



Presentación

Consejo Consultivo de Promoción Turística

Sesión de Junio 19 de 2019



Subsecretaría
de Turismo

Gobierno de Chile

SERNATUR
Ministerio de
Economía, Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile

Chile
en marcha

AGENDA:

ESTADÍSTICAS TURISMO

Fernanda Ribero - Jefe de División de Estudios
Subsecretaría Turismo

PROMOCIÓN

Emma Ortega - Subdirectora de marketing + Equipo
marketing de Sernatur

INTERNACIONAL

- Ferias y Eventos
- Prensa
- Branding

NACIONAL

- Branding
- Eventos

AGENDA:**ESTADÍSTICAS TURISMO**

Fernanda Ribero - Jefe de División de Estudios
Subsecretaría Turismo

PROMOCIÓN

Emma Ortega - Subdirectora de marketing + Equipo
marketing de Sernatur

INTERNACIONAL

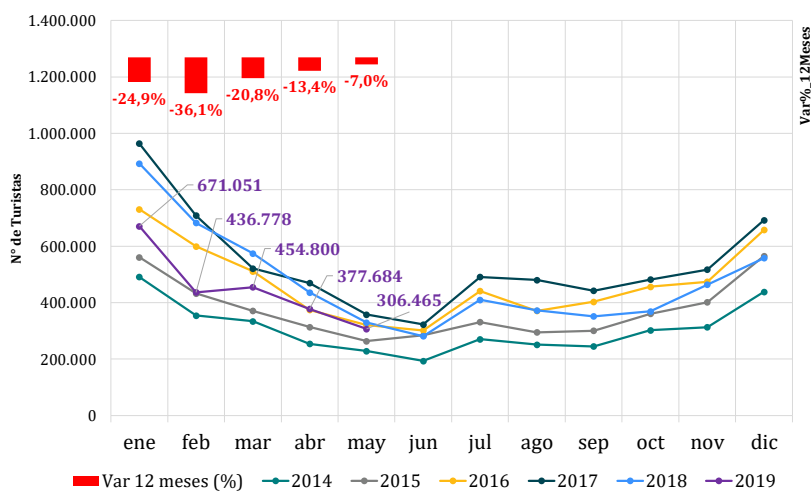
- Ferias y Eventos
- Prensa
- Branding

NACIONAL

- Branding
- Eventos

Llegadas de Turistas extranjeros al País

Enero 2014 – Mayo 2019

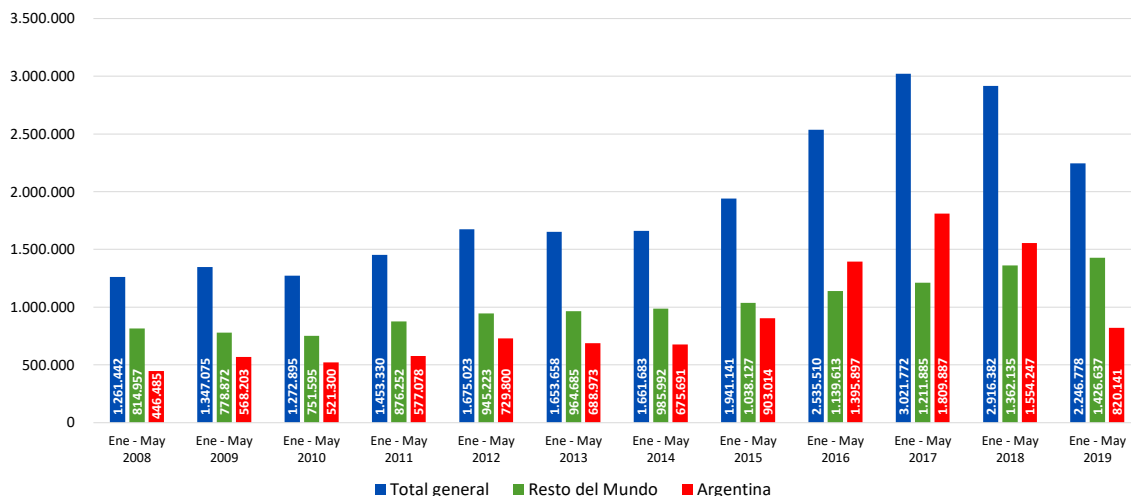


-7,0%

Variación Mayo 2019/Mayo 2018.
Mayo 2019 tuvo 23.050 turistas
extranjeros menos que en el
mismo período de 2018.

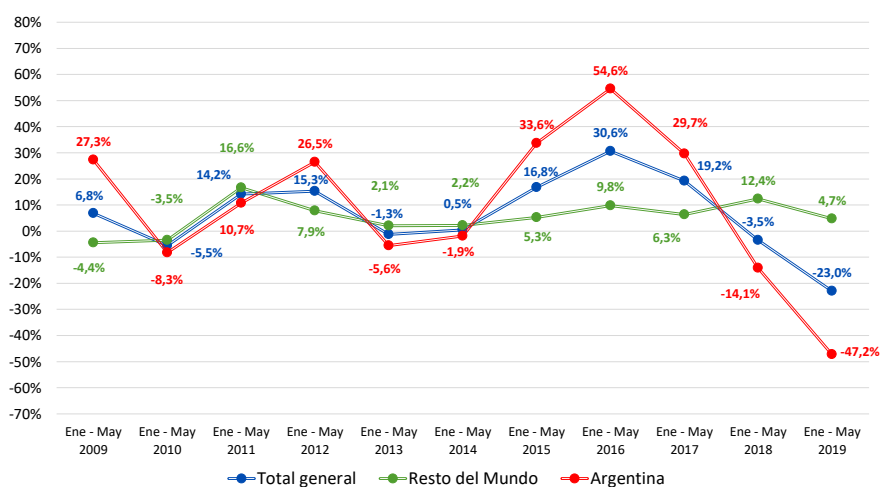
Fuente: Jefatura Nacional de Extranjería y Policía
Internacional.
Elaboración: División de Estudios, Subsecretaría
de Turismo.

Llegadas de Turistas extranjeros al País Enero a Mayo 2008 – Enero a Mayo 2019



Fuente: Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional.
Elaboración: División de Estudios, Subsecretaría de Turismo.

Variación porcentual de Llegadas de Turistas extranjeros al País Enero a Mayo 2009 – Enero a Mayo 2019



-47,2%

Variación Ene-May 2019/Ene-May 2018.
Entre Ene y Mayo 2019 hubo 734.106 turistas argentinos menos que en el mismo período de 2018.

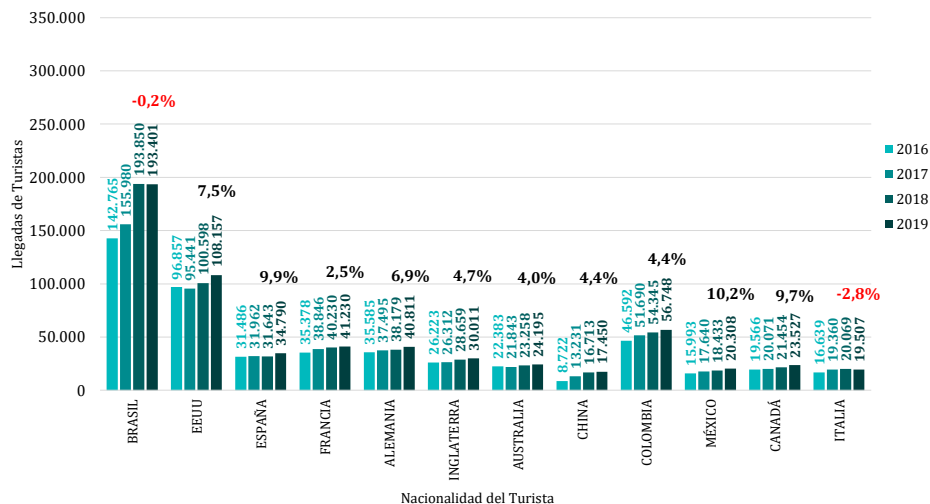
+4,7%

Variación Ene-May 2019/Ene-May 2018.
Entre Ene y Mayo 2019 hubo 64.502 turistas del resto del mundo más que en el mismo período de 2018.

