



CONSEJO CONSULTIVO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Sesión de noviembre 20 de 2019

Chile

Chile Travel

Ver más

Subsecretaría de Turismo
Gobierno de Chile

SERNATUR
Servicio Nacional de Turismo
Gobierno de Chile



AGENDA

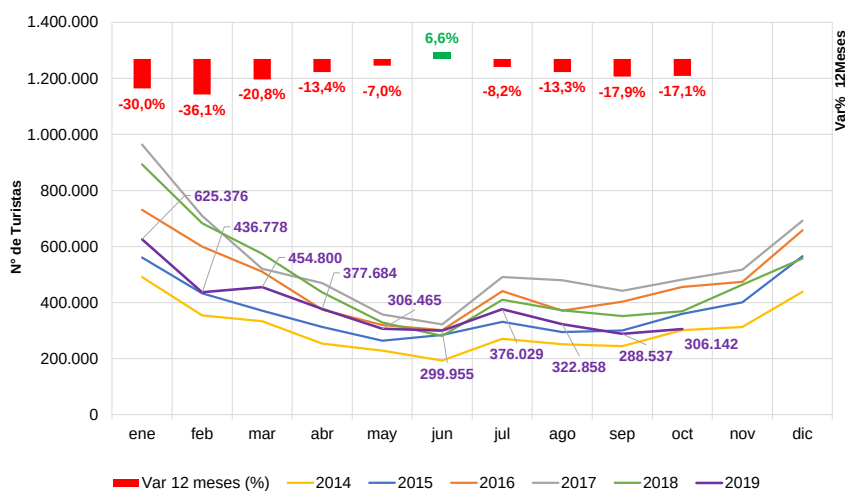
- **TURISMO EN CIFRAS**
- **INTERNACIONAL**
 - Plan de Reactivación
 - Ferias y eventos
 - Mercados
 - Viajes de Prensa
 - Branding
- **NACIONAL**
 - Día Mundial de Turismo
 - Chile Lindo
 - Sitio Web y redes sociales
 - Lanzamiento Campaña Nacional
 - Próximos Eventos y Campañas
- **FEDETUR**

Chile

TURISMO EN CIFRAS



Llegadas de Turistas Extranjeros al País Enero 2014 – Octubre 2019



-17,1%

Variación Oct 2019/ Oct 2018
Octubre 2019 tuvo 63.230 llegadas de turistas extranjeros menos que en el mismo período de 2018.

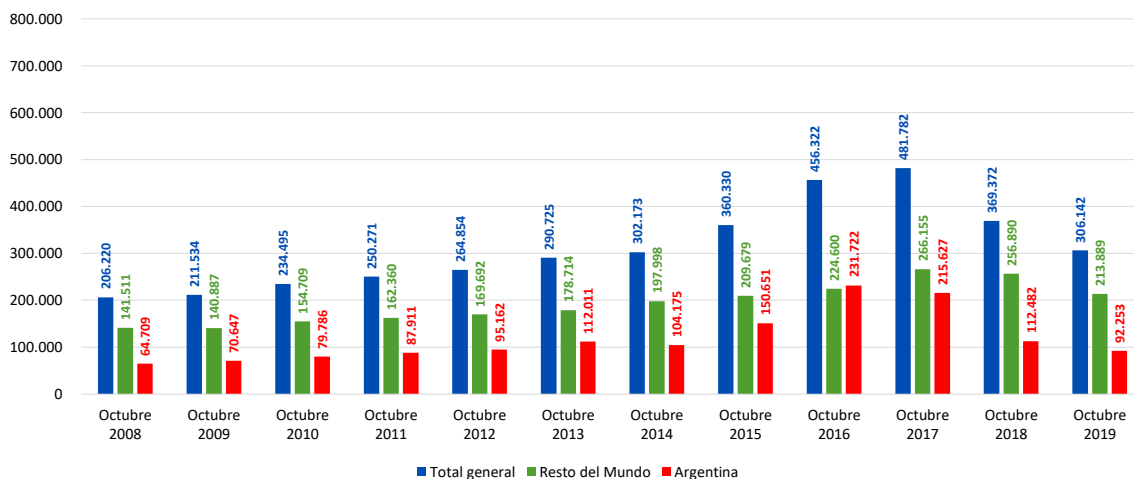
-19,3%

Variación Acum. a Octubre 2019/
Acum. a Octubre 2018.

A Octubre de 2019 se registran 3.794.624 Llegadas de turistas extranjeros; 906.395 menos que en el mismo período de 2018.

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

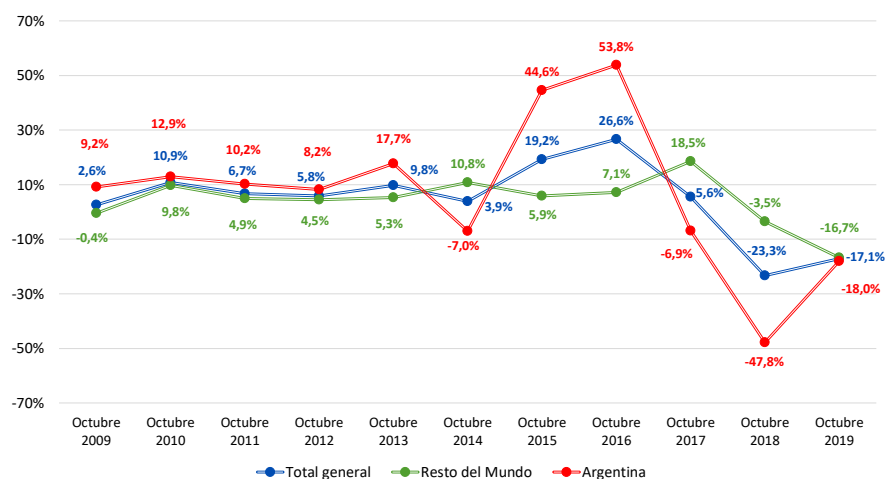
Llegadas de Turistas Extranjeros al País Octubre 2008 – Octubre 2019



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

Llegadas de Turistas Extranjeros al País Variación porcentual interanual

Octubre 2009 – Octubre 2019



-18,0%

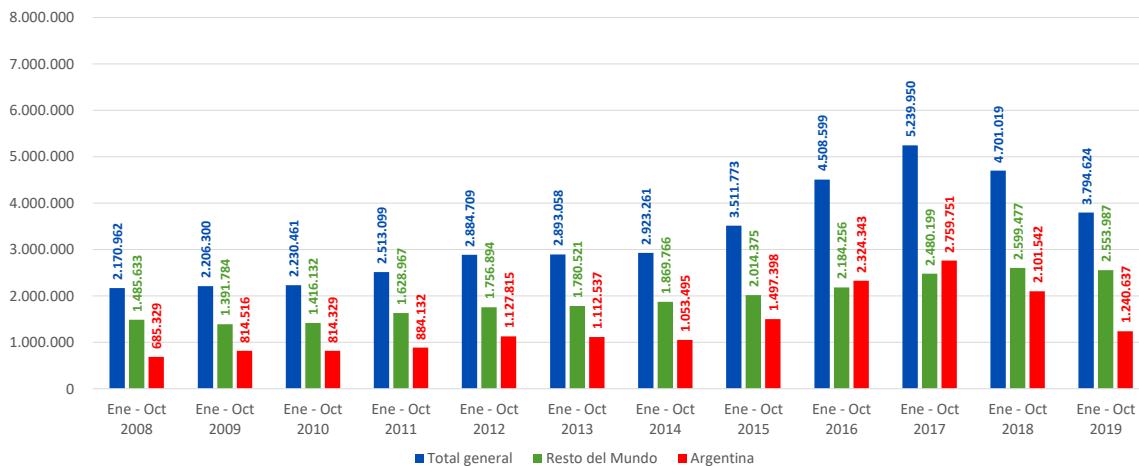
Variación Oct 2019/Oct 2018.
En octubre 2019 hubo 20.229 llegadas de turistas argentinos menos que en el mismo período de 2018.

-16,7%

Variación Oct 2019/Oct 2018.
En octubre 2019 hubo 43.001 llegadas de turistas del resto del mundo menos que en el mismo período de 2018.

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

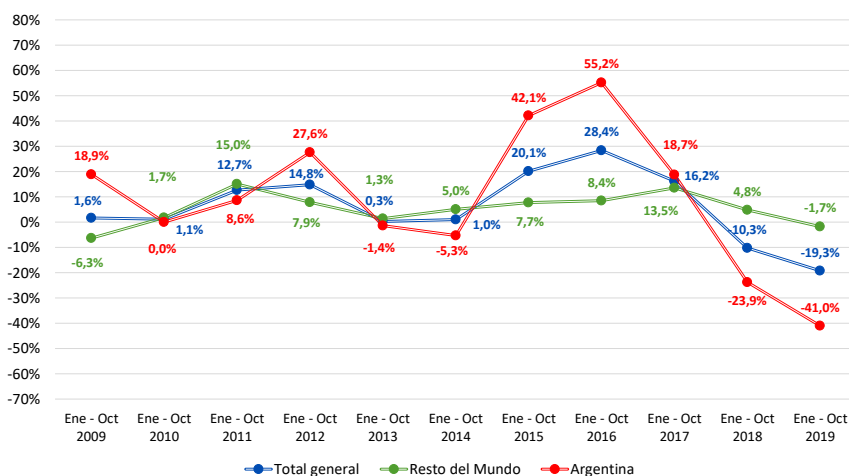
Llegadas de Turistas Extranjeros al País Enero a Octubre 2008 – Enero a Octubre 2019



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

Llegadas de Turistas Extranjeros al País Variación porcentual interanual

Enero a Octubre 2009 – Enero a Octubre 2019



-41,0%

Variación Ene-Oct 2019/Ene-Oct 2018.

