

CO DISEÑO DE OPERACIÓN TURÍSTICA

PROGRAMA ESTRATÉGICO MESO-REGIONAL RUTA ESCÉNICA LAGOS &
VOLCANES

INFORME FINAL– 30 DE MARZO



1. INTRODUCCIÓN

El presente informe final tiene por objeto entregar el resultado total del proyecto.

Cabe recordar que la fecha de inicio del proyecto fue el 1 de Febrero de 2020, entregando este informe a la contraparte del proyecto, COPEVAL y Programa Estratégico Mesorregional Ruta Escénica Lagos & Volcanes, el día 30 de Marzo.

Todos los cambios, tanto en los Resultados finales, Metodología como Plan de Trabajo, están destacados en color azul y en letras mayúsculas.

2. METODOLOGÍA

Las bases de licitación proponen como objetivo general lo siguiente: Transferir herramientas y abrir espacios a empresarios turísticos para abordar la comercialización de productos turísticos vinculados al macro destino Ruta Escénica Lagos y Volcanes. Priorizando experiencias del ecosistema troncal y rutas internacionales de la RELV, que impacten en contra estación, asociado al uso sustentable de atractivos de base del territorio y ligado a experiencias asociadas a tipos de turismo; aventura, wellness (bienestar y relax), vehículos recreacionales, cultural, comunitario (mapuche, rural o de pertenencia territorial) y de naturaleza.

A su vez, se plantea su desarrollo en 5 Etapas:

Etapas 1: Análisis y convocatoria de oferta turística del macro destino

Etapas 2: Capacitación en técnicas de negociación y comercialización

Etapas 3: Preparación de ronda de negocios

Etapas 4: Ejecución ronda de negocios

Etapas 5: Informe final análisis de impacto

A continuación, se presenta la metodología detallada para abordar cada una de las etapas planteadas de manera exitosa, sin ser estas definitivas en la medida que el Mandante considere modificaciones necesarias y/o la coyuntura asociada a la pandemia lo ameriten.

2.1. ETAPA 1: ANÁLISIS Y CONVOCATORIA DE OFERTA TURÍSTICA DEL MACRO DESTINO

Objetivo Etapa 1 (OE1)

Los términos de referencia plantean como objetivo asociado a esta Etapa lo siguiente:

Conocer el modelo de negocios y situación de mercado de las empresas turísticas (TTOO minoristas, turismo aventura y agencias de viaje) que ofertan productos de la RELV.

Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo para esta etapa considera a toda la oficina de Amity Tours, entendiendo que es una actividad crítica para el buen desarrollo del proyecto, que debe ser gestionada meticulosamente y en poco tiempo.

Productos de la Etapa

- Informe 1 Comercial de las empresas turísticas catastradas

Consideraciones

Si bien el trabajo de consultoría que precede esta convocatoria, también desarrollado por Amity Tours, avanza en la identificación de experiencias, las cuales efectivamente están asociadas a empresas locales o que operan en el destino, por la contingencia vivida asociada a la pandemia y su efecto sin precedentes en nuestra industria, consideramos que se debe reclutar a una parte de los compradores (buyers) en esta etapa con el fin

de motivar a las empresas locales a participar del proceso, mostrándoles la oportunidad cierta que tienen de iniciar un proceso comercial a partir de su participación y contacto con los compradores comprometidos.

A su vez, se propone que el formulario de información comercial se agregue a la ficha que el proyecto precedente está generando, esto con el fin de ir creando sólo 1 carpeta que contenga toda la información de las empresas que vayan avanzando en este proceso continuo de crecimiento.

Las actividades consideradas se detallan a continuación.

2.1.1. Análisis de Información generada. (1 SEMANA)

Sabemos que el trabajo precedente ha identificado cerca de 120 empresas que desarrollan experiencias turísticas, emplazadas en todos los circuitos del destino Lagos & Volcanes o bien que operan en el destino, pero tienen sede en otras regiones.

Ahora bien, existen varias de estas empresas que hoy no requieren participar de este proceso de comercialización en la categoría de oferente de experiencias turísticas, principalmente porque su oferta ya forma parte de la oferta de intermediarios, y hay otras que no poseen una oferta que suponga interés para intermediarios.

Ponemos como ejemplo a nuestra empresa, Amity Tours, que, si bien es parte del catastro del proyecto precedente, no requiere entrar en este proceso de comercialización como oferente, pero sí estaría interesada en participar como comprador (buyer). Como hipótesis inicial, al igual que Amity Tours, al menos 12 empresas más del destino estarían en la misma posición, de actuar como compradores y no oferentes. Entre estas empresas consideramos las siguientes:

- | | | |
|----------------|-------------------|----------------------|
| • Amity Tours | • Ecotours Chile | • Latinspirations |
| • Andes Nativa | • Elementos | • Trails of Chile |
| • BirdsChile | • First Patagonia | • Alsur Expediciones |
| • Chiloetnico | • Puelo Adventure | • LS Travel |

Generando este análisis, podemos conseguir dos objetivos relevantes para el proyecto:

- Generar un primer grupo de compradores (buyers) que efectivamente estén interesados en conocer experiencias nuevas que tengan potencial efectivo de ser incorporados a sus programas.
- Depurar la base registrada y poner foco en aquellas empresas que efectivamente requieren de este esfuerzo para aumentar sus ventas.

El segundo paso de esta actividad es reclutar a parte de los compradores (buyers), considerando que servirán de “gancho” para generar interés por parte de las empresas locales. Para esto se pretende primero reunirse con los tour operadores locales del destino Lagos & Volcanes para reconocer su interés, para luego reunirse con quienes operan el destino, pero están emplazados fuera del mismo. Amity Tours, como socio de FEDETUR, tiene acceso a un grupo mayor de tour operadores mayoristas que sin duda estarán disponibles a participar como compradores, siempre y cuando la oferta que mostremos como preliminar les cause interés.

El tercer paso de esta actividad sería la selección final de empresas que tengan el perfil para iniciar el proceso de acercamiento a intermediarios. Consideramos que este proceso es seguramente el más complejo considerando que la cantidad exigida en los términos de referencia es un porcentaje considerable de la base de datos existente.

SE ANALIZÓ EL 100% DE LAS EMPRESAS DE LA BASE DE DATOS, SE DEFINIERON CRITERIOS EN BASE A SU ESTADO DE DESARROLLO, LOS CUALES VAN DE 1 A 4, SELECCIONANDO SÓLO LOS QUE POSEEN GRADO 2 Y 3 COMO EL GRUPO DE POTENCIALES OFERENTES DE EXPERIENCIAS PARA EFECTOS DE LA RUEDA DE NEGOCIO.

QUIENES ENTRAN EN LA CATEGORIA 1 POSEEN UN MODELO DE NEGOCIO AJENO AL PROCESO B2B, Y SE CONCENTRAN SÓLO EN EL B2C. EN TANTO QUIENES ESTÁN EN LA CATEGORÍA 4, TIENEN OFERTA EXPORTABLE Y YA ESTÁN INSERTOS EN LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN Y NO REQUIEREN ESTE TIPO DE AYUDA POR PARTE DEL PROYECTO.

DENTRO DE LAS ACCIONES ESTRATÉGICAS ASUMIDAS POR EL EQUIPO, FUE LA DE GENERAR UN CONCEPTO QUE PERMITA AGRUPAR A ESTOS EMPRENDEDORES, ACUÑANDO ASÍ EL CONCEPTO DE **“CLUB DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS”** DONDE SE JUNTAN TODOS LOS EMPRENDEDORES QUE DESARROLLAN EXPERIENCIAS EN EL DESTINO LAGOS & VOLCANES. ESTA DEFINICIÓN FUE APROBADA POR EL MANDANTE Y CONSIDERADA UN IMPORTANTE VALOR AGREGADO ENTREGADO POR NUESTRO EQUIPO CONSULTOR.

EL PROCESO DE CONVOCATORIA FINAL FUE DE 65 EMPRESAS COMO “SUPPLIERS”, SUPERANDO AMPLIAMENTE EL MÍNIMO DE 50 EMPRESAS REQUERIDO SEGÚN BASES .

RESPECTO A LOS “BUYERS”, SE GENERÓ UNA BASE DE DATOS DE 35 EMPRESAS CON POTENCIAL DE SER COMPRADORES DE EXPERIENCIAS LOCALES, Y SE HA INICIADO SU PROCESO DE RECLUTAMIENTO PARA EL EVENTO DE RUEDA DE NEGOCIO. A TODAS ESTAS EMPRESAS SE LES APLICA UNA ENCUESTA PARA RECONOCER SU INTERÉS EN CONOCER LAS EXPERIENCIAS LOCALES.

EL PROCESO DE CONVOCATORIA FINAL FUE DE 27 EMPRESAS COMO “BUYERS”, SUPERANDO AMPLIAMENTE EL MÍNIMO DE 20 EMPRESAS REQUERIDO SEGÚN BASES .

2.1.2. Convocatoria e Informe Comercial. (2 SEMANAS)

Con la información obtenida en la actividad anterior, se procederá a convocar a las empresas seleccionadas a través del contacto telefónico a cada una de ellas, para posterior envío de documento / informe comercial y carta de compromiso para ser firmadas por cada uno de ellos.

