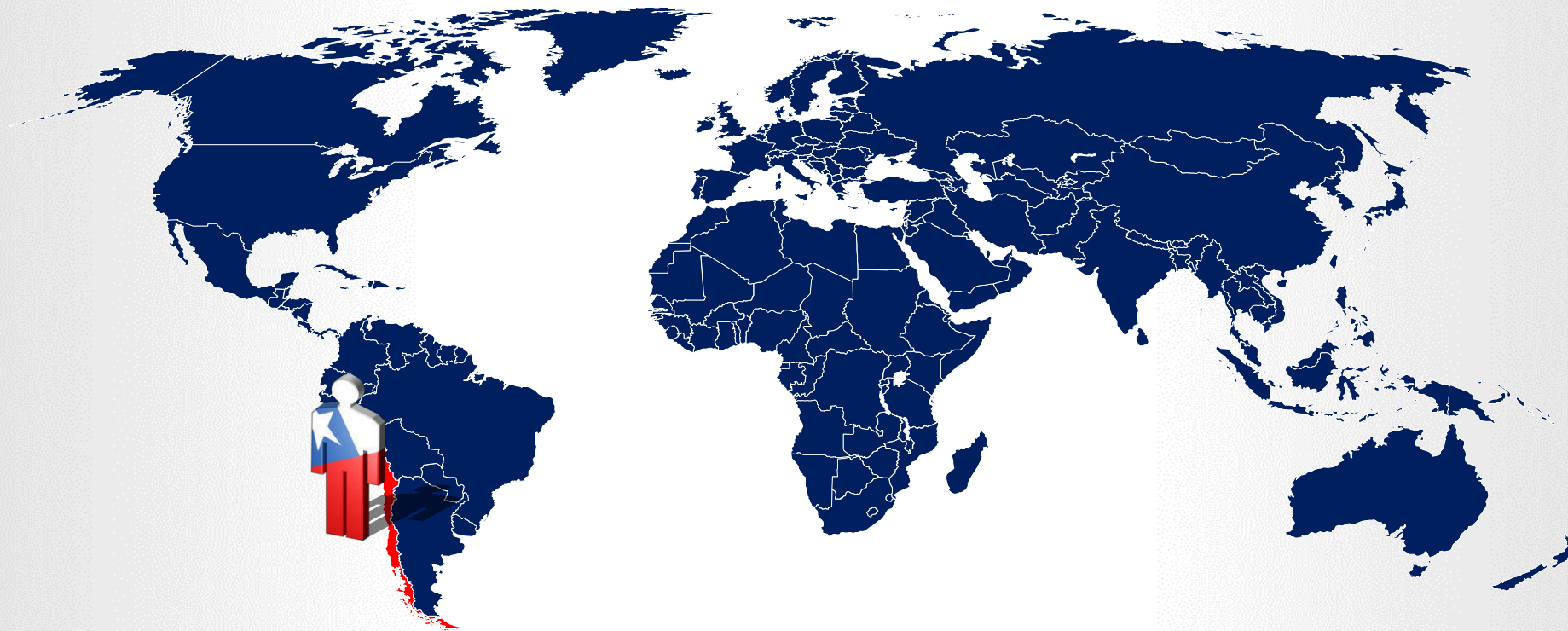
4 Conectividad aérea

5 Comportamiento del turista chileno

6 Intermediarios

6 Recomendaciones a los empresarios

Características generales del país



Población: 17.7 millones
Idioma oficial: Español
Moneda: Peso Chileno (CLP)

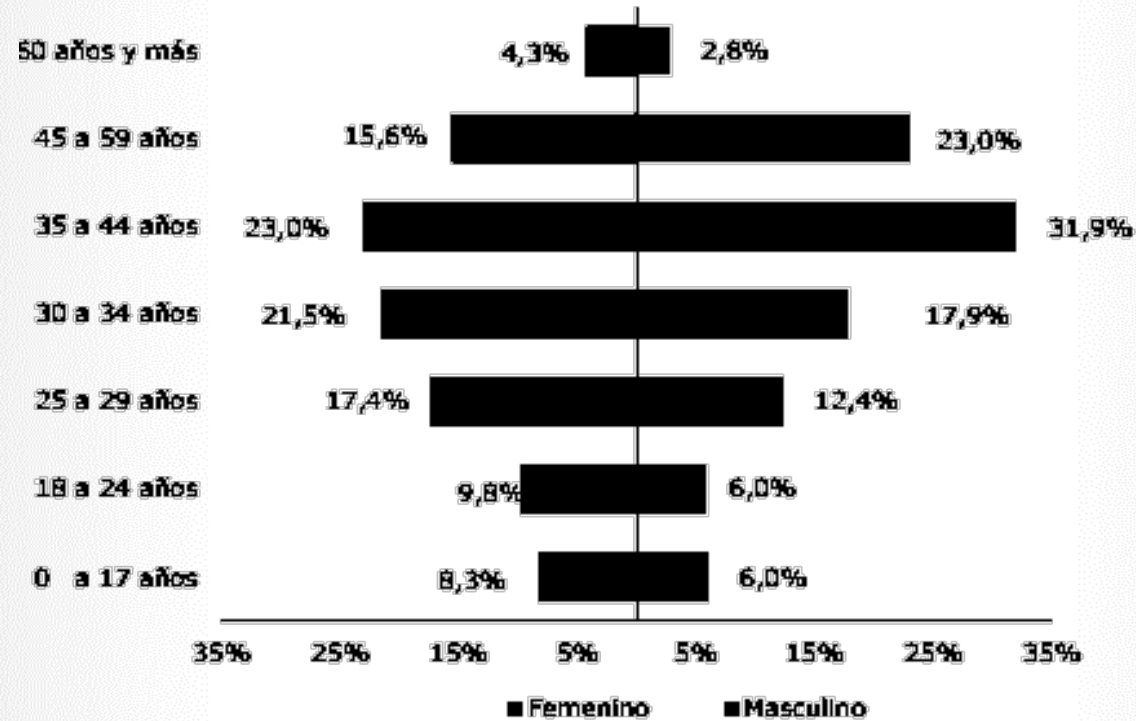
Días de vacaciones pagas: 15 días
Principales aerolíneas: LATAM, PAL, SKY Airlines.

EL TURISMO EMISIVO EN CHILE

Predominan los viajeros entre los 35 a los 44 años.

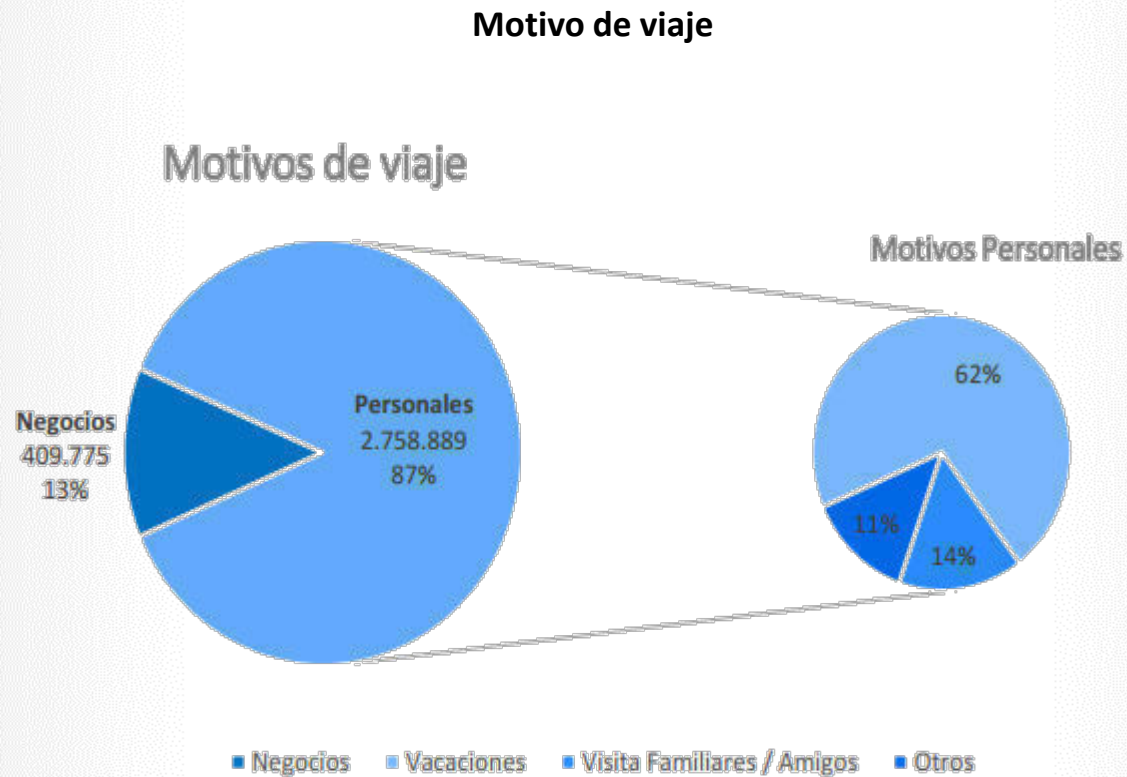
- Las mujeres predominan en las salidas en edades inferiores a los 34 años, los hombres por su parte viajan en una proporción mayor en el rango de edad de los 35 a los 59 años.