Entre enero y octubre 2019 hubo 860.905 llegadas de turistas argentinos menos que en el mismo período de 2018.

-1,7%

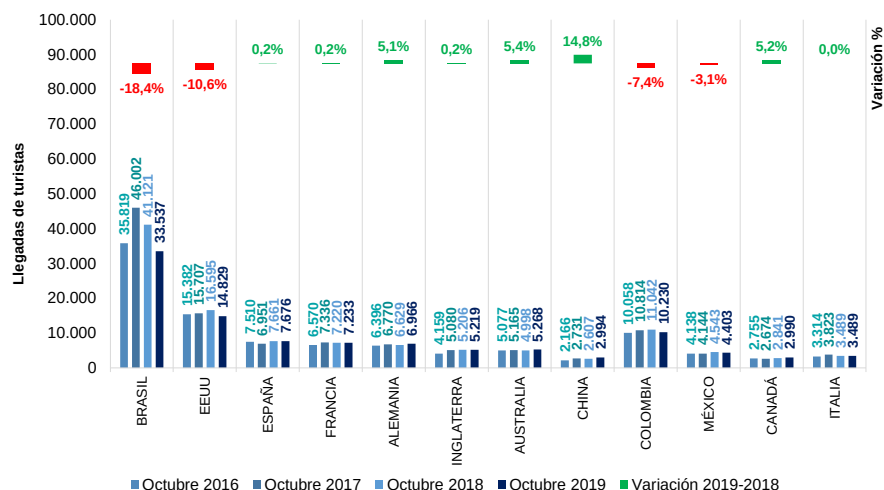
Variación Ene-Oct 2019/Ene-Oct 2018.

Entre enero y octubre 2019 hubo 45.490 llegadas de turistas del resto del mundo menos que en el mismo período de 2018.

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

Llegadas de Turistas Extranjeros al País, según Mercado Prioritario

Octubre 2016 – Octubre 2019



+14,8%

Variación Oct 2019/Oct 2018.
China es el mercado con mayor crecimiento relativo en octubre de 2019.

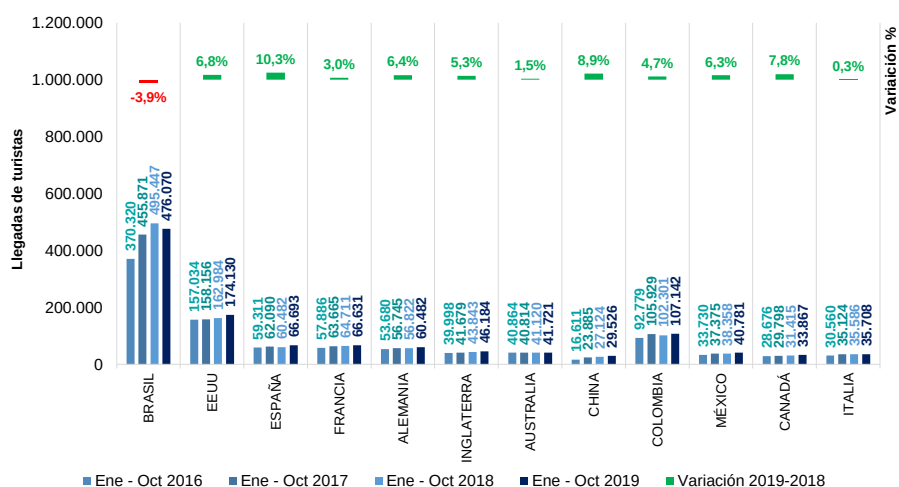
-18,4%

Variación Oct 2019/Oct 2018.
Brasil es el mercado con mayor caída, en términos relativos, en octubre de 2019.

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

Llegadas de Turistas Extranjeros al País, según Mercado Prioritario

Enero - Octubre 2016 – Enero - Octubre 2019



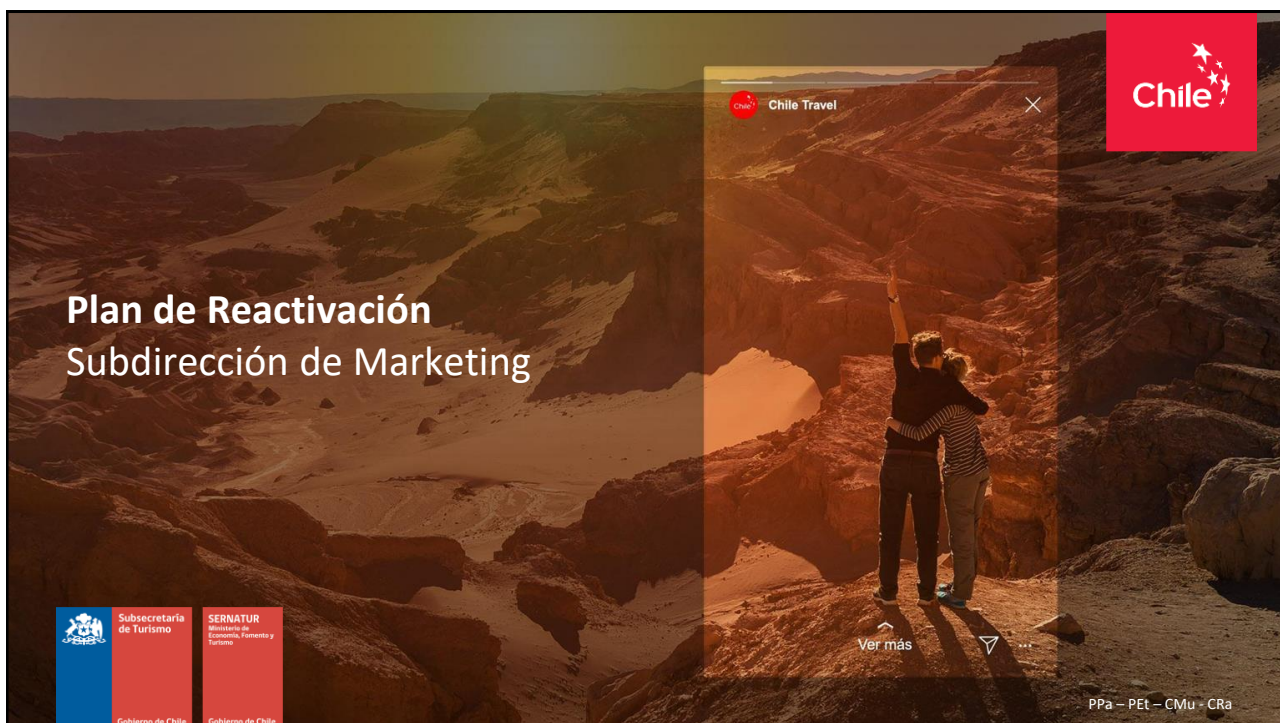
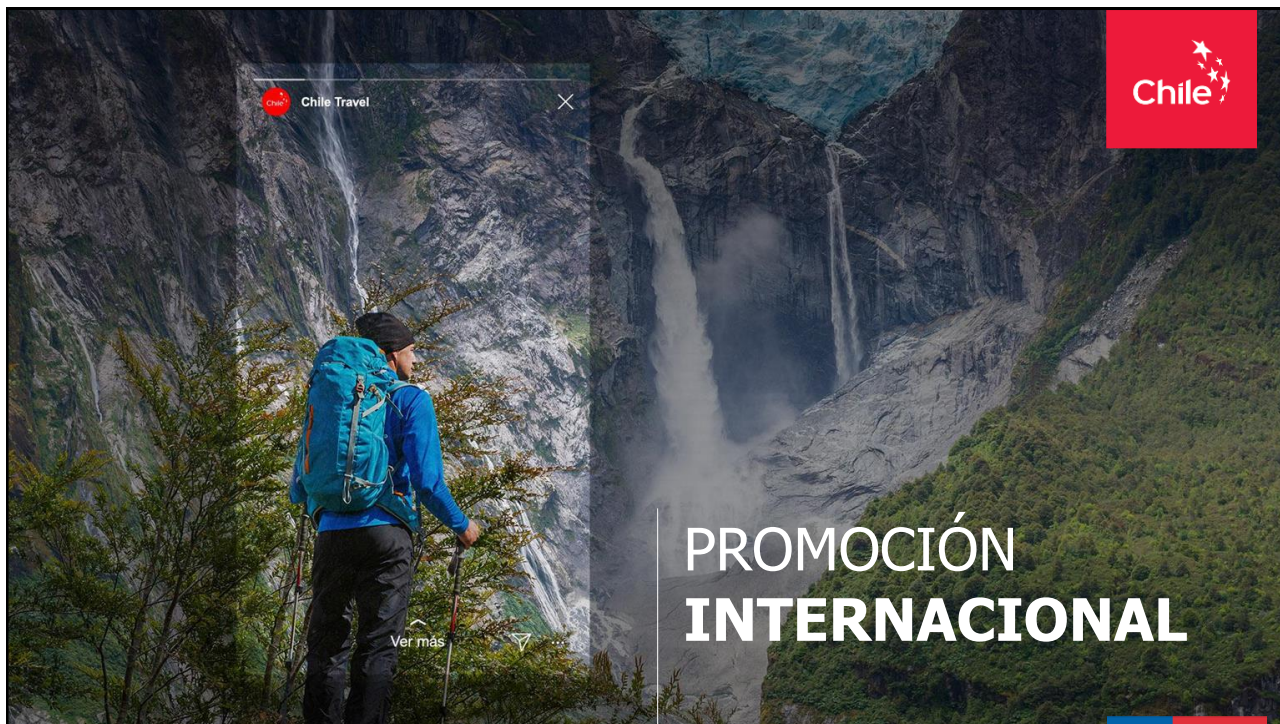
+10,3%

Variación Ene-Oct 2019/Ene-Oct 2018.
España es el mercado con mayor crecimiento relativo acumulado a octubre de 2019.

