

# RED MERCADO

BASES TÉCNICAS PROYECTO DESARROLLO DE  
CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DIGITAL DIRIGIDAS A  
PÚBLICO FINAL EN MERCADO BRASILEÑO

ETAPA DE DESARROLLO AÑO 1

# ANTECEDENTES

---

Esta iniciativa Red mercado busca a través del encadenamiento de los servicios turísticos desarrollar e implementar estrategias de comercialización directa a turistas de mercado Brasil teniendo como principales puntos de referencia aquellas ciudades con vuelos directos a Chile, entre ellos Sao Paulo, Rio de Janeiro, Florianópolis y Belo Horizonte.

Este proyecto buscará por medio de una estrategia diferente atraer potenciales clientes y complementar el trabajo llevado a cabo a través de otras iniciativas desarrolladas en la Región como Red mercado posicionamiento internacional destino Valle de Elqui, Red mercado ruta vitivinícola Comuna de Paihuano y red mercado implementación de tours semiprivados en series lo que permite tener insumos para la promoción y posterior comercialización del Destino Región de Coquimbo.

# EMPRESAS PARTICIPANTES

RAZÓN SOCIAL	DESCRIPCIÓN
ALDEA DEL VALLE	ALDEA DEL VALLE ES UNA COLECCIÓN DE 9 ELEGANTES Y COMODAS VILLAS DE 1 A 3 DORMITORIOS; CADA VILLA ES UNA CASA CON UNA ARQUITECTURA Y DISEÑO DE ALTO NIVEL ACOMPAÑADAS DE SERVICIOS DE GRAN CALIDAD.
GRANDES DESTINOS	TOUR OPERADOR QUE OFRECE EXPERIENCIAS EN EL NORTE DE CHILE, ESPECIFICAMENTE ENTRE LAS REGIONES DE COQUIMBO Y ATCAMA, ADEMÁS DEL DESTINO SAN PEDRO DE ATACAMA, RECONOCIDOS POR LA CALIDAD DE SUS SERVICIOS Y UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA A TODA LA INDUSTRIAL FORMAL DEL TURISMO.
VIAJES MIRADOR	VIAJES MIRADOR ES UN OPERADOR TURISTICO REGIONAL QUE SE DEDICA A DESARROLLAR ACTIVIDADES TURISTICAS Y DE TRANSPORTE PRIVADO, SE CARACTERIZA POR EL SERVICIO PERSONALIZADO QUE ENTREGA A SUS CLIENTES LO QUE LOS LLEVÓ A OBTENER “CERTIFICADO DE EXCELENCIA” TRIPADVISOR EN EL AÑO 2016 Y 2018.
HOTEL SOLAR MADARIAGA	HOTEL BOUTIQUE UBICADO EN PLENO CENTRO DE VICUÑA QUE CUENTA CON MODERNAS INSTALACIONES INCLUIDO RESTAURANTE, PISCINA, JACUZZIS Y TINAJA A LEÑA.
HOTEL Y RESTAURANT CASONA DISTANTE	HOTEL QUE CORRESPONDE A UNA RESTAURACIÓN DE UNA CASONA CON LA TIPICA ARQUITECTURA DEL ALTO VALLE DE ELQUI UBICADA EN EL SECTOR DE ALCOHUAZ, COMUNA DE PAIHUANO. ACTUALMENTE CUENTA CON SERVICIO DE RESTAURANT Y DESARROLLO DE EVENTOS.
HOTEL VERTIENTES DE ELQUI	UBICADO EN EL PUEBLO EL MOLLE, COMUNA DE VICUÑA HOTEL LAS VERTIENTES CUENTA CON UNA VARIADA OFERTA DESTINADA A EXPERIENCIAS DE BIENESTAR, A TRAVÉS DE LA CONEXIÓN CON LA NATURALEZA

# OBJETIVOS E INDICADORES **AÑO 1**

---

## **OBJETIVO GENERAL:**

Generar capacidades técnicas y comerciales para el posicionamiento comercial del destino Coquimbo en mercado Brasileño

## **INDICADORES DE RESULTADO:**

1. Acceso a mercados de exportación: N° de empresas que exportan o participan en cadenas exportadoras
2. Generación de capacidades para exportar: N° de empresas beneficiarias que incrementan su potencial exportador al finalizar el proyecto

# OBJETIVOS E INDICADORES **AÑO 1**

---

## OBJETIVOS ESPECIFICOS E INDICADORES DE PRODUCTO:

1. Diseñar e implementar un modelo de negocios asociativos que permita la comercialización del destino y las experiencias turísticas priorizadas para el mercado Brasil.

Verificación: Modelo de negocios validado

2. Generación de capacidades y digitalización empresarial para la adecuación de plataformas web, motores de reserva y asesorías en el diseño e implementación de estrategias en las campañas de marketing digital a desarrollar.

Verificación: Ejecución de actividades de fortalecimiento

3. Desarrollar acciones de posicionamiento directo con actores claves del mercado Brasil, a través de la traída de influencers y medios de prensa con alcance internacional que permita la visibilización del destino.