Con la finalidad de poder reforzar la confianza entre empresas oferentes y Amity Tours, y así obtener información relevante para el proyecto, se firmará un NDA (Non-Disclosure Agreement) entre las empresas seleccionadas y Amity Tours.

El Informe Comercial, deberá ser de fácil llenado por parte de las empresas, conteniendo información relevante que nos permita como equipo verificar el estado actual de su oferta y así ver la posibilidad real de generar reuniones 1 a 1 con intermediarios compradores. Cada empresa deberá identificar 2 productos turísticos lo que deberá registrar de manera detallada el informe comercial.

SE DESARROLLÓ DE MANERA SATISFACTORIA, EN UN ESCENARIO COMPLEJO, EL PROCESO DE CONTACTAR A LOS EMPRENDEDORES DEL CLUB DE EXPERIENCIAS QUE SERÍAN PARTE DE LOS OFERENTES EN LA RUEDA DE NEGOCIOS.

NO FUE NECESARIO GENERAR UN “NDA”, PRINCIPALMENTE POR LA CONFIANZA ENTRE EMPRENDEDORES Y EL EQUIPO CONSULTOR.

A SU VEZ, RECONOCIENDO LAS CAPACIDADES DE CADA UNO DE LOS EMPREDENDORES, SE DEFINIÓ SOLICITAR SÓLO 1 EXPERIENCIA TURÍSTICA A CADA UNO DE ELLOS, CONCENTRÁNDOSE ASÍ LOS ESFUERZOS DE POSICIONARLAS EN LOS “BUYERS” DE LA RUEDA DE NEGOCIOS.

TODOS LOS PERFILES DE LOS SUPPLIERS FUERON CARGADOS EN LA PLATAFORMA EVENTTIA POR EL EQUIPO DEL PROYECTO, TRABAJO QUE FACILITÓ EL PROCESO PARA LOS SUPPLIERS.

2.1.3. Entrega de Informe 1: Recopilación y análisis de respuestas de la ficha comercial de las empresas turísticas participantes. (1 SEMANA)

Con la información obtenida, esta se sistematizará y generarán las versiones finales de las fichas obtenidas, las cuales se agregarán a las carpetas de cada una de las empresas. Estas serán entregadas de manera digital en formato Word y PDF.

A su vez se entregarán las cartas de compromiso firmadas por cada una de las empresas.

A CONTINUACIÓN, SE ENTREGAN TODOS LOS LINKS DE DESCARGA, SEPARADOS POR CIRCUITOS Y EN FORMATO EXCEL Y PDF.

- [ARAUCANÍA ANDINA EXCEL](#) / [ARAUCANÍA ANDINA PDF](#)
- [ARAUCANÍA LACUSTRE - TEMUCO EXCEL](#) / [ARAUCANÍA LACUSTRE - TEMUCO PDF](#)
- [SIETELAGOS EXCEL](#) / [SIETELAGOS PDF](#)
- [LAGO RANCO – VALDIVIA EXCEL](#) / [LAGO RANCO – VALDIVIA PDF](#)
- [NORPATAGONIA – OSORNO EXCEL](#) / [NORPATAGONIA – OSORNO PDF](#)
- [LAGO LLANQUIHUE – PTO MONTT EXCEL](#) / [LAGO LLANQUIHUE – PTO MONTT PDF](#)
- [PATAGONIA VERDE EXCEL](#) / [PATAGONIA VERDE PDF](#)

2.2. ETAPA 2: CAPACITACIÓN EN TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Objetivo Etapa 2 (OE2)

Los términos de referencia plantean como objetivo asociado a esta Etapa lo siguiente:

Instalar capacidades y conocimientos técnicos en empresarios turísticos de la RELV en técnicas de negociación y comercialización en el ámbito de la tour operación. En miras a la concreción de negocios con TTOO mayoristas, minoristas, receptivos, agencias de viajes y hoteles que comercializan productos.

Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo para esta etapa considera a Cristián Levy y Carolina Erber.

Productos de la Etapa

- Entrega de informe 2 el cual debe contener al menos: calendario de capacitaciones, contenido, objetivos de aprendizajes esperados y propuesta metodológica.
- Ejecución de las capacitaciones: se ejecutarán las capacitaciones a empresarios turísticos de manera virtual. Se priorizarán propuestas que utilicen metodologías teórico prácticas.
- Entrega informe 3: posterior a la ejecución de las capacitaciones de deberá hacer entrega de informe que contenga: presentaciones de las jornadas, verificadores de asistencia virtual y análisis de participación y logro de objetivos de aprendizajes de las jornadas.

Consideraciones

Reconociendo la realidad de gran parte de la masa crítica empresarial del destino Lagos & Volcanes, creemos pertinente generar dos talleres de transferencia, que, si bien no están considerado en los términos de referencia, preparará mejor a los empresarios para presentar su oferta de experiencias.

El primero de esto es un taller de Storytelling, escritura / redacción turística, con el objetivo de elevar la capacidad de los gestores de términos de comunicación, proceso fundamental tanto para sus herramientas digitales de posicionamiento como para el proceso de generación de material escrito ha ser compartido con los intermediarios.

El segundo taller que consideramos como valor agregado a los términos de referencia, es de Marketing Turístico, que viene complementar lo transferido en el proyecto que precede esta licitación.

Gran parte de los trabajos de transferencia que ha realizado Amity Tours se han desarrollado en el destino Lagos & Volcanes, o bien en territorio emplazados en alguna de las regiones (Araucanía, Los Lagos y Los Ríos), por ende, el trabajo de adecuación de los talleres que hemos realizado no significa gran trabajo.

Lo que sí toma una dedicación considerable, es reconocer el grado de profundidad de información que debe ser transferida a quienes participen, para lo cual se debe generar un espacio de discusión con el mandante para definir qué y cuánto transferir.

Las actividades consideradas se detallan a continuación.

2.2.1. Adecuación de talleres a contexto del destino Lagos & Volcanes. (2 SEMANA)

A continuación, se presentan los contenidos de los talleres de Storytelling, Marketing Turístico y Comercialización, todos considerados ejemplos que serán modificados acorde a los requerimientos del público objetivo.

Esta información ha sido obtenida de proyectos que este equipo consultor ha desarrollado de manera exitosa en otros trabajos relacionados, por ende, su estructura variará necesariamente al ser desarrollados a través de plataformas digitales (estructura de tiempos más cortos, más sesiones, videos grabados, etc), y al tiempo acotado para su desarrollo.

Los tres talleres poseen actividades teóricas y prácticas que permiten la interacción efectiva entre los participantes.

a. Taller de Storytelling

Módulos	Contenidos
El Proceso de Comunicar con sentido (1,5 hrs.)	Elementos de la comunicación. La escritura creativa. Precisiones conceptuales. Tipos de audiencia y objetivos. <i>¿Por qué es relevante que los tour operadores escriban bien?</i> Ejercicio de aplicación grupal.
Técnicas de redacción "La expresión escrita como habilidad profesional" (1,5 hrs.)	Estrategia de análisis estructural. Estrategias creativas de síntesis y resumen. Ejercicio de aplicación grupal.
Estrategias de escritura para entornos digitales "Escribe claro quien piensa claro" (1,5 hrs.).	Pensamiento elaborado- texto escrito para medios digitales. Piezas de comunicación efectiva: ¿Quién leerá el texto? ¿Por qué nos comunicamos? ¿Qué espero de la audiencia? Ejercicio de aplicación individual.

b. Taller de Estrategias de Marketing Turístico

Metodología Etapa de Módulos de Capacitación									
Módulo 4: Estrategias de Marketing Turístico									
Lugar	On line								
Fecha	XXX	Inicio	1:30pm	XXX					
Nº Horas	3,5 horas	Termino	5:00pm						
Profesionales	Cristián Levy								
Tema				Formato	Tiempo dedicado	Material			
Bienvenida, Presentación del Módulo 4				Clase expositiva	10,00	Presentación PDF			
Almuerzo - junto a la clase expositiva						Almuerzo			
Cinco Estrategias Comerciales para un Tour Operador Local				Clase expositiva	20,00	Presentación PDF			
Marketing Digital en Turismo, premisas básicas				Clase expositiva	15,00	Presentación PDF			
Web Corporativa y Redes Sociales, premisas básicas				Clase expositiva	20,00	Presentación PDF			
Gestión de Fotografías y Videos como un activo. Concepto del Story Telling				Clase expositiva	20,00	Presentación PDF			
Ejercicio práctico, elabore un guión de su video utilizando concepto de Story Telling				Aprender-hacer	20,00	Documento impreso			
Coffee Break				Pausa	10,00	Coffee Break			
Gestión del SEO en tu web, cómo usar plug-in para mejorarlo				Clase expositiva	20,00	Web Online			
Herramientas para Newsletter segmentado				Clase expositiva	20,00	Web Online			
Ejercicio práctico, elabora tu Estrategia de Marketing Online				Aprender-hacer	25,00	Documento impreso			
SEM, Campañas Online y Landing Pages				Clase expositiva	25,00	Presentación PDF			
Resumen Final del Módulo				Interacción	5,00	Presentación PDF			
TOTAL HORAS					3,50				

c. Taller de Preparación de las distintas acciones de difusión y comercialización de su TT.OO.