-3,9%

Variación Ene-Oct 2019/Ene-Oct 2018.
Brasil es el mercado con mayor caída, en términos relativos, acumulado a octubre de 2019.

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



NY POST 11 S

Nueva York, del caos a la recuperación

El sector público y el privado se unieron para promover la ciudad tras el 11-S

Ricardo Mir de Francia / Washington

Domingo, 27/08/2017 | Actualizada 01/11/2017 - 20:01



Exposición en las Torres Gemelas de Nueva York el 11-S. / AURORA ROBERT CLARK



Subsecretaría
de Turismo

Gobierno de Chile

SERNATUR

Ministerio del
Economía, Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile



Superado el shock inicial, las grandes empresas de la ciudad y organismos como la Lower Manhattan Development Corporation, creados como respuesta al 11-S, unieron fuerzas para revitalizar el bajo Manhattan afectado por los atentados. Fue entonces cuando **se crearon el festival de cine de Tribeca y el River to River**, dedicado a la promoción de las artes. Personalidades neoyorkinas como **Woody Allen y Barbara Walters** **protagonizaron una campaña publicitaria** invitando a vecinos y visitantes a disfrutar de la ciudad y recuperar la sonrisa.

El programa 'Paint the Town Red, White and Blue' apeló al patriotismo para recuperar el turismo, ofreciendo descuentos de un 40% en más de 350 hoteles, museos, restaurantes y espectáculos. Otra iniciativa semejante regaló entradas de Broadway a aquellos que gastaran más de 500 dólares en los comercios y atractivos turísticos de la ciudad.

PAr - PEt - CMu - CRa

PARIS ATENTADOS_2015



<https://www.youtube.com/watch?v=-BD0fPEo2i4>



Subsecretaría
de Turismo

Gobierno de Chile

SERNATUR

Ministerio del
Economía, Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile

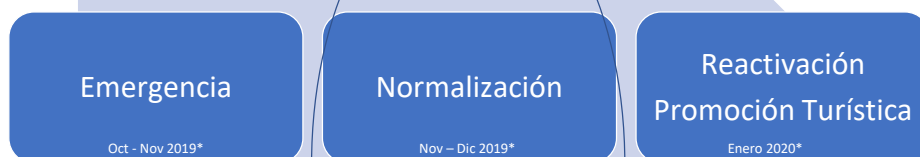


Lanzan campaña **ParisWeLoveYou** en redes, para reactivar turismo El turismo de París, muy afectado por los atentados del 13 de noviembre, lanza este martes una campaña para ayudar a reactivar ese sector, anunciaron los directivos de Alliance 46.2 que agrupa a varias empresas turísticas.

Los parisinos o lo amantes de París podrán inscribirse en el sitio internetparisweloveyou.fr, con su perfil Facebook, Twitter o Instagram, y luego añadir una foto de los lugares emblemáticos de la capital francesa.

PAr - PEt - CMu - CRa

IMPORTANCIA_ Etapas Comunicación de Crisis



- Evaluación de la situación
- Levantamiento de Diagnósticos
- Contención a stakeholders
- Preparación Estrategia

- Gestión de Prensa a través de PR's
- Comunicaciones segmentadas
- Estado de situación atractivos turísticos + conexiones
- Evaluación de vocerías para medios internacionales

- Implementación GRAN de Campañas de Promoción 360°
- Potenciamiento Fam Press y Fam Tour
- Generación de nuevos *call to action*
- Alianzas con medios de comunicación claves
- Vocerías oficiales potentes



Subsecretaría
de Turismo

Gobierno de Chile

SERNATUR
Servicio del
Estado del
Turismo

Gobierno de Chile

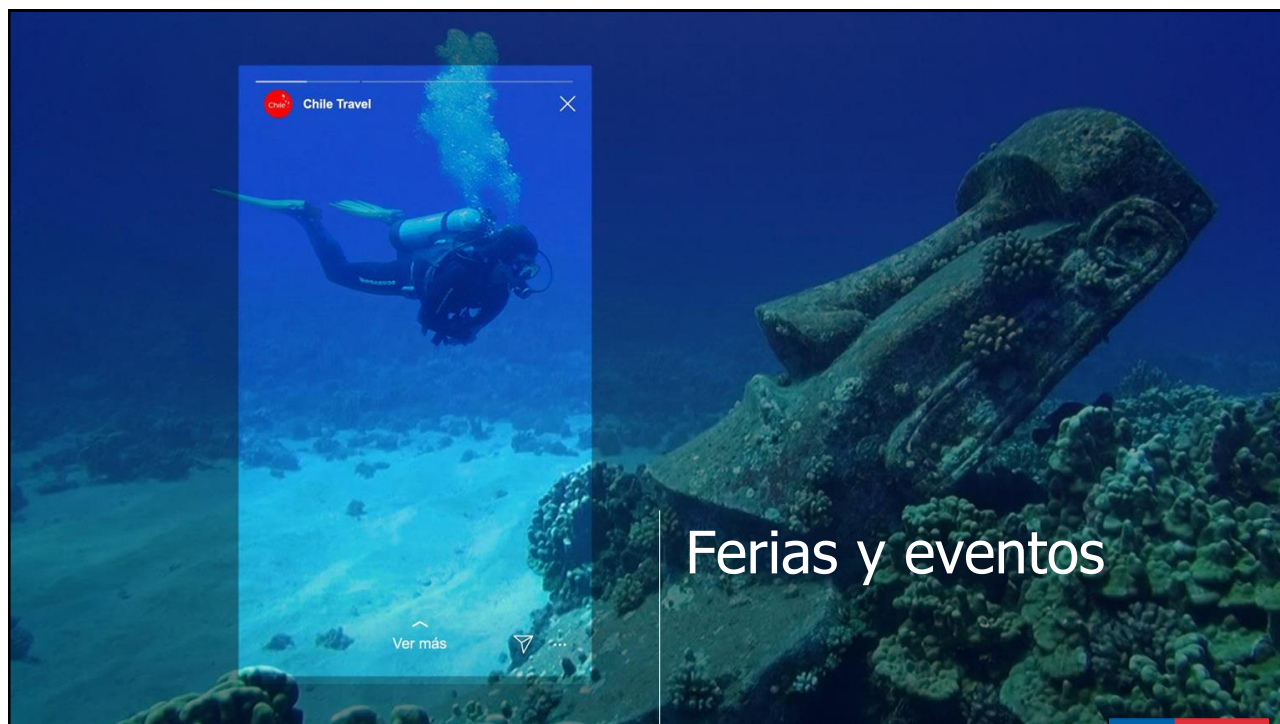
* Fechas estimadas

PAr - PEt - CMu - CRA

INSIGHTS MERCADOS PRIORITARIOS



- ✓ **Prensa Internacional:** cobertura de situación en Chile, pero como una manifestación más dentro de todo el mundo. Temas más relevantes en cada uno de los mercados.
- ✓ **TTOO Internacionales:** Inicialmente cambios de itinerarios con algunos costos, pero sin bajas en mercados de largo alcance y futuras reservas se ven sin complicaciones. En el caso de mercados regionales, se han producido postergaciones en fecha de viaje y una baja en reservas futuras.
- ✓ Es esencial en esta etapa, **mantener informados** a los operadores internacionales y mostrar que el turismo está activo en casi todo el país, a excepción de los lugares donde siguen las manifestaciones. Trabajo de día a día de representantes en los mercados en alianza también con las oficinas de ProChile.
- ✓ Importante el **trabajo con Embajadas extranjeras** para dar tranquilidad y ellos puedan entregar alertas de viajes de sus países sin recomendaciones de no viajar a Chile.