Rango de edad del viajero Chileno por género



Las vacaciones es el motivo que predomina en las salidas de los viajeros provenientes de Chile.

- El 87% de los viajeros chilenos viaja por motivos personales y el restante por negocios, de ese primer motivo el 62% lo hace puntualmente para salir de vacaciones, le sigue un 14% que viaja para visitar a amigos o familiares.



Tendencias del consumidor 2016



- El informe '**Las 10 principales tendencias globales de consumo para el 2016**' de Euromonitor reveló que los consumidores son cada vez menos fieles a las marcas y se encuentran mayor informados.
- Los compradores en 2016 quieren ahorrar y buscan los mejores precios, pero por otro lado gastan más en los productos que los inspiran.
- Existe un mayor número de solteros, buena parte de ellos sin hijos, y que sus ingresos les permiten tener una mayor solvencia económica o incluso un nivel elevado de vida.
- Turismo **All Inclusive** aparece como la mejor opción actual en los viajes del turista chileno. Buscan resorts que operen con All inclusive localizados principalmente en la playa. El turista desea un paquete que incluya alojamiento, comidas, entretenimiento y los servicios imprescindibles para que disfruten de sus vacaciones de la manera más animada y confortable.

Tendencias del mercado chileno

- LATAM Airlines Group ha sido el líder de las aerolíneas en Chile desde hace muchos años y mostró un crecimiento en el número de pasajeros en 2015. Avianca por su parte ha aumentado la oferta para viajar a Colombia de manera directa en el mercado.
- Se espera que las **ventas online** crezcan y que los competidores aumenten la competencia por clientes con promociones en línea y el uso intensivo de redes sociales.
- Las **ventas por internet en Chile se multiplicaron 21 veces en última década**. En 2014 alcanzaron los US\$ 1.958 millones, y para cierre de 2015 se proyectan ventas por US\$ 2.300. Por importancia, lideran las compras de viajes y servicios de turismo, le siguen bienes durables (tecnología y línea blanca), muebles y, finalmente, aunque es un segmento que está tomando fuerza en el último tiempo, vestuario y calzado.



Las compras y el turismo verde sobresalen en las actividades que prefieren los turistas chilenos en sus viajes internacionales.

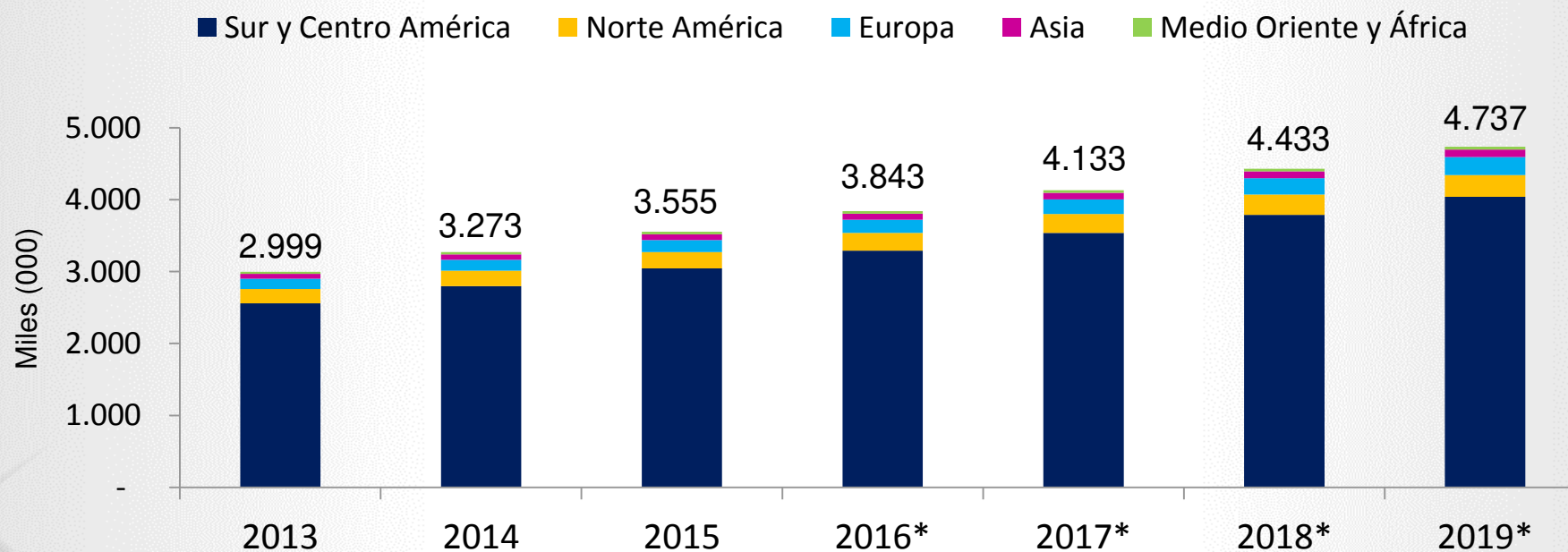


- **Shopping en aumento:** Dentro de la estructura de gasto de los chilenos, las compras se llevan el 19% de la participación, es un factor importante para los turistas chilenos durante sus viajes de esparcimiento.
- **Vida saludable, conciencia verde:** Existe un número creciente de chilenos inclinados a los hábitos como el yoga o la alimentación orgánica. De acuerdo con varias encuestas los chilenos apoyan cada vez más lo “verde” y están premiando a las marcas comprometidas, hay un crecimiento en las ventas de libros sobre temas de la salud tales como la meditación, y la alimentación ecológica como una opción de estilo de vida.

Flujo de turismo emisor al mundo

- En 2015 salieron al mundo 3,5 millones de viajeros de Chile, un crecimiento de 9,3%.
- Se estima un crecimiento anual ponderado de 7,2% para el 2019, alcanzando los 4,7 millones de viajeros de Chile hacia el mundo.
- Suramérica y Centroamérica fueron las principales regiones de destino de los chilenos con el 85,6% de participación en las salidas en 2015.

