



CONSEJO CONSULTIVO PROMOCIÓN TURÍSTICA

14 – NOVIEMBRE - 2017



Consejo Consultivo
Público Privado
Promoción Turística

Agenda

1. Presupuesto
2. Público Final
3. Canal Comercial
4. Prensa
5. Ferias y Eventos
6. Turismo de Reuniones



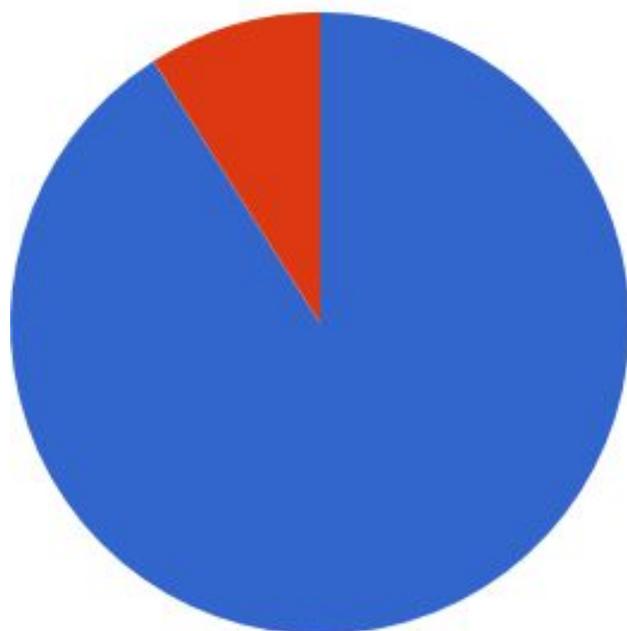
PRESUPUESTO





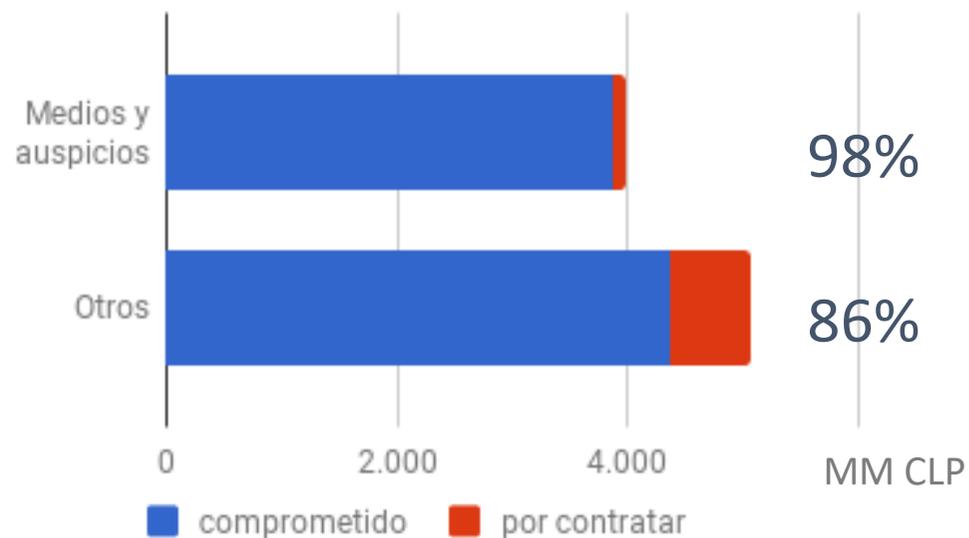
➤ ➤ Ejecución presupuesto 2017

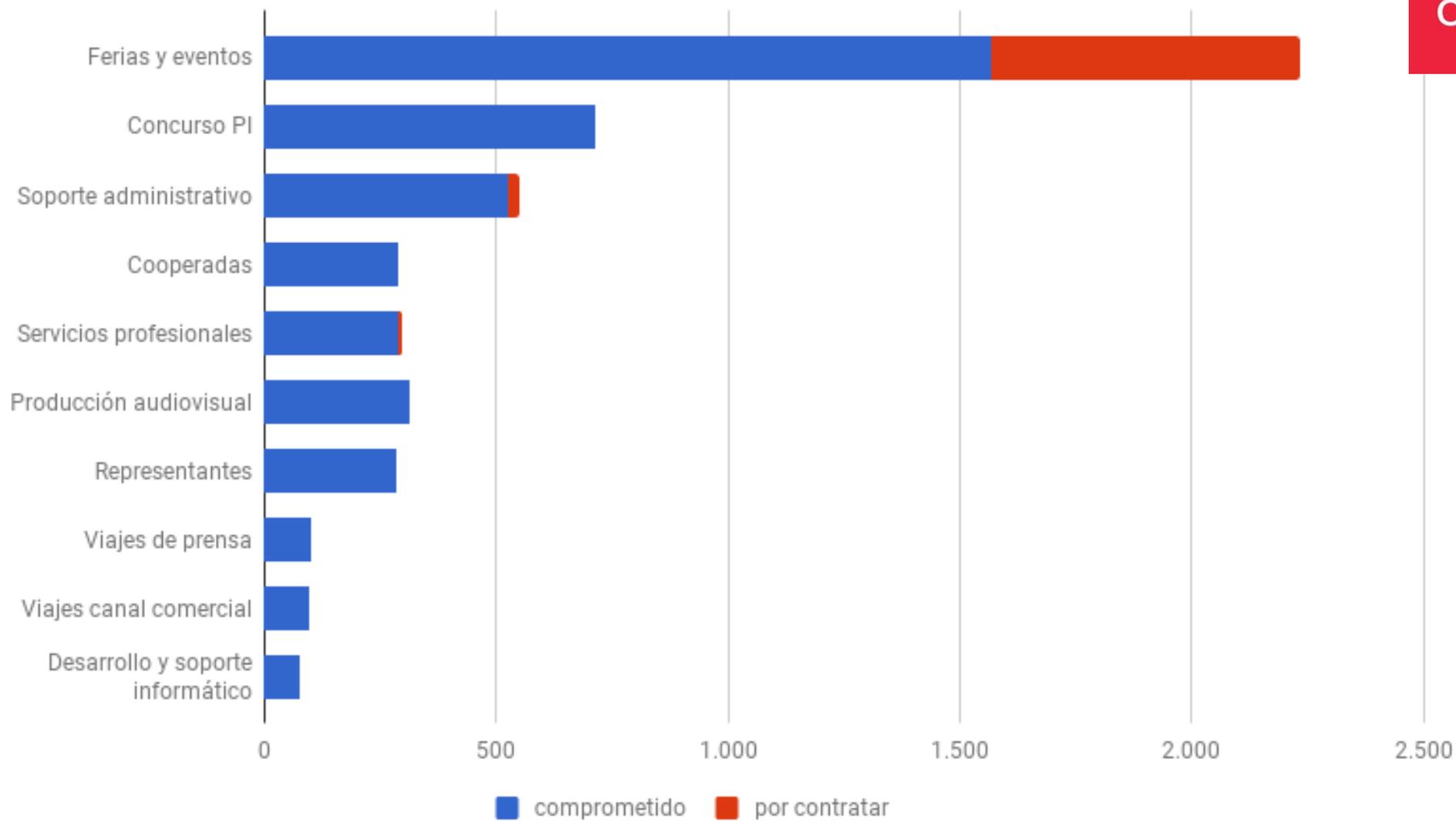
Presupuesto Comprometido: 91%



● comprometido ● por contratar

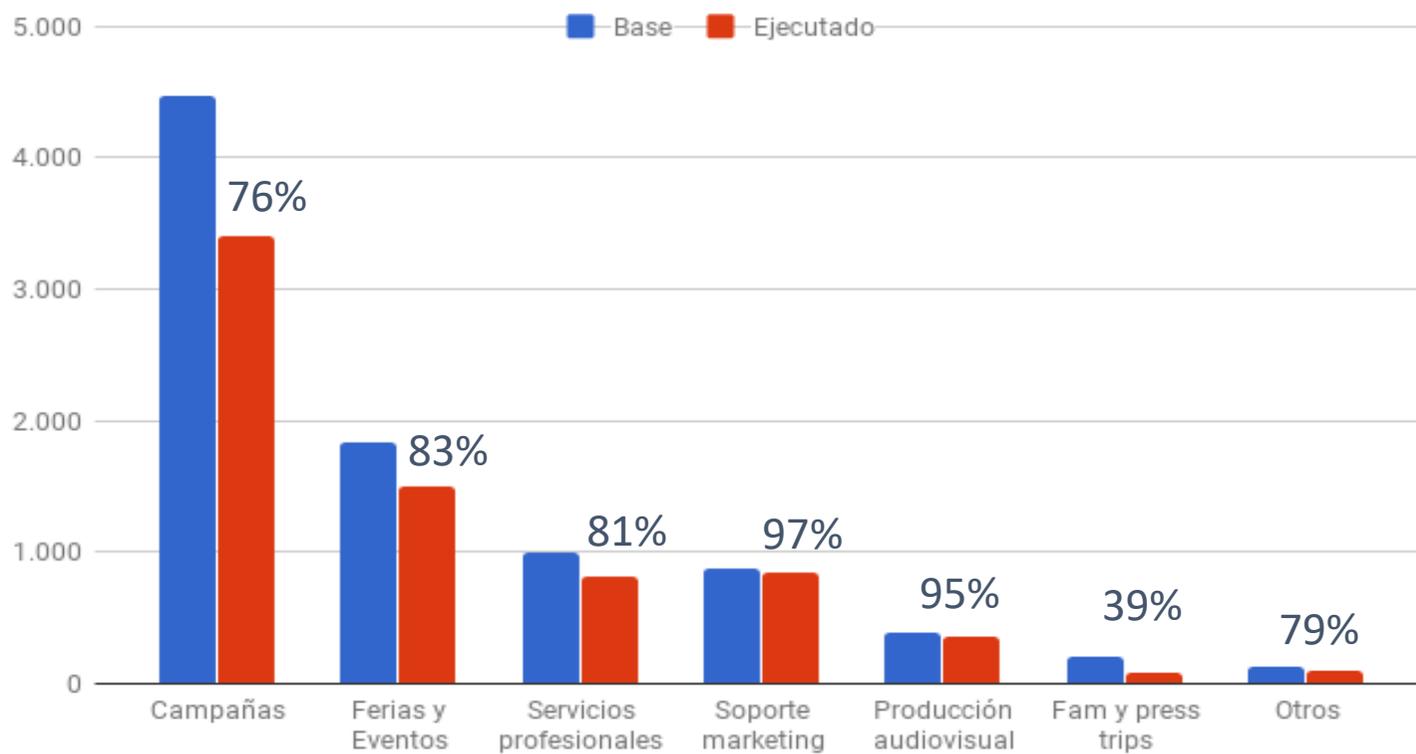
Total 9.041 MM CLP





➤ ➤ Presupuesto 2017

Ejecución según fecha actividades: 80%
Avance lineal año al 14-nov: 87%

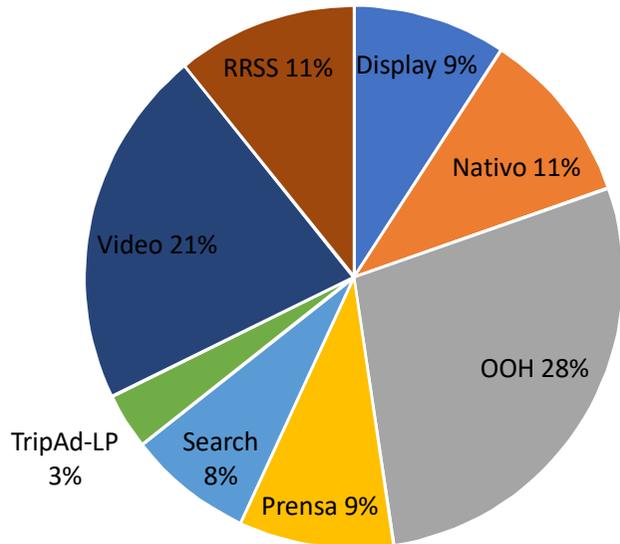


	Base	Ejecutado	% Ejecución
Campañas	4.465	3.404	76%
Ferias y Eventos	1.829	1.494	82%
Servicios profesionales	990	806	81%
Soporte marketing	870	847	97%
Producción audiovisual	381	363	95%
Fam y press trips	199	78	39%
Otros	128	101	79%
Total	8.862	7.093	80%



PÚBLICO FINAL

MM\$1.625
37% Offline
63% Online



Campaña Branding