Verificación: Traída de medios de prensa e influencers

# PLAN DE ACTIVIDADES AÑO 1

NOMBRE ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
Jornadas de trabajo y coordinación <b>HITO CRITICO</b>	Actividad destinada a la coordinación del proyecto en la definición del modelo de negocios asociativo para la comercialización del destino y las experiencias turísticas priorizadas para el mercado Brasil (empresas locales). Dentro de esta misma se considera gestionar con Sernatur Nacional y Agencia de Comunicaciones en Destino (Imaginadora), capacitaciones y webinar para fuerza de ventas de agencias para que puedan tener información de los programas y experiencias previo a la activación de demanda por medio de las campañas.	\$ 2.000.000
Formalización de oferta y productos turísticos	Definición de programas y paquetes turísticos de las experiencias que se promocionarán en las campañas, estableciendo condiciones, tarifas, material de apoyo técnico para reuniones, comisiones, etc. Asociado a modelo que se validará en la actividad N° 1. Se deben considerar experiencias individuales, programas regionales, y programas integrados con San Pedro de Atacama.	\$ 2.500.000
Generación de Contenido	Generación de contenido audiovisual de alta calidad para uso en redes sociales y según el mercado objetivo de las 3 campañas digitales. (imágenes videos, formato reels, historias, etc.) en idioma portugués. Validar con Marca Chile y Sernatur Nacional. Experiencias para considerar: Astroturismo, Naturaleza, Aventura, Bienestar, Enoturismo.	\$ 8.000.000

# PLAN DE ACTIVIDADES AÑO 1

NOMBRE ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
Press Trip e Influencers	Press Trip y traída de Influencers para activar demanda y generar contenido para las redes sociales y las campañas a considerar dentro del proyecto. Traída de 2 influencers y 2 medios de prensa, pueden ser en distintas etapas del proyecto previo al lanzamiento de una campaña.	\$ 5.000.000
Generación de capacidades y digitalización empresarial	Generación de capacidades y herramientas digitales para las empresas beneficiarias, que considere adecuación de plataformas web, motores de reserva o cotizaciones, landing pages, asesoría de uso y campañas de rrss, etc. Alineada con el modelo asociativo validado en actividad nº1	\$ 4.500.000
Desarrollo de campaña digital de promoción	Generar una campaña de difusión del destino por medio de RRSS dirigida a público final de Brasil en ciudades que tienen vuelos directos a Chile como Sao Paulo, Rio de Janeiro, Florianópolis y Belo Horizonte con el objetivo de atraer demanda potencial y mostrar las diferentes experiencias que se encuentran en la zona y que sirva de insumo para la segmentación en la campaña de comercialización.	\$ 5.500.000

# PLAN DE ACTIVIDADES AÑO 1

NOMBRE ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
Desarrollo de campaña digital de conversión	Generar una campaña de conversión por medio de la oferta de programas y experiencias establecidos a través de RRSS al público final de Brasil segmentado de acuerdo a los resultados de la campaña de difusión realizada con anterioridad. En esta actividad se deberá considerar alianzas comerciales generadas en la etapa de preparación además de aprovechar las capacidades de los operadores locales presentes en el proyecto. Campaña focalizada en la comercialización de la Región de Coquimbo y sus experiencias.	\$ 6.000.000
Campaña productos integrados	Generar una campaña con productos integrados de la zona norte de Chile, considerando San Pedro de Atacama como un producto integrado al Valle del Elqui o Región de Coquimbo tomando como insumos aquellos productos diseñados con anterioridad y/o aquellos que se puedan diseñar para este trabajo en específico.	\$6.000.000
Plataformas de comercialización	Con el objetivo de disponibilizar la oferta del Destino Región de Coquimbo en plataformas de acceso a público final de Brasil se trabajará en la revisión y mejoramiento de perfiles de las empresas beneficiarias en Tripadvisor, Booking u otros canales similares en donde se pueda reservar y obtener información acerca de los servicios ofrecidos en la zona.	\$3.543.478
TOTAL PRESUPUESTO		\$43.043.478



# HITO CRITICO

NOMBRE ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIO DE VERIFICACIÓN (ENTREGABLE)
Jornadas de trabajo y coordinación <b>HITO CRITICO</b>	Actividad destinada a la coordinación del proyecto en la definición del modelo de negocios asociativo para la comercialización del destino y las experiencias turísticas priorizadas para el mercado Brasil (empresas locales). Dentro de esta misma se considera gestionar con Sernatur Nacional y Agencia de Comunicaciones en Destino (Imaginadora), capacitaciones y webinar para fuerza de ventas de agencias para que puedan tener información de los programas y experiencias previo a la activación de demanda por medio de las campañas.	Informe con: -Modelo de negocio validado -Experiencias turísticas priorizadas -Coordinaciones realizadas

# CARTA GANTT AÑO 1

Nº	NOMBRE ACTIVIDAD	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10
1	Jornadas de trabajo y coordinación										
2	Formalización de oferta y productos turísticos										
3	Generación de material audiovisual										
4	Press trip e influencers										
5	Generación de capacidades y digitalización										
6	Desarrollo de campaña digital de promoción										
7	Desarrollo de campaña digital de conversión										
8	Campaña productos integrados										
9	Plataformas de comercialización										

Se deberá dar cuenta de la ejecución de al menos la primera actividad durante el primer mes del proyecto.