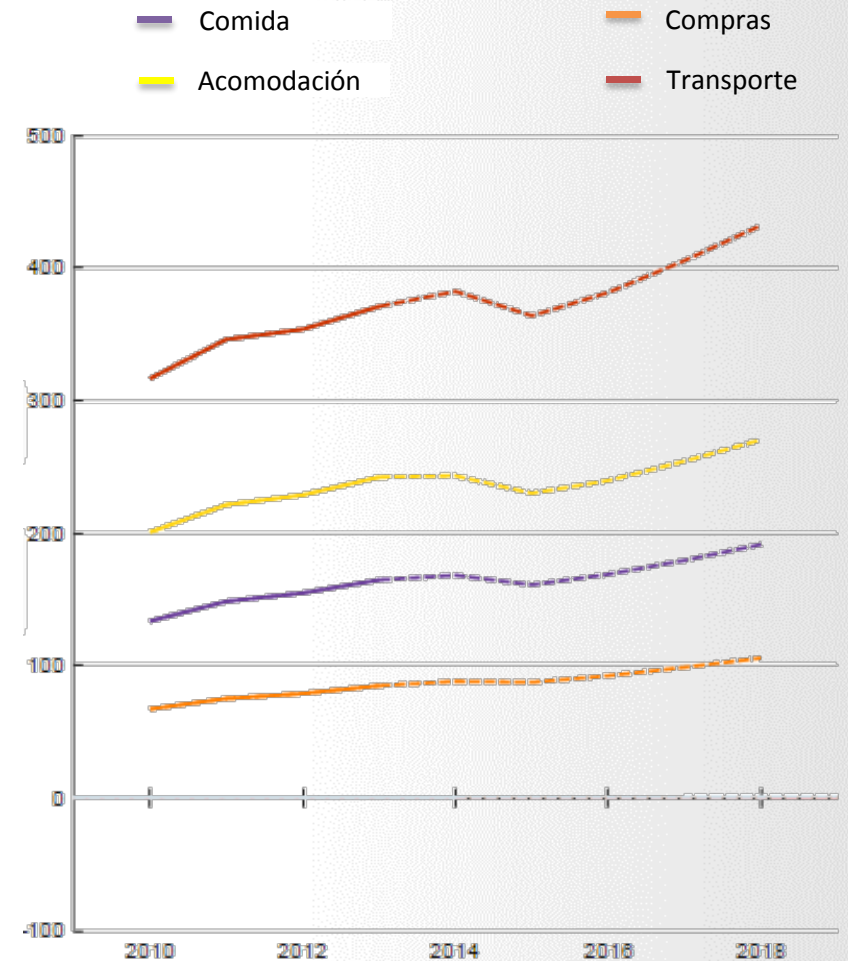
Región destino de los viajes de residentes de Chile al exterior, 2012-2019*



Gasto del viajero chileno

- Un chileno en 2015 tuvo un gasto promedio de US\$ 614.8 por viaje realizado al exterior, con un promedio de 8 noches. El gasto incluye transporte.
- El principal rubro del gasto para los turistas chilenos es el transporte, seguido de compras.
- En comparación con los países competidores, los chilenos gastan menos en promedio en sus viajes al exterior que los viajeros de Brasil (US\$ 2.334), Ecuador (US\$ 849), Argentina (US\$ 682) y Perú (US\$ 743.8)

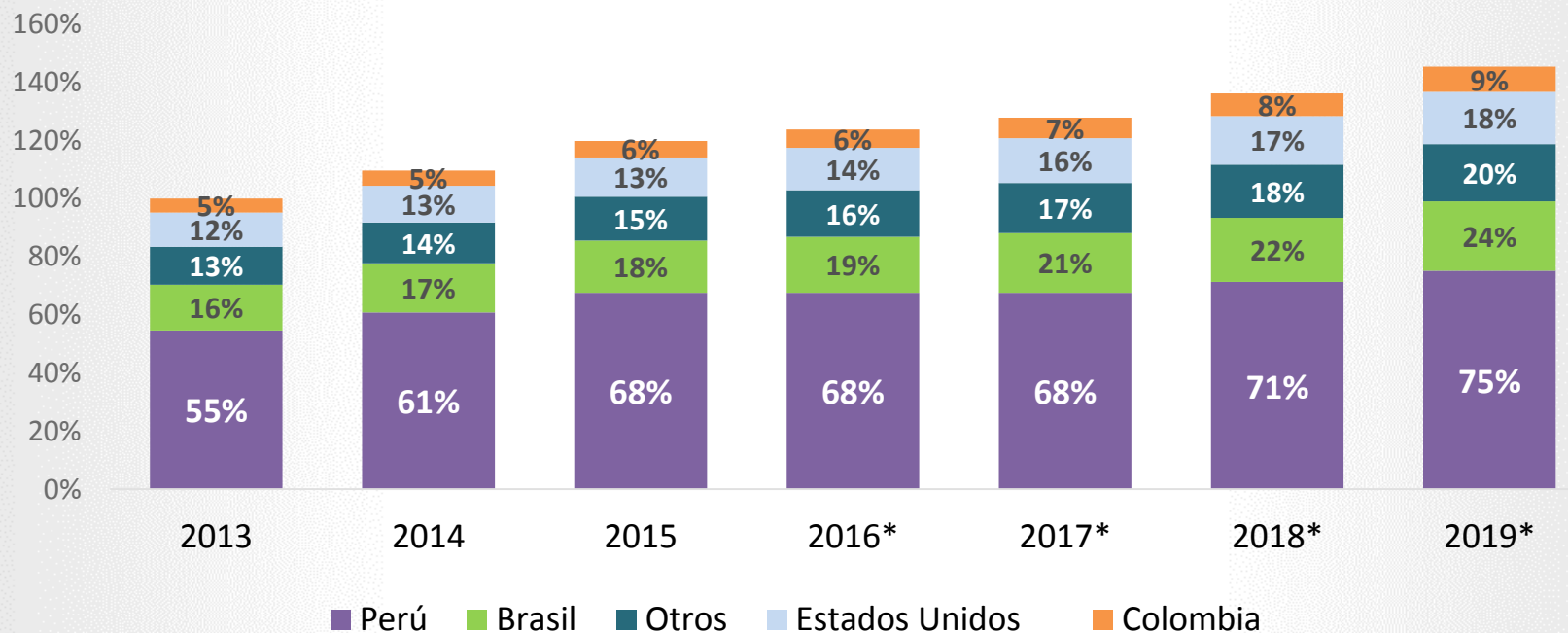
Gasto promedio por residente al viajar al exterior (2010 – 2018) USD



Destinos visitados por el turista de Chile

- El top 10 representó en 2015 el 86,2% de las salidas internacionales de los residentes en Chile, siendo Argentina, Perú, y Brasil los más populares.
- Colombia cerró como quinto destino escogido por los residentes en Chile, su participación ha venido creciendo en los últimos años.

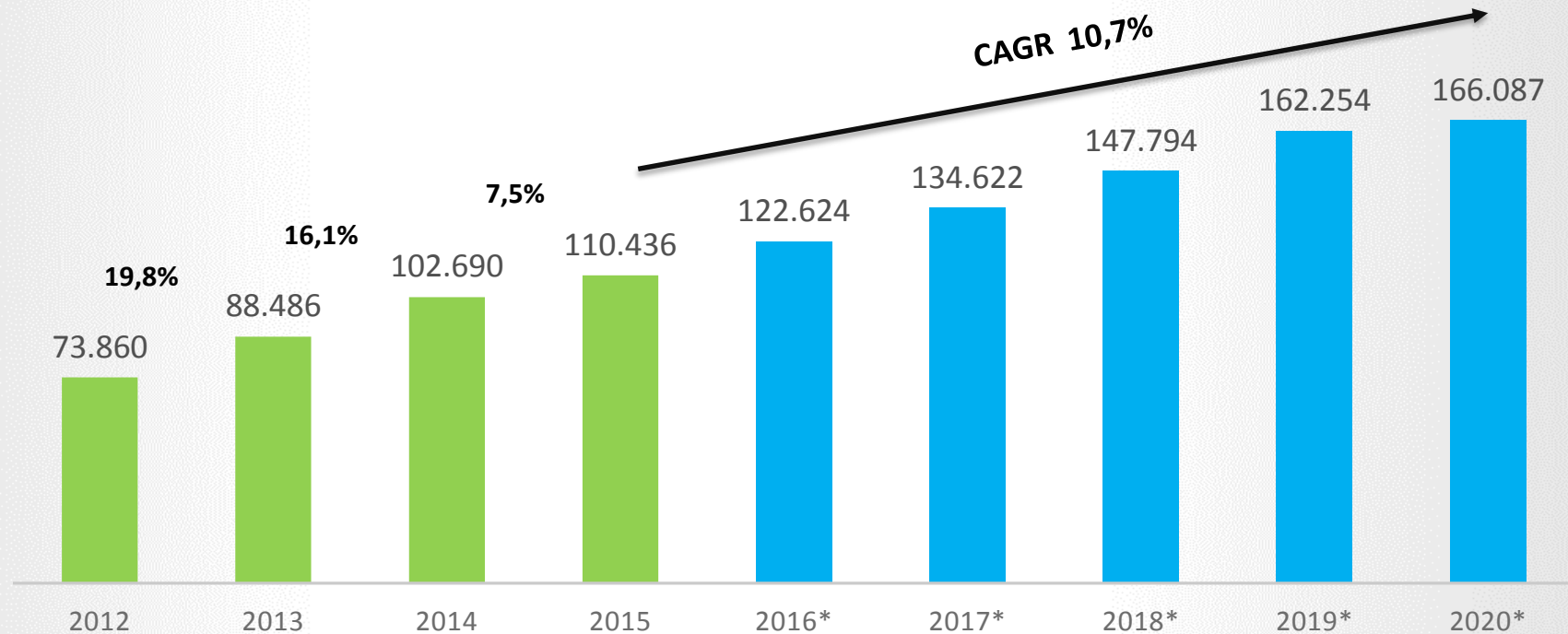
Países destino de los viajes de los residentes de Chile al exterior