Metodología Etapa de Módulos de Capacitación									
Módulo 5: Preparación de las distintas acciones de difusión y comercialización de su TT.OO									
Lugar	On line								
Fecha	XXX	Inicio	10:30am						
Nº Horas	6 horas	Termino	4:30pm						
Profesionales	Cristián Levy								
Tema				Formato	Tiempo dedicado	Material			
Bienvenida, Presentación del Módulo 5				Clase expositiva	10,00	Presentación PDF			
Importancia del Networking en la Industria Turística				Clase expositiva	15,00	Presentación PDF			
Tipificación de Eventos de la Industria (parte 1) (Principales diferencias entre Workshop, Market P				Clase expositiva	45,00	Presentación PDF			
Coffee Break				Pausa	10,00	Coffee Break			
Tipificación de Eventos de la Industria (parte 2) (Principales diferencias entre Workshop, Market P				Clase expositiva	30,00	Presentación PDF			
Ejercicio práctico, cómo llegar al tour operador mayorista apropiado				Aprender-hacer	30,00	Documento impreso			
Preparación de Eventos de la Industria, según tipo. Lo que hay que hacer antes, durante y después				Clase expositiva	50,00	Presentación PDF			
Ejercicio práctico, organice un listado de las acciones previas que debe hacer según tipo de evento				Aprender-hacer	35,00	Documento impreso			
Almuerzo - junto al ejercicio práctico						Almuerzo			
Preparación y selección del material comercial según tipo de cliente				Clase expositiva	45,00	Presentación PDF			
Creación de mi "Elevator Pitch"				Clase expositiva	15,00	Presentación PDF			
Coffee Break				Pausa	10,00	Coffee Break			
Ejercicio práctico, practique su "Elevator Pitch" según perfil de su cliente				Juego rol	45,00	Presentación y Docs.			
Resumen Final del Módulo				Interacción	10,00	Presentación PDF			
Cierre Final de Las Capacitaciones				Interacción	10,00	Presentación PDF			
TOTAL HORAS					6,00				

SE AJUSTARON LOS TALLERES DE ACUERDO CON LA REALIDAD DE LAS EMPRESAS Y A LA CAPACIDAD DE ASISTENCIA DEBIDO AL DESARROLLO DE ESTAS EMPRESAS DURANTE LA TEMPORADA ESTIVAL, DONDE MUCHOS DE LOS EMPRENDEDORES ESTÁN OPERANDO ACTIVAMENTE SUS EXPERIENCIAS.

SE EJECUTARON 3 TALLERES ASOCIADOS A DISEÑO DE GESTIÓN DE EXPERIENCIAS:

- PREPARACIÓN DE ACCIONES COMERCIALES – 16 DE FEBRERO – [LINK DE DESCARGA](#)
- PREPARACIÓN DE MATERIAL PARA LA RUEDA DE NEGOCIOS – 17 DE FEBRERO - [LINK DE DESCARGA](#)
- PREPARACIÓN DEL PITCH COMERCIAL – 18 DE FEBRERO - [LINK DE DESCARGA](#)

ESTOS 3 TALLERES SE VOLVIERON A REALIZAR LOS DÍAS 16, 17 Y 18 DE MARZO, BUSCANDO LA PARTICIPACIÓN DEL TOTAL DE LOS REGISTRADOS PARA LA RUEDA DE NEGOCIOS.

A SU VEZ, SE DESARROLLARON DOS TALLERES, CUYO OBJETIVO SE ENFOCÓ EN REFORZAR LOS CANALES B2C:

STORYTELLING PARA REDES SOCIALES – 3 DE MARZO- [LINK DE DESCARGA](#)

MARKETING DIGITAL – 9 DE MARZO - [LINK DE DESCARGA](#)

EL PRIMERO DE ESTOS TALLERES FUE IMPARTIDO A LAS 10:00 Y SE REPITIÓ A LAS 18:00 DEL MISMO DÍA, BUSCANDO LA PARTICIPACIÓN DE UN NÚMERO MAYOR DE EMPRENDEDORES. EN LA MISMA LÍNEA, SE DEFINIÓ AGREGAR UN SERVICIO DE CONSULTORÍA 1 A 1 PARA MEJORAR EL PRIMER BLOG DE LOS EMPRENDEDORES.

EL SEGUNDO DE ESTOS TALLERES, FUE DESARROLLADO POR PAQUI PEDROSA, EXPERTA INTERNACIONAL, BUSCANDO ASÍ GENERAR MEJORES CONTENIDOS PARA LOS ASISTENTES.

TANTO LAS PRESENTACIONES COMO LAS GRABACIONES FUERON ENVIADAS A LOS PARTICIPANTES.

2.2.2. Entrega de Informe 2: Proceso de jornadas de transferencia. (1 SEMANA)

Actividad formal requerida en los términos de referencia cuyo objetivo es entregar el calendario de capacitaciones, contenido, objetivos de aprendizajes esperados y propuesta metodológica. Este informe será entregado en formato Word y PDF.

INFORME INCLUIDO EN ENTREGA DEL 10 DE MARZO. SE ADJUNTA [LINK DE DESCARGA](#).

2.2.3. Ejecución de las jornadas de transferencia. (2 SEMANAS)

La ejecución de los talleres será planificada para ser desarrollados en grupos de 25 participantes, generando un calendario/distribución similar al siguiente:

Martes 16 Feb	AM Estrategias de Marketing Turístico Grupo 1 / PM Estrategias de Marketing Turístico Grupo 2
Miércoles 17 Feb	AM Comercialización Grupo 1 Parte 1 / PM Comercialización Grupo 2 Parte 1
Jueves 18 Feb	AM Comercialización Grupo 1 Parte 2 / PM Comercialización Grupo 2 Parte 2
Martes 23 Feb	Storytelling Grupo 1 Parte 1
Miércoles 24 Feb	Storytelling Grupo 1 Parte 2
Jueves 25 Feb	Storytelling Grupo 2 Parte 1
Viernes 26 Feb	Storytelling Grupo 2 Parte 2

Todas estas jornadas serán grabadas y el material entregado a cada uno de los participantes, teniendo que decidir junto al mandante el mecanismo de entrega de estos contenidos.

SE AJUSTARON LOS TALLERES DE ACUERDO CON LA REALIDAD DE LAS EMPRESAS Y A LA CAPACIDAD DE ASISTENCIA DEBIDO AL DESARROLLO DE ESTAS EMPRESAS DURANTE LA TEMPORADA ESTIVAL, DONDE MUCHOS DE LOS EMPRENDEDORES ESTÁN OPERANDO ACTIVAMENTE SUS EXPERIENCIAS.

SE EJECUTARON 3 TALLERES ASOCIADOS A DISEÑO DE GESTIÓN DE EXPERIENCIAS:

- PREPARACIÓN DE ACCIONES COMERCIALES – 16 DE FEBRERO – [LINK DE DESCARGA](#)
- PREPARACIÓN DE MATERIAL PARA LA RUEDA DE NEGOCIOS – 17 DE FEBRERO - [LINK DE DESCARGA](#)

- PREPARACIÓN DEL PITCH COMERCIAL – 18 DE FEBRERO - [LINK DE DESCARGA](#)

ESTOS 3 TALLERES SE VOLVIERON A REALIZAR LOS DÍAS 16, 17 Y 18 DE MARZO, BUSCANDO LA PARTICIPACIÓN DEL TOTAL DE LOS REGISTRADOS PARA LA RUEDA DE NEGOCIOS.

A SU VEZ, SE DESARROLLARON DOS TALLERES, CUYO OBJETIVO SE ENFOCÓ EN REFORZAR LOS CANALES B2C:

STORYTELLING PARA REDES SOCIALES – 3 DE MARZO- [LINK DE DESCARGA](#)

MARKETING DIGITAL – 9 DE MARZO - [LINK DE DESCARGA](#)

EL PRIMERO DE ESTOS TALLERES FUE IMPARTIDO A LAS 10:00 Y SE REPITIÓ A LAS 18:00 DEL MISMO DÍA, BUSCANDO LA PARTICIPACIÓN DE UN NÚMERO MAYOR DE EMPRENDEDORES. EN LA MISMA LÍNEA, SE DEFINIÓ AGREGAR UN SERVICIO DE CONSULTORÍA 1 A 1 PARA MEJORAR EL PRIMER BLOG DE LOS EMPRENDEDORES.

EL SEGUNDO DE ESTOS TALLERES, FUE DESARROLLADO POR PAQUI PEDROSA, EXPERTA INTERNACIONAL, BUSCANDO ASÍ GENERAR MEJORES CONTENIDOS PARA LOS ASISTENTES.

TANTO LAS PRESENTACIONES COMO LAS GRABACIONES HAN SIDO ENVIADA A LOS PARTICIPANTES.