Fuente: Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional.
Elaboración: División de Estudios, Subsecretaría de Turismo.

Llegadas de Turistas extranjeros al País, según Mercado Prioritario

Enero a Mayo 2009 – Enero a Mayo 2019



+10,2%

Variación Ene-May 2019/Ene-May 2018.

México es el mercado con mayor crecimiento en los 5 primeros meses del 2019.

-2,8%

Variación Ene-May 2019/Ene-May 2018.

Italia es el mercado con mayor caída en los primeros 5 meses del 2019.

Fuente: Jefatura Nacional de Extranjería y Policía Internacional.
Elaboración: División de Estudios, Subsecretaría de Turismo.

AGENDA:

ESTADÍSTICAS TURISMO

Fernanda Ribero - Jefe de División de Estudios
Subsecretaría Turismo

PROMOCIÓN

Emma Ortega - Subdirectora de marketing + Equipo marketing de Sernatur

INTERNACIONAL

- Ferias y Eventos
- Prensa
- Branding

NACIONAL

- Branding
- Eventos

AGENDA:**ESTADÍSTICAS TURISMO**

Fernanda Ribero - Jefe de División de Estudios
Subsecretaría Turismo

PROMOCIÓN

Emma Ortega - Subdirectora de marketing + Equipo
marketing de Sernatur

INTERNACIONAL

- Ferias y Eventos
- Prensa
- Branding

NACIONAL

- Branding
- Eventos

PROMOCIÓN INTERNACIONAL



Ferias & eventos



Calendario Ferias y Eventos



CALENDARIO OFICIAL DE FERIAS & EVENTOS 2019				
AÑO	FERIAS/EVENTOS	CIUDAD Y PAÍS	FECHA	PÚBLICO OBJETIVO
2019	FITUR	Madrid, España	23-27 de Enero	Profesional/Público
2019	IMTM Tel Aviv	Tel Aviv, Israel	12-13 de Febrero	Profesional/Público
2019	ANATO	Bogotá, Colombia	27 de Febrero-1 de Marzo	Profesional
2019	ITB Berlín	Berlín, Alemania	6-10 de Marzo	Profesional/Público
2019	Workshop Varsovia	Varsovia, Polonia	12 de Marzo	Profesional
2019	WTM Latin América	São Paulo, Brasil	2-4 de Abril	Profesional
2019	Seatrade Cruise Global	Miami, USA	3-5 de Abril	Profesional
2019	ITB China	Sao Paulo, Brasil	15-17 de Mayo	Profesional
2019	Prazer Brasil	Elqui/Huilo Huilo, Chile	19-25 de Mayo	Profesional
2019	FIEXPO	Santiago, Chile	10-12 Junio	Profesional
2019	Experience Latin America (ELA/LATA)	Londres, UK	10-12 Junio	Profesional
2019	Tourism Tech Adventures (OMT)	Santiago, Chile	9 - 10 Julio	
2019	ICCA Client Supplier	Salta, Argentina	3-7 Agosto	Profesional
2019	Roadshow Australia	Sydney y Melbourne, Australia	6 - 8 de Agosto	Profesional
2019	Expedición Chile (Trade)	San Pedro/Aysén/Puerto Varas	3-11 de Septiembre	Profesional
2019	IMEX América	Las Vegas, USA	10-12 de Septiembre	Profesional
2019	Travel Mart Latin América	Quito, Ecuador	18-20 de Septiembre	Profesional
2019	IFTM Top Resa	París, Francia	1-4 de Octubre	Profesional
2019	FIT	Buenos Aires, Argentina	5-8 de Octubre	Profesional/Público
2019	Roadshow Brasil	Brasilia / Curitiba / Sao Paulo	15-18 de Octubre	Profesional
2019	WTM Londres	Londres, UK	4 -6 de Noviembre	Profesional
2019	Roadshow Europa Alemania/España	Hamburgo/Barcelona	7-12 de Noviembre	Profesional
2019	Conferencia Mundial de Turismo Enológico	Colchagua, Chile	4-6 de Diciembre	

43%

Ejecución al 19
de junio 2019

Resultados ferias y eventos







Propuesta inicial

- ☐ **OPERADORES:** 20 Foco en cargos gerenciales de los touroperadores brasileños.
- ☐ **PRENSA:** 2 Blogueros BR + 1 medio nacional de Chile.
- ☐ **PERFIL:** Gerentes de Productos, tomadores de decisión y Casas de Incentivos focalizado en lujo, aventura y recreativo.
- ☐ **FECHA:** 19 al 24 de Mayo 2019
- ☐ **DURACIÓN:** 5 noches y 6 días.

SEGMENTACIÓN DE CUENTAS

1. **LUJO Y TURISMO DE EXPERIENCIAS**
2. **RECREACIONAL**
3. **MICE**

OBJETIVOS

- ✓ Aumentar la diversificación de los destinos de Chile a través del canal comercial mediante la vivencias de nuevas experiencias turísticas .
- ✓ Incorporar Chile en el portafolio de los operadores brasileños con nuevos productos.



Reel



Rueda de Negocios

32

EMPRESAS CHILENAS

20

TOUROPERADORES BR

13

CONVENTION BUREAU

400

CITAS DE NEGOCIOS



Majadas de Pirque – Viernes 24 de Mayo 2019



BLOGUEROS

um viajante
DESDE 2011 VIAGENS • LIFESTYLE • INSPIRAÇÃO

Aprende de Viajante

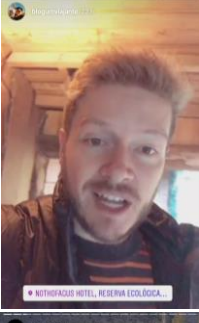
MEDIO DE COMUNICACIÓN NACIONAL

13

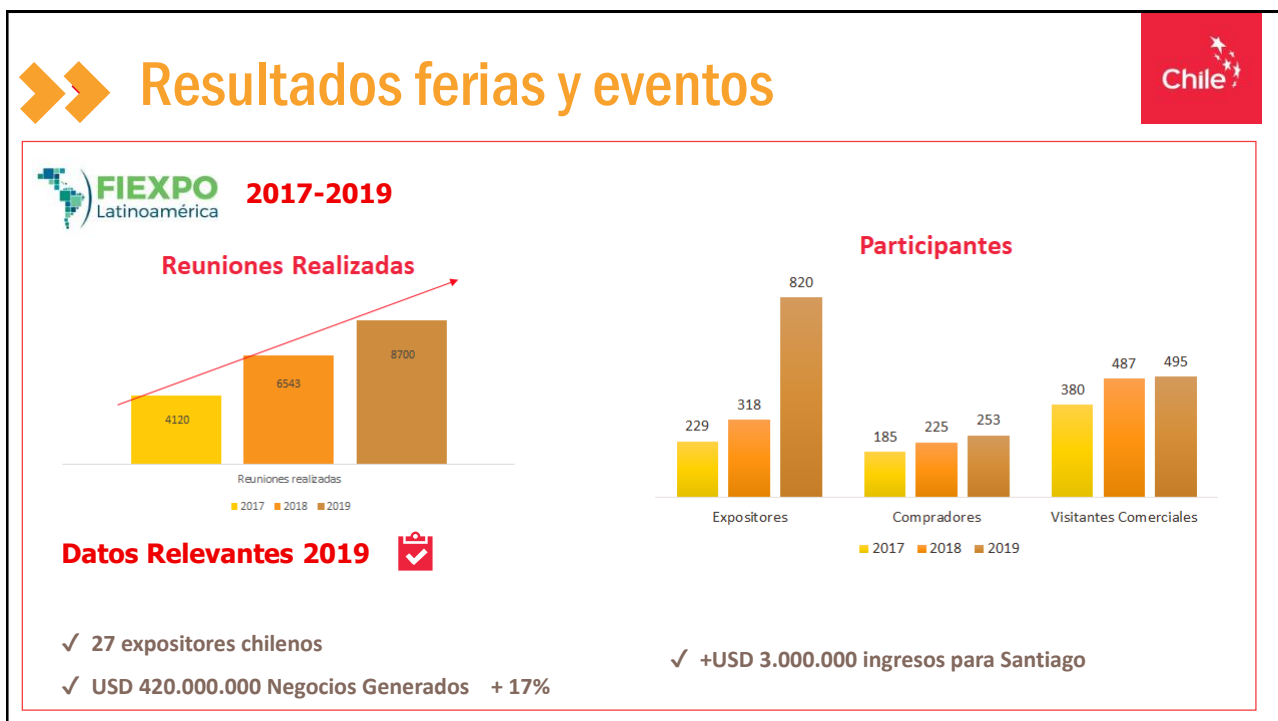
Amplia difusión RR.SS.