- OFF: Prensa (diarios y revistas, 5 mm) y OOH (170 mm)
- ON: Alcance de 11 mm de personas con 150 mm impresiones.

Campaña Always On

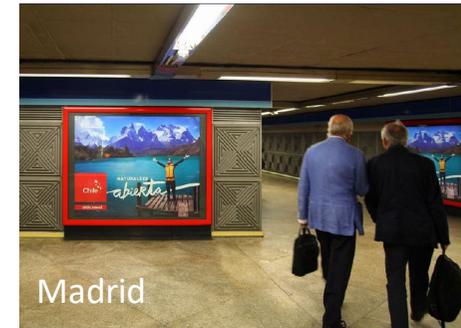
- 220 mm impresiones y +13 mm personas impactadas
- RRSS con aumento de comunidad +36%

Contenido Nativo

- "Crear publicidad que no lo parezca"
- Trip Advisor (2.7mm visitas/mes) y National Geographic Traveller.



EUROPA



Madrid



Hamburgo



Londres



Milán

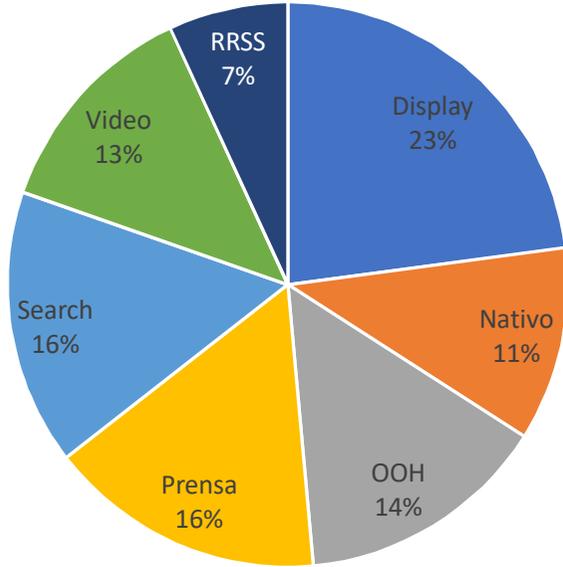


Amsterdam



MM\$824
30% Offline
70% Online

N O R T E A M E R I C A



Campaña Branding

- Prensa (diarios y revistas) alcanzando 9 mm
- OOH en 4 ciudades, impacto 32 mm.
- Outside Magazine → concurso + inserto + display+rrss (5.4mm impresiones/ 3.7mm visitas)

Adventure Without Limits

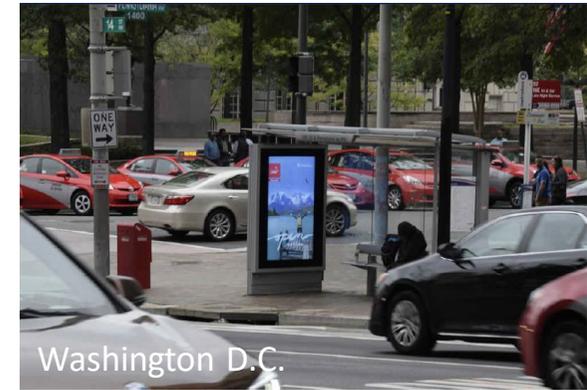
- Campaña nicho (Junio, USA 6 estados), apalancando WTA.
- Trip Advisor - Matador Network
- 52 mm de impresiones

Campaña Always On

- 98mm impresiones

Contenido Nativo

- Trip Advisor y National Geographic Traveller.