LA LISTA DE ASISTENCIA E IMÁGENES OBTENIDAS DURANTE ESTOS TALLERES SE PRESENTA A CONTINUACIÓN:

Alejandra Diaz	alejandra@cochamotravel.cl
Andrea Rojas	andrea.rojas@katarata.cl
Angela Garcia	
Aracely Ayenao	araceliayenao@gmail.com
Carlos Chavez	carlos@pewmaweb.cl
Carolina Zapata	caro.zmellado@hotmail.com
Christian Borgeaud	cborgeauds@gmail.com
Christian Pérez	christian@greetech.cl
Claudia Huepe	info@cicloaustralchile.com
Cyril Christensen	cyril@chiloenatural.com
Daniela Jerez	daniela.jerez@cascada.travel
Enrique Pérez	enriqueperez@coloniaustral.cl
Esteban Valenzuela	esteban.valenzuela.b@gmail.com
Fernanda Aichele	f.aichele.arg@gmail.com
Francisco Albarrán	sterky.fjas@gmail.com
Frank Boettcher	fboettcher@andesnativa.com
Gabriela Velasquez	apexbackcountryguides@gmail.com
Ghislaine Schmidt Coke	gschmidt@mototraveltouring.com
Gonzalo Barros	gonbarros@gmail.com
Guillermo Full@	contacto@riovivo.cl
Hans Liehti	info@travelaid.cl
Héctor Benítez	ecotour.terra@gmail.com
Hernán Santana	hernan.santana.soto@gmail.com
Isabel Correa	isabel@labaitaconguillio.cl
Javier Zelada	mavidadventures@gmail.com
Jean Battle	jp@travesiaandes.cl
Jeremy Aguilar	jeremy.ignacio10@gmail.com
Joaquin Cueto	info@letsgoexperience.cl
Jose Dragon	eskalapatagonia@gmail.com
Juan Cortes	etnika.turismo@gmail.com
Juan Pablo Armstrong Silva	jparmstrongsilva@yahoo.com
Juan Pablo Mansilla	juanpablo@chiloetnico.cl
Juan Pablo Silva	jpsilva@mototraveltouring.com
Juan Rodriguez	jars@skiantillanca.cl
Laura Ortega	info@kupange.cl
Magdalena Contreras	pocha@chiloenatural.com
Marcel Gonzalez	mgmsoup@yahoo.es
Marco Lucero	mlucero.alarcon@gmail.com
Maria Baeza	mery.ruth.baeza@gmail.com
Monica Alvarez	domosantumahuida@gmail.com
Noemi Catrilaf	foyeinalafken@gmail.com
OMAR HERNANDEZ	hernandez.aichele@gmail.com
Pascal Rosales	pascal@futangue.com
Pilar Mercado	pilarmercador@hotmail.com
Ricardo Flandez	panguitrail@hotmail.com
Ricardo Italo Sapiain	guiaespecializado@gmail.com
ROMÀ MARTI	info@raaraucarias.com
Sandra osorio	calafatesdelllaima@gmail.com
Sarina Hinte	sarina@elementos.travel
Sebastian Nuñez	agenciaepupewen@gmail.com
Tomás Balbontín	tbalbontinbenedetti@gmail.com
Valentin villagran	pucontours@gmail.com
Victor Luengo	peripillan.eirl@gmail.com

Zoom Seminario web

Grabando...

Vista

Rodrigo Moreno

RELV - Amity Tours

Raffaele Di Biase

Participantes (18)

Panelistas (3) Espectadores (15)

Q Buscar

- AD Alejandra Diaz
- AI Alvaro Ignacio Rivera Almonacid
- CE Carolina Erber
- CN Chiloe Natural
- CV claudia vargas
- GP Germán Pino
- HL Hans Liechti
- JL Joaquin Let's Go Experience
- JP Jorge Peters Skiba
- JP Juan Pablo Armstrong
- P patricio

Bajar todas las manos

Finalizar

Cancelar silenciar ahora Detener video Participantes Preguntas y respuestas Votaciones Compartir pantalla Más

18

10:58 04-02-2021

Zoom Reunión

Vista

Vanessa Rojas

Camila Silva

RELV - Amity Tours

ALFREDO INFA...

Rodrigo Mera

Daniel Muñoz Aranc...

Luis Brañas

Marcel Gonzalez

Patricio Fernand...

Esteban Valenzu...

Ghislaine

ROMÀ MARTI

Alejandra Diaz

Joaquin Cueto

Lorena Springer

MAURICIO ALE...

Lorena Duhalde

David Ojeda

Romà Marti

Paula de la Maza

Nadia Muñoz

Carolina Erber

Ghislaine

Tiemo Speckhardt

Nadia Muñoz

Participantes (28)

Q Buscar un participante

- RM ROMÀ MARTI
- RM Romà Marti
- Tiemo Speckhardt
- G Ghislaine
- NM Nadia Muñoz

Invitar Silenciar a todos

Chat

De Joaquin Cueto a Todos:

Branding desde la compra de ropa con logo institucional, letreros...pendones, etc

eso... MUCHAS GRACIAS, por la aclaración...!!

Enviar a: Todos Archivo

Escribe aquí para buscar

11:03 24-02-2021

Zoom Reunión

Participantes (24)

Buscar un participante

- RELV - Amity Tours (Anfitrión, yo)
- RELV - Amity Tours (Coanfitrión)
- AG Angela Garcia
- AA aracely ayenao
- Camila Silva
- CC Carlos Chavez
- CP Christian Pérez
- Esteban Valenzuela
- GS ghislaine schmidt-mototravel
- GB Gonzalo Barros
- Héctor Benítez
- HS Hernán Santana @basecamp vo...

Invitar Silenciar a todos

Juan Rodriguez

RELV - Amity Tours

juan pablo silva

Gonzalo Barros

Christian Pérez

ROMA MARTI

jose dragon

aracely ayenao

ghislaine schmi...

valentin villagran

Sebastian Nuñez

Angela Garcia

Hernán Santana...

Angela Garcia

Monica Alvarez

Ricardo Sapiain

Kupange Avent...

Carlos Chavez

Víctor Luengo P...

Pascal Rosales

Héctor Benítez

Escribe aquí para buscar

11:29
16-03-2021

Zoom Reunión

Grabando

Vista

Participantes (10)

Buscar un participante

- Camila Silva (Yo)
- RELV - Amity Tours (Anfitrión)
- Carolina Erber (Coanfitrión)
- Christian Borgeaud
- DJ Daniela Jerez
- FA Fernanda Aichele
- JC Joaquin Cueto Lets's Go Experie...
- MC Magdalena Contreras
- SH Sarina Hinte
- RI Ricardo Italo Sapiain

Invitar Reactivar mi audio

Ricardo Italo Sa...

Joaquin Cueto L...

Christian Borgeaud

Fernanda Aichele

Magdalena Cont...

Daniela Jerez

Sarina Hinte

Detener video (Alt+V)

Cancelar silenciar ahora Detener video

Participantes Chat Compartir pantalla Reacciones Salir

Escribe aquí para buscar

10:11
03-03-2021

2.2.4. Reuniones 1 a 1 para práctica de pitch (3 SEMANAS)

Entendiendo que con los talleres de transferencia no se logrará ajustar el pitch de los emprendedores para que estén acordes a lo esperado por los buyers, se realizarán reuniones 1 a 1 para mejorar su presentación.

El agendamiento de estas reuniones será en la modalidad “first come first serve”, motivando así a que los emprendedores reaccionen rápidamente.

ENTRE LOS DÍAS 19 Y 23 DE MARZO, SE HABILITÓ UNA PLATAFORMA “DEMO” PARA QUE LOS EMPRENDEDORES INTEGRANTES DEL CLUB DE EXPERIENCIA DE LA RELV PUDIESEN PRACTICAR SU PITCH, OBTENIENDO RESULTADOS EXITOSOS TANTO EN CUANTO A LA CANTIDAD COMO PROGRESO EN LA CALIDAD DE SUS PITCH.

CONSIDERAMOS QUE ESTA POSIBILIDAD DE HABILITAR UNA PLATAFORMA “DEMO” FUE UN GRAN LOGRO PARA EL PROYECTO.