EL TURISTA CHILENO EN COLOMBIA

Llegada de viajeros residentes de Chile a Colombia

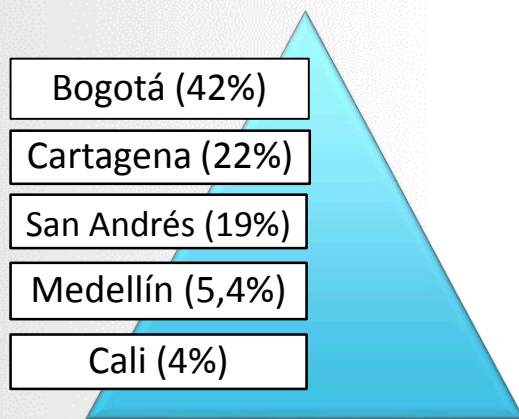
- Chile es el sexto emisor de turismo desde Suramérica hacia Colombia. A nivel mundial, Chile ocupa la octava posición como emisor de turismo hacia Colombia, con una participación de 4,8% sobre el total de llegadas al país.



Bogotá es la ciudad que más declaran los viajeros, le siguen Cartagena y San Andrés.

- Cartagena el segundo destino más declarado en Colombia durante el 2015, tuvo un decrecimiento de 8,4% frente a 2014. La isla de Providencia tuvo el mayor crecimiento (40,2%) del top 10 de las ciudades que más visitan los chilenos.

Part. 2015

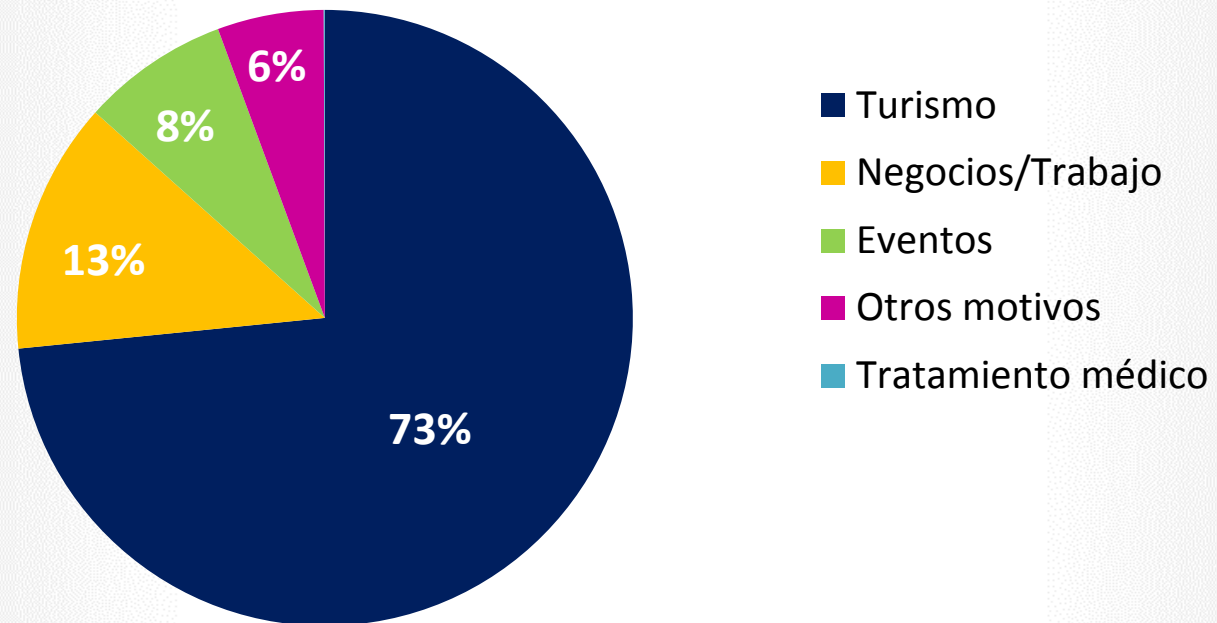


Ciudad	2012	2013	2014	2015	%Var 2015/2014
Bogotá, D.C.	35.118	35.517	40.229	45.928	14,2%
Cartagena	16.308	22.436	25.971	23.790	-8,4%
San Andrés	9.517	13.717	18.325	20.616	12,5%
Medellin	4.041	5.122	5.858	5.949	1,6%
Cali	2.574	3.332	3.872	4.406	13,8%
Santa marta	1.408	1.846	1.816	2.064	13,7%
Barranquilla	1.007	1.974	1.247	1.305	4,7%
Providencia	200	380	629	882	40,2%
Pereira	291	427	554	622	22,7%
Bucaramanga	524	473	539	575	6,7%
Otros	2.872	3.328	3.697	4.299	16,3%
Total	73.860	88.486	102.690	110.436	7,5%

Motivo de viaje

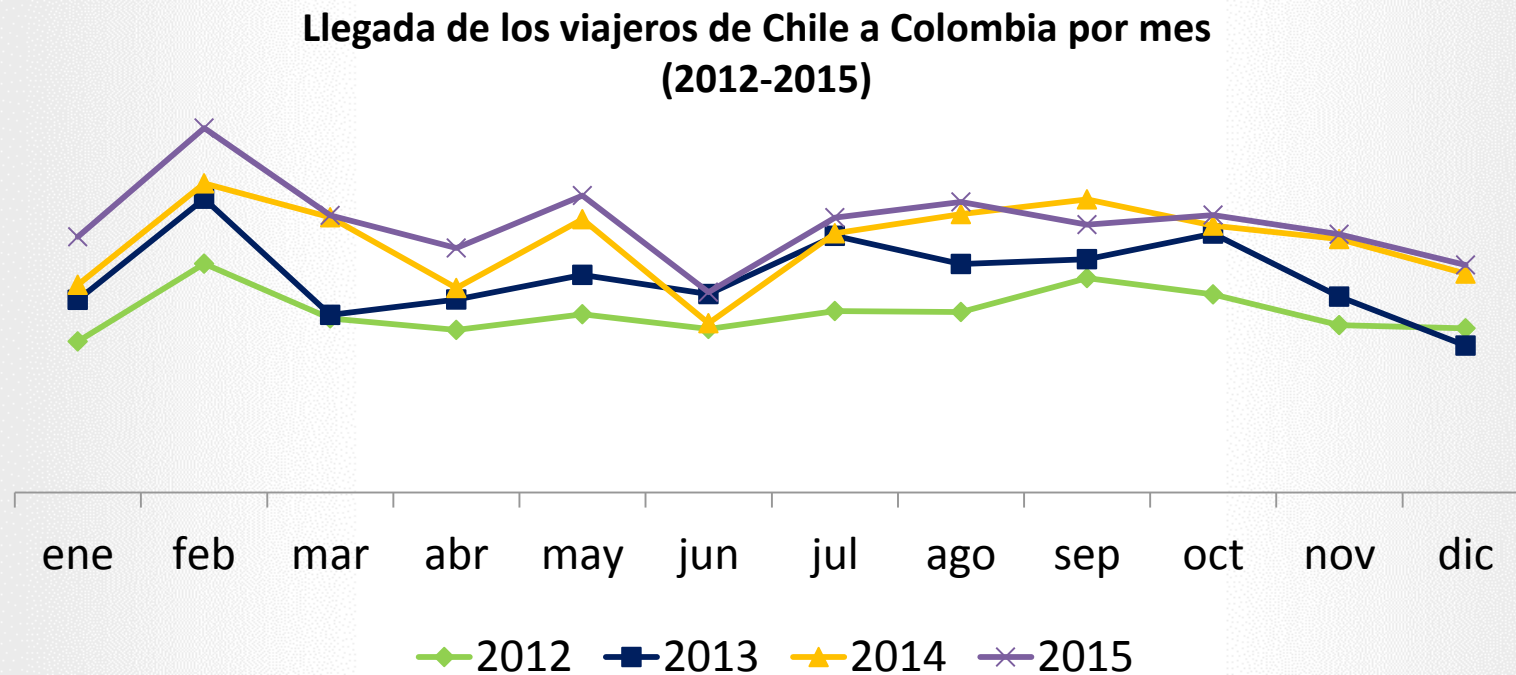
- Los turistas residentes de Chile que viajan a Colombia declaran que arriban al país principalmente por motivo de turismo.