Hitos de Fiexpo en Chile



- ✓ Premio a la permanencia en los 10 años 2017
- ✓ Premio Fórum a la Subsecretaria 2017
- ✓ Premio Latino a Claudio Sances 2017
- ✓ Premio a Chile como Mejor Stand 2018
- ✓ Premio Fórum a la Subsecretaria Mónica Zalaquett 2019
- ✓ +157% de reuniones desde el 2016 en Perú al 2019 en Chile.
- ✓ FIEXPO Patagonia 2019, 25 buyers en fam pre feria durante 4 días con alrededor de 30 empresarios de la región.
- ✓ Talleres de capacitación a los Convention Bureau, en el marco de la feria.

Experiencia en FIEXPO 2019



- ❖ “Encontramos que la organización del stand de Chile estuvo entretenida y muy bien lograda, gracias a esto aprovecho de comentar que para nosotros también fue todo un éxito y logramos captar más contactos y clientes” **Camila Lazzaro, Ecco Comunicaciones-Feria FIEXPO**
- ❖ “Fantástico...una experiencia inigualable, principalmente por la belleza de Patagonia. Además, creo que es muy importante traspasar esta idea, no sólo a los tour operadores en Brasil, sino que a todos aquellos que formamos parte del continente y el mundo entero” **Denis Ciboto, operador brasilero- Fiexpo Patagonia 2019**
- ❖ “Reiterar mi agradecimiento a ustedes por brindarnos todas estas oportunidades de formarnos, generar redes y optar a nuevas oportunidades de difundir nuestros respectivos destinos. El ambiente de colaboración que se ha generado entre todos los bureaux ha sido importante para hacer de Chile un mejor país para recibir más eventos MICE, y esto ha sido gracias a las plataformas que ustedes han dispuesto para nosotros.” **Alicia Reyes, Antofagasta Convention Bureau- Talleres de capacitación**



FIEXPO 2019



FIEXPO Patagonia

Foro Político

Cóctel de Chile

Inauguración
FIEXPOActivación Stand de
Chile

Reuniones

Stand de Chile

Delegación Chilena

Resultados ferias y eventos



ADVENTURE TRAVEL
TRADE ASSOCIATION

- Participación como Sponsor Destination.
- Evento B2B con participantes de la industria (TRADE, MEDIA)
- Foco Principal, Mercado norteamericana (US, CA).
- 1era participación de Chile en esta 5ta versión del evento.



Presentación de Destino

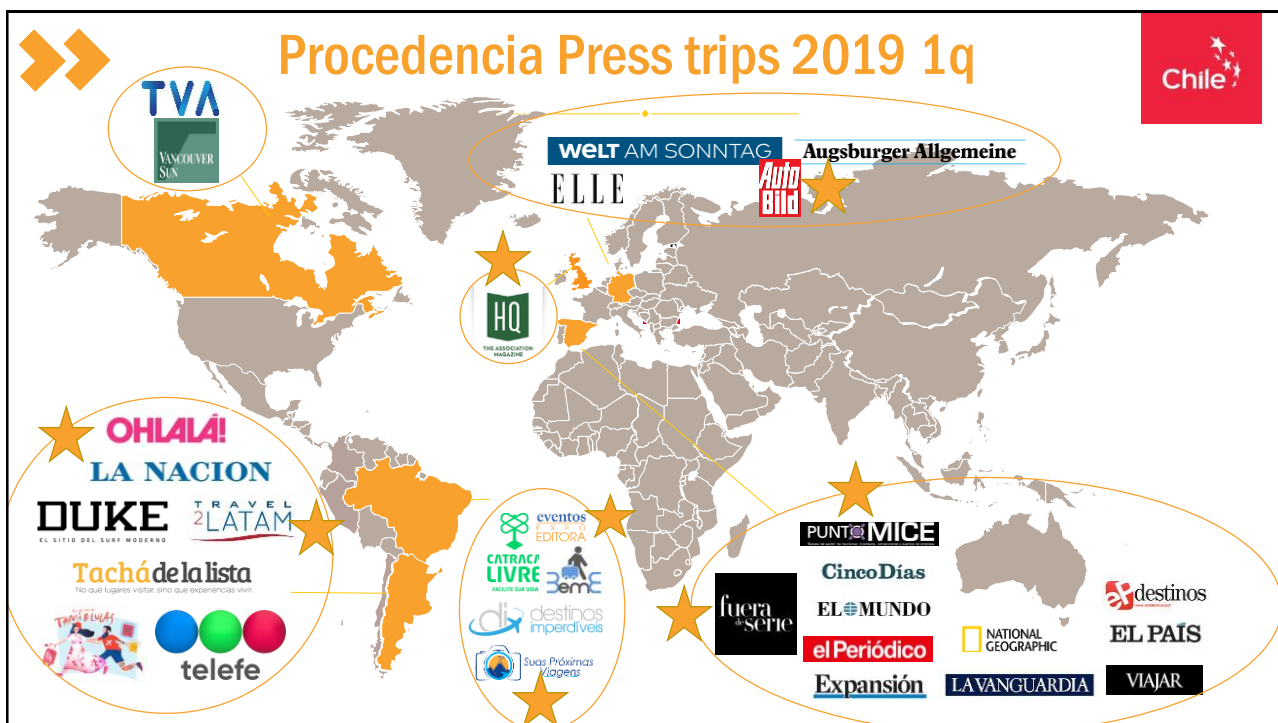
- Capacitación de destino al trade y media presente.
- 35 reuniones con el trade durante sesiones de B2B
- 300 participantes durante capacitación y presentación cultural
- Participan otros destinos Perú, Brasil, Ecuador, Guatemala, Costa Rica, etc.



Presentación Cultural

- Presentación cultural, promoviendo todas las macrozonas.
- Realizada en el plenario final con la audiencia completa

Prensa internacional



Resultados a la fecha



30 MEDIOS



6 países
visitaron

Alcance
Total + 49M
PERSONAS

Valorización de
publicaciones
+ 334 MM CLP



Inversión:
20 MM CLP

Artículos Publicados: 19
Artículos por Publicar: 17

COMING SOON...



Fam Press Brasil
26 junio al 3 de julio

BA Highlife
23 al 30 de junio

María Pombo
28 junio al 04 de julio

FOLHA

Outside

high life
BRITISH AIRWAYS

GO where
Lifestyle & Gastronomía

SUNDAY
COOKS
CHIFFER FLIGHT
7296
21



Traveler
10 al 25 de julio

Condé Nast
Traveler



Publicaciones destacadas

Chile



VIAJES

Todo sobre Valpo

TODO SOBRE VALPO

VEINTE GRAFITIS DE AMOR EN VALPARAÍSO

O por qué Neruda decía "Si camináramos todas sus escaleras habremos dado la vuelta al mundo".