A CONTINUACIÓN, SE PRESENTA LA MATRIZ DE REUNIONES REALIZADAS DURANTE EL EVENTO “DEMO” EN FORMATO TABLA E IMAGEN DE PLATAFORMA EVENTTIA:

EMPRESA	NOMBRE	REUNIONES CONFIRMADAS
Amity Tours	Germán Pino	8
Amity Tours	Angela Bless	7
Amity Tours	Cristián Levy	5
Foye-Inalafken	Noemi Catrilaf	3
Kalfu expediciones	Guido Calfueque	2
Conquista Chile	Omar Hernandez Aichele	2
Pucon Tours	Valentin Villagran	2
Rutas Ancestrales Araucarias	Roma Martí Mateo	2
Ranco Lauken Expeditions	Gonzalo Barros	2
Club Andino Osorno Centro de Ski Antillanca	Juan Rodriguez	1
Greotech Chile	Christian Pérez	1
Riñinahuel Fly Fishing Expeditions & Outfitters	Pedro Muñoz Fritz	1
Travesia Chile SpA	Jean Pierre Battle	1
Eco Tour Terra SpA	Héctor Benítez Urrutia	1
Salto Miradores del Ranco	Ricardo Sapiain	1
Suizandina Lodge	Sergio Pérez	1
Hua Hum	Jorge Peters	1
Ruta Escénica Lagos y Volcanes	Camila Silva	1
Newenko Turismo	Waleska Ayenao	1
Cochamó Travel	Alejandra Díaz	1



Active

Demo Event
 From March 19, 2021 To March 21, 2021 (0 remaining days for the event)

Modules

Dashboard

Registration

Website

Virtual Stage

Program

Networking

Exhibitors

Financials

Points of interest

Surveys

Files

Reports

Sponsors

Reports / Meetings overview

Actions

Company	Contact name	Participant Type	Meetings confirmed requested by me	Meetings confirmed requested to me	Meetings pending confirmation requested by me	Meetings awaiting third party confirmation	Total meetings confirmed	Total meetings pending confirmation	Total expired meetings
Amity Tours	Cermain Pino	Suppliers	5	0	3	0	8	0	0
Amity Tours	Angela Bless	Suppliers	1	0	6	0	7	0	8
Amity Tours	Cristián Ley	Suppliers	1	0	4	0	5	0	0
Foye-Inalafren	Noemi Catrillaf	Suppliers	3	0	0	0	3	0	0
Kallu expediciones	Guido Calfuque	Suppliers	2	0	0	0	2	0	0
Conquista Chile	Omar Hernandez Aichele	Suppliers	1	0	1	0	2	0	0
Pucon Tours	Valentin Villagran	Suppliers	0	0	2	0	2	0	1
Rutas Ancestrales Araucarias	Roma Mari Maipo	Suppliers	2	0	0	0	2	0	0
Ranco Jauken Expeditions	Conzalo Barros	Suppliers	0	0	2	0	2	0	0
Ritihualfel Fly Fishing Expeditions & Outfitters	Pedro Muñoz Fritz	Suppliers	0	0	1	0	1	0	1
Club Andino Osorno Centro de Ski Antillarca	Juan Rodríguez	Suppliers	0	0	1	0	1	0	0
Greotech Chile	Christian Pérez	Suppliers	1	0	0	0	1	0	0
Eco Tour Terra SpA	Héctor Benítez Urrutia	Suppliers	1	0	0	0	1	0	0
Travesía Chile SpA	Jean Pierre Battle	Suppliers	1	0	0	0	1	0	0
Sallos Miradores del Ranco	Ricardo Spainin	Suppliers	1	0	0	0	1	0	0
Suzandrina Lodge	Sergio Pérez	Suppliers	1	0	0	0	1	0	0
Hua Hum	Jorge Peters	Suppliers	1	0	0	0	1	0	0
Ruta Escénica Lagos y Volcanes	Camila Silva	Suppliers	0	0	1	0	1	0	0
Newerko Turismo	Waleska Ayenao	Suppliers	1	0	0	0	1	0	0
Cochamó Travel	Alejandra Diaz	Suppliers	0	0	1	0	1	0	0

2.2.5. Entrega de Informe 3: Resultado de jornadas de transferencia (1 SEMANA)

Posterior a la ejecución de las capacitaciones haremos entrega de un informe que contenga todas las presentaciones de las jornadas, verificadores de asistencia virtual y análisis de participación y logro de objetivos de aprendizajes de las jornadas.

Para conocer la percepción de los participantes sobre los talleres ejecutados, entregaremos una encuesta de evaluación al finalizar el ultimo taller similar a la siguiente:

Estimado/a Empresario/a, por favor evalúe la calidad del módulo de aprendizaje, en escala de 1 a 5.				
Su evaluación y comentarios son muy importantes para nosotros y nos ayudan a una mejora continua de nuestros procesos.				
Marque con una X en el casillero que corresponda				
1. En general, cómo evalúa la calidad de la información entregada en este módulo.				
1	2	3	4	5
Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
2. Cómo evalúa la calidad técnica de los expositores del módulo				
1	2	3	4	5
Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
3. Cómo evalúa la calidad de los ejercicios prácticos del módulo				
1	2	3	4	5
Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
4. Cómo estima Ud. que podríamos mejorar aspectos débiles de nuestro servicio, favor comente:				

Este informe será entregado en formato Word y PDF.

CREEMOS QUE NO EXISTE ESPACIO DE TIEMPO, Y DISPOSICIÓN DE LOS PARTICIPANTES EN LLENAR UNA NUEVA ENCUESTA. SE PROPUSO EVALUAR SOLO EL RESULTADO DE LA RUEDA DE NEGOCIOS Y GENERAR UNA PREGUNTA DE LOS TALLERES EN DICHO FORMULARIO.

EL RESULTADO SE ENTREGA EN LA RENDICIÓN DE DICHA ACTIVIDAD.

2.3. ETAPA 3: PREPARACIÓN DE RONDA DE NEGOCIOS

Objetivo Etapa 3 (OE3)

Los términos de referencia plantean como objetivo asociado a esta Etapa lo siguiente:

Llevar a cabo una ronda de negocios como espacio de comercialización de la oferta turística del macrodestino RELV y en relación con los resultados del objetivo (a) de este artículo. Será una instancia de participación de empresarios turísticos que venden productos de la RELV con TTOO mayoristas, minoristas, receptivos, agencias de viajes y hoteles.

Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo para esta etapa considera a toda la oficina de Amity Tours. Se contará con el soporte técnico permanente de profesionales a cargo de la plataforma a contratar.

Productos de la Etapa

- Contratación de plataforma virtual especializada en rondas de negocios virtuales de soporte para la actividad.
- Convocatoria de los empresarios oferentes de productos turísticos del macro destino (vendedores). En

esta acción se requiere la participación de al menos 50 vendedores, se debe priorizar en la convocatoria a los empresarios turísticos capacitados en la etapa anterior.

- Convocatoria a 20 empresas compradoras; TTOO mayoristas, minoristas, receptivos, agencias de viajes y hoteles que comercializan productos turísticos.
- Coordinación de las agendas entre vendedores y compradores (mínimo 1 reunión efectiva por vendedor y comprador).
- Inducción de participantes en la ronda de negocios (uso de la plataforma y recomendaciones para una eficiente reunión comercial) al menos una jornada de inducción y video tutorial de inducción.
- Entrega de informe 4 que dé cuenta del monitoreo del proceso de convocatoria, inscripción y agendamiento de reuniones. Este informe debe ser entregado una semana previa al evento.

Consideraciones

El equipo ha tomado ya contacto con plataformas virtuales especializadas en rondas de negocios, las cuales entregan servicios acordes a los solicitados. En la medida que Amity Tours se adjudique la presente licitación, se iniciará el proceso de contratación de la plataforma, designando a alguien de nuestro equipo como contraparte permanente mientras dure el desarrollo de las etapas 3 y 4.

Las actividades consideradas se detallan a continuación.

2.3.1. Contratación de plataforma virtual especializada en rondas de negocios virtuales de soporte para la actividad. (1 SEMANA)

La plataforma virtual que se contratará al menos debería de brindar los siguientes servicios:

1. Registro

- Diferentes perfiles de participantes (buyers / oferentes)
- Sitio Web de registro
- Información del evento
- Registro de los participantes en línea
- Formulario de registro a la medida
- Base de datos en tiempo real

2. Mass Mailing (20 emails por asistente)

- Correos intencionales masivos para los participantes
- Correos automáticos de Registro Exitoso, Solicitud de cita de negocio, Confirmación o Rechazo de cita.
- Recordatorios

3. Escena virtual para la transmisión del evento

Acceso restringido a los participantes (por medio de correo y código de seguridad enviado a este correo). Un solo acceso por correo autorizado.

Módulos de información:

- Agenda del evento y acceso a cada actividad
- Descripción de cada actividad
- Biografías e información de “buyers”
- Posibilidad de adjuntar archivos

Módulos interactivos:

- Encuestas de satisfacción
- Quiz, sesiones Preguntas & Respuestas
- Chat en vivo

4. Módulo de Networking Virtual:

- Lista de participantes con sus perfiles y posibilidad de solicitar citas en línea entre ellos
- Agenda de citas de cada participante, con horarios y botón para acceder a la sala virtual
- Evaluación de cada cita
- Base de datos de todas las citas programadas, control por parte de los usuarios admin de estas citas
- api accesso

Al contratar la plataforma, cualquiera que se seleccione, esta deberá hacerse cargo de la coordinación de agendas de los participantes, y generar un espacio de inducción de su uso a todos quienes sean convocados (actividad siguiente 3.3.2.).

Si bien la plataforma será utilizada durante el proceso, estimándolo en 1 mes, Amity Tours la contratará por 6 meses, dejándola disponible para el programa como valor agregado a los términos de referencia.

SE CONTRATÓ LA PLATAFORMA EVENTTIA PARA LA RUEDA DE NEGOCIOS.

2.3.2. Convocatoria de participantes buyers / oferentes. (4 SEMANAS)

Considerada una de las actividades más críticas para el éxito del proyecto, la convocatoria de ambos perfiles de empresas, buyers y oferentes, debe ser un trabajo gestado desde el inicio del proyecto con la finalidad de comprometer a los mejores en sus campos.