**Distribución de viajeros por motivo de viaje
2015**



Estacionalidad en la Llegada de viajeros residentes de Chile

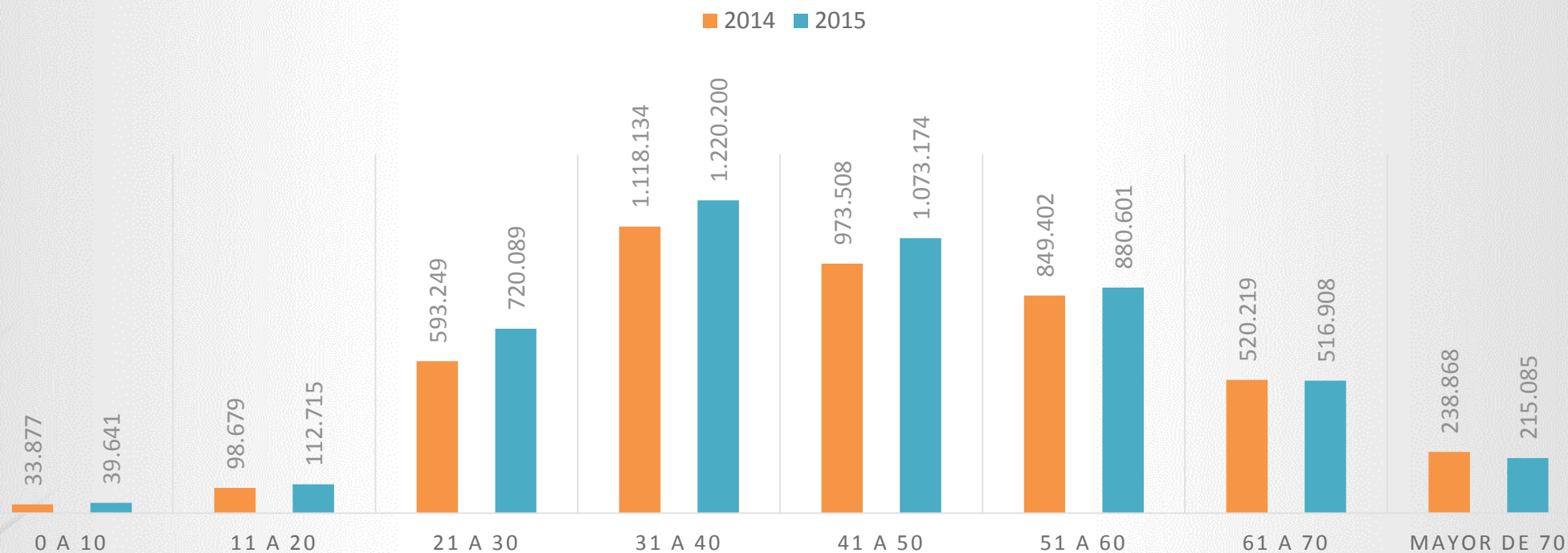
- Según la serie de datos observada (2012-2015) es posible observar mayor dinamismo durante el mes de febrero en la llegada de turistas residentes de Chile a Colombia.



Los viajeros entre 31 a 40 provenientes de Chile son los que más llegaron al país durante el 2015.

- El 48% de los viajeros que llegaron al país durante el 2015 tenían entre 31-50 años.

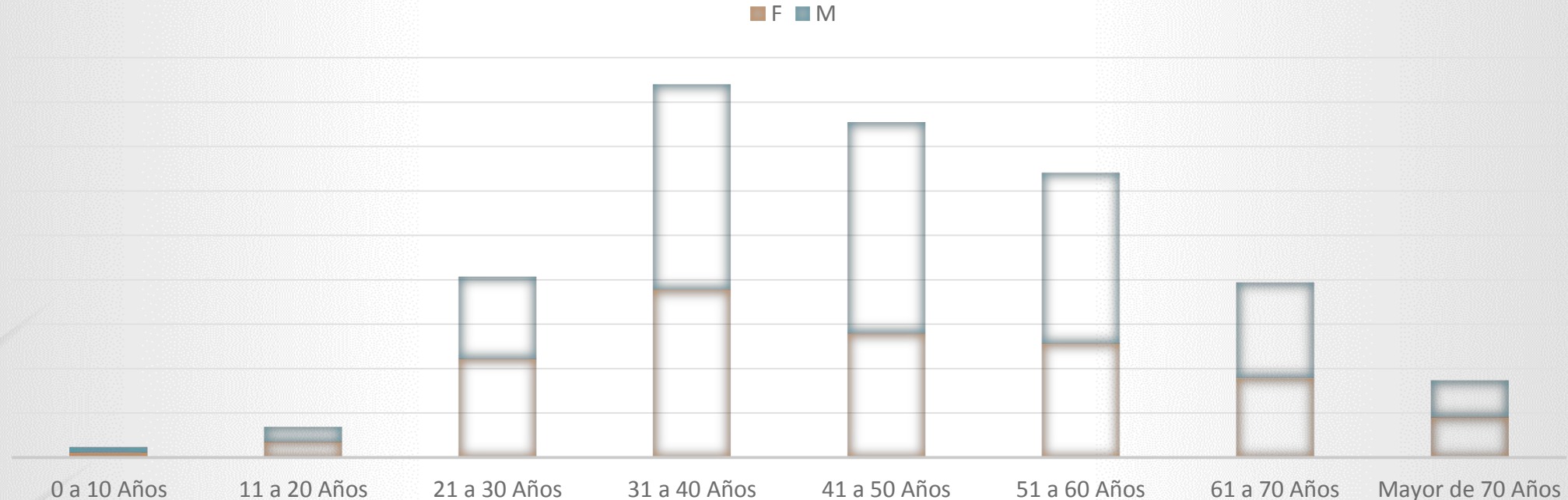
LLEGADAS A COLOMBIA POR RANGO DE EDAD



El género masculino predomina en la llegada de viajeros a Colombia provenientes de Chile, en 2015 representaron el 55%.

- En 2015 llegaron en mayor proporción hombres que mujeres, no obstante en edades inferiores a los 30 años, las mujeres predominaron en las llegadas al país.