Rafa Pérez

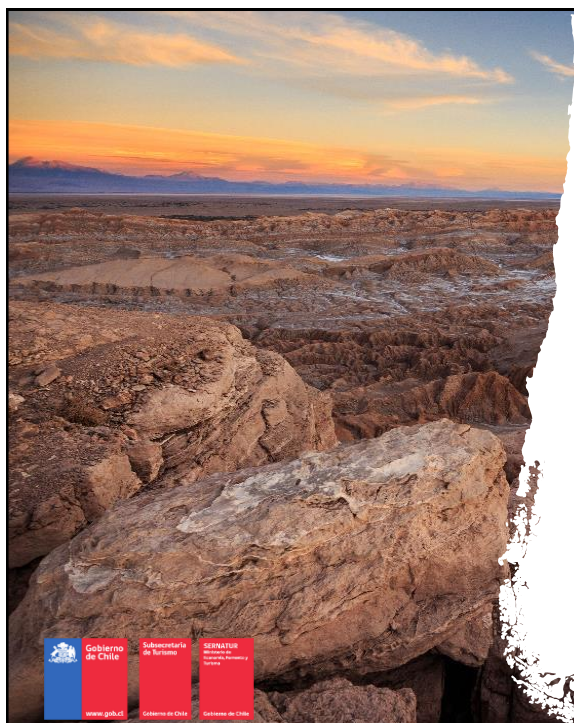
01 DE MARZO DEL 2019 - 12:00



PAÍS: ESPAÑA

EDICIÓN +
VENDIDA

PORTADA EN
"EL MUNDO" Y
"EXPANSION"



Branding internacional



Campañas digitales

Chile

1 Campañas de Branding

Grandes audiencias que pueden tener interés en conocer un destino

2 Campañas Estacionales

Acción comunicacional con llamado táctico, que busca generar interés por visitar un destino.

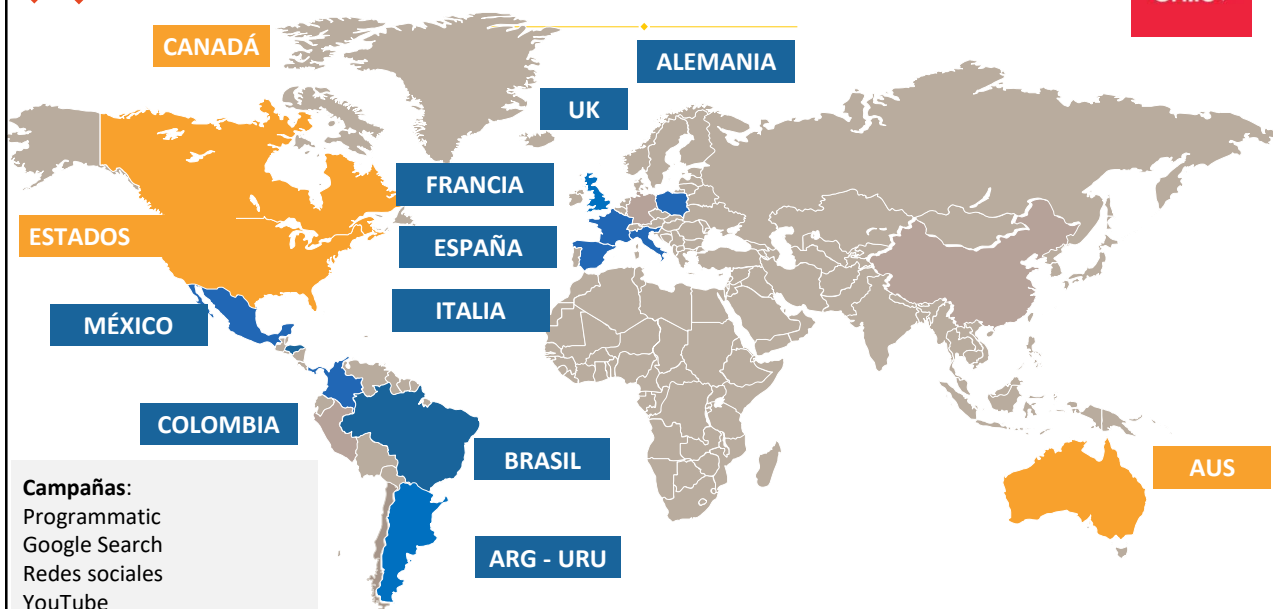
3 Campañas Always On

Generar comunidad e interacción con los usuarios. Además de retener y fidelizar la audiencia que conoce o tiene interés por Chile



Status campañas digitales

Chile



Periodo de Ejecución: Abril a diciembre

Campañas de Branding internacionales



	Q1			Q2			Q3			Q4		
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
ALWAYS ON	AR- BR-PE-CO-MX USA-CA ES-UK-FR-DE-IT AU											
BRANDING					USA-UK-DE-FR					US-CA-UK-DE-FR-ES-AU		
ESCAPADAS										AR- BR		
INVIERNO				AR - BR								
FOOD & WINE								USA				



Campaña invierno brasil



PLAN DE MEDIOS

27 abril al 30 junio/ \$200MM / 79% DIGITAL / RIO, SAO, PORTO ALEGRE, CURITIBA y BELO HORIZONTE

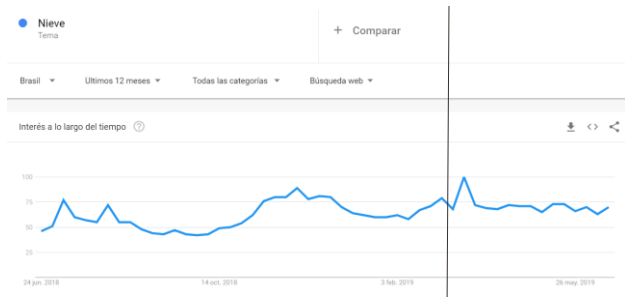


% INV.	PLATAFORMA	TIPO DE FORMATO	SEGMENTACIÓN	Métricas esperadas	Métricas alcanzadas
40%	VIDEO Programático	Video inread	Segmentación por intereses + sitios validados por PR.	2.7 millones de views	2 millones de views
17%	YOUTUBE	Video Preroll	In market "travel"+ Intereses afines (outdoor, nieve, food and wine, etc)	1.4 MM de views	1.5 MM de Views
13%	FACEBOOK + INSTAGRAM	Carrusel	Intereses en viajes	50% del alcance (9 MM de personas a alcanzar)	7.5 millones de personas alcanzadas
6%	WEB TV	Video preroll	Intereses en viajes	454 mil views	408 mil views
4%	DISPLAY Programático	Display	Segmentación por intereses + sitios validados por PR.	4.200 clicks	13.602 clicks
21%	VÍA PÚBLICA	Circuito pantallas + video walls	Acción en aeropuerto Congonhas		

Comportamiento últimos 12 meses



Activación campaña



Google Trends

- Podemos observar la tendencia de palabras claves asociadas a "Nieve", donde su **punto más alto es en abril- mayo**, que es donde los usuarios realizaron más búsquedas relacionadas con nieve y sus variantes.
- En Brasil la tendencias de búsquedas durante el año es arriba de 50, lo que indica que la **popularidad del término** indicado es relevante para los usuarios.