Los Angeles Times

U.S. to invest \$250 billion in banks

San Francisco Chronicle

Dr. Leonard Shlain — surgeon and author — invited Gore, Björk as fans

Domestic violence outcry grows louder for NFL

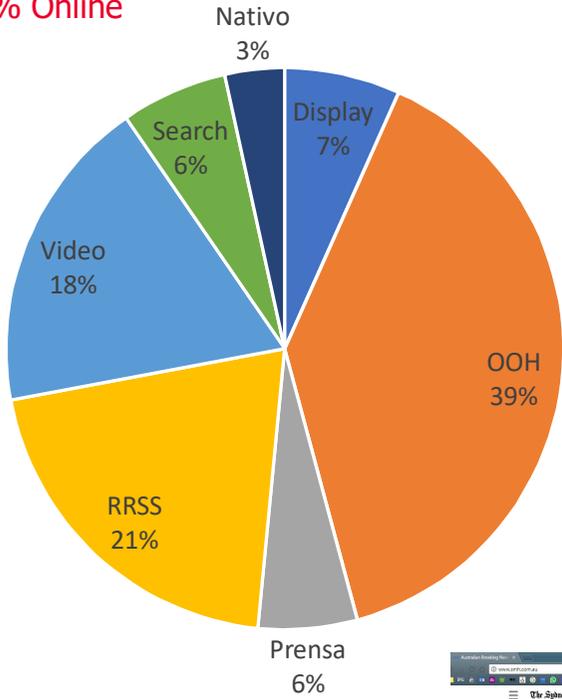
Chicago Tribune

Prison for fatal huffing crash





MM\$230
45% Offline
55% Online



Campaña Branding

- Prensa (revistas especializadas)
- OOH Sídney y Melbourne 4 semanas (4mm personas)
- Online

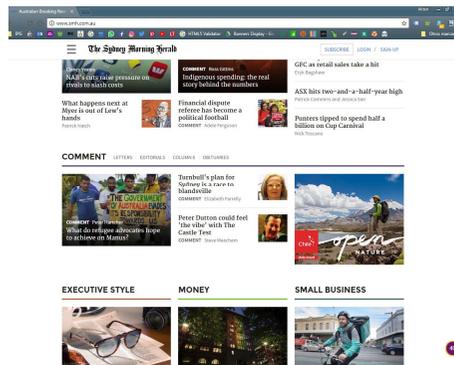
RRSS China

- Ingreso a Wechat, red display y C-Trip
- Beijing, Shanghai, Guangzhou, Hongkong durante 1 mes.
- 23mm impresiones

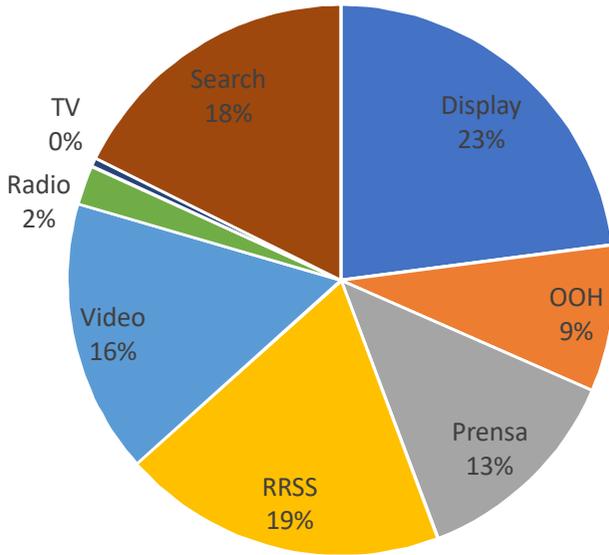
Campaña Always On

- 21mm impresiones

LEJANOS



MM\$1.245
 24% Offline
 76% Online



Campaña Escapadas

- Segmentación regional en todos los mercados.
- 200 mm de impresiones en 6 campañas
- Crecimiento n° vuelos, n° pasajeros y noches hotel (*Despegar.com)

Campaña Invierno

- 149mm impresiones, 5.8mm personas alcanzadas.
- Crecimiento vuelos, pasajeros y noches hotel (*Despegar.com)
 - AR +72% vuelos y +38% hotel
 - BR +20% vuelos y +56% hotel

Campaña Branding

- México y Colombia
- Prensa especializada, alianzas aerolíneas y medios online.
- 130mm impresiones y alcance 16mm personas.

Campaña Always On



LATINOAMERICA





CANAL COMERCIAL

➤ ➤ **Concursos**



Campañas Cooperadas

Proyectos recibidos: 74

Postulantes: 30

Mercados: 13 (AR, BR, CO, MX, PE, CA, US, AU, DE, ES, FR, IT, UK)

Periodo: Nov - Jul

Pequeñas Campañas Cooperadas

Proyectos recibidos: 9

Postulantes: 7

Mercados: 10 (AR, BO, BR, PE, US, AU, DE, ES, FR, UK)

Periodo: Dic - Jul

Viajes de familiarización

Proyectos recibidos: 14

Postulantes: 6

Mercados: 10 (AR, BR, CO, MX, AU, DE, ES, FR, IT UK)

Periodo: Dic - May

**Cierre:
30 de Octubre**



PRENSA



▶▶ Viajes de Prensa realizados

Argentina (26 al 29 sep)

Santiago, Valparaíso

5 medios desde:

- Tucumán (la Gaceta y Tucumán Noticias)
- San Juan (Diario El Cuyo, Zonda)
- Neuquén (La Mañana)



MARTES 07-11-2017

lmneuquen.com EL CLIMA EN NEUQUÉN 17° TEMP 76% HUM

RUTAS TREN PUNTES

HOME NEUQUÉN POLICIALES DEPORTES ESPECTÁCULOS SECCIONES SUPLEMENTOS SERVICIOS

TEMAS DEL DÍA VACA MUERTA SUPERCLÁSICO ATEN EDUCACIÓN USER TRANSPORTE INSEGURIDAD SANTIAGO MALDONADO

Chile sigue seduciendo a miles de neuquinos

Las agencias impulsan promociones a Santiago, Viña del Mar y Valparaíso.



Marcel Retegui
retegui@lmneuquen.com.ar

Neuquén.- Si durante este primer semestre del año los argentinos que visitaron Chile fueron un 25,3 por ciento más que en el mismo periodo del año pasado, esa cifra probablemente se eleve aún más no sólo por el auge de los paseos de compras sino por la presencia del papa Francisco prevista para enero de 2018.

COLEGIO TRINIDAD
CARMEN DE PATAGONES 125 - NEUQUÉN
Tel: 4485701 - Cel: 299-154568578

SHOPPING lmneuquen.com

Plan Descenso Dieta...
Antes: \$3450 Ahora: 3x\$575

TURISMOCITY
Viajes baratos a Punta Cana
Regístrate ahora y viaja ya por \$14.298

TURISMOCITY
Miami en oferta!
Regístrate ahora y viaja ya por \$13.923

Encontrá el seguro que necesitás para tu...

TURISMO / NUEVA RUTA AÉREA DESDE SAN JUAN 04-09-2017

A Santiago de Chile sin escalas

El próximo 3 de octubre será el vuelo inaugural del AirBus 320 de la aerolínea LATAM Argentina que empezará a operar internacionalmente desde la provincia. Con tres frecuencias semanales y a un valor promedio de 162 dólares, los sanjuaninos podrán cruzar la Cordillera en tan sólo 1 hora 10 minutos.



▶▶ Viajes de Prensa realizados

Gran Bretaña (29 sep - 9 oct)

National Geographic Traveller

Santiago y Patagonia chilena.



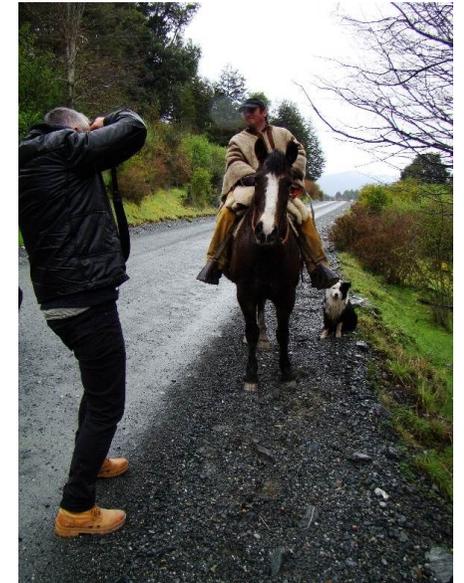
▶▶ Viajes de Prensa realizados

España (2-16 oct)

RM, Chiloé, Carretera Austral, San Pedro

4 medios de alto nivel y perfil sustentable:

- Revista Fashion and arts
- Revista Telva
- Ocho leguas (de El Mundo)
- ICON



▶▶ Viagens de Prensa realizados

Brasil (20 oct)

Bloguero Geraldo (Papo de Turista y Brasil Travel News)

Destinos: Santiago y alrededores



▶▶ Viajes de Prensa realizados

Brasil (30 oct – 1 nov)

- Influenciadora Anna Fasano (moda, lifestyle, lujo y viajes)
- <https://www.instagram.com/annarfasano/>
- Actividades en Santiago y alrededores, experiencias eno gastronómicas



▶▶ Viajes de Prensa realizados

Estados Unidos (7 y 8 oct)

Periodista y Bloguera Tausha Cowan - Huffington Post

Apoyo en viaje a Valparaíso, Santiago y Torres del Paine (por su cuenta)

Generó publicaciones de los 3 destinos en el periódico online [Huffington Post](#) y su blog Personal [Globe Getter](#).