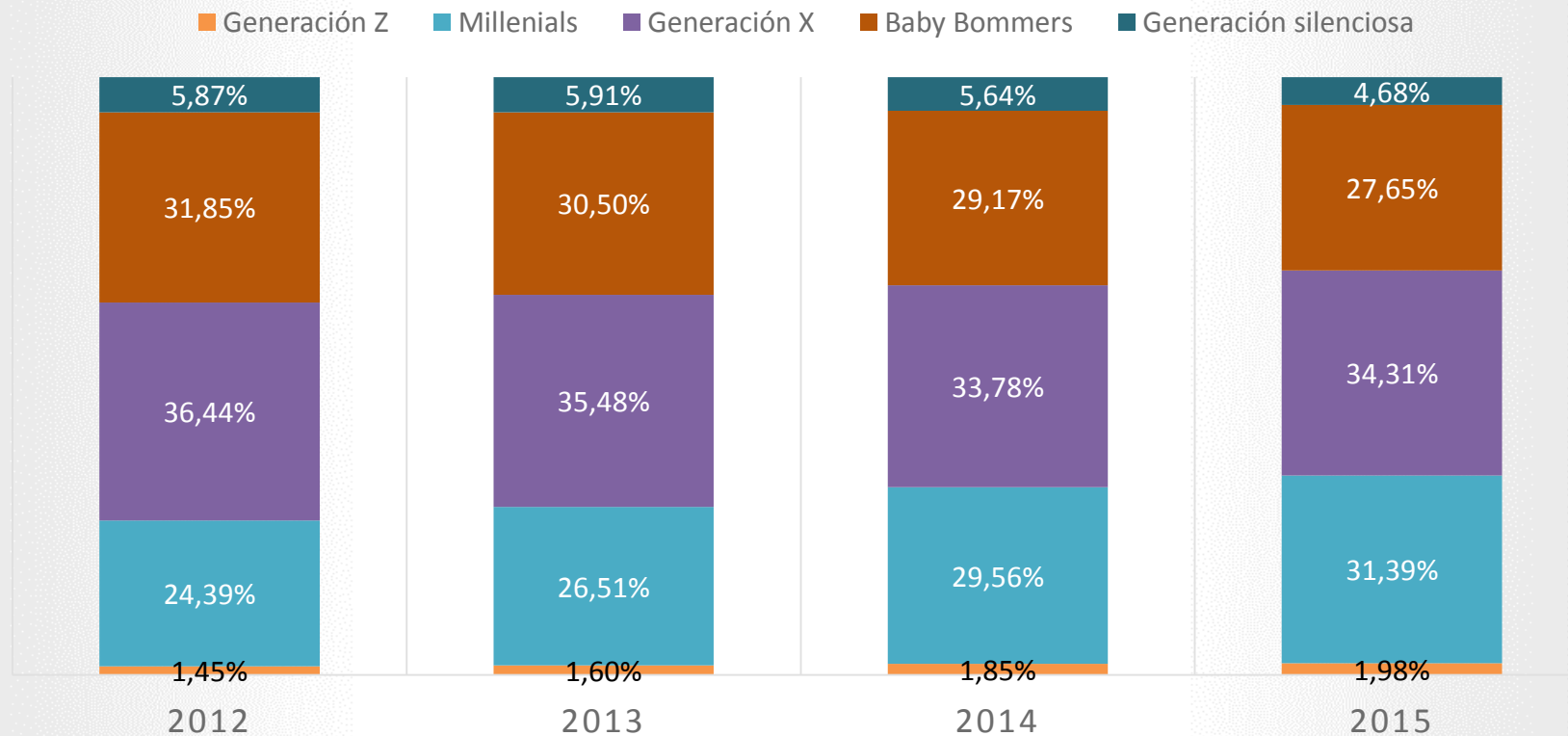
RANGO DE EDAD POR GÉNERO



Los millennials fueron una de las generaciones con mayor peso en las llegadas al país desde Chile en el 2015.

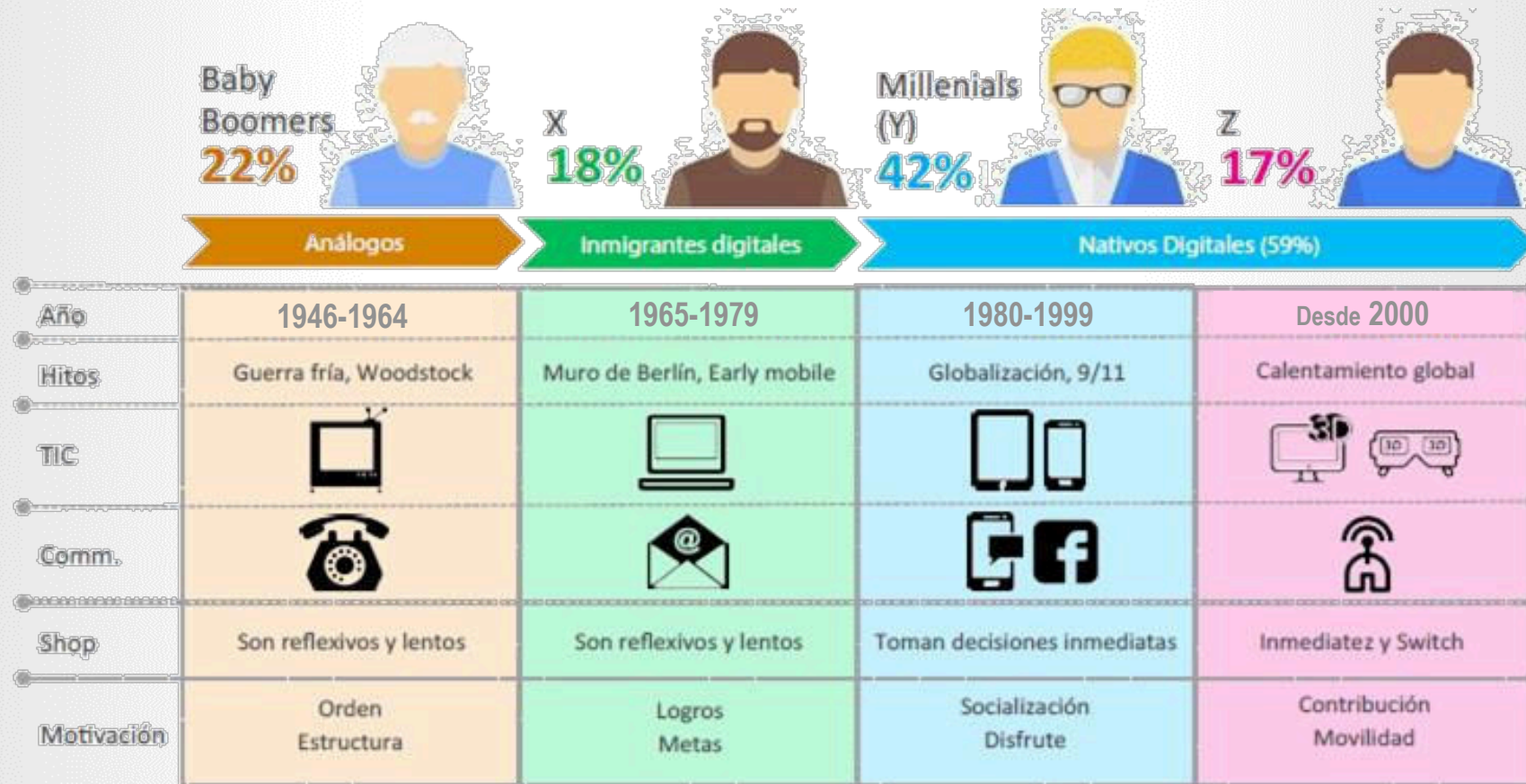
- La generación con mayor crecimiento en el periodo 2012 – 2015 ha sido la de los millennials, que en 2012 representó el 24,39% de las llegadas y en 2015 31,39%.

EVOLUCIÓN DE LAS GENERACIONES EN LAS LLEGADAS A COLOMBIA DESDE ESTADOS UNIDOS



Las nuevas generaciones son las protagonistas en los cambios.

- A nivel mundial la generación millennial es la más grande, representa el 42% de la población, se caracterizan por tomar decisiones inmediatas y por el uso de varias pantallas a la vez.



Perfil de los chilenos que viajan a Colombia



Destino	Estadía promedio	Anticipación promedio
Bogotá	7	50
Cartagena	9	60
San Andrés	9	70



Las familias prefieren Cartagena



Amigos prefieren Bogotá y Cartagena



Parejas prefieren San Andrés y Cartagena

CONECTIVIDAD AÉREA

Conectividad aérea con Chile



Fuente: OAG, para una semana típica del mes de junio 2016.

Conectividad aérea directa

- 35 frecuencias aéreas conectan a Bogotá con Santiago de Chile.
- 6.426 sillas se ofrecen semanalmente desde Chile hacia Colombia.

Conectividad aérea indirecta

- A Santiago de Chile se puede llegar indirectamente haciendo escala a través de Lima o Buenos Aires.

Comportamiento del turista chileno

Los destinos de sol y playa siguen siendo los predilectos a la hora de viajar durante el verano.