Campaña Invierno BRASIL

Videos "Food and Wine"

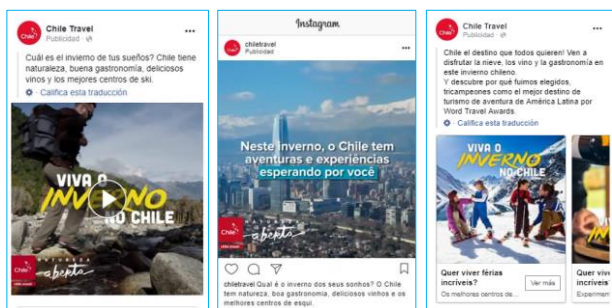


PIEZAS DE VIDEO

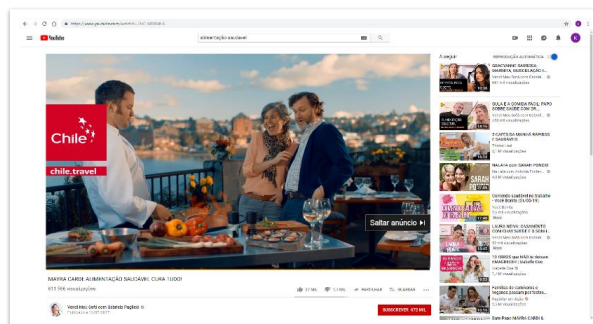
Videos Nieve versión Familia y Versión Pro



Campaña Brasil

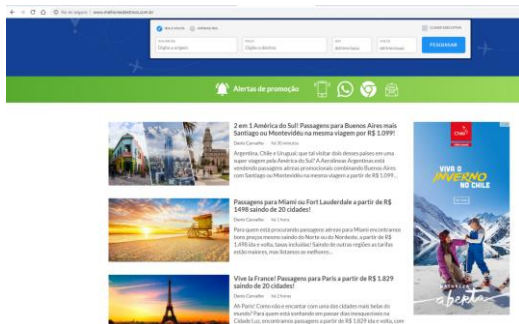


7.5 millones de personas alcanzadas
(vs 9 millones del plan)



1.5 millones de views (superando los
1.4 millones del plan)

Campaña Brasil



13.602 click al sitio. (vs los 4.200 del
plan original)

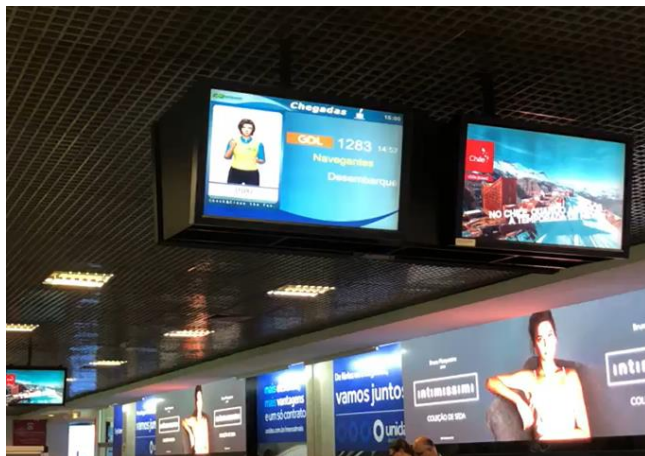


Web Tv: 402 mil views a la fecha (vs
454 mil original del plan)

Campaña Brasil (vía pública)



- Aeropuerto de Congonhas



Campaña invierno Argentina



Ciudades: Córdoba, Rosario, Buenos Aires, Montevideo

Presupuesto: 100 M

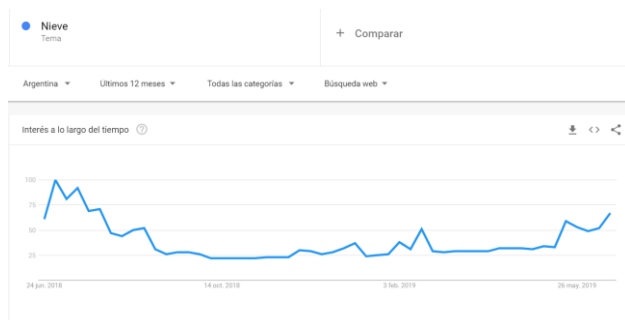
PLAN DE MEDIOS



% INV.	PLATAFORMA	TIPO DE FORMATO	SEGMENTACIÓN	Métricas esperadas	Métricas alcanzadas
35%	VIDEO Programático	Video inread	Segmentación por intereses + sitios validados por PR.	826.666 impresiones	722.421 impresiones
20%	YOUTUBE	Video preroll	In market "travel" + Intereses afines (outdoor, nieve, food and wine, etc)	3.112.000 impresiones	2.954.324 impresiones
13%	FACEBOOK + INSTAGRAM	Carrusel	Intereses en viajes	3.878.891 personas alcanzadas	3.739.456 personas alcanzadas
6%	WEB TV	Video preroll	Intereses en viajes	253.100 views	233.091 views
6%	DISPLAY Programático	Display	Segmentación por intereses + sitios validados por PR.	4.133 clicks	13.602 clicks

20%	VÍA PÚBLICA	Circuito pantallas + video walls/ Mall
------------	-------------	--

Comportamiento últimos 12 meses



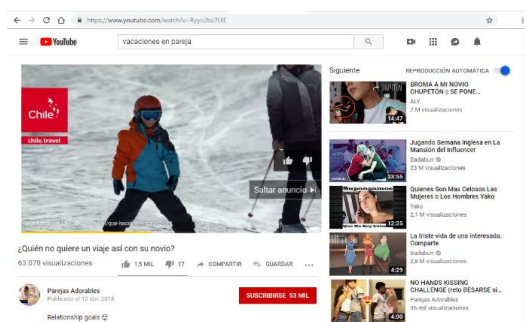
Google Trends

- Podemos observar la tendencia del tema “Nieve”, donde su **punto más alto es a final de Junio y comienzo de Julio**, que es donde los usuarios realizan más búsquedas relacionadas con nieve y sus variantes.

Campaña Argentina

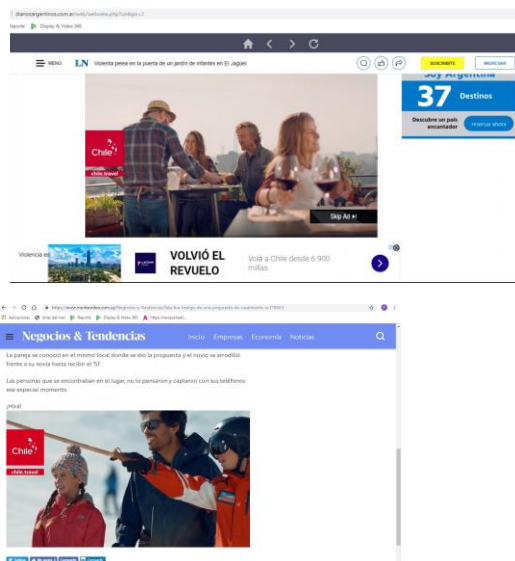
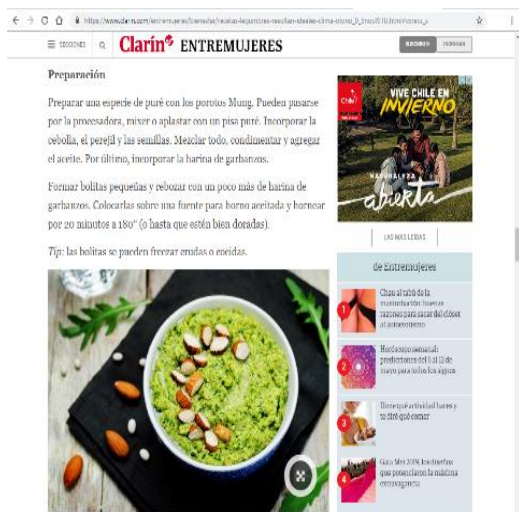


3.8 millones de personas alcanzadas
(vs 3.7 millones del plan)



3.1 millones de views (vs 2.9 del plan)