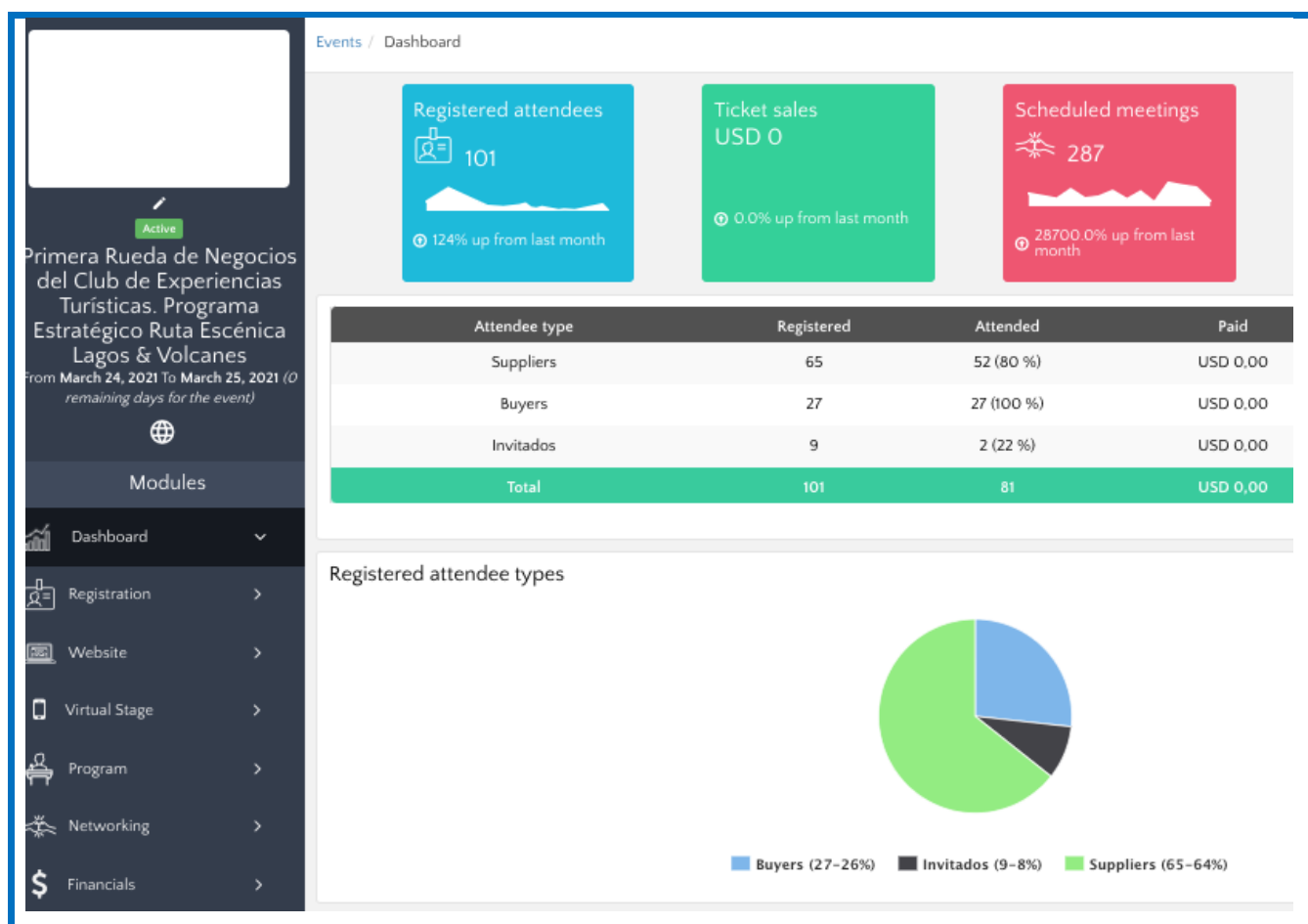
Tal cómo se señaló anteriormente, el proceso de “reclutamiento” de buyers debe ser una prioridad en el inicio del proyecto, esto porque sirven de motivadores para que las empresas se sumen al proyecto con el objetivo en mente de poder capturar su interés. Estimamos que en el inicio del proyecto deberíamos de tener al menos 10 buyers comprometidos, dejando para esta etapa el trabajo de comprometer a otros 10 buyers que tengan clientes más de nicho y que sean coherentes con la propuesta de los potenciales oferentes.

También cómo mencionó en puntos anteriores, Amity Tours es socio de FEDETUR, desde donde puede acceder de manera privilegiada a empresas grandes que podrían estar interesadas en conocer nuevas experiencias en el destino Lagos & Volcanes.

Respecto a los oferentes, el proyecto debe poner sus máximos esfuerzos para generar un trabajo continuo con un grupo de empresas / emprendedores que estén deseosos de crecer desde el prisma técnico / comercial. Es por eso la importancia de seguir la línea del proyecto que precede a esta licitación, donde se identifica un grupo de empresas con importante potencial que hoy desarrollan experiencias en Lagos y Volcanes pero que aún tienen poca exposición comercial.

EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO TUVO COMO RESULTADO LA INSCRIPCIÓN DE 65 SUPPLIERS Y 27 BUYERS.

SE ADJUNTA UNA TOMA DE PANTALLA DE LA PLATAFORMA EVENTTIA.



2.4. ETAPA 4 Y 5: EJECUCIÓN RONDA DE NEGOCIOS E INFORME FINAL ANÁLISIS DE IMPACTO

Objetivo Etapa 4 (OE3)

Los términos de referencia plantean como objetivo asociado a esta Etapa lo siguiente:

Llevar a cabo una ronda de negocios como espacio de comercialización de la oferta turística del macrodestino RELV y en relación con los resultados del objetivo (a) de este artículo. Será una instancia de participación de empresarios turísticos que venden productos de la RELV con TTOO mayoristas, minoristas, receptivos, agencias de viajes y hoteles.

Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo para esta etapa considera a toda la oficina de Amity Tours. Se contará con el soporte técnico permanente de profesionales a cargo de la plataforma a contratar.

Productos de la Etapa

- Ronda de Negocios

Consideraciones

La experiencia de Amity Tours en cuanto a participación en actividades de networking y generación de negocios en instancias similares a las planteadas en este proyecto, permite prever que esta actividad por si sola no generará un vínculo comercial inmediato, sino más bien el inicio de una serie de conversaciones que permitirán a parte de los oferentes poner de manera efectiva sus experiencias en catálogos de productos de empresas intermediarias.

Dicho lo anterior, consideramos que proyectar un impacto económico a 12 meses no es factible de hacer

considerando la información de una sola reunión entre buyers y oferentes. Creemos pertinente cambiar este indicador por uno más cualitativo que muestre las expectativas de generar negocios en el corto plazo.

Lo mismo consideramos respecto a destacar 3 casos exitosos, los cuales, si bien pueden suceder en el marco de una reunión, no necesariamente sucederá. Creemos pertinente mostrar 3 casos de éxito del proceso de participación, generando al menos 3 micro videos de empresas destacadas grabados por ellos mismos en base a guion / formato entregado por Amity Tours.

Las actividades consideradas se detallan a continuación.

2.4.1. Desarrollo de Ronda de Negocios. (1 SEMANA)

Considerada la actividad final en cuanto a participación, y sin duda el objetivo final de las empresas participantes del proceso, se desarrollará la Ronda de Negocios en un solo día, cuya fecha será determinada de manera acordada con el mandante.

Previo a este desarrollo, se harán pruebas técnicas que permitan asegurar un funcionamiento correcto de la plataforma.

LA RUEDA DE NEGOCIOS, PRINCIPAL HITO DEL PROYECTO, SE REALIZÓ EN 2 DÍAS, ESTO PARA FACILITAR EL AGENDAMIENTO DE REUNIONES ENTRE SUPPLIERS Y BUYERS.

50 SUPPLIERS TUVIERON REUNIONES.

SE REALIZARON 287 REUNIONES DURANTE LOS DÍAS DE LA RUEDA DE NEGOCIO.

SE ADJUNTA UNA IMAGEN DEL DASHBOARD DEL EVENTO EN EVENTTIA.



Primer Rueda de Negocios
del Club de Experiencias
Turísticas. Programa
Estratégico Ruta Escénica
Lagos & Volcanes

from March 24, 2025 to March 25, 2025 (0
remaining days for the event)

active

Modules

Dashboard

Registration

Website

Virtual Stage

Program

Networking

Financials

Surveys

Reports

Sponsors

Registered attendees

101

24% up from last month

Ticket sales

USD 0

0.0% up from last month

Scheduled meetings

287

28700.0% up from last month

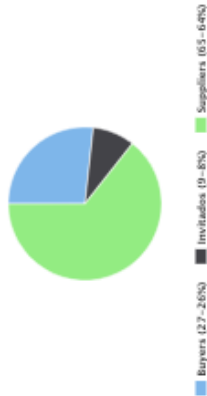
Total website visits

741

74000% up from last month

Attendee type	Registered	Attended	Paid	Pending
Suppliers	65	52 (80 %)	USD 0.00	USD 0
Buyers	27	27 (100 %)	USD 0.00	USD 0
Invitados	9	2 (22 %)	USD 0.00	USD 0
Total	101	81	USD 0.00	USD 0.00

Registered attendee types



Ticket sales



Meeting status



SE ADJUNTA UNA IMAGEN DEL ARCHIVO EXCEL ENTREGADO POR LA PLATAFORMA EVENTTIA Y SU [LINK DE DESCARGA](#).