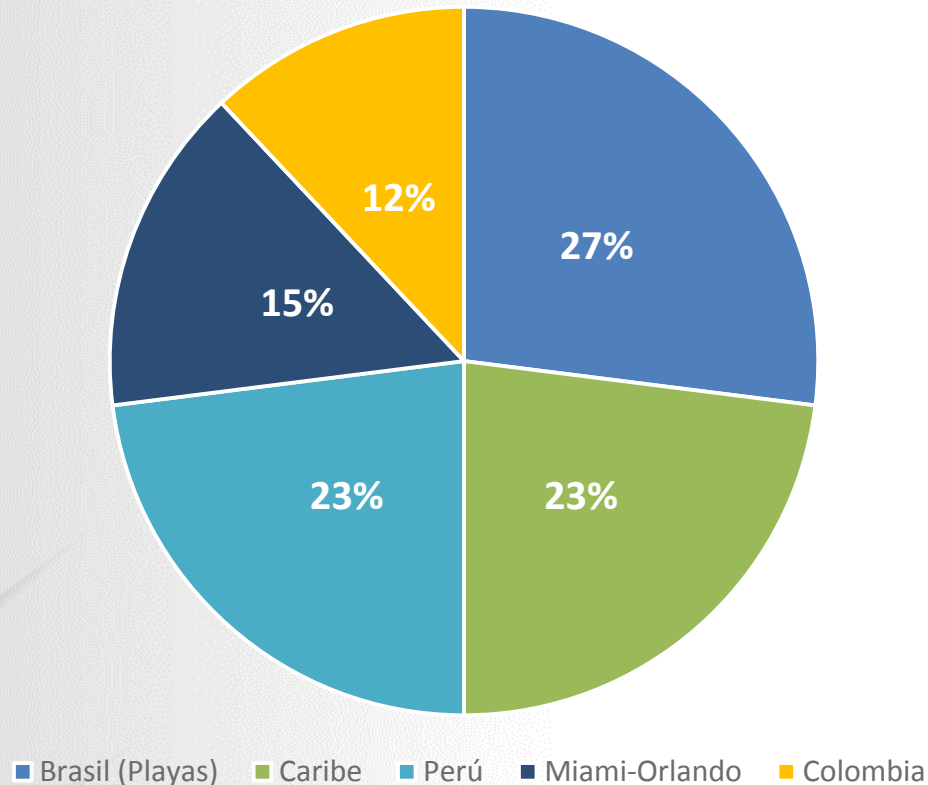
- **El turista chileno es exigente** y busca servicios turísticos que brinden estética, confort y seguridad. No obstante, si bien tiende a ahorrar en sus viajes, de ninguna manera sacrificarán el confort, ni la seguridad.
- **15 de diciembre al 31 de marzo** es temporada alta y sin duda el periodo favorito de los turistas chilenos para salir. Sin embargo, el chileno también está buscando alternativas durante el año, ya que las tarifas en temporada alta pueden llegar a ser un 30% más elevadas que en otros meses.
- **Sol y playa** en especial lugares con playas de arena blanca y hoteles *All Inclusive*. El chileno sobre todo entre los 35-50 con familia busca lugares donde pueda tener un descanso total y pueda relajarse.



Parque Nacional Tayrona – Santa Marta Colombia

Los destinos internacionales preferidos por el turista chileno durante el verano son: Brasil (playas), Caribe, Perú, Miami y Colombia.

%Participación en las ventas



- Las playas con el epicentro de las salidas de los turistas chilenos para el verano. Colombia se ha vuelto protagonista en el mercado chileno.
- Estrategias de precios bajos durante el verano van a estimular la demanda de viajeros hacia el país, así lo afirma LAN en su Barómetro 2016.

Tarifas Colombia

Desde Santiago hacia

	2015	2016
Bogotá:	US\$649	US\$499
Cartagena:	US\$549	US\$389
San Andrés:	US\$599	US\$479

Gastronomía: uno de los placeres de turista Chileno



- ❑ **Comida:** El turista chileno esta acostumbrado a la buena comida. Dentro de sus exigencias se encuentran **el pan y un buen corte de carne roja.**
“Un chileno promedio consume 10 marraquetas y media y ½ kilo de carne roja a la semana”
- ❑ El 80% de los viajeros chilenos prefieren en sus vacaciones comer en restaurantes, no suelen comer en casa de amigos o familiares ni en el hotel en donde se hospedan.
- ❑ **Acompañantes de viaje:** Los chilenos suelen viajar durante el verano a destinos de playa, en **familia 40%**, seguido de grupos de **amigos 35%** , el **18% hace viajes en pareja.**

Los millennials chilenos buscan gastar su dinero en experiencias.



- Los servicios de **alojamiento principalmente utilizados** por los turistas residentes en Chile, son **los hoteles** con un 74,5%, seguido por el uso de casa de familiares/amigos con un 25,4% y en menor medida el arrendamiento de casa o departamento con un 3,3%.
- Durante el 2014, la permanencia promedio en los países de destino de los turistas residentes en Chile fue de **7,8 noches**.
- Los llamados **millennials**, están gastando su dinero principalmente en experiencias ya que los consumidores jóvenes de hoy sienten que ya poseen suficientes cosas materiales y que una experiencia es única al brindar satisfacción en tres etapas: la anticipación, el evento en sí y los recuerdos posteriores.

INTERMEDIARIOS

Mercado concentrado en la oferta y número de operadores

Son al menos **30 operadores** los que venden Colombia que son los mismo que venden América Latina.

- Todos están ubicados en **Santiago**.
- La mayoría de la compra se concentra también en Santiago. Otras ciudades son **Viña del Mar, Concepción, Antofagasta, Punta Arenas**.

Fuente: Oficina comercial ProColombia en Chile



Intermediarios que ofrecen Colombia en Chile

Nombre Intermediario	Web	Tipo
ACTION TRAVELNET S.A.	www.actiontravelnet.com	Mayorista
BLANCO VIAJES LTDA.	www.blancoviajes.cl	Minorista
COCHA	www.cocha.com	Mayorista
EUROANDINO	http://www.euroandino.cl/	Mayorista
LANTOURS - DIVISION DE SERVICIOS TERRESTRES	www.lan.cl	Mayorista
OTSI LTDA	www.otsi.cl	Mayorista
REPRESENTACIONES SECURITY	www.repse.cl	Minorista
TRAVEL EXPRESS TOUR OPERATOR SPA	www.travelexpress.cl	Minorista
TURISMO ANDES REPS LIMITADA	www.andesreps.cl	Mayorista
TURISMO Y ASESORIAS ELFO LTDA.	http://www.elfotravel.cl/	Mayorista
VALPOVINA TURISMO LIMITADA	www.valpovinaturismo.cl	Mayorista
ADS MUNDO	http://www.adsmundochile.com/	Mayorista
ANDES TREK	http://www.andeantreks.com/destination/chile	Mayorista
ASIA REPS	http://www.asiareps.cl/	Mayorista
BRAZIL REPS	http://www.brazilreps.cl/	Mayorista
CARIBBEAN CHILE	http://www.caribbeanchile.cl/	Mayorista

Fuente: Oficina comercial ProColombia en Chile

Intermediarios que ofrecen Colombia en Chile

Nombre Intermediario	Web	Tipo
COSMO SERVICE	http://www.cosmoservice.cl/	Mayorista
ELFO TRAVEL	http://www.elfotravel.cl/	Mayorista
EXPAN TOURS	http://expan.cl/	Mayorista
IMPERIAL TRAVEL	http://www.imperialtravel.cl/	Mayorista
NOVOJET	www.novojet.cl	Mayorista
PACIFIC REPS	http://www.pacificreps.cl/	Mayorista
PANAMERICANA DE TURISMO	www.panamericanaturismo.cl	Mayorista
REPSE	http://www.repse.cl/	Mayorista
TOURMUNDIAL	http://www.tourmundial.cl/	Mayorista
TURISMO PUKARA	http://www.turismopukara.cl/	Minorista
UNIMUNDO	www.unimundo.cl	Mayorista
VALPOVIÑATURISMO	www.valpoturismo.cl	Mayorista
VIA CLUB	www.viaclub.cl	Mayorista
VIAJES FALABELLA	www.falabella.cl	Mayorista

Fuente: Oficina comercial ProColombia en Chile

Recomendaciones a los empresarios

¿Qué pensaban antes y qué piensan ahora de Colombia?



Camellón de los Mártires, Cartagena.



El hoyo soplador, San Andrés.