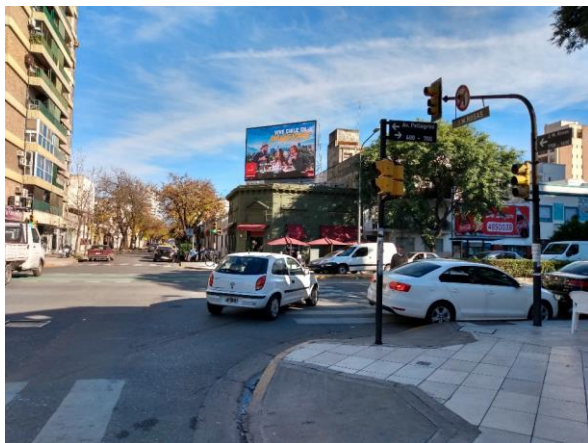
Campaña Argentina



Campaña Argentina (vía pública)



➤➤ Campaña Argentina (vía pública)



➤➤ Campaña Argentina (vía pública)



Tráfico analytics - todos los canales



Default Channel Grouping	Página de destino ?	Adquisición
		Usuarios ? ↓
		36.162 % del total: 3,98 % (907.889)
1. Display	/pt-br/o-que-fazer/aventura-e-esporte/ski-y-snowboard	14.458 (39,54 %)
2. Display	/que-hacer/aventura-y-deporte/ski-y-snowboard	13.602 (37,19 %)
3. Display	/pt-br/8-centros-de-ski-en-chile-para-vivir-la-adrenalina-en-el-fin-del-mundo	1.825 (4,99 %)
4. Paid Search	/que-hacer/aventura-y-deporte/ski-y-snowboard	785 (2,15 %)
5. Organic Search	/que-hacer/aventura-y-deporte/ski-y-snowboard	533 (1,46 %)
6. Paid Search	/pt-br/o-que-fazer/aventura-e-esporte/ski-y-snowboard	391 (1,07 %)
7. Organic Search	/en/what-to-do/adventure-and-sports/skiing-and-snowboarding	369 (1,01 %)
8. Paid Search	/intereses-destacados/centros-de-ski/valle-nervado	319 (0,87 %)
9. Paid Search	/en/intereses-destacados/ski-resorts	312 (0,85 %)
10. Organic Search	/Intereses-destacados/centros-de-ski	304 (0,83 %)

La URL que obtuvo la mayor duración de la sesión con 2.14 minutos, es la de **centros de Ski**.



<https://chile.travel/que-hacer/aventura-y-deporte/ski-y-snowboard>

55

_ Plan Invierno COPA AMÉRICA



1.- Bus Brandeado SAO PAULO



RECORRIDO POR LAS
PRINCIPALES AVENIDAS SAO
PAULO

6
HORAS DIARIAS

Recorridos



Circuito 1

Monumento do Ipiranga,
Av. Prof. Abrão de Moraes,
Av. das Bandeirantes,
Shopping Market Place,
Av. das Nações Unidas,
Rua Gomes de Carvalho,
Av. Bríg. Faria Lima,
Av. Pres. Juscelino Kubitschek,
Av. Chedid Jafet
Contorno,
Shopping JK Iguatemi,
Av. Bríg. Faria Lima,
Shopping Eldorado
Av. dos Semanheiros,
Parque Villa Lobos,
Praça Pan Americana,
Rua Henrique Schaumann,

Av. Ricardo Jafet,
Shopping Plaza Sul,
Av. Eng. Luis Carlos Bertini,
Shopping Morumbi,
Shopping D&D,
Rua Olimpíadas,
Contorno,
Contorno,
Shopping JK Iguatemi,
Rua Funchal,
Av. Henrique Chamma,
Shopping Iguatemi,
Estação Metro Pinheiros
Av. das Nações Unidas,
Av. Queiroz Filho,
Av. Pedroso de Moraes,
Av. Brasil,

Estação Metro Santos Imigrantes,
Av. Afonso D'Escagnolle Taunay,
Av. Dr. Chucrí Zaidan,
Av. Roque Petroni Júnior,
Rua Funchal,
Rua Michel Milan,
Av. Bríg. Faria Lima,
Av. Pres. Juscelino Kubitschek,
Rua Funchal,
Av. Chedid Jafet,
Av. Horácio Lafer,
Av. Bríg. Faria Lima,
Av. Pedroso de Moraes,
Shopping Villa Lobos,
Av. Prof. Fonseca Rodrigues,
Rua Teodoro Sampaio,
Av. Pedro Álvares Cabral...

Circuito 2

Av. do Estado,
Mercado Municipal SP,
Av. Ipiranga,
Av. Francisco Matarazzo,
Rua Palestra Itália,
Shopping Bourbon,
Memorial da América Latina,
Av. Pacaembu,
Rua Sérgio Tomás,

Estação Metro Parque D. Pedro,
Av. Mercúrio,
Av. São João,
Av. Antártica
Allianz Parque,
Av. Marquês de São Vicente,
Av. Pacaembu,
Av. Dr. Abrão Ribeiro,
Av. Pres. Castelo Branco,

Rua da Figueira,
Av. Senador Queiróz,
Av. Gen. Olímpio da Silveira,
Shopping West Plaza,
Av. Pompéia,
Av. Dr. Abrão Ribeiro,
Praça Charles Miller,
Rua Norma Pieruccini Giannotti,
Av. do Estado...

Circuito 3

Avenida Santo Amaro
"Bem-vindo" centro comercial de grandes empresas
(multinacionais)
Avenida Paulista
73 de maio

08 – 11 hrs AM

18 – 21 hrs AM

2.- Activación en Río de Janeiro

Con el objetivo de realizar una **activación de alto impacto** que **genere el ruido mediático** y marque un precedente en la innovación de activaciones con el fin de posicionar aún más la marca Chile en Brasil



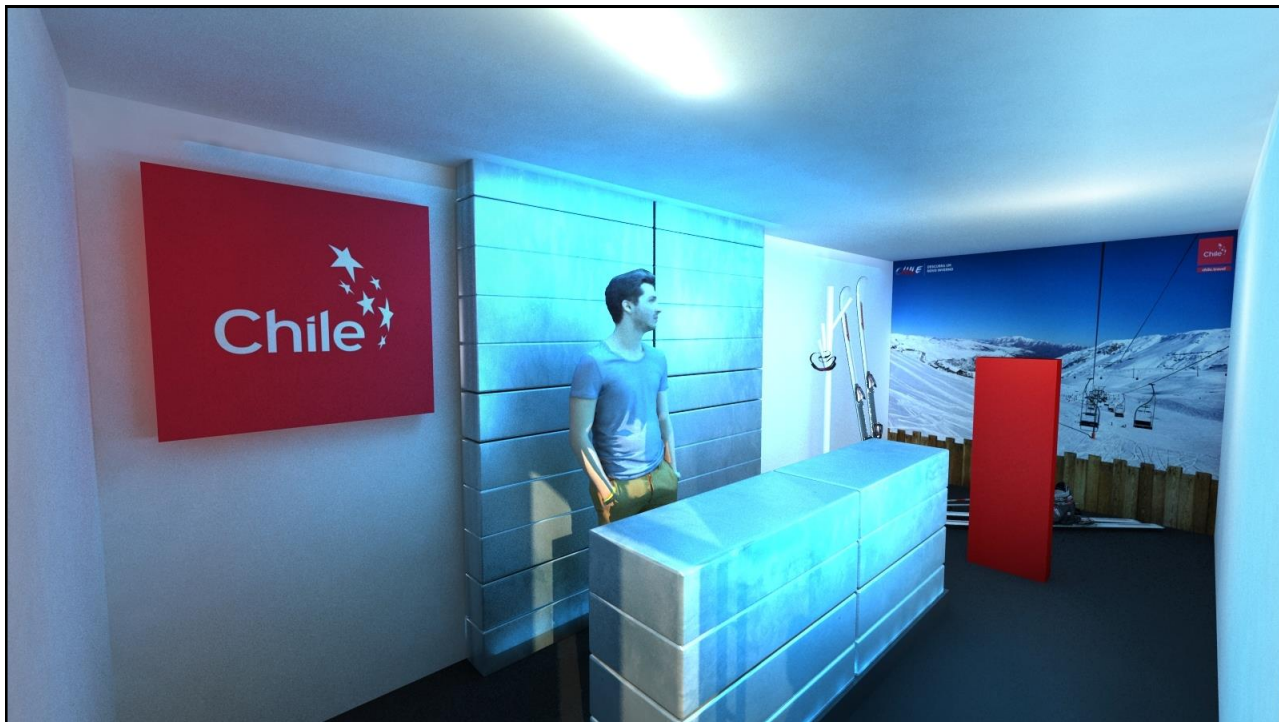
Aprovecharemos el mayor **flujo** de personas de todas partes de Brasil y **alto flujo del turismo** durante los partidos de la **Copa América** en Río de Janeiro