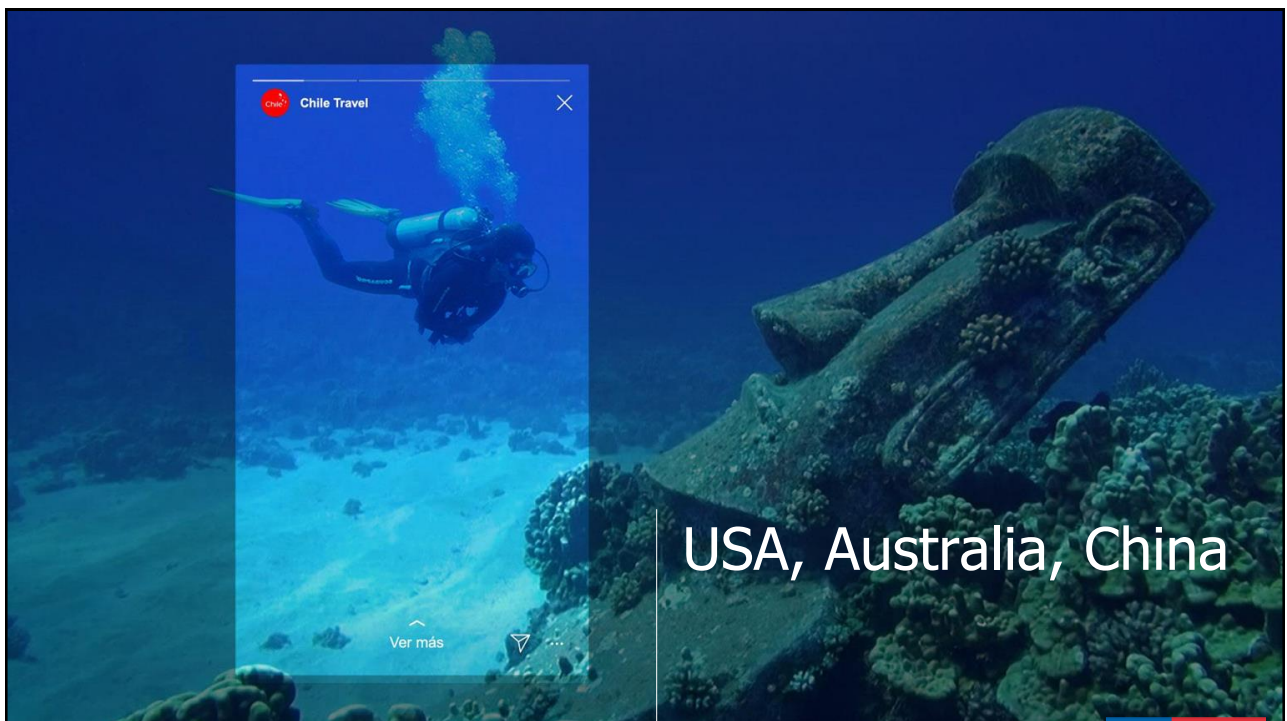
CALENDARIO FERIAS Y EVENTOS



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

96%

Ejecución al 19 de noviembre 2019



FAM TOUR Australia

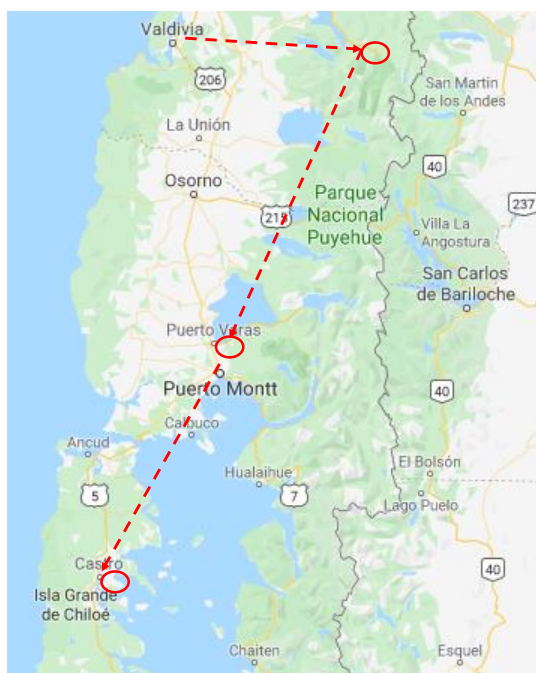
R.N. Huilo Huilo & Chiloé

9 – 16 noviembre 2019

- Huilo Huilo
- Puerto Varas
- Chiloé

Cuentas TTOO

1. Bill Peach Journeys
2. Luxury Escapes
3. Travel Associates
4. Inspiring Vacations
5. + GTI (PR)



FAM– Australia

Huilo Huilo & Chiloé



Connect – Australia

Tendencias del mercado

CONNECT – Australia
19 noviembre 2019

55 inscritos
30 asistentes

Hotel Renaissance Santiago

Servicio Nacional de Turismo

Noviembre de 2019



Ven a conocer las tendencias del mercado Australiano

Los invitamos a participar de una presentación del mercado australiano, en que analizaremos las principales tendencias y perfiles, así como las recomendaciones para optimizar las comunicaciones y la promoción de Chile como destino de turismo en este mercado. Manuela Nielsen, directora de cuentas en GTI, empresa a cargo de la representación comercial y las comunicaciones en Australia para SERNATUR, será la encargada de presentarnos su visión y análisis, para luego abrir una conversación y discusión colaborativa en torno a la promoción de Chile en Australia.



Cuándo

Martes 19 de noviembre
entre 9:00 y 11:00 hrs



Dónde

Locación en Santiago,
RM. Será comunicada a
quienes se inscriban



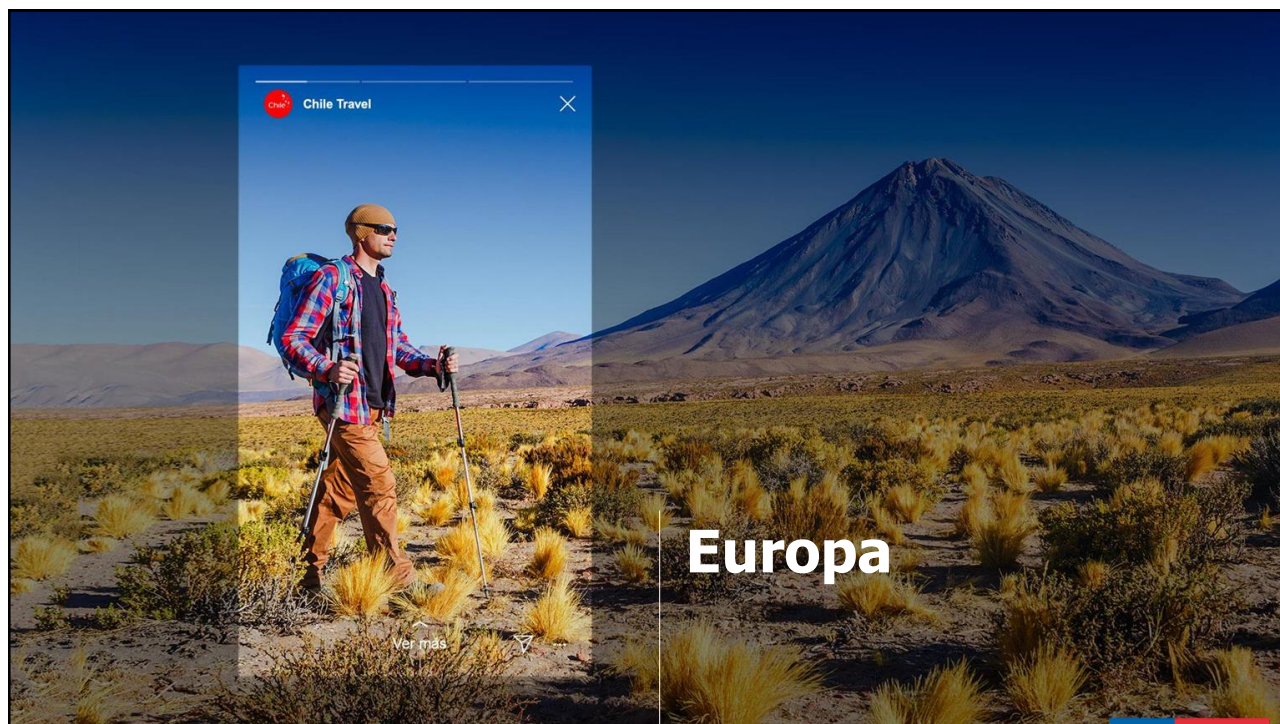
Inscripción

Mediante email a
Romina Reyes
reyes@sernatur.cl

Connect – Australia

Tendencias del mercado





WTM Londres

4-6 de Noviembre, Inglaterra



- ✓ 15 empresarios chilenos
- ✓ Presencia Regiones de Los Lagos y Magallanes
- ✓ Activaciones con vino, quesos y pisco.
- ✓ Experiencias: Astroturismo, gastronomía, wellness, naturaleza y patrimonio



Workshop Hamburgo

7 de Noviembre, Alemania



- ✓ 9 empresarios chilenos
- ✓ + 90 reuniones comerciales, con TT00, AAVV y prensa.
- ✓ Cooking Show a cargo de Alexis Rojas y maridaje a cargo de Daniel Medina.
- ✓ Presentación Experiencia Influencer Steve Hänisch
- ✓ Experiencias: Astroturismo, gastronomía, vinos, naturaleza y patrimonio



FAM Francia con IBERIA

11-18 de Noviembre



- ✓ 5 cuentas:
 - Maisons des Voyages
 - Terre Voyages
 - Worldia
 - Kuoni
 - Directours
- ✓ Destinos: Casablanca; Valparaíso, Patagonia y Santiago