Company	Name	State	City	Participant Type	Total meetings confirmed
Futangu Hotel & SPA	Pascal Rosales	Los Ríos	Lago Rancho	Suppliers	20
La Baita Conguillio	Isabel Correa	La Araucanía	Melipeuco	Suppliers	18
Centro de Ski Antillanca	Juan Rodriguez	Los Lagos	Puyehue	Suppliers	15
Suizandina Lodge	Sergio Pérez	La Araucanía	Curacautín	Suppliers	14
Base Camp Volcán Kallfúko	Hernán Santana	Los Lagos	Puerto Montt	Suppliers	14
Rutas Ancestrales Araucarias	Román Martí Mateo	La Araucanía	Curanrehue	Suppliers	13
Foye-Inalafken	Noemi Catiraf	Los Ríos	Panguipulli	Suppliers	12
Vortice Chile	José Luis Alvarez	La Araucanía	Curacautín	Suppliers	11
CicloAustral	Claudia Huepe	Los Lagos	Puerto Montt	Suppliers	11
Mitico Puelo Lodge	Valeria Medrano	Los Lagos	Cochamó	Suppliers	11
Rototom Outfitters	Alvaro Rivera	Los Lagos	Puerto Varas	Suppliers	10
Ranco Lauken Expeditions	Gonzalo Barros	Los Ríos	Lago Rancho	Suppliers	10
MotoTravel	Juan Pablo Silva	Metropolitana de Santiago	Vitacura	Suppliers	9
Cochamó Travel	Alejandra Díaz	Los Lagos	Cochamó	Suppliers	9
Pucon Tours	Valentin Villagran	La Araucanía	Pucón	Suppliers	9
Newenko Turismo	Waleska Ayenao	La Araucanía	Melipeuco	Suppliers	9
Ruta Escénica Lagos y Volcanes	Camila Silva	Los Ríos	Lago Rancho	Suppliers	9
Eco Tour Terra SpA	Héctor Benítez Urrutia	La Araucanía	Temuco	Suppliers	8
Andes Puro Exploraciones	Gabriela Velasquez	La Araucanía	Curacautín	Suppliers	7
Geopatagonia Expediciones	José Luis Dragon	Los Lagos	Puerto Montt	Suppliers	7
Lodge Nevados de Sollipulli	Christian Gibson	La Araucanía	Melipeuco	Suppliers	7
Rifinahuel Fly Fishing Expeditions & Outfitters	Pedro Muñoz Fritz	Los Ríos	Río Bueno	Suppliers	6
Kupange Aventura	Laura Inés Ortega Aichele	Los Lagos	Puerto Montt	Suppliers	6
Río Vivo	Guillermo Fullá	Los Ríos	Valdivia	Suppliers	5
Wechuntu Outdoor SPA	Angel Delgado	Los Ríos	Panguipulli	Suppliers	5
Weltgrund Chile Ltda.	Beate Knust-Bentzien	La Araucanía	Curacautín	Suppliers	5
Pangui Trail Chile	Ricardo Flandez	Los Ríos	Panguipulli	Suppliers	5
Greentech Chile	Christian Pérez	Los Lagos	Puerto Montt	Suppliers	5
Experiencias Foye Mapu Tour -Turismo Mapuche Comunitario.	Isabel Naguil Carrasco	Los Ríos	Panguipulli	Suppliers	4
Salto Miradores del Ranco	Ricardo Italo Sapiain Cataldo	Los Ríos	Lago Rancho	Suppliers	4
Pewma expediciones	Cristobal Brañas	Los Ríos	Futroneo	Suppliers	4
Mawida Adventures	Rodrigo Vera	La Araucanía	Pucón	Suppliers	4
Amity Tours	Cristián Levy	La Araucanía	Pucón	Suppliers	4
Cahuil Adventure Turismo	Esteban Valenzuela Barrera	Los Lagos	Llanquihue	Suppliers	3
Expediciones Kalfu.	Guido Calfueque	Los Ríos	Lago Rancho	Suppliers	3
Chimanga Turismo Aventura	Juan Andrés Gómez	Los Lagos	Puerto Varas	Suppliers	3
Ruta Milimili	Isabel Caripan Huilpan	Los Ríos	Panguipulli	Suppliers	3
Rafting Río Bueno	Francisco Albarán	Los Ríos	Río Bueno	Suppliers	2
Vivelo excursiones	Natalia Celedon	Los Ríos	Valdivia	Suppliers	2
Conquista Chile - Experiencias Deportivas	Omar Hernández Aichele	Los Lagos	Osorno	Suppliers	2
Namku Adventure	Nataly Escobar	La Araucanía	Melipeuco	Suppliers	2
Terrasur Ecoaventura	Fredy Mansilla	Los Lagos	Puerto Varas	Suppliers	2
Aguaventura	Vincent Baudin	La Araucanía	Pucón	Suppliers	1
Choshuenco Experience Spa	Juan Francisco Duath	Los Ríos	Panguipulli	Suppliers	1
ECORANCO SPA	Lizandra Salazar	Los Ríos	La Unión	Suppliers	1
Servicios Tours y Turismo Luis Alberto Fuentes Fuentes E.I.R.L	Luis Alberto Fuentes Fuentes	Los Ríos	Lago Rancho	Suppliers	1
Turismo Sostenible	Sebastián Peralta Rivas	Los Ríos	La Unión	Suppliers	1
Turismo Lemu Mahuida	Fernando Bustos	Los Ríos	Panguipulli	Suppliers	1
Newen Puelo	Marcela Almonacid	Los Lagos	Cochamó	Suppliers	1
Turismo Meli Newen	Lorena Vergara	La Araucanía	Curacautín	Suppliers	1
Bici-Turismo	Hardy Cardenas Quichillao	Los Ríos	La Unión	Suppliers	0
Cooperativa COLARI	María Ruth Baeza Morales	Los Ríos	Los Lagos	Suppliers	0
Travesía Chile SpA	Jean Pierre Battle	La Araucanía	Pucón	Suppliers	0
Moto Patagonia	Paula De La Maza	Los Lagos	Puerto Varas	Suppliers	0
Aventura Sport	Christophe Carrasco Fuentes	Los Ríos	Futroneo	Suppliers	0
Pedaleo	Juan Pablo Montaña Faulbaun	Los Lagos	Puerto Varas	Suppliers	0
Peripillan Expediciones	Victor Luengo	Los Ríos	Los Lagos	Suppliers	0
Antilco	Matthias Boss	La Araucanía	Pucón	Suppliers	0
Antu Mahuida	Monica Alvarez	La Araucanía	Melipeuco	Suppliers	0
Natural Park Adventure	Julio Pablaza	La Araucanía	Pucón	Suppliers	0
Etnika Eco Aventura	Juan Francisco Cortes Araneda	La Araucanía	Curacautín	Suppliers	0
ELEMENTOS Eco Lodge	Sarina Hinte	La Araucanía	Pucón	Suppliers	0
Agencia Turismo Epu Pewen	Sebastián Nuñez	La Araucanía	Curacautín	Suppliers	0
SweetRaft	Patricio Fuentes	Los Lagos	Puerto Varas	Suppliers	0
Amity Tours	Germán Pino	La Araucanía	Pucón	Suppliers	0

2.4.2. Entrega de Informe 5 Final. (1 SEMANA)

Este informe (informe 5) deberá contener lo siguiente:

- Cantidad y nombre de empresas participantes
- Citas agendadas / citas concretadas / porcentaje de concreción
- Análisis de encuesta de satisfacción de participantes
- Expectativas de generar negocios en el corto plazo
- Al menos 3 micro videos de empresas destacadas

SEGÚN LO COMPROMETIDO PARA ESTE ÚLTIMO INFORME, SE ENTREGAN LOS SIGUIENTES RESULTADOS:

- CANTIDAD Y NOMBRE DE EMPRESAS PARTICIPANTES

65 SUPPLIERS Y 27 BUYERS

- CITAS AGENDADAS / CITAS CONCRETADAS / PORCENTAJE DE CONCRECIÓN

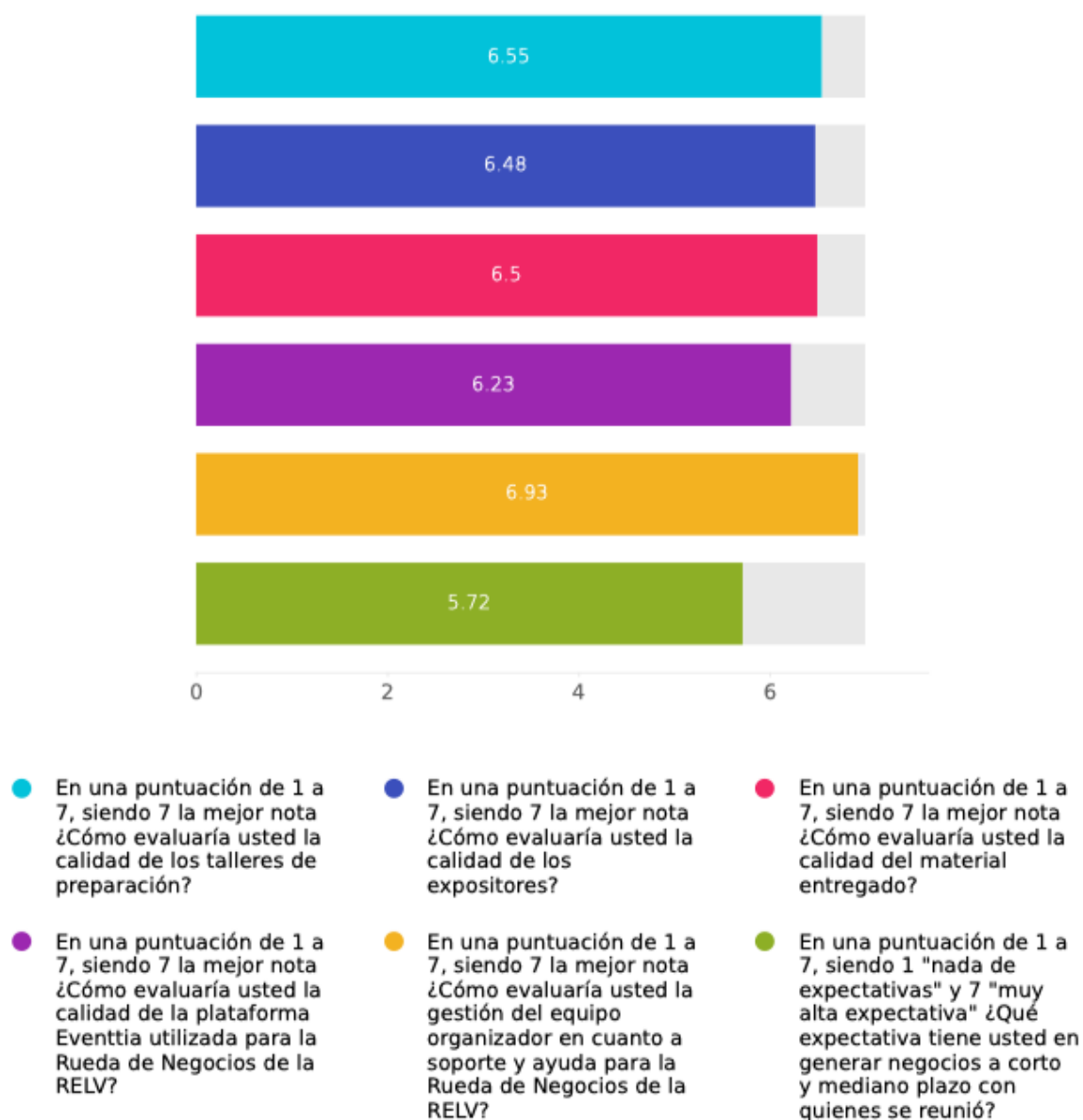
SE ADJUNTA [LINK DE DESCARGA](#)

- ANÁLISIS DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE PARTICIPANTES

SE ADJUNTA [LINK DE DESCARGA](#) DE ENCUESTA REALIZADA

A CONTINUACIÓN, SE PRESENTA EL RESUMEN DE LA EVALUACIÓN REALIZADA A TRAVÉS DE LAS ENCUESTA.

Calificaciones promedio



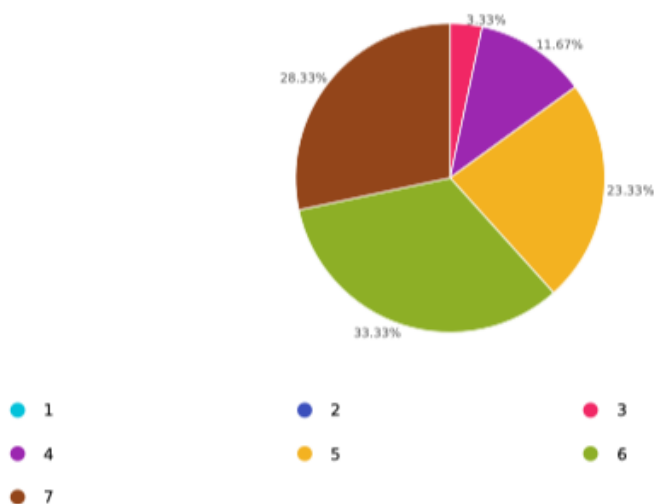
- EXPECTATIVAS DE GENERAR NEGOCIOS EN EL CORTO PLAZO

SEGÚN LA MISMA ENCUESTA REALIZADA, SE ADJUNTA RESPUESTA DE LOS PROPIOS PARTICIPANTES:

R9

En una puntuación de 1 a 7, siendo 1 "**nada de expectativas**" y 7 "**muy alta expectativa**" ¿Qué expectativa tiene usted en generar negocios a corto y mediano plazo con quienes se reunió?

Respondida: 60 Omitida: 0



- AL MENOS 3 MICRO VIDEOS DE EMPRESAS DESTACADAS

SE SOLICITÓ A LOS EMPREDENDORES SUPPLIERS GENERAR UN VIDEO CON SUS TELÉFONOS MÓVILES, LOS CUALES ESTÁN EN PROCESO.

EN LOS SIGUIENTE LINKS DE DESCARGA ESTÁN LOS VIDEOS QUE SE HAN RECIBIDO HASTA LA FECHA:

[LA BAITA CONGUILLÍO](#)

[MOTO TRAVEL](#)

[HUAHUM](#)

[CONQUISTA CHILE](#)

[SALTOS MIRADORES DEL RANCO](#)

3. PLAN DE TRABAJO

3.1. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS ACTIVIDADES A REALIZAR.

ETAPA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	SEMANA
1	Análisis de Información generada. Esta actividad permitirá definir que empresas tienen el perfil adecuado para participar del proceso, considerando que algunas de las empresas identificadas en el proyecto precedente pueden participar como buyers.	Germán Pino	1
	Convocatoria e Informe Comercial. Con la información obtenida en la actividad anterior, se procederá a convocar a las empresas seleccionadas a través del contacto telefónico a cada una de ellas, para posterior envío de documento / informe comercial y carta de compromiso para ser firmadas por cada uno de ellos.	Cristián Levy	2 a 6
	Entrega de Informe 1. Se sistematizará y generarán las versiones finales de las fichas obtenidas, las cuales se agregarán a las carpetas de cada una de las empresas. Estas serán entregadas de manera digital en formato Word y PDF.	Germán Pino	6
	Adecuación de talleres a contexto del destino Lagos & Volcanes. Esta actividad es un proceso relativamente corto que pretende ajustar detalles de los contenidos expuestos en la propuesta para que sean acordes a la realidad de las empresas convocadas.	Cristian Levy Carolina Erber	2 a 3
2	Entrega de Informe 2. Actividad formal requerida en los términos de referencia cuyo objetivo es entregar el calendario de capacitaciones, contenido, objetivos de aprendizajes esperados y propuesta metodológica. Este informe será entregado en formato Word y PDF.	Germán Pino	6
	Ejecución de las jornadas de transferencia. Desarrollo de los talleres propuestos según calendario acordado con el mandante.	Cristián Levy Carolina Erber	3 a 7
	Reuniones 1 a 1 para práctica de pitch	Cristian Levy Germán Pino	5 a 7
	Entrega de Informe 3. Posterior a la ejecución de las capacitaciones haremos entrega de un informe que contenga todas las presentaciones de las jornadas, verificadores de asistencia virtual y análisis de participación y logro de objetivos de aprendizajes de las jornadas.	Germán Pino	6
	Contratación de plataforma virtual especializada en rondas de negocios virtuales de soporte para la actividad.	German Pino	1
3	Convocatoria de participantes buyers / oferentes.	Cristián Levy	1 a 6
4 y 5	Desarrollo de Ronda de Negocios. Considerada la actividad final en cuanto a participación, y sin duda el objetivo final de las empresas participantes del proceso, se desarrollará la Ronda de Negocios en un solo día, cuya fecha será determinada de manera acordada con el mandante.	Cristián Levy	8
	Entrega de Informe 5 Final.	Germán Pino	9
	Entrega final con todo lo requerido en los términos de referencia.		

3.2. CARTA GANTT

ACTIVIDADES	01-Feb	08-Feb	15-Feb	22-Feb	01-Mar	08-Mar	15-Mar	22-Mar	29-Mar
Análisis de Información generada.									
Convocatoria e Informe Comercial.									
Entrega de Informe 1.									
Adecuación de talleres a contexto del destino Lagos & Volcanes.									
Entrega de Informe 2.									
Ejecución de las jornadas de transferencia.									
1 a 1 práctica de picht									
Entrega de Informe 3.									
Contratación de plataforma virtual .									
Convocatoria de participantes buyers / oferentes.									
Desarrollo de Ronda de Negocios.									
Informe Final.									

3.3. PRODUCTOS ENTREGADOS

ETAPA	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	SEMANA
1	Entrega de Informe 1.	Germán Pino	6
2	Entrega de Informe 2.	Germán Pino	6
	Entrega de Informe 3.	Germán Pino	6
3, 4 y 5	Entrega de Informe Final.	Germán Pino	9