CHILE
DESCUBRA UM NOVO INVERNO









_activacion
Boomerang
backdrop



S
Recic
lable

S
Cara
Anteri
or



Referencia
del Bar de
Hielo en el
Centro de
SKI de Chile.



• BALCÓN BAR MONTADO DENTRO DEL
CONTAINER ESCULPIDO EN HIELO CRISTAL EN
LAS MEDIDAS DE 1,15X2,30X0,45m

PARED CON LOGO EMBUTIDA (PUEDE SER CONSTRUIDA
DEL CONTAINER O FUERA) ESCULPIDO EN HIELO
CRISTAL EN LAS MEDIDAS DE 2,00X2,40X0,24m







Branding nacional





Campaña Cyber Day



Tomando en cuenta que en este periodo el **interés de los usuarios en productos de viaje aumenta en los eventos de Cyber** es que se trabajó en una campaña de promoción **nacional invitando a viajar por Chile bajo el concepto de Chile a un Click y #ViajaPorChile**

Pensando que en este **periodo aumentan las búsquedas de Destino Puro** es que nosotros como Chile es TUYO nos sumamos comunicando información turística de interés con el fin que en el momento de la compra que Chile sea considerado como un destino para viajar.

Buscamos innovar y usar formatos que generan mayor impacto y que sean utilizados en la difusión turística

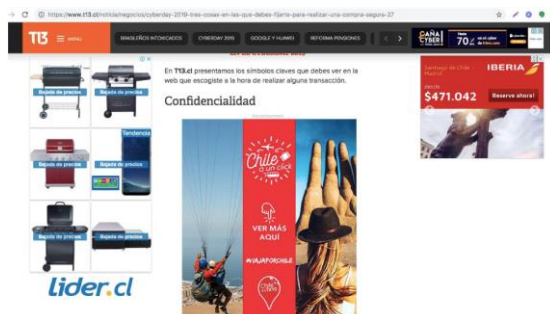
Facebook e Instagram
“CANVAS” este formato cumple la función de post y LinkAds. Canvas se ve solo en celulares, en computador no se ve y es una de las mejores experiencias para el usuario por eso nos parece atractivo de implementar.

Post Generico. Que nos lleve a una Nota en el sitio de Chile es TUYO donde podrán informarse de diferentes destinos turísticos.

linkAads Video que también lleva tráfico a la nota desarrollada para este Cyber



Graficas Aplicadas



Campaña cyber - RESULTADOS GENERALES

FACEBOOK+INSTAGRAM



Clics totales	Clics en el enlace	Impresiones	CTR	CPC	CPM	Inversión	Alcance
12.416	2.790	4.514.699	0,28%	\$ 170	\$ 468	\$ 2.114.195	4.270.055
Interacción con la publicación	Reacciones a las publicaciones	Veces que se ha compartido una publicación	Comentarios de la publicación	Reproducciones de video de 3 segundos	Visualizaciones de video hasta el 25 %	Visualizaciones de video hasta el 75 %	Visualizaciones de video hasta el 100 %
319.660	4.222	111	39	312.114	327.835	68.840	42.658



ALCANCE
4.270.055

CUMPLIMIENTO
100%

CPM
\$468

VARIACIÓN
4% MENOS

IMPRESIONES
4.514.699

CUMPLIMIENTO
100%

CLICS
12.416

VARIACIÓN
187,4% MÁS



Resultados campaña

Facebook e Instagram

- Obtuvimos más reproducciones al 25% del video que a los 3 seg, esto quiere decir que el video fue lo suficientemente atractivo para seguir viéndolo un % más considerable.
- Observamos que nuestro mejor target fue de 18 a 34, tanto en Hombres como Mujeres logramos llegar a un buen alcance.
- Podemos visualizar que nuestro mejor alcance e impresiones se da en Instagram llegando a los 2.755.568 de personas alcanzadas, versus 1.522.679 de personas alcanzadas con Facebook.

Google Search

- Como nuestro sitio no es de venta ni conversiones decidimos no comprar palabras de cyber por los costos altos de estás mismas.
- La campaña de Google Ads en Cyber obtuvo buenos resultados, saliendo en la estadísticas de subasta en 2do lugar (a pesar de las pujas altas de la competencia). Esto se debe a la buena estructura que existe en las campañas, palabras claves de buena calidad y anuncios también. (En la estadística de subastas obtuvimos el segundo lugar con un 11,23% de las impresiones, debajo de Booking que obtuvo un 13,23%. Luego en 3er lugar se encuentra Despegar.com con un 10,82% de las impresiones



SE PRONOSTICAN VACACIONES

Relanzamiento de campaña de Invierno 2019.

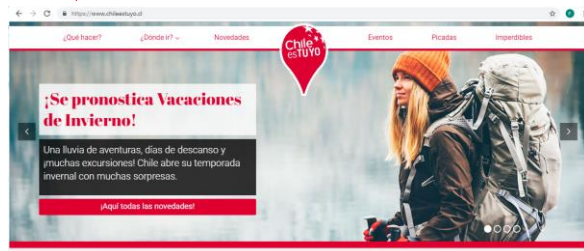
Potenciar la idea fuerza que existe una gran diversidad de destinos que están disponibles en todas las regiones durante vacaciones de invierno.





SE PRONOSTICAN VACACIONES

Relanzamiento de campaña de Invierno 2019.



ASTROTURISMO – ECLIPSE 2019

Plan de trabajo

1° Durante todo el año se han generado contenido a través de post en redes sociales promocionando el astroturismo en Chile en el marco del eclipse solar.

2° Se desarrollo el sitio web de astroturismochile.cl en el cual se puede encontrar información turística relacionado a esta experiencia.

3° En el mes de mayo se grabaron cápsulas de video invitando al eclipse con diversos personajes de turismo y se han viralizado en nuestras RRSS.





ASTROTURISMO – ECLIPSE 2019

Plan de trabajo

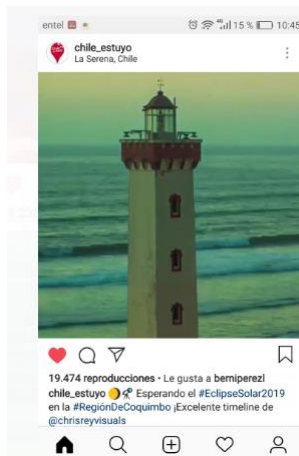
4° **Viajaremos el fin de semana previo** al Eclipse Solar para cubrir este fenómeno de la naturaleza. Tendremos dos miradas:

Desde la vivencia y experiencia del turista (mostrar la oferta turística existente)

Desde la mirada del conocimiento ligada al turismo a través de Nuestra Influenciadora Andrea Obaid quien sobrevolará el eclipse y nos entregará contenido referente a este fenómeno..