1. THERE'S SOMETHING FOR EVERYONE

I genuinely believe Chile has something for everyone. Want a big city? Head to Santiago. Want to hike and be adventurous? Fly to Patagonia or leave downtown Santiago for Cajón del Maipo in the Andes mountains. Want quaint, hilly streets and intriguing street art? Go to Valparaíso. Keen to be by the water? Head to Viña del Mar. Love all the wine? Visit one (or more) of the country's many wine regions. I could keep going on and on. The gist: Chile is incredibly diverse and offers something that everyone will love.



2. IT HAS SOME OF THE WORLD'S MOST STUNNING LANDSCAPES

From Chilean Patagonia's Torres del Paine in the south to the Atacama Desert in the north to Easter Island and everything in between, it's mind-boggling when you think of the array of landscapes and attractions that can be found in one country. Chile easily has some of the most stunning landscapes you will ever see. Some require more effort to get to but it's more than worth it.



Tausha Cowan, Contributor
Travel enthusiast, communications pro, founder of The Globe Getter

6 Reasons to Head to Chile Right Now

10/25/2017 11:13 pm ET | Updated Oct 26, 2017



This Post cont our t abus



▶▶ Viajes de Prensa realizados

Estados Unidos y Canadá (3 – 10 nov)

1. Dreamscape
2. Outdoor Photographer
3. New York Post
4. Delta Sky Magazine
5. Air Canadá Enroute Magazine

Actividades en Santiago, Chiloé y Valparaíso





FERIAS Y EVENTOS



➤ ➤ **Coordinación Industria (CDI)**

Equipo de Trabajo



Loreto Ramírez
lr Ramirez@sernatur.cl



Michael Carmona
mcarmona@sernatur.cl



Lucía Araya
laraya@sernatur.cl

Teléfonos de contacto:
27318314 / 27318319



Proceso de Trabajo CDI

1°

2°

3°

4°



Criterios de Oferta Exportable



➤ ➤ Proceso de Trabajo CDI

Criterios de Oferta Exportable

1. Estar inscrita en el Registro Nacional de Proveedores de Servicios Turísticos de **Sernatur**.
2. Tener una oferta turística dirigida al turista internacional, presentada en su sitio web.
3. Contar con mínimo un año de antigüedad en su operación.
4. Tener capacidad financiera para cancelar la cuota de participación del o los eventos de forma adelantada.
5. Contar con herramientas de marketing (sitio web, folletos, presentaciones) en mínimo dos idiomas (español e inglés).
6. Contar con personal de atención al cliente con buen manejo de idiomas (español e inglés como mínimo)
7. Deseable, pero no obligatorio, contar con certificaciones Sello Q de Calidad y/o el Sello de Sustentabilidad.

Proceso de Trabajo CDI



1°



Convocatoria
Ferias & Eventos

ÚNETE A CHILE
ACCIONES DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL

PRÓXIMOS ROADSHOW

- RS USA WEST 2017**
14 - 16 de noviembre
Los Ángeles, Denver y Seattle.
- RS ESPAÑA 2018**
23 al 25 de enero
Bilbao, Valencia y Málaga.
- RS EUROPA 2018**
13 - 16 de marzo
Frankfurt, París y Londres.

PRÓXIMAS FERIAS

- **FITUR**, España 2018
- **ANATO**, Bogotá 2018
- **SEATRADE**, Miami 2018
(Cupos Agotados)
- **ITB**, Berlín 2018
- **WTM Latam**, Sao Paulo 2018

MÁS INFORMACIÓN:
feriasyeventos@sernatur.cl
www.sernatur.cl

Descuentos Especiales en cuotas de participación:
Sello Q (50%) y Distinción S (40%).
Ambos: 80% de Descuento.

SELO DE Calidad Turística **S** **DISTINCIÓN Turismo Sustentable**

SERNATUR Ministerio de Economía, Fomento y Turismo
Gobierno de Chile

Chile mejor

Plan de Medios LADEVI



Proceso de Trabajo CDI

1°



Convocatoria
Ferias & Eventos

Newsletter Turismo en Línea e E-maling de Convocatorias

TURISMO EN LÍNEA
 Infórmate de las acciones de Promoción Turística Nacional e Internacional de Chile
Una inspiración para tus aventuras al final del mundo



SUSCRIBETE AQUÍ
 a nuestro Newsletter "Turismo en Línea"



Lonely Planet elige a Chile como el mejor destino del mundo de 2018 para viajar

Chile fue el único país de Sudamérica destacado entre los 10 imperdibles de la colección "Best in Travel destination 2018", posicionándose sobre Corea del Sur, Portugal, Djibouti y Nueva Zelanda, entre otros.

[Leer Más](#)



Chile deslumbró con amplia oferta de destinos y productos en Feria de Turismo de Argentina

Nuestro país maró presencia en Feria Internacional de Turismo 2017 con la oferta turística de 54 empresarios y 12 regiones, entre el 28 y 31 de octubre en Buenos Aires.

[Leer Más](#)



Chile realiza fuerte ofensiva de promoción en Feria WTM de Inglaterra

Junto a 4 regiones y 18 empresarios nacionales, nuestro país dice presente en la World Travel Market (WTM) London 2017. El evento mundial, exclusivo para la industria turística, se realizará entre el 8 y 8 de noviembre.

[Leer Más](#)



Te invitamos a ser parte de la Promoción Turística Internacional de Chile

En nuestra misión de promover Chile como destino turístico en el extranjero en coordinación con la Industria turística nacional, los invitamos a sumarse a las diferentes acciones y ferias Internacionales donde se potencia a nuestro país como destino icónico de Sudamérica.

Roadshow Brasil
3 al 5 de octubre de 2017

Evento que reunirá a los principales tour operadores, agencias de viaje y medios de prensa de las ciudades de Río de Janeiro, Belo Horizonte y Curitiba.

[Postula aquí](#)

Roadshow USA West
14 y 16 de noviembre de 2017

Evento enfocado en la industria profesional del turismo y medios de prensa, donde se realizarán capacitaciones, presentación de destino y ruedas de negocios, en las ciudades de la costa oeste de Estados Unidos: Los Ángeles, Seattle y Denver.

[Postula aquí](#)



Ministerio de Economía, Fomento y Turismo

Subsecretaría de Turismo

SERNATUR

Chile Promoción Turística



➤ ➤ Variación de Co-Expositores Chilenos en Acciones de Promoción Internacional

Feria / Eventos	Co-Expo 2016	Co - Expo 2017	% Var
Enero			
FITUR	15	17	13
Febrero			
Anato	9	5	-44
Marzo			
Seatrade	3	5	67
ITB Berlín	21	31	48
RS Europa	1	15	1400
Abril			
WTM Latam	20	28	40
Junio			
Fiexpo	11	24	118
Septiembre			
Top Resa	9	16	78
Octubre			
ATWS (ATTA)	2	2	0
Imex Las Vegas	6	14	133
FIT	34	52	53
Noviembre			
WTM Londres	10	22	120

Promedio de un 169% de aumento de co-expositores entre el 2016 y 2017

➤➤ Top Resa, Francia



- 13 empresas
- 3 Regiones
- Reuniones con los principales compradores del mercado
- Alto interés por Chile y Sudamérica.
- Más del 90% satisfacción con negocios, imagen y espacio.

