

Principales Líneas de Acción de Turismo Chile



Feria Internacional WTM



Roadshow



Campaña a público final

FERIAS INTERNACIONALES

Una de las principales acciones de promoción que ejecuta Turismo Chile en los mercados internacionales, la participación en ferias de turismo permite exhibir productos y servicios organizados, con el objeto de facilitar las transacciones comerciales entre empresas del rubro.

Dicha instancia brinda una económica e inmejorable oportunidad para desarrollar e incrementar las ventas de servicios turísticos. Turismo Chile participa anualmente en más de 20 ferias de turismo, entre ellas se encuentran las más destacadas a nivel mundial, como WTM, ITB, FIT y Top Resa.

WORKSHOPS Y ROADSHOWS

Los workshops y roadshows son instancias de encuentro entre la oferta turística de Chile y los canales de distribución profesionales en el exterior. Este tipo de eventos, organizados por Chile, incluyen capacitaciones y mesas de trabajo para dar a conocer la oferta nacional.

Se realizan en una amplia gama de mercados, que pueden ser prioritarios, estratégicos y potenciales, y están dirigidas tanto a la industria turística (agencias y tour operadores) como a prensa.

CAMPAÑAS A PÚBLICO FINAL

Dar a conocer los destinos turísticos de Chile a través de distintos tipos de anuncios y avisos en los medios de comunicación, de manera de incentivar la demanda en los potenciales turistas.

Con ese objetivo se realizan este tipo de actividades comerciales, entre las campañas offline se incluyen aquellas que tienen exposición en la vía pública, como gigantografías, carteles y otros que comunican las ventajas y paquetes turísticos de Chile. Por su parte, las campañas online tienen como objetivo viralizar el conocimiento de Chile en medios masivos y/o de nicho.

Las Campañas a público final que implementa Turismo Chile se ejecutan exclusivamente en los mercados prioritarios. Estas acciones son en su mayoría cooperadas con empresas en los mercados de origen o bien con empresas socias que soporten la estrategia de penetración definida para cada mercado prioritario. Adicionalmente, se buscan alternativas de alianzas estratégicas con marcas internacionales para potenciar Chile como destino turístico.

CAMPAÑAS TRADE

Corresponde a las actividades comerciales que darán a conocer el destino Chile en los medios internacionales que trabajan directamente con el Canal de Comercialización.

FAM TRIPS

Son aquellos viajes donde Turismo Chile invita a agencias de viajes y/o tour operadores (principalmente a aquellas empresas que participan activamente en las campañas a público final) para que éstos conozcan personalmente el producto que venden o van a vender.

PRESS TRIPS

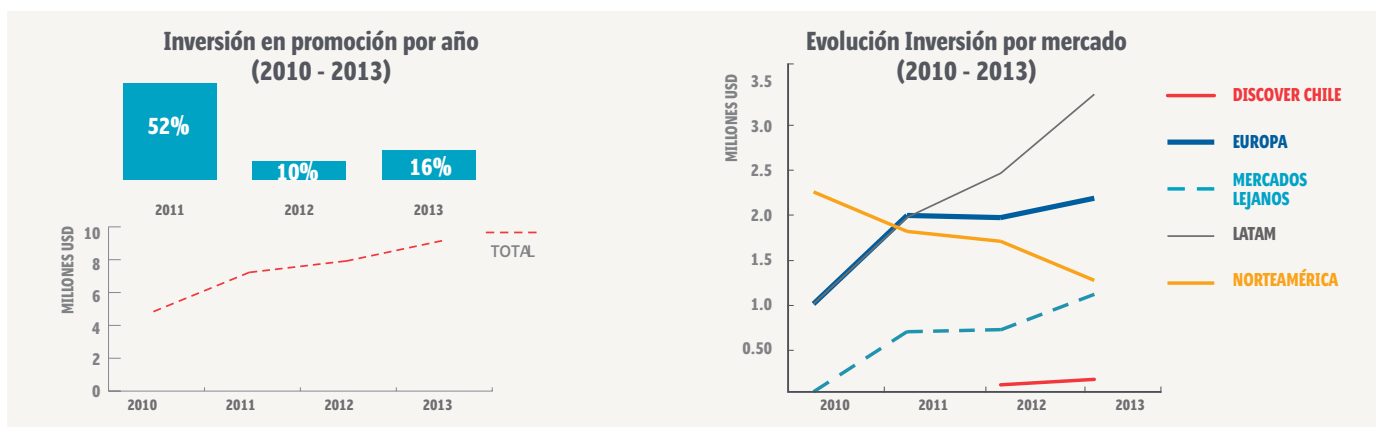
Son aquellos viajes de prensa organizados por Turismo Chile a destinos turísticos dentro del país, con el objetivo de obtener cobertura mediática positiva en medios extranjeros, y así aumentar el número de turistas.

Presupuesto Promoción Internacional 2014/2016

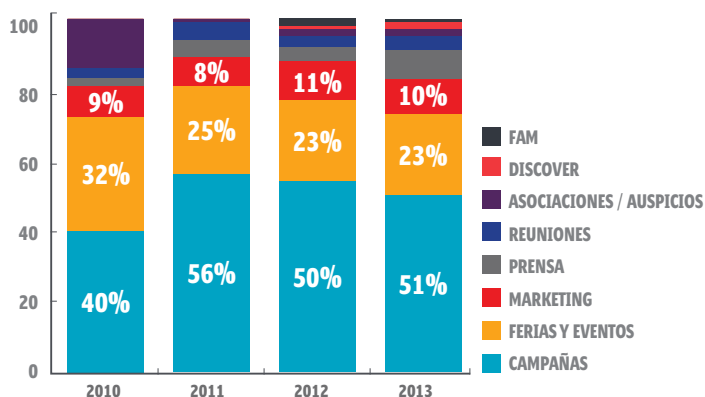
El financiamiento de Turismo Chile para el período 2014-2016 está compuesto en un 80% por aportes estatales adjudicados vía concurso público (\$12.800 millones de pesos chilenos). El 20% restante proviene de fondos privados.

Inversión Total Anual 2013 US\$9,321,741

Total montos públicos, privados pecunarios y valorados.



Evolución Inversión por acción (2010 - 2013)



¿Dónde invertimos? 2013