5° Estamos coordinando con canales de televisión **material de imágenes audiovisual** que nos puedan entregar de este fenómeno para poder después utilizarlo en la promoción del eclipse 2020 y promoción de experiencia de astroturismo.

Todo este material será difundido en las redes sociales de Chile es Tuyo y Chile Travel



Plan de medios

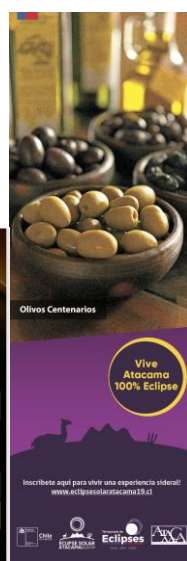
Contamos con Planes de medios a nivel central, plan de medios en las regiones de Atacama y Coquimbo.

Buscamos:

1° Potenciar la invitación a vivir la experiencia del astroturismo y ser parte del eclipse 2019.

2° Comunicar medidas de seguridad

3° Horarios de transportes, puntos de observación, etc





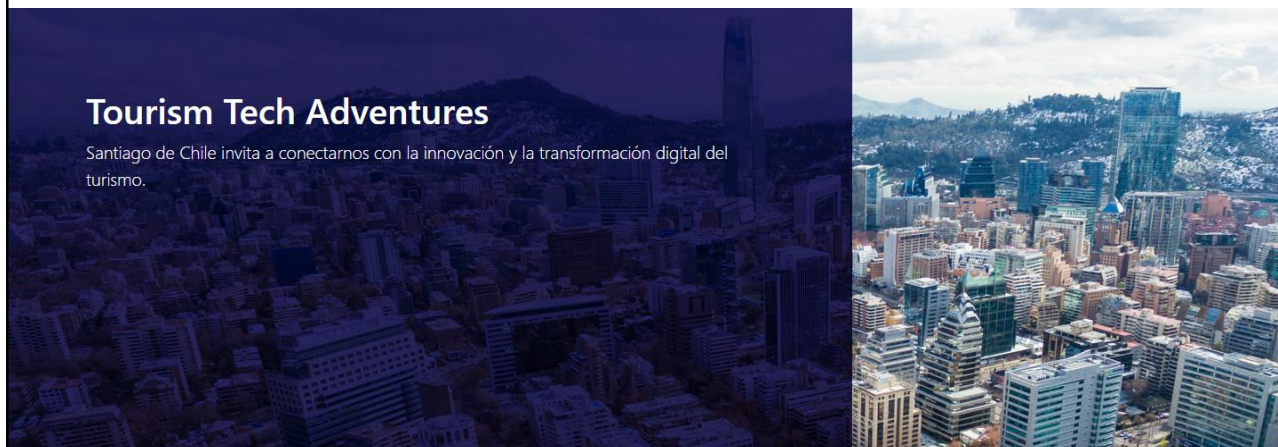
Tourism Tech
ADVENTURES
EDTECH

Powered by:
UNWTO

Americas
SANTIAGO DE CHILE
9-10 July 2019

Tourism Tech Adventures

Santiago de Chile invita a conectarnos con la innovación y la transformación digital del turismo.



Audiencia Foro TTA 2019

- ✓ Secretario General de la OMT, Zurab Pololikashvili
- ✓ Representantes OMT de la áreas de Innovación y las Américas
- ✓ Autoridades de turismo de latinoamérica (Ministros, Secretarios, Subsecretarios, Directores, autoridades locales)
- ✓ Empresas de Turismo latinoamericanas
- ✓ Startups de Turismo y Lifestyle latinoamericanas
- ✓ Profesionales de Fomento y Turismo del sector público de todo Chile
- ✓ Gremios
- ✓ Ecosistema de innovación abierta
- ✓ Centros I+D
- ✓ Inversionistas nacionales e internacionales
- ✓ Aceleradoras de negocios y banca
- ✓ Empresas de tecnología
- ✓ Academia

Programa general del TTA2019

Final Competencia Nacional Startups: 26 de junio

Selección de 2 Startups nacionales que pasan a final del TTA 2019.



Día 1 TTA 2019: 9 de julio

- Entrenamiento Startups Americanas
- High Level Training (autoridades públicas de Chile y Las Américas).

ST>RT-UPCHILE



Día 2 TTA 2019: 10 de julio

- Foro abierto
- Final SUP Competition
- Cierre + Networking lunch

CORPARTES

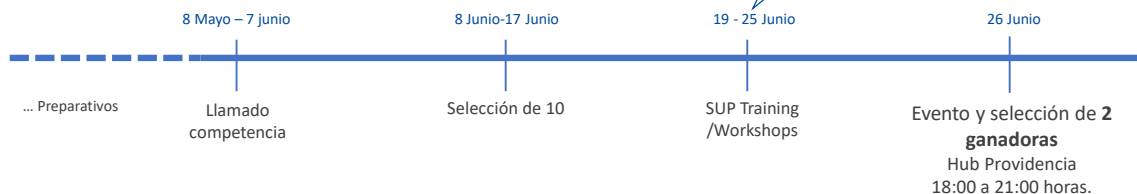


Competencia Nacional Startup

DÍA
26
junio



Gestiones de prensa para exclusiva Cuerpo de Innovación El Mercurio



10 seleccionados:

Tour Solutions
Plataforma turística – GuideMe App
Gofeels
Etiner
Keteka

VulcanoPro
Suda Outdoors
Viewnia.com
Airkeep
myHotel

Jurados:

Andrea Wolleter
Juan Luis Crespo
Patricio Ovalle
Francisco Saavedra
Guillermo Tello

+ 10 padrinos/madrinas

INNOVAROCK
★ TO INFINITY ★

Competencia #startupturismo 2019





Experiencia innovarock night

- ✓ 2 talleres fondo/forma
- ✓ Suben empoderados
- ✓ 3 minutos estilo rockstar
- ✓ Jurado define 3 finalistas
- ✓ Público define a los 2 OMT
- ✓ Público define al ganador

Día 1 TTA 2019

- ✓ Entrenamiento y masterclass para Startup.
- ✓ Mesa redonda con Inversores internacionales nacionales:
Apoyo InvestChile, Wayra y Fundación Chile,
20 personas aprox.
- ✓ Punto de prensa:
Startup Chile 11:00 hrs.
- ✓ High Level Seminar:
50 personas
Autoridades Intl., Nacionales, regionales y Gremios



9:00 a 12:30
horas

ST>RT-UPCHILE



Día 2 TTA 2019

Foro Tourism Tech Adventures

✓ 3 paneles:

Panel de Ministros: Buenas prácticas en políticas públicas para EdTech.

Panel 2: Trabajo del futuro para turismo

Panel 3: Inversores

✓ Hasta 7 keynotes

✓ Speed meetings con inversores

✓ Final Startup Competition: Pitch social + feedback inversores



8.30 a 18.30 hrs.

CORPARTES

8 Startups internacionales preseleccionadas:



Chile



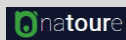
Ecuador



Colombia



Canadá



México



Brasil



EE.UU.



EE.UU.

Más informaciones e Inscripciones en:

www.sernatur.cl/tta2019



www.americas.unwto.org/event/segundo-tourism-tech-adventures-para-las-americas-edtech



Chile Anfitrión de la COP 25

- Del 02 al 13 de diciembre 2019 en Santiago de Chile
- Más de 25.000 asistentes
- Agenda Nacional publico-privada.
- Campaña digital **"Turismo, Tiempo de Actuar"** que se generará para visibilizar acciones de la agenda a lo largo del país.
- Se impulsará Sello S, talleres de eficiencia energética, gastronomía sustentable, entre otros.



La COP25 debe ser un hito histórico para Chile y su compromiso con la acción climática, el combate al calentamiento global y la transición hacia un desarrollo sostenible.



WWW.SUBTURISMO.GOB.CL
WWW.SERNATUR.CL
CHILE.TRAVEL