26-27 sept 2017 Porte de Versailles, Paris



➤ ➤ Roadshow Brasil



- 14 Empresarios
- 2 Regiones
- Fidelización AA.VV, TT.OO y Prensa a través de capacitación y reuniones de negocios.
- Mercado en permanente crecimiento.
- Más del 67% satisfacción con negocios, 83% imagen y 67% espacio.

03 al 05 de Octubre, Río de Janeiro, Belo Horizonte y Curitiba.

➤ ➤ ATTA, Salta, Argentina



- Alta participación de empresas chilenas
- Auspicio almuerzo con presentación y llamativa activación.
 - 175 compradores
 - 50 medios de prensa
 - 350 suppliers
 - 175 otros (destinos, organizaciones)

Total: 750 delegados



16 al 19 de Octubre, Salta, Argentina



➤➤ IMEX, Las Vegas, USA



- 14 empresarios nacionales
- 57% aumento participación
- Más de 150 reuniones concertadas.
- Más del 90% satisfacción con negocios, 70% imagen y 85% espacio.



16 al 18 de Octubre, Las Vegas.

➤➤ FIT, Buenos Aires, ARG



- 52 Empresarios
- 12 Regiones
- 62% aumento participación
- Más del 85% satisfacción con negocios, 53% imagen y 62% espacio.

Países participantes: 45
Visitantes Totales a FIT:
102.540
Público General 69.955
Profesionales 32.585

28 al 31 de Octubre, Buenos Aires

➤➤ FIT, Buenos Aires, ARG



➤ ➤ WTM Londres, UK



- 18 Empresarios
- 4 Regiones
- Exclusiva público profesional
- Activaciones innovadoras.
- Creciente interés por comercializar nuevos programas de Chile

6 al 8 de Noviembre, Londres.



➤ ➤ ExpoTurismo Sur de Chile, Neuquén, ARG



- 4 Regiones
- 28 empresarios
- Feria dirigida a público final
- Amplia cobertura mediática de medios argentinos

**9 al 11 de Noviembre,
Neuquén.**



➤ ➤ HOY: Roadshow USA West

11 empresas chilenas

5:00 pm **B2B: Reuniones pre-agendadas con operadores.**

6:15 pm Mini-tradeshow para Agentes de Viajes

- 7:15 - 8:25 pm**
- Cena:
 - Bienvenida.
 - Presentación de los expositores.
 - Video "Find Your Chile".
 - 7 Reasons to Travel to Chile.
 - Breve presentación de JD Andrews.
 - Presentación de Chile por JD Andrews.
 - Chile Specialist Program.

8:25 – 9:00 pm Prize Giveaway (15-20 mins)

9:00 pm Farewell



14 al 16 de Noviembre, Los Ángeles, Seattle, Denver

The Lonely Planet logo, featuring the words "lonely planet" in a lowercase, sans-serif font, with a white circle around the letter "l".

lonely planet

The Chile logo, consisting of the word "Chile" in white text on a red square background, with a white starburst graphic to the right.

Chile

BEST IN TRAVEL 2018

Los mejores destinos, tendencias, rutas y experiencias

**ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
INTERNACIONAL 2018**

Metodología



La planificación se desarrolla en conjunto con los Comités de Trabajo: Mercados (Norte América y Asia Pacífica, Europa y Latín América), MICE y Branding

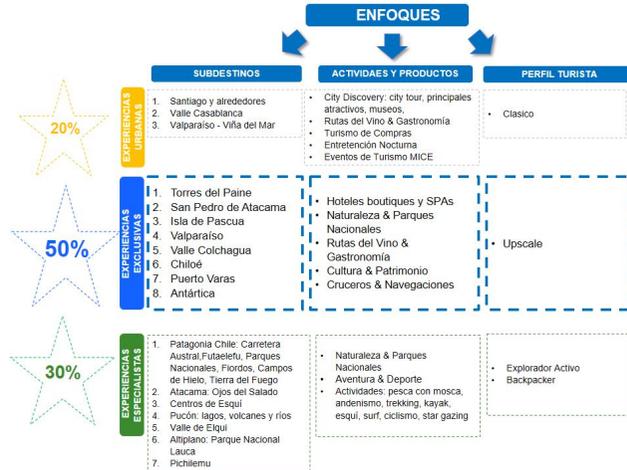


Planificación

Compuesto por objetivos, marco estratégico, metas, etc.



Para cada mercado, se desarrollará un Plan de Promoción detallado



Más un anexo con Inteligencia del Mercado



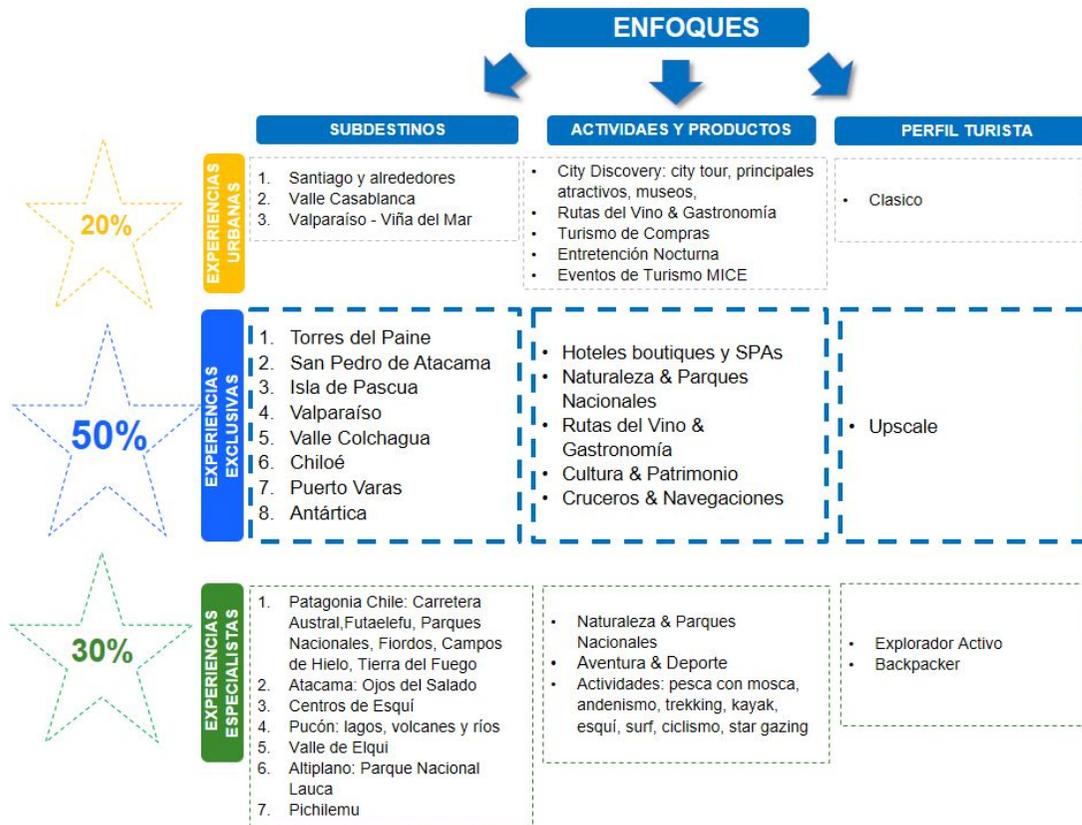
EXPERIENCIAS	INVERSION	ESTRATEGIA POR TARGET
Recreativo-Urbano	28%	<p>OPERADORES En este segmento los principales TTOO (la mayoría tradicionales) ya están trabajando con su partner chileno, por lo que la estrategia debe ser:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mantener posicionamiento y presencia, pero con una inversión acotada. Mantenimientos informados (esp. de novedades/premios) y apoyados (campañas cooperadas). Aumentar el número de paquetes de Chile en venta y espacio en sus catálogos. Realizar acciones que generen resultados concentrados en los principales periodos de reservas <p>Nota: no se recomienda realizar roadshows o eventos especiales en el mercado para este target</p> <p>AGENCIAS</p> <ol style="list-style-type: none"> Capacitar a las agencias sobre el destino. Disponer de información práctica de referencia online Incentivar la recomendación y la conversión a la venta Realizar la promoción a través de una asociación que agrupe estas agencias Realizar acciones que generen resultados concentrados en los principales periodos de reservas
Exclusivo - Aspiracional	50%	<p>OPERADORES</p> <ol style="list-style-type: none"> Aumentar la promoción hacia este target Posicionar y promover Chile como mono destino Mantenimientos informados (esp. de novedades/premios) Aumentar el número de paquetes de Chile en venta y espacio en sus catálogos. Realizar acciones que generen resultados concentrados en los principales periodos de reservas Crear campañas integradas con operadores boutique seleccionados (nuevos o con mayor potencial de crecimiento) <p>AGENCIAS</p> <ol style="list-style-type: none"> Targetear las agencias boutique Disponer de información práctica de referencia online Incentivar la recomendación y la conversión a la venta

Estos planes se transformaran en Fichas Técnicas que se puede actualizar periódicamente



Enfoque centrado en experiencias

Se centrarán esfuerzos en promocionar Experiencias Exclusivos (50%) – para aumentar gastos, Experiencias Especialistas (30%) – por los atributos competitivos de Chile y Experiencias Urbanas (20%) para los turistas más clásicos. Se realizará ajustes según mercado.



Experiencias Exclusivas

Experiencias Especialistas

Experiencias Urbanas

➤➤ Mercados Estratégicos

De acuerdo al Plan de Marketing Internacional, la inversión se distribuye por grupo de mercados.



1 Crecimiento

IDEA FUERZA:
Potenciación de fortalezas
ESTRATEGIA:
Desarrollo y crecimiento

Argentina (Bs As)

Perú (Lima)

Brasil

Colombia

Alemania

Australia

España

Francia

Inversión
= Grupo 1

2 Posicionamiento

IDEA FUERZA:
Aprovechamiento de
oportunidades
ESTRATEGIA:
Posicionamiento y desarrollo

EE.UU

Reino Unido

Italia

Canadá

México

Holanda

3 Mantención

IDEA FUERZA:
Consolidación de Mercados
ESTRATEGIA:
Mantenimiento de posición

Argentina (fronterizo)

Perú (fronterizo)

Bolivia

4 Notoriedad

IDEA FUERZA:
Mercados de interés
latente
ESTRATEGIA:
Generación de Notoriedad

China

En revisión de Comités:

1.- **SUIZA:** Presenta crecimiento de 7,1%. (13.201 a sept17)

2.- **URUGUAY:** Presenta crecimiento de 69,1% (52.755 a sep.17)



➤ ➤ Calendario de Feria & Eventos 2018

MES	FECHA	NOMBRE FERIA O EVENTO	MERCADO	CIUDAD (ES)	INSCRIPCION
ENE	17-21	FERIA FITUR	ESPAÑA	MADRID	www.sernatur.cl
ENE	23-25	RS ESPAÑA	ESPAÑA	BILBAO, VALENCIA, MALAGA	www.sernatur.cl
FEB	21-23	FERIA ANATO	COLOMBIA	BOGOTA	www.sernatur.cl
MAR	6-8	SEATRADE CRUISE GLOBAL	USA	FORT LAUDERDALE	www.sernatur.cl
MAR	7-11	FERIA ITB	ALEMANIA	BERLIN	www.sernatur.cl
MAR	13-16	RS EUROPA 1	ALEMANIA/ FRANCIA/UK	FRANKFURT/PARIS/LONDRES	www.sernatur.cl
ABRIL	3-5	FERIA WTM LAT AM	BRASIL	SAO PAULO	www.sernatur.cl
ABRIL	16-19	FERIA TIANGUIS	MEXICO	MAZATLAN	www.sernatur.cl
MAYO	22-24	RS USA / CANADA ESTE	USA /CANADA	CHICAGO / TORONTO / MONTREAL	www.sernatur.cl
JUNIO	4-6	FERIA FIEXPO	INTERNACIONAL	CHILE	www.sernatur.cl
JUNIO	11-13	EXPERIENCE LATIN AMERICA (ELA)	UK	LONDRES	Inscripciones directas

Nota: Propuesta - sujeto a modificaciones



➤ ➤ Calendario de Feria & Eventos 2018

AGO	14-16	RS ARGENTINA	ARGENTINA	P/C	www.sernatur.cl
AGO	21-23	RS MEXICO	MEXICO	DF/ GUADALAJARA/MONTERREY	www.sernatur.cl
AGO	31- 2	FERIA VYVA	INTERNACIONAL	SANTIAGO, CHILE	www.sernatur.cl
SEPT	1-8	RS CHINA AP / CHILE WEEK (P/C)	CHINA	BEIJING/SHANGHAI/GUANGZHOU/HK	www.sernatur.cl
SEPT	3-4	EXPOLAGOS PATAGONIA	INTERNACIONAL	PUERTO NATALES, CHILE	Inscripciones directas
SEPT	4-6	RS BRASIL	BRASIL	P/C	www.sernatur.cl
SEPT	19-21	TRAVELMART Latin América	INTERNACIONAL	BS AS	Inscripciones directas
SEPT	24-26	RS EUROPA 2	FRANCIA/HOLANDA	LYÓN/AMSTERDAM	www.sernatur.cl
SEPT	26-29	TOP RESA	FRANCIA	PARIS	www.sernatur.cl
OCT	9-11	RS USA / CANADA OESTE	USA /CANADA	CALIFORNIA / VANCOUVER	www.sernatur.cl
OCT	15-18	ATWS (ATTA)	USA	TOSCANA, ITALIA	Inscripciones directas
OCT	16-18	FERIA IMEX AMERICAS	USA	LAS VEGAS	www.sernatur.cl
OCT	28-31	FERIA FIT	ARGENTINA	BS AS	www.sernatur.cl
NOV	6-8	FERIA WTM LONDRES	UK	LONDRES	www.sernatur.cl
NOV	13-15	RS EUROPA 3	ITALIA/SUIZA ***	P/C	www.sernatur.cl

Nota: Propuesta - sujeto a modificaciones



TURISMO DE REUNIONES



Turismo MICE
Meetings, Incentivos, Congresos y Exhibiciones



Meet
in Chile

PROGRAMA PARA LA CAPTACIÓN DE
CONFERENCIAS INTERNACIONALES EN CHILE



PLAN ESTRATÉGICO TURISMO MICE Parte 1



PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO MICE CHILE

Índice

INTRODUCCIÓN

1. ANÁLISIS, DIAGNÓSTICO Y OPORTUNIDADES

1.1. ANALISIS

- 1.1.1. Contexto Mundial y Regional
- 1.1.2. Contexto Nacional: Oferta, Demanda, Ranking ICCA, Promoción
- 1.1.3. Análisis Funciones Agentes Asociados al MICE
- 1.1.4. Análisis Competitivo

1.2. DIAGNOSTICO

1.3. OPORTUNIDADES

2. MARCO ESTRATÉGICO

- 2.1. Segmento de Turismo
- 2.2. Objetivos y Metas
- 2.3. Perfil Objetivo y Mercados
- 2.4. Estrategias
 - 2.4.1. Gestión
 - 2.4.2. Diferenciación y Posicionamiento
 - 2.4.3. Segmentación y Targeting
 - 2.4.4. Promoción y Comunicación
 - 2.4.5. Desarrollo de Productos y Servicios

3. PLAN DE ACCIONES

- 3.1. Acciones
- 3.2. Material
- 3.3. Gestión

4. MODELO DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO

5. MEDICIÓN DE RESULTADOS

ANEXOS

- 1. Beneficios del Segmento y Claves al Éxito
- 2. Resumen Ranking ICCA 2016
- 3. Benchmarking Convention Bureaus Latinoamericanos
- 4. Entrevistas Convention Bureaus Latinoamericanos

CONTEXTO INTERNACIONAL

- ✓ 120.000 Reuniones
- ✓ 150mns Delegados
- ✓ US\$ 1.500 Billones/año
- ✓ GPD Lat. Am US\$380

- ✓ 4-6 veces más que recreativo
- ✓ Tamaño de Reuniones: 60% (50-249), 82% (50-499) 18% +500
- ✓ Duración promedio reunión – 3.7 días
- ✓ Estadía promedio – 6 días
- ✓ Temática – Med/Tec/Ciencias/Industry – 51%

CONTEXTO NACIONAL

- ✓ 118 Reuniones (104 criterio ICCA)
- ✓ 45.000 Delegados
- ✓ (Est.) Llegadas: 34.598
- ✓ (Est.) Divisas US\$31 millones

- ✓ 1,9 veces más que recreativo
- ✓ Tamaño de Reuniones: 53% (50-249), 80% (50-499)
- ✓ Carácter: 69% (Regional) 31% (Internacional)



Ranking Países a nivel internacional

1	U.S.A.	934
2	Alemania	689
3	UK	582
4	Francia	545
5	España	533
6	Italia	468
7	China	410
	Japón	410
9	Holanda	368
10	Canadá	287

36 Chile 104



4°

Ranking Países Latinoamericanos

15	Brasil	244
19	Argentina	188
30	Colombia	147
36	Chile	104
39	Perú	98
46	Uruguay	69
51	Panamá	45
53	Costa Rica	43
61	Ecuador	36
65	Paraguay	29



Ranking Ciudades Latinoamericanas

17	Buenos Aires	103
27	Lima	76
34	Santiago	64
36	Sao Paulo	63
53	Montevideo	48
56	Rio de Janeiro	46
59	Bogotá	45
60	Panamá City	44
62	Medellín	42
70	San José	38

3°

Ranking Ciudades Chilenas

34	Santiago	64
279	Viña del Mar	9
279	Valparaíso	9
357	Puerto Varas	6

73%



Gestión de Candidaturas 2017

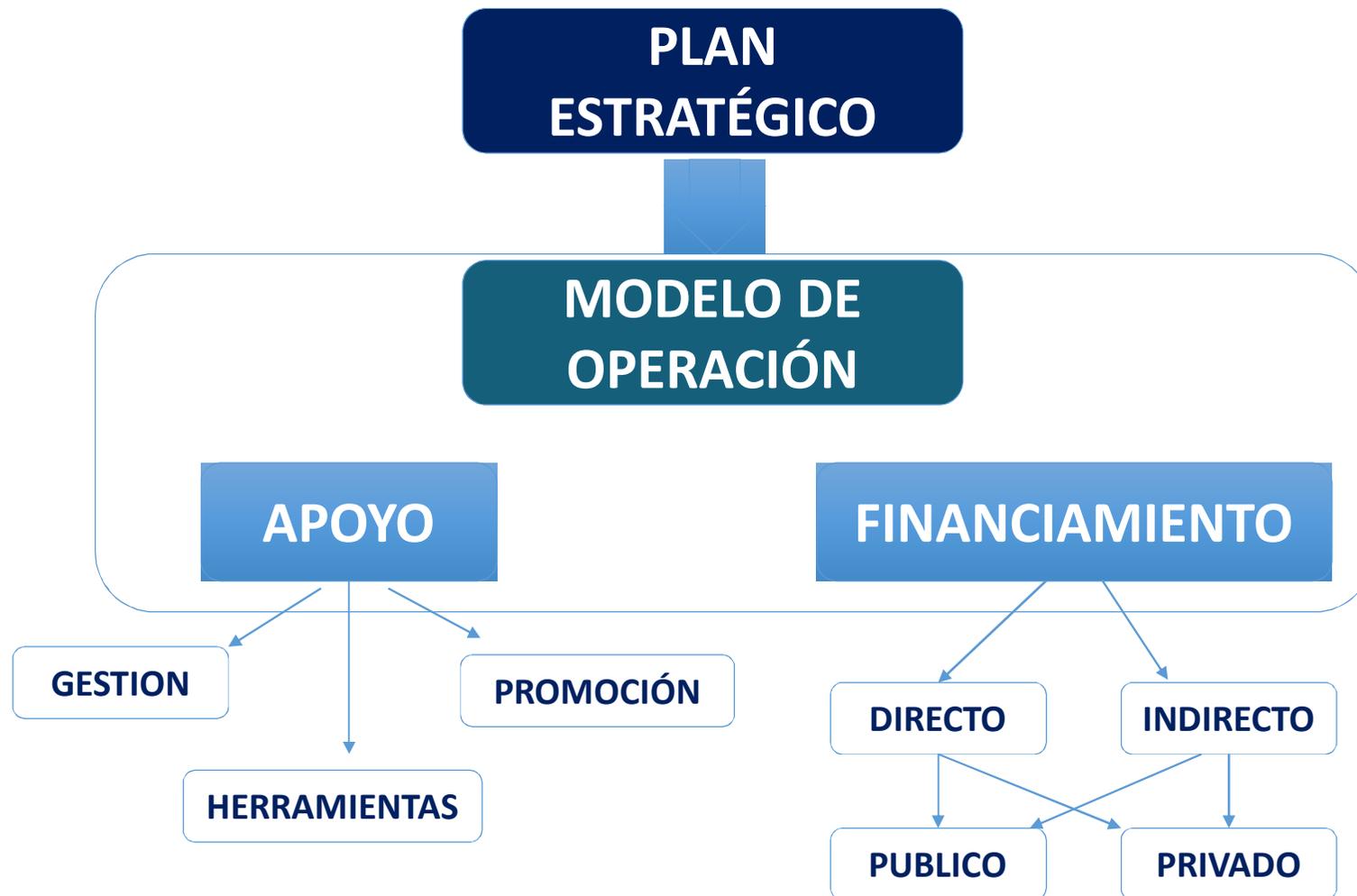


- N° Postulaciones Presentadas: 28
- N° Congresos Ganados: 16
- Postulaciones en espera de decisión: 5

TASA DE
ÉXITO 70%

- Meta: terminar 2017 con 36+ postulaciones presentadas





Oportunidades



General

- Aumentar **ingresos** por el segmento
- **Ocupación** hotelera y **consumo** de servicios
- **Nuevos clientes** – turismo recreativo
- **Gran equipo** – trabajo conjunto y alineado
- Reuniones, eventos y congresos **nacionales**

Destino Chile

- **Valorización** del segmento
- Identidad y **posicionamiento**
- Impulsar desarrollo en **regiones**
- **Articular** alianza público-privada

- Modelo gestión y captación estandarizado
- Renovar el marketing de destinos de reuniones
- Sistema de recolección info. de congresos
- Oportunidades reuniones del gobierno

Regiones

- Fortalecer la gestión de los **Convention Bureaus**
- Turismo Reuniones – **eje estratégico** público-privado
- Potenciar la **oferta complementaria** y mejorar los **estándares** de los servicios (Sello Q y S)
- Quebrar la **estacionalidad** de la demanda turística
- Captación de mayor números de **asociados privados**
- **Plan** Estratégico para cada **CVB**



I ENCUENTRO NACIONAL TURISMO MICE

- ✓ Encuentro - asistentes: 410 (Encuentro 130 + 280 streaming)
- ✓ Taller ICCA – participantes: 21 (Convention Bureaus, OPC'S, Hoteles y Centro de Convenciones).
- ✓ **7 Notas de Prensa Publicadas:** valorización de \$ 7 millones

Presentaciones y video del Encuentro:

<https://www.sernatur.cl/mice2017/>



**I ENCUENTRO
NACIONAL DE
TURISMO MICE**

Meetings, Incentivos, Congresos y Exhibiciones

MARCO ESTRATÉGICO



Segmento
Visión
Objetivos
Metas



Targets Objetivos
Mercados Objetivos
Competencia

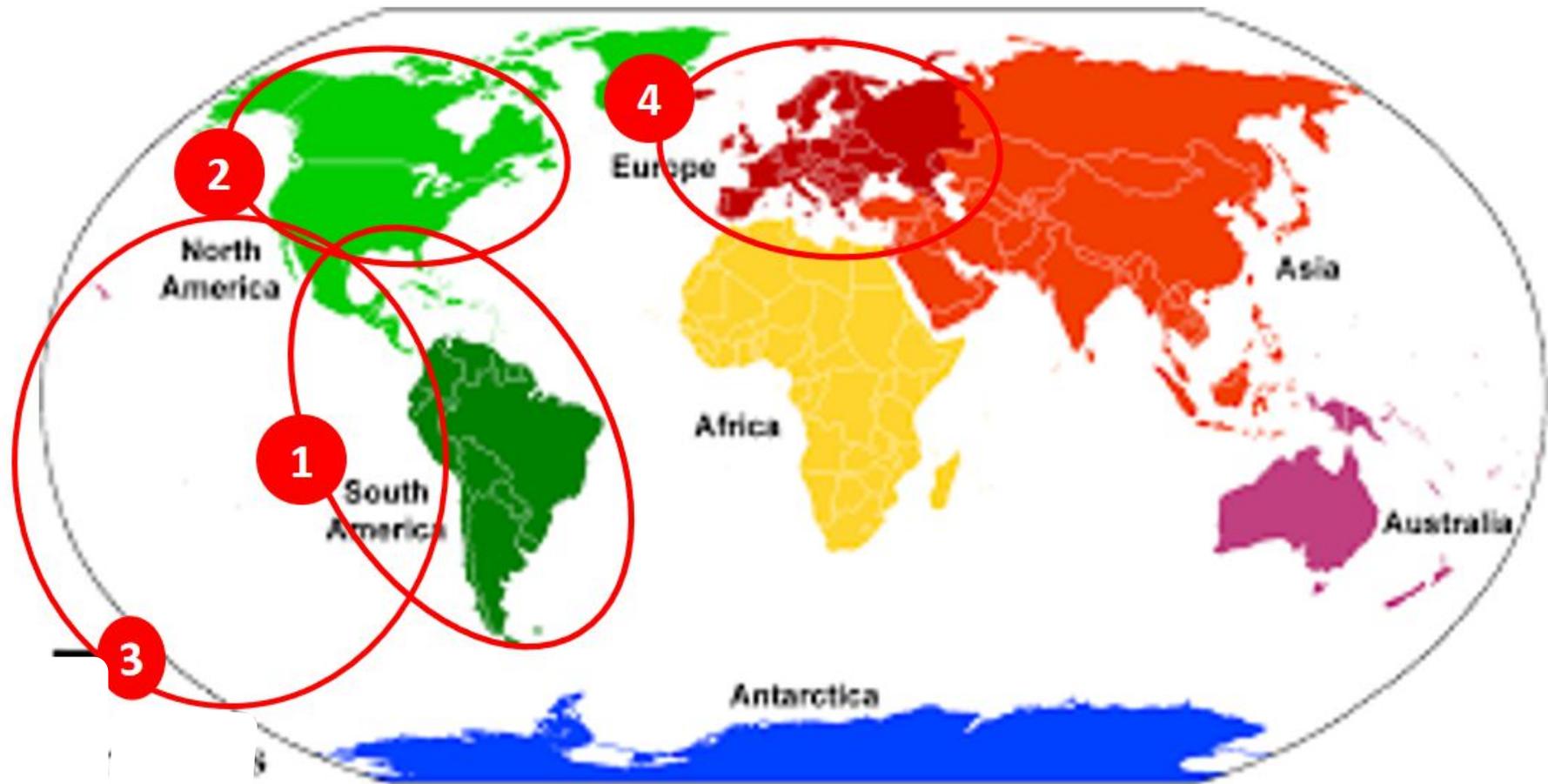


ESTRATEGIAS:

General
Diferenciación y Posicionamiento
Segmentación y Targeting
Promoción y Comunicación
Gestión
Desarrollo de Producto



Estrategias – Enfoque Geográfico



Estrategias por Categoría



Estrategias por Categoría de Negocio



Categoría	Target	Acciones
Reuniones Corporativas 	<ul style="list-style-type: none">Grandes organizaciones comerciales y corporativas con sede o sucursales en Chile	<ul style="list-style-type: none">Reuniones B2BPuerta-a-PuertaMarketing DigitalViajes de Prensa + Avisos en Revistas (Negocios, Economía etc.)chile.travelDesarrollar itinerariosEmail blasts
Incentivos 	<ul style="list-style-type: none">Empresas intermediarias: casas de incentivos (Maritz), operadores y agencias boutique, agencias de viajes corporativos (Carlson Wagonslit)De: 1. Latinoamérica // 2. Américas	<ul style="list-style-type: none">Reuniones B2B (Roadshows)Ferias de Turismo (IMEX)Puerta-a-PuertaInvitaciones a ChileMarketing DigitalCampañas en Revistaschile.travel // Catalogo DigitalDesarrollar Oferta

Categoría	Target	Acciones
Exhibiciones y Ferias  A red triangle pointing upwards with the number "3" inside it, indicating the third category in a list.	<ul style="list-style-type: none">▪ Eventos existentes: empresas dueñas de ferias y exhibiciones (tales como Reed Exhibitions):<ul style="list-style-type: none">▪ Turismo // Vino // Salmon // Fruta▪ Minería // Madera //Servicios▪ Creación de eventos propios:<ul style="list-style-type: none">▪ Turismo//Vino//Aventura//Naturaleza//▪ Por ejemplo: Feria Internacional/ Latinamericana de Aventura y Outdoors	<ul style="list-style-type: none">▪ Puerta-a-Puerta▪ Avisos Revistas Trade

Estrategias por Categoría de Negocio



<p>PERFIL DE TARGET</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Asociaciones turísticas, médicas, científicas, tecnológicas, profesionales 2. Gobierno, Entidades Internacionales (BID, OEA, FAO,) y Regionales (Alianza del Pacífico, Mercosur) 3. Otras agrupaciones de afinidades 4. Universidades 	<p>ROTACIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Américas: <ul style="list-style-type: none"> – Latinoamérica – Norteamérica 2. Asia Pacífico 3. Europa 4. Resto del Mundo
<p>OPORTUNIDAD DE EVENTO PARA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Próximos 2 años 2. 2 a 3 años 3. 3 a 5 años 	<p>FECHAS ABIERTAS A POSTULACIÓN:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Próximos 12 meses 2. 1 a 2 años
<p>TAMAÑO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 300 a 500 asistentes 2. 50 a 300 asistentes 3. Sobre 500 asistentes 	<p>PERIODICIDAD:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Anual 2. Bianual 3. Cada 3 a 4 años
<p>TEMÁTICO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Medicina 2. Tecnología 3. Ciencia 4. Industria 5. Educación 6. Ciencias Sociales, Economía, Administración 	<p>CARÁCTER:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nacional 2. Internacional <p>MEMBRECIA CHILENA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Directorio Asociación Internacional 2. Asociación Internacional
<p>FECHAS DEL EVENTO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Baja Temporada – Junio a Agosto 2. Media Temporada – Abril a Mayo; Oct a Dic 	

CONGRESOS

4

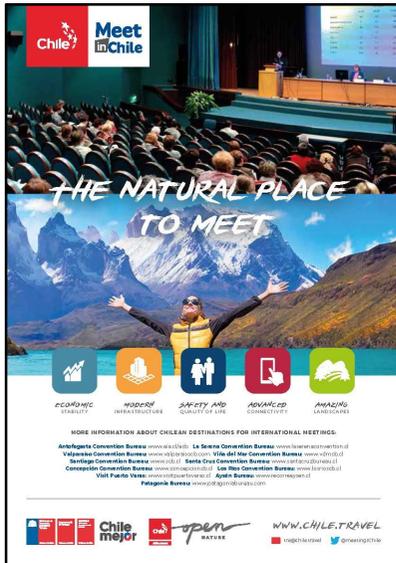
Programa Embajadores apoyados por SERNATUR 2017



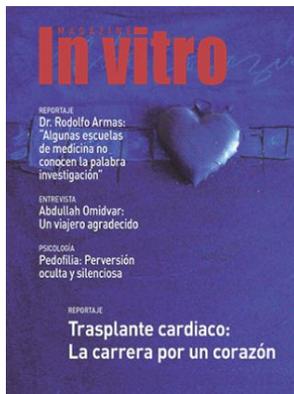
CONVENTION BUREAU	MES	CIUDAD
Antofagasta Convention Bureau	2-may	Antofagasta
Antofagasta Convention Bureau	3-oct	Santiago
Los Ríos Convention Bureau	7-nov	Valdivia
Patagonia Bureau	9-nov	Santiago
La Serena Convention Bureau	28-nov	La Serena
Concepción Convention Bureau	30-nov	Santiago
II Embajadores Asociaciones Internacionales	15-nov	Santiago



Campaña de Medios Turismo de Reuniones



REVISTA	FECHA PUBLICACIÓN
Revista Eventos	Diciembre
Revista In Vitro	Noviembre - Diciembre
VAMOS (LATAM)	Diciembre
Eventos Latinoamericanos	Enero
HQ	Diciembre



Chile 