FAM España con IBERIA

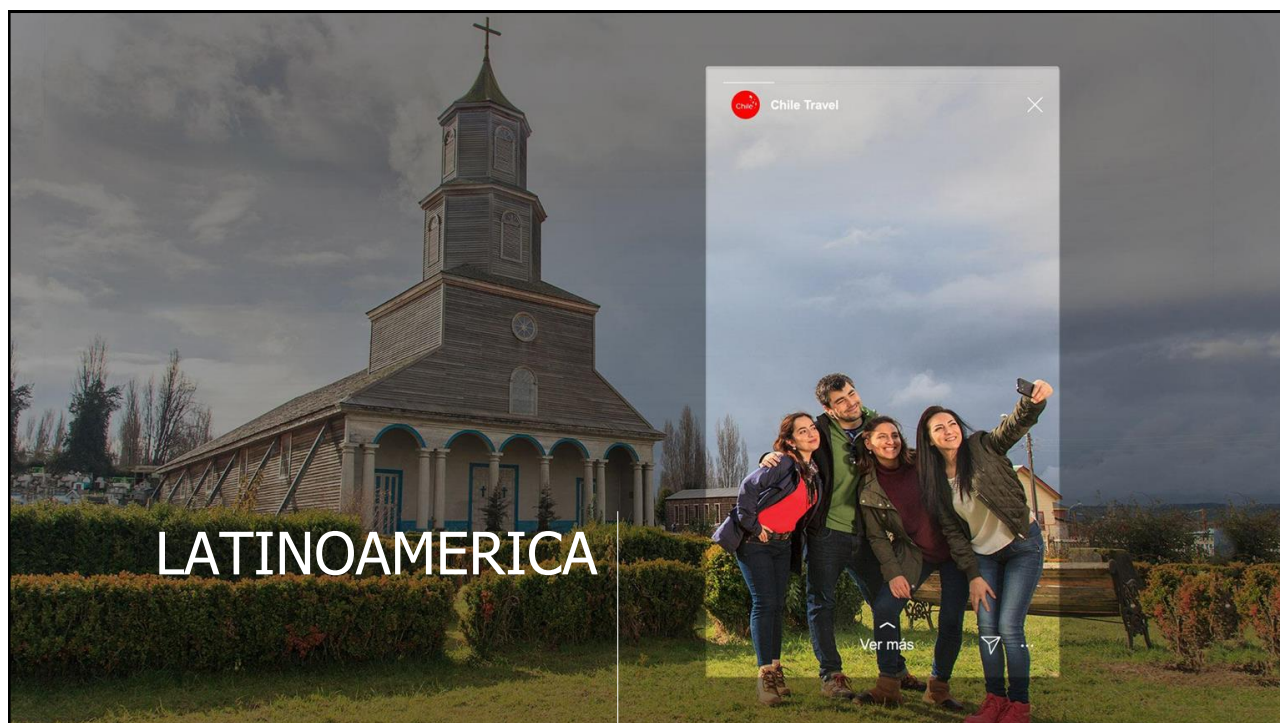
13-20 de Noviembre



✓ 5 cuentas:

- Logitravel
- Nuba
- Tui
- Terres

✓ Destinos: Casablanca, Valle del Elqui y Araucanía Andina





◆◆ Roadshow BRASIL 2019



RECIFE

BRASILIA

BELO HORIZONTE

SÃO PAULO

CURITIBA

►► BELO HORIZONTE



- **Lugar:** Centro Cultural AMADORIA, BH
- Evento especial del Destino **San Pedro de Atacama**
- Participación de **15** empresarios locales
- **20 TT.OO./AA.VV.** Visitantes
- Ciudad con un alto PIB per cápita.



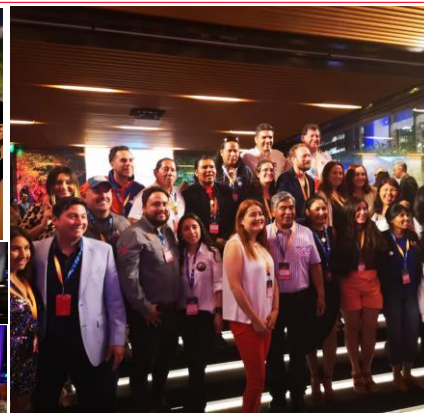
►► RECIFE



- **Lugar:** Restaurante Coco Bambú.
- Participación de **19** empresarios nacionales
- **54 visitantes** (TTOO/AAVV)
- Ruta Directa SCL – REC / GOL
- Secretaria de Turismo de Pernambuco
- Alto interés por Chile



▶▶ SÃO PAULO



- **Lugar:** Shopping JK Iguatemi
- Participación de **15** empresarios de San Pedro de Atacama + 19 empresarios nacionales
- **54 empresas** (TTOO/AAVV)



▶▶ SAO PAULO— Dia do Chile – AA.VV.



- **Lugar:** Hotel Renaissance
- **19** empresarios nacionales
- **37 Agencias de Viajes**
- Capacitación integral de todo el territorio nacional
- Presentación de nuevos destinos



►► CURITIBA



- **Lugar:** Restaurante Bobardí
- Participación de **19** empresarios nacionales
- **46 empresas** (TTOO/AAVV)
- Alto poder adquisitivo
- Participación Cónsul Honorario
- Último evento 2017



►► BRASILIA



- **Lugar:** Embajada de Chile
- Participación de **17** empresarios nacionales
- **36 empresas** (TTOO/AAVV)
- Vuelo directo SCL – BSB
- Distrito federal





Resultados a la fecha

Chile



92
MEDIOS DE
COMUNICACIÓN



**Provenientes
desde 12
países**

**Alcance
Promedio
75 MM
PERSONAS**

**Valorización de
publicaciones
4.780 MM CLP**
6,8 MM USD

**Inversión:
136 MM CLP**

**Artículos Publicados: 107
Artículos por Publicar: 30**

Publicaciones destacadas



Chile

FOOD TRAVEL 14 pág.
Advertising Value
90.000 USD

En alianza con FEDETUR y LATAM Airlines

...Bread or meat is placed inside solar ovens - glass-topped boxes with reflecting flaps - to cook long and slow. The most popular meat is goat, often cooked in a rich sauce with onions and carrots.

*...The goat's milk is used to make cheese to serve with...
...The goat's milk is used to make cheese to serve with...
...The goat's milk is used to make cheese to serve with...*

Publicaciones destacadas



Chile



**Welt y
Augsburguer
Allgemeine
Zeitung**

**Advertising Value
598.700 USD**

Viajes destacados



Chile

Carpe Mundi



Región de Aysén



Región de Aysén



Región de Aysén

▶▶ Viajes en ejecución



Chile



Locaciones: Regiones Tarapacá, Atacama, Valparaíso, Los Lagos, Aysén y Magallanes

▶▶ Viajes en ejecución - Multimercado Europa

Chile

iHOLA! Sport & Style **METRO.co.uk** **ELLE**



Región de Aysén

▶▶ Próximos viajes 4Q



Diciembre: R. Aysén



Diciembre: Isla Navarino, R. de Magallanes



Diciembre: Región de los Lagos – MMT Chiloé

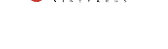


Destino: Región Atacama viaje grupal



Destino: O'Higgins / Surf / Dic

▶▶ Partners



¡Y muchos más...!



Estado de Postulaciones a congresos internacionales Nov 2019.



Estatus a la fecha año 2019:

53 Presentadas

- ✓ 41 ganados
- ✗ 05 perdidas
- ? 07 Esperando decisión
- ✓ 5 Visitas de Inspección
- ✓ 3 Apoyo congresos ganados

Tasa de éxito 89%



AUMENTO DE CONGRESOS GANADOS
2018 v/s 2019

+46%

Años de realización de Congresos ganados

- 1 – 2019
- 12 -2020
- 13 – 2021
- 3 – 2022
- 7 – 2023
- 2 – 2024
- 2 – 2020/2021
- 1 – 2021 - 2023



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are addressed. If you have received this communication by mistake, please notify us at info@chile.travel.



MERCADO ALEMANIA

- 2 influencers / Bloggeros
- Destinos: San Pedro y Patagonia

MERCADO FRANCIA

- 2 influencers de Lujo y gastronomía
- Destinos: Colchagua, Portillo, Radal 7

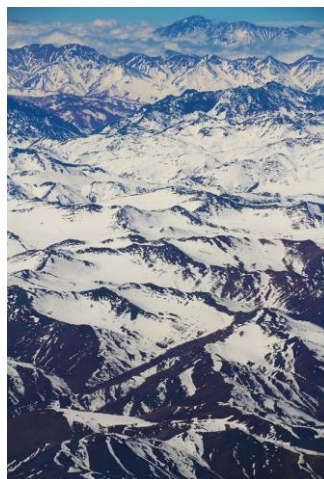
MERCADO BRASIL

- 3 influencers / 1 presentadora de TV Brasileña, con más de 4 millones de seguidores.
- Destino: San Pedro

tazas MERCADO USA

2 Influenciadores, Lujo y Aventura

Destino: Coquimbo, Valle del elqui, la Serena (hoy se van)



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are addressed with prior authorization of Samyroad SL



ALEMANIA Patagonia



Algunos ejemplos de Post y stories preparados

Instagram Post 1:



BÄM!

Endlich kann ich euch verraten, wo @blinadubois und ich Anfang des Monats waren in Chile! 🇨🇱

Zuerst ging es für uns in den Nationalpark Torres del Paine und was soll ich sagen, der Hammer! 🇨🇱 Zwar war es super windig und am zweiten Tag hatten wir sogar Schnee, aber ich habe selten eine so faszinierende Landschaft gesehen!

Wart ihr schonmal in Chile? Steht das Land auf eurer Bucket List? 🇨🇱

"Werbung"

#chiletravel #chiletravel #homesteadpatagonia #chile #patagonia #hiking #mountains #adventure #travel #kulturreise



Werbung

Instagram Post 5:



In Chile gibt es unendlich viele wunderschöne Orte und einer davon sind die Capitas de Marmel. Sie befinden sich auf einem riesigen See und geben ein gerades Bild ab! Das Beste ihr könnt diesen Ort mit dem Kajak entdecken und so sogar in die Tunnel der Marmorkhöhlen hinein paddeln! 🇨🇱

[Ejemplo Video log preparado para youtube](#)

This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are addressed with prior authorization of Samyroad SL



BRASIL San Pedro de Atacama

Las dos brasileñas en sus historias, entrevistaban a tour operadores , hacían dinámicas de participación con sus seguidoras, mostrando experiencias en primera persona.

- **Bruna Unzueta:** Ella es más espontánea. Por lo general, el contenido que iba sacando por día, trabaja de aprobarlo y subirlo cuanto antes ya que su línea editorial, es postear casi es streaming lo que va haciendo. Ella, además del contenido pautado, fue subiendo historias extras que contaban y complementaban el contenido presupuestado. Eligió intercalar el #ChileTravel para que su feed fuera más orgánico.
- **Emily Araujo, Presentadora de TV** si bien sube contenido en streaming, ella se ocupa de editar cada video y foto que saca. Con lo cual, fue enviando su material para aprobar y subir, pero de forma más lenta. Ella, al igual que Bruna, fue intercalando stories "extras" en cuanto a los tours y lugares visitados.

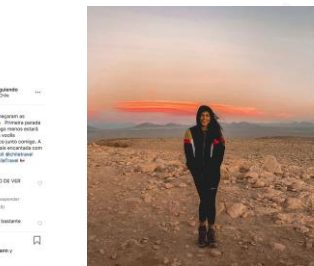
This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are



BRASIL San Pedro de Atacama

HIGHLIGHTS:

- **@emillyaraujoc** tenía pautado 5 Ig Posts, y lleva 8 que tuvieron más de 50k likes y alcanzando a más de 500k personas



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are



BRASIL San Pedro de Atacama

HIGHLIGHTS:

- @emillyaraujoc a demás de las 20 instagram stories pautadas (relatando TODO lo que hacía en vivo*)



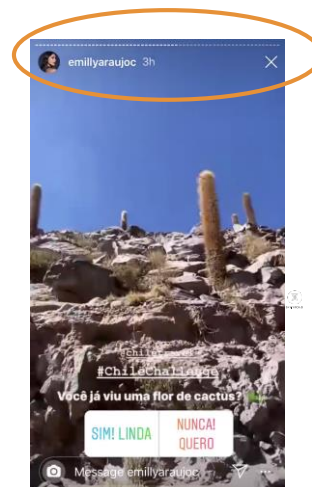
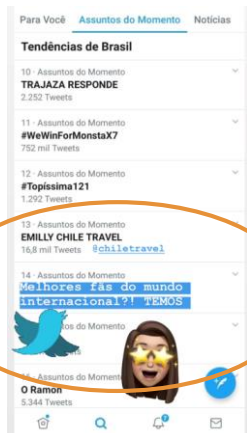
This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are



BRASIL San Pedro de Atacama

HIGHLIGHTS:

- @emillyaraujoc fue Trending Topic en Twitter



*Este material será entregado en el reporte final ya que la influencer quedó en enviar todas las métricas juntas.

This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are



FRANCIA Zona Central



Meryl Denis (<https://www.instagram.com/meryldeniz/>) y su pareja Maxime Velly (<https://www.instagram.com/maximevelly/>) irán a una excursión a la Laguna del Inca en Portillo, para luego adentrarse en el mundo del Valle de Colchagua, donde podrán experimentar el mundo del vino chileno.

Meryl deberá postear:

- 5 IG Post
- 15 IG Stories
- 1 Post Blog



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are



FRANCIA Stories - Laguna del Inca



Meryl Denis



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are



FRANCIA Stories - Laguna del Inca

Meryl Denis



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are

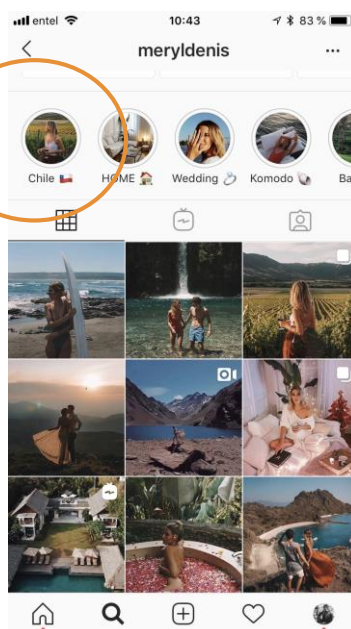


FRANCIA Stories - Laguna del Inca

Meryl Denis

HIGHLIGHTS:

@meryldeniz ha dejado todas las historias de su viaje a Chile como "HISTORIAS DESTACADAS". Eso es algo que los influencers suelen cobrar a parte.



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are



USA Coquimbo



Helen Owen (<https://www.instagram.com/helenowen/>) y su pareja Zack Kalter (<https://www.instagram.com/zackkaltar/>) visitarán la zona norte del país (Valle de Elqui y alrededores) para luego conocer la viña dinámica MATETIC en Casablanca.

Ellos deberán postear como mínimo:

- 1 IG post cada uno
- 3 IG Stories diarias cada uno

A continuación se puede ver parte de sus contenidos ya que aún siguen en viaje hasta el 22 de Noviembre.



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are



USA Zona Norte y Central



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are



USA Zona Norte y Central



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are



USA Zona Norte y Central



This information and any files transmitted with it are confidential and intended solely for the use of the individual or entity to whom they are

Campaña Internacional de Normalización



Capilla de Mármol, Lago General Carrera
Región de Aysén

“ He estado en varios
lugares del mundo,
pero este es un lugar
que emociona el alma
por su belleza ”

#CAPILLAS #MÁRMOL

Enviar comentario...

Chile
chile.travel

UN LUGAR PARA **SEGUIR**



Termas de Polloquere, Putre
Región de Arica y Parinacota

Chile Travel

“Estar rodeado de flamencos
y un gran salar, es una
experiencia única”

#TERMAS #POLLOQUERE

UN LUGAR PARA **SEGUIR**

Chile
chile.travel



Castro, Chiloé
Región de Los Lagos

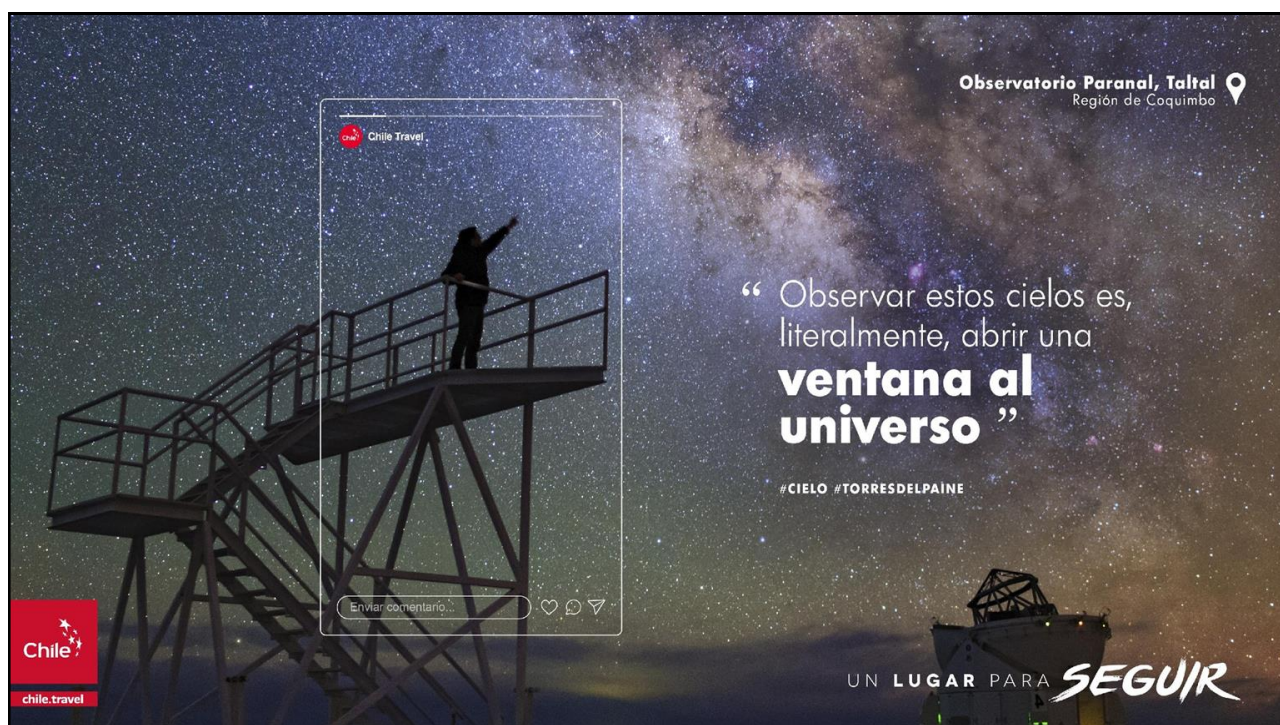
Chile Travel

“Una hermosa isla,
que al recorrerla,
te va enamorando
con su **magia
y leyendas**”

#CHILÓE #TREKKING

UN LUGAR PARA **SEGUIR**

Chile
chile.travel



Parque Nacional Torres del Paine
Región de Magallanes

“ Camino a las Torres del Paine
te vas **encontrando
con paraísos**
imposibles de no retratar ”

#MONTAÑAS #TORRESDelpaine

UN LUGAR PARA **SEGUIR**

Chile Travel

Enviar comentario...

Chile
chile.travel

Pucón
Región de Los Lagos

“ La inmensidad de este lugar
me hizo sentir pequeño, pero con
una **plenitud máxima** ”

#CASCADA #NATURALEZA

UN LUGAR PARA **SEGUIR**

Chile Travel

Enviar comentario...

Chile
chile.travel

Valle del Maule
Región del Maule

Chile Travel

“ Entre sus viñedos descubrí
nuevos aromas, exquisitos sabores
y el cariño de su gente ”

#CABALGATA #VIÑEDO

UN LUGAR PARA **SEGUIR**

Enviar comentario

Chile
chile.travel

Isla Navarino, Archipiélago de Tierra del Fuego
Región de Magallanes

Chile Travel

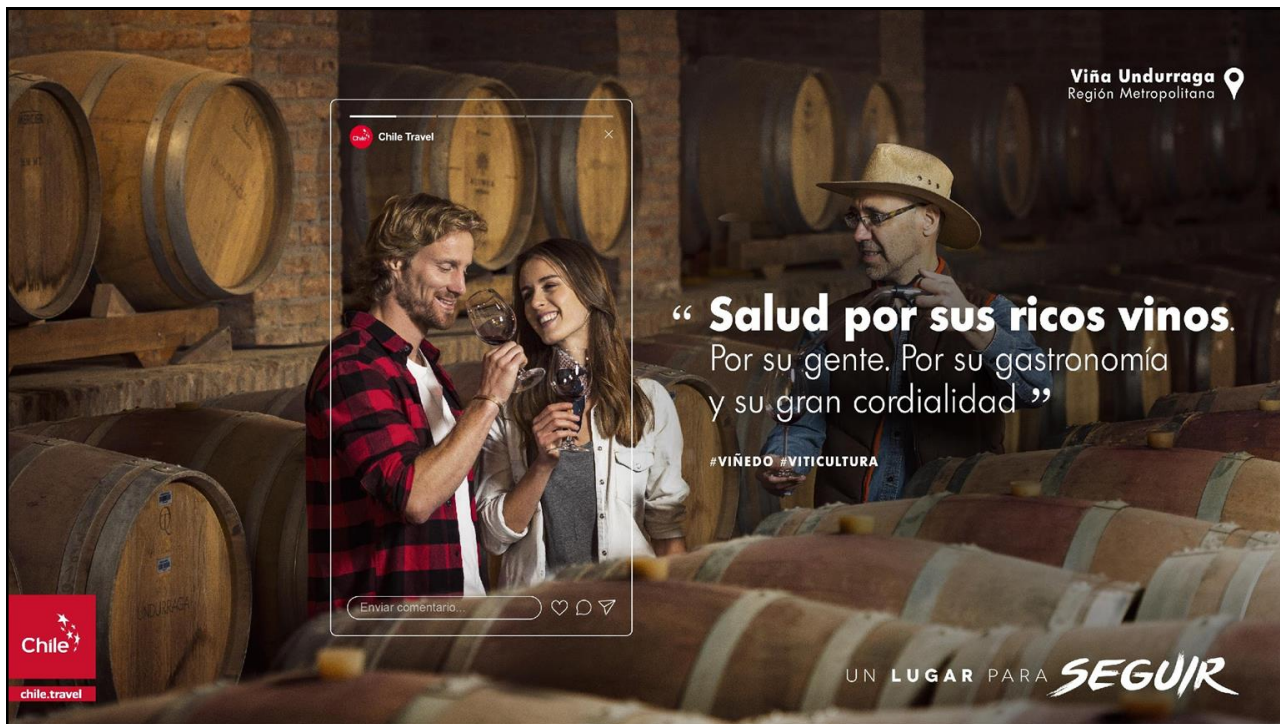
“ Recorrí miles de kilómetros
para navegar en el lugar
**más austral
del mundo** ”

#KAYAK #ISLANAVARINO

UN LUGAR PARA **SEGUIR**

Enviar comentario

Chile
chile.travel



Viña Undurraga
Región Metropolitana

“ Salud por sus ricos vinos.
Por su gente. Por su gastronomía
y su gran cordialidad ”

#VIÑEDO #VITICULTURA

UN LUGAR PARA **SEGUIR**

Chile Travel

Enviar comentario...

Chile
chile.travel



PROMOCIÓN NACIONAL

Chile Travel

Ver más

Chile

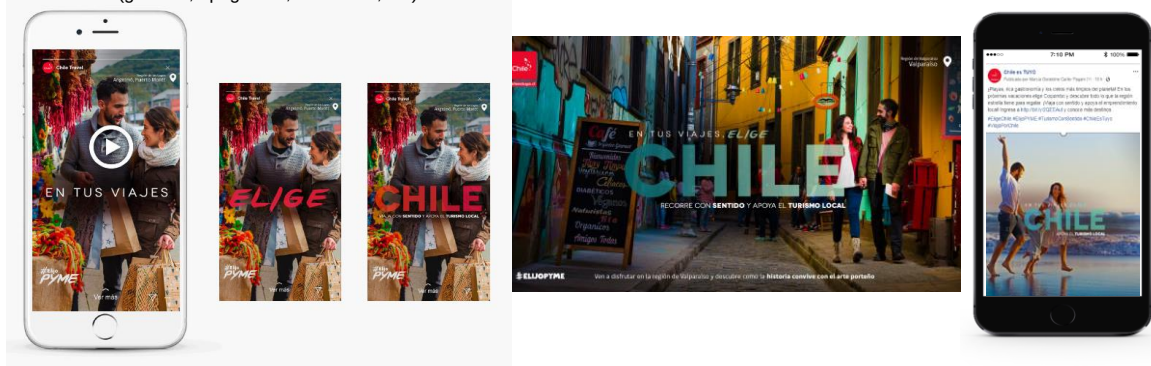
Campaña Nacional

Se han realizado diversas reuniones de levantamiento de necesidades de la industria, donde se detectó la importancia de potenciar el mercado nacional con urgencia.

Se construyó un brief para la campaña y luego de muchos tests con la industria llegamos al llamado Central "Elige Chile".

El Ministro de Economía dio inicio a la campaña el pasado martes 19 de noviembre.

Se envió a la industria un kit de implementación de la campaña con todos los elementos (gráficas, tipografías, llamados, etc).



Variaciones del llamado

EN TUS VACACIONES, *ELIGE*
CHILE
 VIAJA CON SENTIDO Y APOYA EL TURISMO LOCAL

EN TUS DESTINOS, *ELIGE*
CHILE
 VIAJA CON SENTIDO Y APOYA EL TURISMO LOCAL

EN TUS VIAJES, *ELIGE*
IQUIQUE
 RECORRE CON SENTIDO Y APOYA EL TURISMO LOCAL

ETAPAS CAMPAÑA TURISMO NACIONAL

1° Etapa

9 de noviembre contenido orgánico.

19 noviembre hasta el 2 Diciembre campaña pagada. Iniciaremos paulatinamente con pauta en radio y plataformas digitales.

Toda la comunicación se concentrará en el sitio Chileestuyo.cl, lugar de destino de todo nuestro plan de medios. Aquí el usuario encontrará información actualizada de los lugares y su disponibilidad.

2° Etapa

3 de diciembre durará hasta el 31 de diciembre.

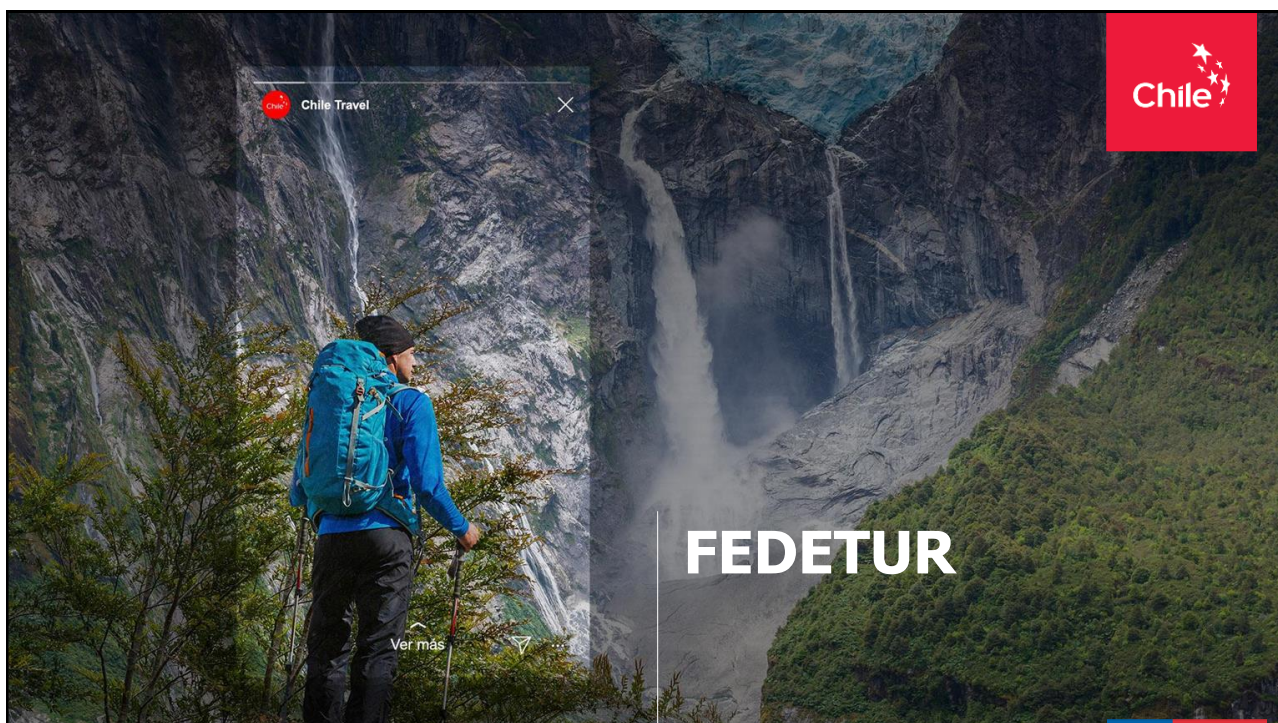
Se suman a la campaña inicial otras plataformas y medios hasta llegar a una comunicación 360.

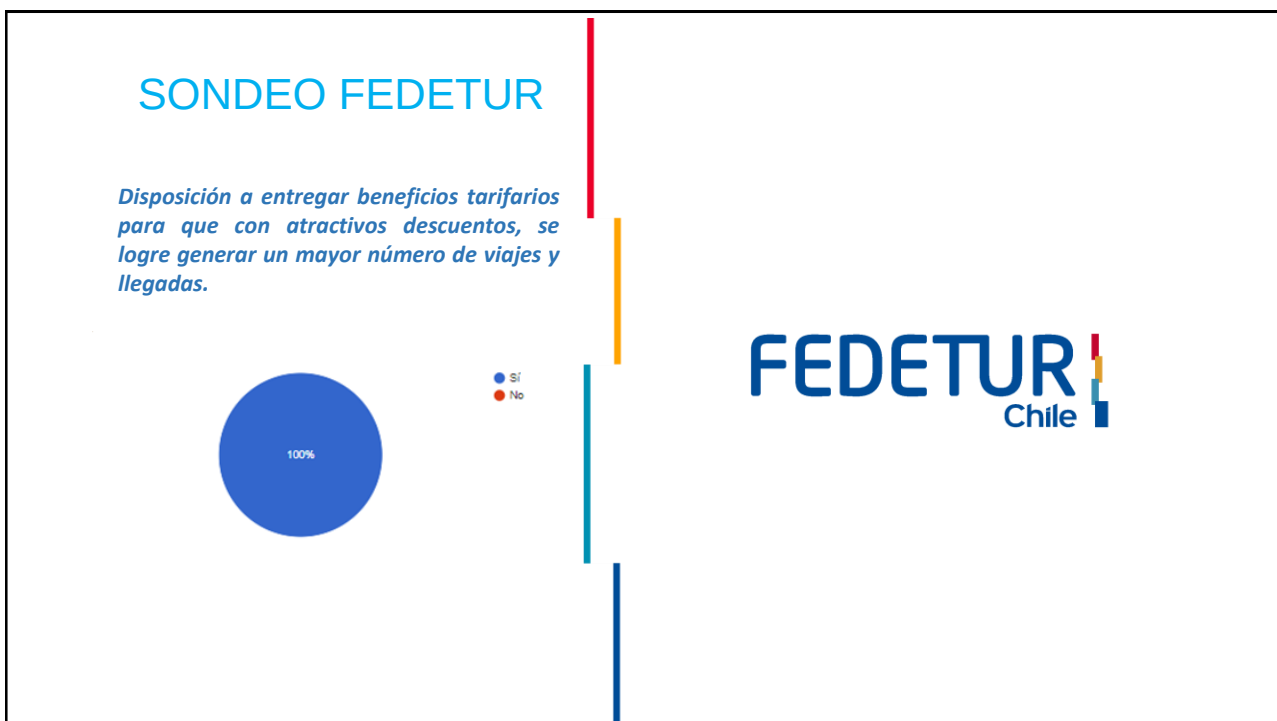
3° Etapa

1 de Enero al 28 de Febrero.

Invitación escapadas de fin de semana y vacaciones de último minuto.

Presupuesto: \$239.000.000





NACIONAL

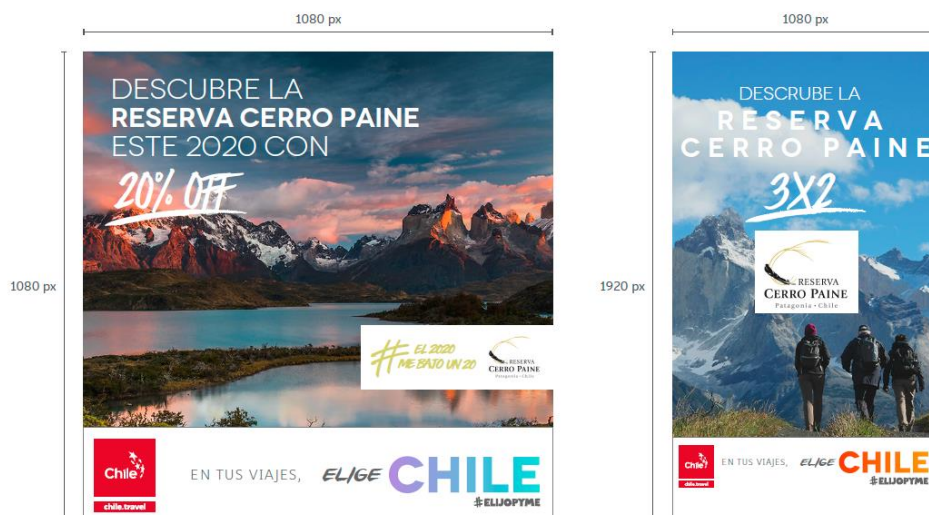
B2C

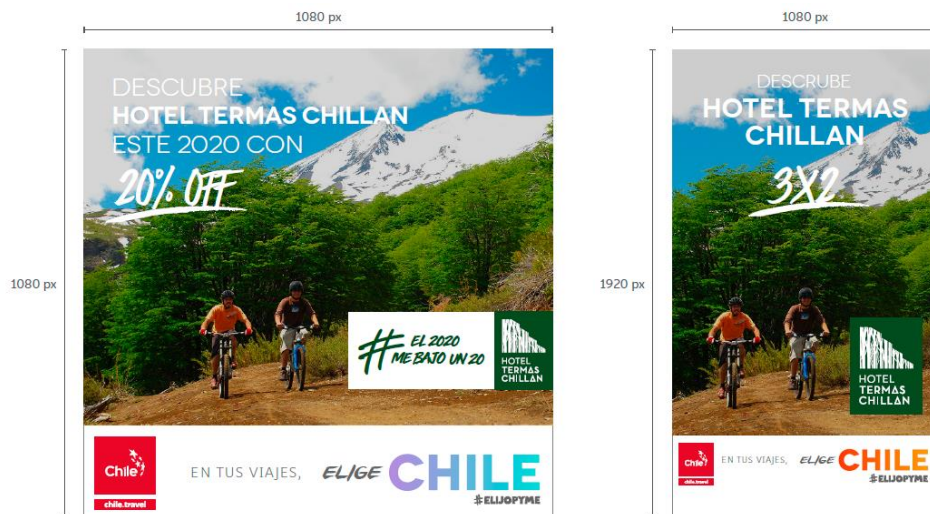
Tipo de descuento

- *Entregando un descuento de 20% de la tarifa publicada o acordada.*
- *Con una promoción 3 x 2 en noches o pasajeros.*

Divulgación

- *Orgánica en las redes de Fedetur y del producto/servicio en promoción.*
- *Pagada con fondos de Fedetur, derivando tráfico a la página del prestador de servicio (exclusivo socios).*

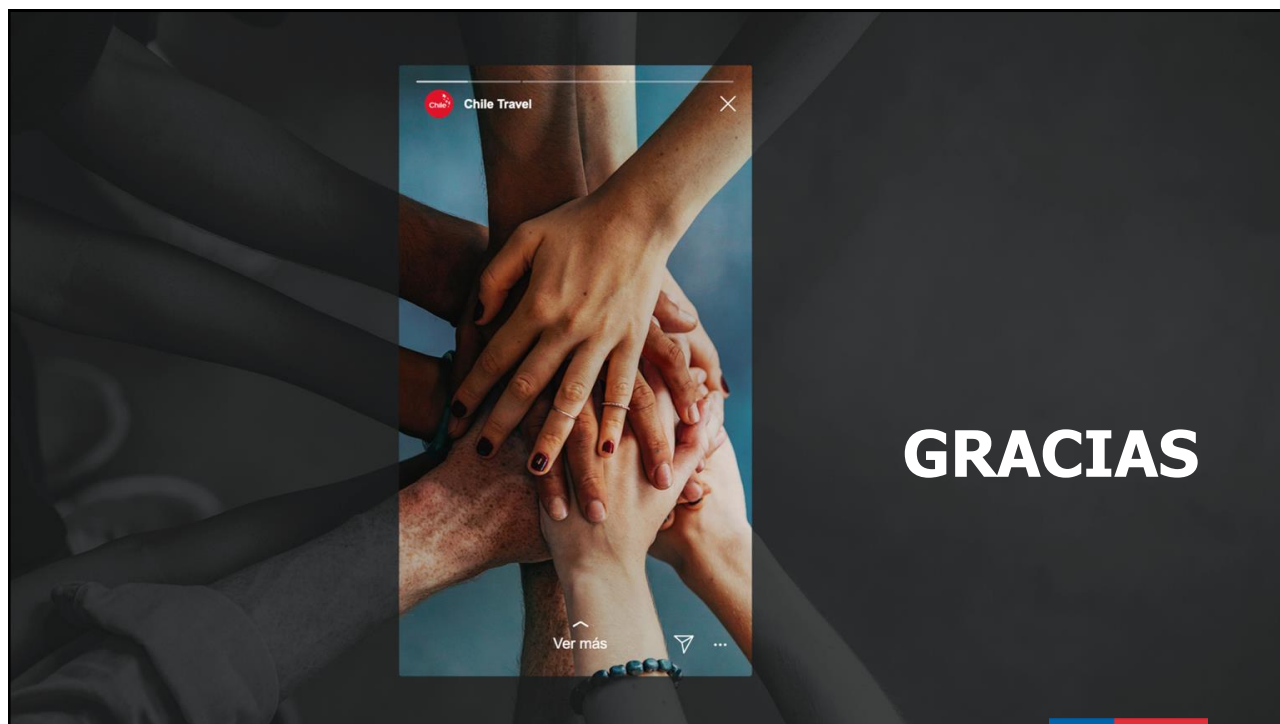




INTERNACIONAL B2B

Resultados sondeo FEDETUR:





EL **DESARROLLO** DEL TURISMO
NUESTRA **MEJOR APUESTA**

www.subturismo.gob.cl - www.chile.travel

   @subturismo