- Colombia se ha logrado posicionar muy bien en el mercado chileno. Hay que tener en cuenta que Colombia es el primer destino de la inversión extranjera de Chile, entonces hay muy buena relación comercial.
- Por turismo, se ha posicionado muy bien el “sol y playa” del Caribe Colombiano con los destinos de Cartagena y San Andrés.

Contexto del Mercado y perspectivas

Reducción de disponibilidad de asientos con las líneas aéreas



Aerolíneas están dando mas disponibilidad de asientos y tarifas a destinos regionales y Caribe que a Colombia. Debido a la alta demanda de Colombia y la disponibilidad del colombiano de pagar altas tarifas para viajar dentro de Colombia.

Los mayoristas están cambiando la anticipación de venta

Generalmente vendían la oferta Colombiana con 2 o 3 meses de anticipación, ahora tiene que tenerla al menos 6 meses antes para poder trabajarla y garantizar su venta.

El turista Colombiano esta siendo competencia



Debido al aumento del precio del dólar el Colombiano redujo sus viajes al exterior, aumentando la visita a destinos Colombianos y reduciendo la disponibilidad de alojamientos para turistas internacionales.

Devaluación



Colombia se ha vuelto un destino atractivo debido a la devaluación de su moneda. Las consultas por Suramérica aumentaron un 20% con respecto al 2014 (Diario La Tercera, 2015).

Situación económica



Mercado contraído por incertidumbre económica. Disminuyendo la disponibilidad de recursos en los hogares y empresas para viajar.

Cultura y tips de negociación



Ana Vásquez, Branding personal.
<http://anavasquez.com/2013/11/como-vestir-para-ir-a-la-oficina-business-casual/>

- El chileno en general es puntual, por más de que se retrase no serán más de 15 mins.
- El trato generalmente es de TU y es importante una buena presentación personal.
- Los valores tradicionales de los chilenos hacen que tengan un gran respeto por la jerarquía de mando de la empresa. Lo mismo ocurre en la vida social. Si no está seguro del cargo que ocupa cada cual consulte su tarjeta de visita o pregunte.
- Las negociaciones no suelen comenzar de forma directa, sino que se suele tener una charla previa sobre cualquier tema de actualidad o un tema trivial.
- El Chileno en general saluda con beso en la mejilla, excepto cuando es de hombre a hombre.

Consejos para los empresarios

En la primera reunión puede que sus interlocutores le parezcan un poco serios y formales. Pero esta relación se irá haciendo más cercana y menos rígida a medida que tengan más reuniones.

Es bueno dejar claro las condiciones y términos de sus propuestas, así como los términos financieros de las mismas.

Las relaciones personales, relaciones cordiales con el resto del grupo y la seguridad son valores tan importantes para los chilenos como su profesionalidad y su experiencia.

Generalmente en la primera reunión vayan directivos de alto nivel y de nivel medio para conocerse. Luego en posteriores reuniones irán a las reuniones los ejecutivos de nivel medio. Y al finalizar las negociaciones irán de nuevo los ejecutivos de mayor nivel.

¿Cómo contestar un propuesta?

Tiempo

- Es muy importante cumplir con los tiempos, si se fija una fecha cumplirla, pero lo importantes es que cuanto antes mejor.

Lenguaje

- Lenguaje claro preciso y conciso, cuidarse de no utilizar términos muy colombianos que de pronto el chileno no vaya a entender.

Costos

- Lo mejor es que la propuesta sea expresada en dólares

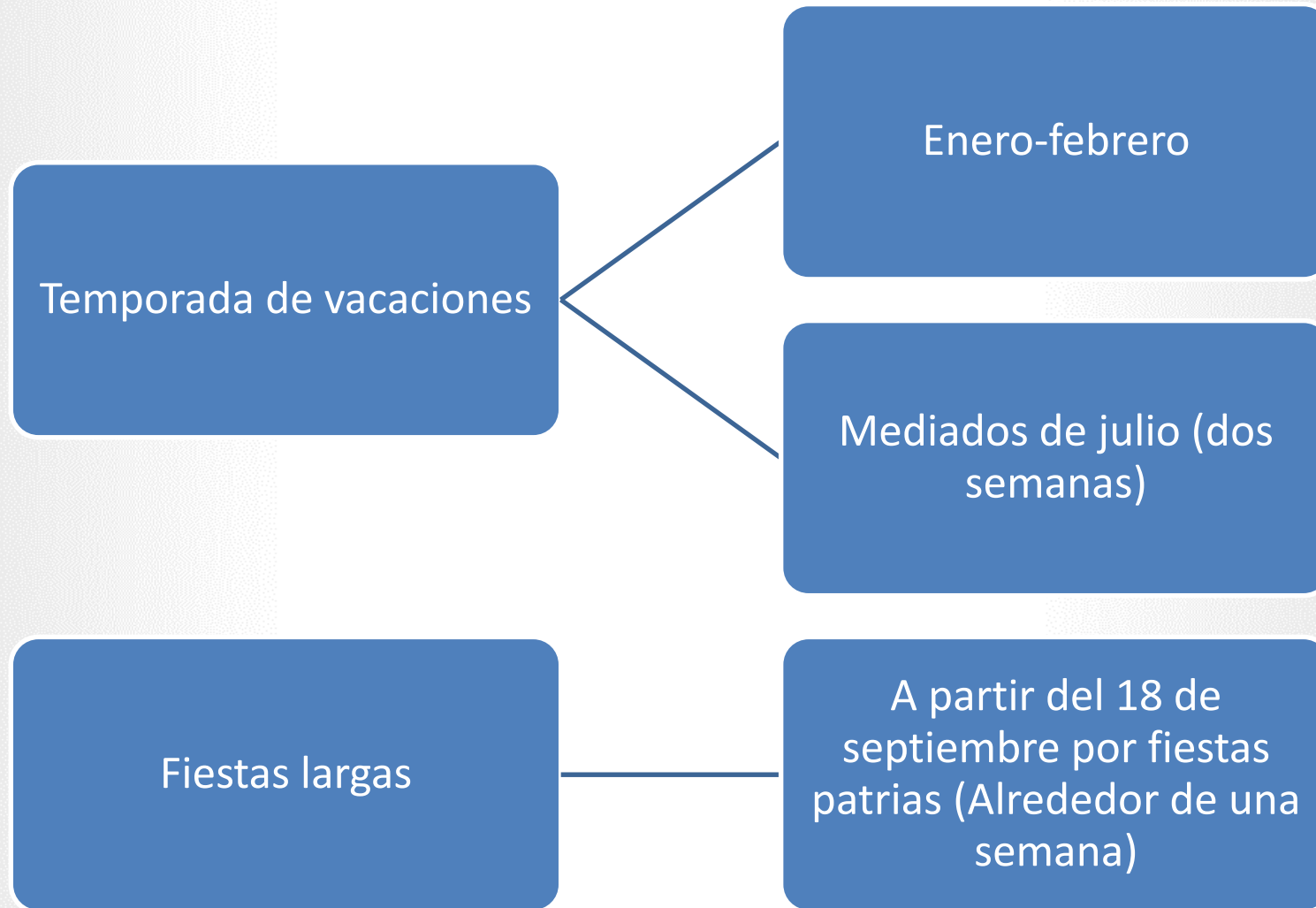
Forma de presentación ante el cliente



Importante contar con el mayor número de insumos posibles, videos, credenciales de la empresa o proyecto, que le permitan hacerse una idea del proyecto o actividad que le están ofreciendo.

Docentes en línea, <http://blogs.unlp.edu.ar/didacticaytic/2014/07/14/presentaciones-diapositivas/>

Periodo de Vacaciones Chilenos



Productos que promociona ProColombia

Turismo Vacacional



Turismo de Reuniones

MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다
MERCI THANK YOU
ありがとう MERCI
DANKE 감사합니다
MERCI THANK YOU
L GRACIAS R
DANKE СПАСИБО
谢谢 TEŞEKKÜRLER
MERCI OBRIGADO
DANKE СПАСИБО
谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH
MERCI THANK YOU OBRIGADO DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER
ありがとう TERIMA KASIH DZIĘKUJĘ GRACIAS MERCI THANK YOU OBRIGADO
DANKE 감사합니다 СПАСИБО 谢谢 TEŞEKKÜRLER ありがとう TERIMA KASIH



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN