

SCOUTING E IDENTIFICACION DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

PROGRAMA ESTRATÉGICO MESORREGIONAL RUTA ESCÉNICA LAGOS & VOLCANES

INFORME Nº5: FINAL

09 DE MARZO 2021



AMITY TOURS

adventure. people. nature.

INDICE

1.	INTRODUCCIÓN	2
2.	RESULTADOS Y ENTREGABLES FINALES.....	2
2.1.	ETAPA 1: ACTUALIZACIÓN DEL CATASTRO Y CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA.....	2
2.1.1.	Recopilación y Sistematización de Información.....	3
2.1.2.	Actualización de Información.....	5
2.1.3.	Entrega de Informe Etapa 1: Catastro Actualizado.....	6
2.2.	ETAPA 2: ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO NACIONAL Y SU CONSUMO POST CRISIS SANITARIA	7
2.2.1.	Diseño y aplicación de encuesta a cliente final.....	7
2.2.2.	Análisis de estudios / encuestas generadas por FEDETUR / ACHET / ATTA.....	9
2.2.3.	Focus Group Top 5 Empresas Emisoras de Turistas (valor agregado a la propuesta).....	9
2.2.4.	Análisis de Usuarios Digitales.....	11
2.2.5.	Entrega de Informe Etapa 2: Documento de análisis	11
2.3.	ETAPA 3: IDENTIFICACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS.....	12
2.3.1.	Identificación de Experiencias Turísticas de alto potencial de comercialización	13
2.3.2.	Entrega de Informe Etapa 3: Fichas	15
2.4.	ETAPA 4: TALLERES DE DIVERSIFICACIÓN DE EXPERIENCIAS RELV	15
2.4.1.	Diseño y desarrollo de talleres	16
2.4.2.	Market Place Virtual Digital	17
2.4.3.	Gestión de Prensa	17
2.4.4.	Entrega de Informe Etapa 4	21
Anexo N°1		
Anexo N°2		
Anexo N°3		
Anexo N°4		
Anexo N°5		

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe final tiene por objeto entregar el resultado de la totalidad del proyecto.

Cabe recordar que **la fecha de inicio del proyecto fue el 23 de Noviembre de 2020**, entregando este informe a la contraparte del proyecto, COPEVAL y Programa Estratégico Mesorregional Ruta Escénica Lagos & Volcanes, el día 9 de Marzo.

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

2. RESULTADOS Y ENTREGABLES FINALES

Las bases de licitación proponen como objetivo general lo siguiente: Identificar y transferir experiencias a empresarios turísticos de la Ruta Escénica Lagos y Volcanes para aumentar la diversificación de la oferta turística del macro destino. 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 4 Etapas:

Etapa 1: Actualización del catastro y caracterización de la oferta turística

Etapa 2: Análisis del mercado turístico nacional y su consumo post crisis sanitaria

Etapa 3: Identificación de experiencias turísticas

Etapa 4: Talleres de diversificación de experiencias RELV

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: ACTUALIZACIÓN DEL CATASTRO Y CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Objetivo Etapa 1 (OE1)

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

Analizar y actualizar el catastro de la oferta turística del macro destino Ruta Escénica Lagos y Volcanes en el ecosistema troncal-rutas internacionales.

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

- Descripción de experiencias ofertadas.
- Proximidad de las experiencias con el troncal y las internacionales. Debe incluir geolocalización en archivo KMZ.
- Alcance territorial de la oferta (qué destinos opera).
- Temporada disponible de la oferta.
- Relación con tipos de turismo: aventura, wellness (bienestar y relax), vehículos recreacionales, cultural, comunitario (Mapuche, rural o de pertenencia territorial) y de naturaleza.
- Estado de registro SERNATUR.

- Grado de implementación de protocolos sanitarios.
- Otros tipos de sellos de calidad y sustentabilidad.

Consideraciones

Nuestra empresa considera que es fundamental poder obtener la base de datos del registro oficial de SERNATUR, utilizando el tiempo de manera más eficiente y concentrándonos en la validación de la información y su caracterización, agregándole valor a su base de datos con información más descriptiva asociada a las experiencias turísticas, información que hoy no poseen.

Las actividades consideradas se detallan a continuación.

2.1.1. Recopilación y Sistematización de Información.

Como trabajo previo, Amity Tours encontró en el buscador de servicios de SERNATUR 1.654 registros asociados a las regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, de empresas / emprendedores de los rubros tour operadores, agencias de viajes, guías de turismo, turismo aventura y servicios deportivos, como se estipula en las bases de licitación.

Su detalle se presenta a continuación:

Región	Tipo de Registro					Total
	Tour Operador	Agencia de Viajes ¹	Guía de Turismo	Turismo Aventura	Servicios Deportivos	
Araucanía	166	15	129	265	1	576
Los Ríos	67	9	94	111	4	285
Los Lagos	162	54	302	269	6	796
Total	395	78	525	645	11	1.654

La mayor concentración de registros está en la región de Los Lagos, principalmente por la cantidad de registros asociados a turismo aventura y guías de turismo.

En tanto a nivel de Ruta Escénica Lagos & Volcanes, que involucra a sólo 21 comunas de estas regiones, el total de registros es de 727, representando un 44% del total de las tres regiones. Quien lidera el número de registros es la región de La Araucanía, destacando la comuna de Pucón con 215 registros, seguido por Puerto Varas con 190.

Su detalle se presenta a continuación:

Región	Comuna	Tipo de Registro					Total	Total Regional
		Tour Operador	Agencia de Viajes	Guía de Turismo	Turismo Aventura	Servicios Deportivos		
Araucanía	Victoria	2	0	1	0	0	3	359
	Curacautín	10	1	15	21	0	47	
	Lonquimay	2	1	6	1	0	10	

¹ Se ha considerado las Agencias de Viaje Receptivas y Emisivas

	Melipeuco	5	1	12	10	0	28	
	Vilcún	1	0	5	0	0	6	
	Cunco	0	1	1	0	0	2	
	Villarrica	5	2	9	28	0	44	
	Pucón	11	1	38	164	1	215	
	Curarrehue	0	0	0	4	0	4	
Los Ríos	Panguipulli	2	0	7	24	2	35	107
	Los Lagos	0	0	1	1	0	2	
	Futrono	1	1	1	8	1	12	
	La Unión	2	0	3	13	0	18	
	Lago Ranco	2	1	8	21	1	33	
	Río Bueno	1	0	2	4	0	7	
Los Lagos	Puyehue	0	0	2	4	1	7	261
	Puerto Octay	1	0	3	10	0	14	
	Puerto Varas	17	4	66	101	2	190	
	Frutillar	0	0	8	6	3	17	
	Llanquihue	0	0	11	1	0	12	
	Cochamó	0	0	9	12	0	21	
TOTAL		62	13	208	433	11	727	

Esto no implica que existan esta cantidad de empresas / emprendedores proveedores de servicios turísticos, ni menos que operen experiencias asociadas a los tipos de turismo que se identifican como prioritarios en los términos de referencia.

Por ejemplo, Amity Tours está registrado tanto como tour operador receptivo, como por turismo aventura, y dentro de este último registro está en varias actividades: montaña, cicloturismo, observación de flora y fauna, senderismo y deslizamiento sobre nieve en áreas no delimitadas. 6 registros en total.



Dicho lo anterior, para el desarrollo eficiente de esta actividad, se solicitarán las bases de datos a SERNATUR, pudiendo así individualizar a las empresas / emprendedores e iniciar la actualización de su oferta asociada a las experiencias priorizadas.

RESULTADOS DE LA FECHA

SE OBTUVO LAS BASES DE DATOS POR PARTE DE LA CONTRAPARTE, LAS CUALES TIENE SU ORIGEN EN SERNATUR.

SE SISTEMATIZARON, CONSIDERANDO PARA FINES DEL TRABAJO SÓLO AUQUELOS REGISTROS DE AGENCIAS DE VIAJE, TOUR OPERADOR, SERVICIOS DEPORTIVOS Y TURISMO AVENTURA, DE LAS 3 REGIONES DEL DESTINO Y DE LA REGIÓN METROPOLITANA, DE VALPARAÍSO Y BIO BIO.

EL REGISTRO FINAL CONSTA DE 502 EMPRESAS.

ESTA ACTIVIDAD SE CONSIDERA FINALIZADA

DOCUMENTO EXCEL BASE DE DATOS CONSOLIDADA ADJUNTO EN ESTE [LINK](#)

2.1.2. Actualización de Información.

Con la información obtenida en la actividad anterior, se procederá a actualizar la información entregada por SERNATUR, generando una base de datos actualizada en formato Excel.

Para poder obtener la información actualizada, se propone el siguiente proceso:

✓ **Envío de correo electrónico** por parte del Programa Estratégico RELV invitando a participar de este proceso, y solicitando llenar un formulario que será previamente validado por el mandante.

A priori, se considera que este formulario debe contener al menos la siguiente información:

- Nombre de Emprendedor
- Teléfono
- Mejor hora para contactarlo por teléfono
- Región
- Comuna
- Dirección
- Localización georreferenciada (se adjuntará una pequeña nota de cómo obtenerla con su Smartphone)
- Circuito en los que opera (Araucanía Andina, Araucanía Lacustre, SieteLagos, Lago Ranco, Norpatagonia,

Lago Llanquihue y Patagonia Verde)

- Meses en los que opera
- Tipos de turismo que opera (aventura, wellness, vehículos recreacionales, cultural, comunitario y de naturaleza).
- Mercado al cual está dirigido (regional, nacional, internacional de corta distancia, internacional de larga distancia).
- Grado de implementación de protocolos sanitarios.
- Links de cuentas de Facebook, Instagram, TikTok, YouTube (o Vimeo)
- Número de empleados contratados

✓ Al cabo de 5 días desde el envío del correo, **contactaremos telefónicamente** a quienes no hayan contestado para recordarles de la importancia de su participación y lo crítico de conocer las experiencias que ellos operan.

Se espera obtener en un rango de tiempo de 2 semanas, una cantidad importante de respuestas, las cuales serán la base para el análisis de las experiencias turísticas de quienes hayan contestado.

Las empresas / emprendedores que no contesten la encuesta, no serán incluidos en las actividades siguientes.

Este proceso será sistematizado a través ZOHO, software de CRM y Omnicanal que Amity Tours está utilizando para estos propósitos.

RESULTADOS DE LA FECHA

SE INICIÓ EL PROCESO DE ACTUALIZACIÓN, HABIÉNDOSE ENVIADO LA ENCUESTA EL DÍA 3 DE DICIEMBRE A LAS 07:00.

A PARTIR DE DICHA FECHA, SE HICIERON 7 ENVÍOS DE CORREOS RECORDATORIOS.

DE LAS 502 EMPRESAS REGISTRADAS, A QUIENES SE LES ENVÍO UN CORREO, 65 REGISTROS FUERON RECHAZADOS POR EL SISTEM ZOH0 (SEÑALANDO QUE SU CORREO ERA INVÁLIDO), DEJANDO UN TOTAL DE 425 REGISTROS ACEPTADOS.

ESTA ACTIVIDAD SE CONSIDERA FINALIZADA

CATASTRO ACTUALIZADO, SE ADJUNTA EN ANEXO N°1.

2.1.3. Entrega de Informe Etapa 1: Catastro Actualizado.

Con la información obtenida, esta se sistematizará y generarán las versiones finales del catastro por cada una de las empresas / emprendedores. Estas serán entregadas en formato digital Excel y presentación resumen en PDF del resultado final de la Etapa 1, la cual será presentada al mandante vía video conferencia.

RESULTADOS DE LA FECHA

EL INFORME DE ETAPA 1: CATASTRO ACTUALIZADO, SE ADJUNTA EN ANEXO N°1.

2.2. ETAPA 2: ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO NACIONAL Y SU CONSUMO POST CRISIS SANITARIA

Objetivo Etapa 2 (OE2)

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

Identificar segmentos de mercado actual y potencial (nacional prioritariamente).

Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo para esta etapa considera a Cristián Levy, Germán Pino, Marie Lou Goullieux (Marketing Digital) y Eduardo Báez (director de FEDETUR y NOVOJET).

Productos de la Etapa

- Informe de análisis del mercado turístico nacional para el macro destino y sus posibles escenarios futuros, en cuanto hábitos de consumo post crisis sanitaria que contenga al menos lo siguiente: nichos de mercado nacional y sus nuevos hábitos de consumo para el rubro turístico, target objetivo, principales ciudades emisoras, formas de desplazamiento, organización del viaje (tiempo, canales, decidores), hábitos de compra, criterios de búsqueda de usuarios digitales, condiciones de bioseguridad esperada, requerimientos adicionales en su estadía, experiencias y productos que priorizará, entre otros.

Consideraciones

Esta es la etapa más compleja de la licitación, en cuanto si bien hay muchos reportes sobre tendencias post pandemia, no muchos de ellos han obtenido información directa de los potenciales turistas, o bien de los principales stakeholders de la industria y del destino Lagos & Volcanes, sino más bien de percepciones por parte de expertos que muchas veces están alejados del contacto diario con el mercado.

Es por eso por lo que hemos planteado un serio de actividades que nos permite obtener información desde fuentes directamente asociadas a la comercialización de productos / programas turísticos, de potenciales turistas, y de quienes hoy están buscando qué hacer a través de INTERNET, sin dejar de lado las fuentes de información secundaria disponibles de libre acceso.

También se solicitará acceso a la información levantada por ACHET y publicada hace unas pocas semanas, la cual entregó interesantes resultados respecto a la tendencia del mercado interno.

Por este motivo, para esta etapa hemos sumado al equipo de Amity Tours a Eduardo Báez, director de FEDETUR y NOVOJET, para poder acceder de manera más fácil a las redes del principal gremio de la industria nacional y que nos apoye en la coordinación, análisis y conclusiones.

Las actividades consideradas se detallan a continuación.

2.2.1. Diseño y aplicación de encuesta a cliente final

El diseño y aplicación de esta encuesta tiene la finalidad de conocer la percepción del mercado nacional, distribuido a lo largo de Chile, respecto a su intención de viaje para las vacaciones de verano, los requerimientos en cuanto a sanidad, y su reconocimiento del destino Lagos & Volcanes como territorio / marca.

Para el desarrollo de esta actividad en específico, Amity Tours ha generado una alianza estratégica con la consultora Las Antípodas, quienes ya realizaron una encuesta similar ([ver acá su resultado](#)) asociado a la intención de viaje para las vacaciones del 18 de septiembre recién pasado, que fue dirigida a potenciales viajeros residentes en todas las regiones de Chile, y fue levantada exclusivamente por internet. Estuvo abierta entre los días 30 de mayo y 10 de junio del presente año, y tuvo un total de 1.086 respuestas.

Replicar esta encuesta, agregando algunas preguntas específicas del destino Lagos & Volcanes nos permitirá generar un análisis comparativo y dinámico respecto a la percepción de meses anteriores, y la percepción e intención de viaje que hoy tienen respecto a la temporada estival.

Esta será distribuida por redes sociales de Amity Tours, con una campaña pagada para el mercado nacional, para lo cual se deberán definir los parámetros para que esta pueda llegarles a targets potenciales que se definan de manera preliminar.

Esta debería de poder contestar al menos las siguientes preguntas respecto al mercado nacional:

¿Muestran aprensiones por viajar, o han debido postergar viajes?

¿Cuál es la predisposición en las capitales regionales, en cuanto a la intención de su población por viajar dentro y fuera de Chile?

¿Cómo afecta la pandemia y el estado de la economía, a la predisposición por viajar durante el próximo año?

Respecto a los medios de transporte, ¿sobre cuáles existe mayor resquemor?

¿Existe un recelo hacia el hospedaje en hoteles, o hacia la adquisición de paquetes turísticos?

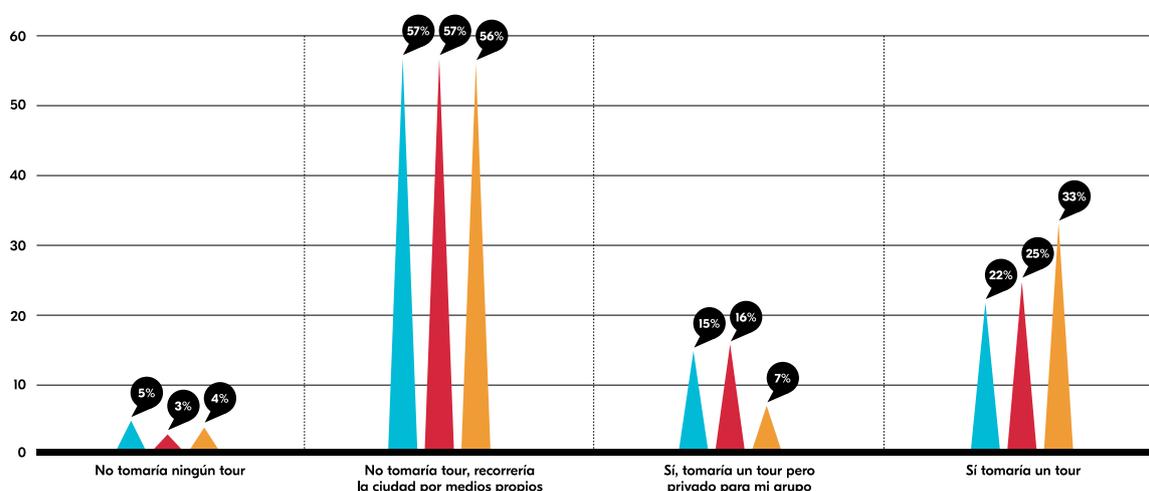
¿Reconoce al destino Lagos & Volcanes como un destino para sus próximas vacaciones?

¿Estaría por tomar un tour privado con su familia o grupo de amigos durante su viaje? (la imagen de abajo muestra las respuestas de la encuesta de Las Antípodas para vacaciones de 18 de septiembre)

Vacaciones Post Covid-19

¿Tomaría un tour en un próximo viaje vacacional?

● < 29 años
● 30-39 años
● 40 años +



15

RESULTADOS DE LA FECHA

FINALMENTE, EN CONJUNTO CON EL EQUIPO MANDANTE, SE TOMÓ LA DECISIÓN DE GENERAR UNA ENCUESTA PROPIA EN BENEFICIO DEL TIEMPO PARA SU EJECUCIÓN.

SE DISEÑO Y DISTRIBUYÓ LA ENCUESTA, OBTENIENDO 656 RESPUESTAS, DE LAS CUALES 581 ESTÁN COMPLETAS.

DOCUMENTO PDF CON RESPUESTAS (SIN ANÁLISIS) SE ADJUNTA EN ESTE [LINK](#)

[ESTA ACTIVIDAD SE CONSIDERA FINALIZADA](#)

2.2.2. Análisis de estudios / encuestas generadas por FEDETUR / ACHET / ATTA

La finalidad de esta actividad es de conocer la percepción de los intermediarios de la industria, sobre su conocimiento del mercado y las tendencias de consumo en estos tiempos, y su disponibilidad de generar negocios hacia el destino Lagos & Volcanes.

Para esto se solicitará a través a FEDETUR, acceso a los estudios recientes que han generado respecto a estos temas, para su análisis y generación de conclusiones propias y atingentes al destino Lagos & Volcanes.

Cabe mencionar que uno de los socios de FEDETUR es ACHET, quien a su vez como asociación gremial posee dentro de sus socios a 42 agencias de viaje minoristas y 23 tour operadores receptivos, ya ha generado una serie de encuestas entre sus asociados con interesantes resultados para el destino, señalando por ejemplo la región de Los lagos como un destino consultado por los potenciales clientes, no así Pucón como epicentro del eclipse solar del próximo mes de diciembre.

Ahí la importancia de poder coordinarse con estas instituciones para poder complementar información desde varias fuentes y generar un documento de conclusiones.

Por su parte, se revisarán los estudios generados por ATTA en estas materias con el fin de contrastar información entre el mercado nacional y el mercado emisor extranjero **(valor agregado a la propuesta)**.

RESULTADOS DE LA FECHA

SE RECOPILO INFORMACIÓN DESDE FEDETUR, ACHET Y ATTA, SE ANALIZÓ Y SE UTILIZÓ PARA LA GENERACIÓN DEL INFORMA CORRESPONDIENTE A ESTA ETAPA.

ESTA ACTIVIDAD SE CONSIDERA FINALIZADA

LA CARPETA CON DOCUMENTOS ANALIZADOS SE ADJUNTA EN ESTE [LINK](#)

2.2.3. Focus Group Top 5 Empresas Emisoras de Turistas **(valor agregado a la propuesta)**

Reuniremos a las 5 empresas más importantes que gestionan el mercado nacional, para realizar un focus group que nos permita entender de mejor manera qué es lo que está pasando con el mercado, cuáles son sus expectativas para esta temporada y la capacidad real de mover gente al destino y en qué condiciones.

Esto también nos permitirá un espacio de generar visibilidad para el destino y el Programa Estratégico RELV. Este focus group será conducido por Carolina Erber, reconocida periodista de la industria.

RESULTADOS DE LA FECHA

RESULTA QUE LAS GRANDES EMPRESAS, COCHA, TURAVIÓN, ADS Y TRAVEL SECURITY, NO ESTÁN PASANDO POR BUEN MOMENTO. COCHA ESTÁ CERRADA, LITERALMENTE SU OFICINA EN CALLE EL BOSQUE NO ESTÁ ABIERTA, TURAVIÓN ESTÁ CON MUCHOS PROBLEMAS PARA NO QUEDARSE EN EL CAMINO, ADS SABEMOS YA DONDE ESTÁ Y QUE AÚN VIENE LO PEOR, Y TRAVEL SECURITY ESTÁ ORIENTANDO TODO A TURISMO CORPORATIVO Y EMISIVO. QUEDANDO SÓLO EN BUEN PIE NOVOJET.

DICHO LO ANTERIOR, SI BIEN AÚN PODRÍAMOS HABERLOS CITADO, A TRAVÉS DE EDUARDO BAEZ QUIEN ES PARTE DEL EQUIPO CONSULTOR, SE CONSIDERÓ QUE EL RESULTADO DEL PROCESO NO APORTARÍA AL DESARROLLO DEL PROYECTO.

A ESTO SE SUMÓ LA RESTRICCIÓN IMPUESTA EL LUNES 7 DE DICIEMBRE, DONDE LA REGIÓN METROPOLITANA PASO A FASE 2 DEL PLAN PASO A PASO, LIMITANDO EL DESPLAZAMIENTO.

CÓMO ALTERNATIVA, SE LES PROPUSO QUE FEDETUR PUDIESE HACER UNA PRESENTACIÓN DE COYUNTURA / PROYECCIÓN A TODAS LAS EMPRESAS QUE SELECCIONEMOS PARA LA PARTE DE TRANSFERENCIA, Y SE PUDIESE ABRIR UNA DISCUSIÓN INTERESANTE ENTRE EL GREMIO MÁS

IMPORTANTE DE CHILE Y LOS EMPREDADORES LOCALES. ESTO TAMBIÉN CONSIDERAMOS QUE SERÍA UN APORTE AL PROGRAMA, O A QUIEN EL MANDANTE ESTIME. FINALMENTE, ESTA ACTIVIDAD NO SE REALIZÓ Y SE CAMBIÓ POR LA PRESENTACIÓN DEL CONCURSO PAR-TURISMO POR PARTE DE CORFO REALIZADA EL MIÉRCOLES 24 DE FEBRERO. [SE ADJUNA LINK DE PRESENTACIÓN DE CORFO.](#)

A SU VEZ, SE TOMÓ LA DECISIÓN DE QUE FEDETUR PARTICIPE DE LA REUNIÓN DE DIRECTORIO DEL 11 DE MARZO DE 2021, DONDE SE HA COMPROMETIDO LA PARTICIPACIÓN DE SU VICE PRESIDENTA EJECUTIVA HELEN KOUYOUUMDIJAN.

A SU VEZ, SE OFRECIÓ AUMENTAR LA COBERTURA DE LOS MEDIOS, TENIENDO COMO ACTIVIDAD INICIAL UNA NOTA DE PRENSA PARA QUE SALGA EN LADEVI ANUNCIANDO EL PROCESO INICIADO EN ESTE PROYECTO. ESTO NO RESTA EL OTRO COMPROMISO DE PRENSA CON ELLOS QUE HEMOS SEÑALADO EN NUESTRA PROPUESTA.

SE ADJUNTA UNA IMAGEN DEL RESULTADO DE LA NOTA DE PRENSA.



2.2.4. Análisis de Usuarios Digitales

Para esta actividad, utilizaremos la plataforma [SE Ranking](#) en su versión pagada, que nuestra empresa ha usado por años para medir su penetración efectiva en el mercado digital, investigar los trabajos de nuestra competencia y ver los tipos de búsqueda que nuestros clientes targets utilizan para buscar y comprar experiencias turísticas.

Esta plataforma nos permite buscar palabras claves en varios motores de búsqueda, desde todas las ubicaciones del mundo, incluso por código postal y en todos los dispositivos, esto último fundamental entendiendo el uso de aparatos móviles para estos efectos.

Rastreo completo de palabras clave



[RESULTADOS DE LA FECHA](#)

[ESTA ACTIVIDAD SE CONSIDERA FINALIZADA](#)

[SE ENTREGA POR SEPARADO EN ANEXO N°3](#)

2.2.5. Entrega de Informe Etapa 2: Documento de análisis

Al finalizar toda la recopilación de información, se generará un informe que permita ver claramente los resultados, destacando su importancia para la toma de decisiones del destino Lagos & Volcanes y el Programa Estratégico RELV.

[RESULTADOS DE LA FECHA](#)

[EL INFORME DE ETAPA 2: ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO NACIONAL Y SU CONSUMO POST CRISIS SANITARIA, SE ADJUNTA EN ANEXO N°2.](#)

2.3. ETAPA 3: IDENTIFICACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Objetivo Etapa 3 (OE3)

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

Identificar experiencias turísticas con alto potencial de desarrollo y desde la oferta RELV.

Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo para esta etapa considera a toda la oficina de Amity Tours, entendiendo que las actividades solicitadas son parte del “know how” de la empresa, y donde generamos mucho valor.

Productos de la Etapa

- Identificación y caracterización de principales experiencias turísticas con alto potencial comercial según la nueva demanda y asociado al troncal y rutas internacionales de la Ruta Escénica.
- Identificar al menos 2 experiencias que sean replicables o encadenables a través del territorio RELV (Zona lacustre y cordillerana de las regiones de La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos), asociadas a cada tipo de turismo: aventura, wellness (bienestar y relax), vehículos recreacionales, cultural, comunitario (Mapuche, rural o de pertenencia territorial) y de naturaleza.

Consideraciones

Esta etapa contempla el cruce de información de las etapas 1 y 2, donde además se deberá categorizar según la competitividad y potencialidad de las experiencias identificadas.

Amity Tours, tanto en su área de operación como de consultoría, ha desarrollado y propuesto varias experiencias turísticas a lo largo del territorio del destino Lagos & Volcanes en diversas ocasiones, y que servirán de base para el inicio de identificación en modo de hipótesis, facilitando así el proceso de selección final que considere la información comprendida en la etapa 1 y 2.

A continuación, se presenta un ejemplo para los tipos de turismo Comunitario y Wellness:

¿Qué oferta?		¿Dónde se realiza?		¿Cuándo?	¿A quiénes se dirige?	
Tipo de Turismo	Producto Turístico	Circuito RE	Zona Específica / Atractivo	Estacionalidad	Mercados	
COMUNITARIO	Experiencia Pewenche	Araucanía Andina	Parque Pewenche Quinquén	NOV - MAR	Principalmente Europeo, destacando países como Bélgica, Holanda, Alemania, Suiza y Francia. En segundo grado, turista nacional.	
	Experiencia Pewenche	Araucanía Lacustre	Curarrehue	OCT - ABR		
	Experiencia Wenteché	Temuco	Padre Las Casas	Todo el año		
WELLNESS	Termas & Spa	Araucanía Andina	Termas Malleco	Todo el año	En primer lugar, turista nacional y en segundo lugar turista regional (Brasil, Argentina, Colombia). En tercer lugar, turistas de larga distancia asociados a productos de aventura que tienen como actividad secundaria - complementaria al termalismo.	
			Zona Termal Río Cautín			
		Araucanía Lacustre	Zona Termal Río Liucura			
			Zona Termal Río Trancura			
	Termas Geométricas	Siete Lagos	Área de influencia P.N. Villarrica, sector suroeste			
	Termas Coñaripe					
	Termas del Lago		Reserva Biológica Huilo Huilo			
	Termas Chihuido	Lago Ranco	Lago Maihue			DIC - MAR
	Termas de Llifén	Lago Ranco	Lago Ranco			DIC - MAR
	Termas Puyehue	Norpatagonia	Área concesionada P.N. Puyehue			Todo el año
Termas Aguas Calientes						

Esta definición de hipótesis de experiencias / productos, fue entregado en su momento al Programa Estratégico RELV en su fase de diseño y validación, que sin duda se debe trabajar más en profundidad, actualizar y validar con el mandante.

A su vez, dependiendo de los resultados que nos arroje el mercado, es fundamental identificar ofertas en donde su diseño estratégico contengan componentes y atributos diversos que nos permitan abarcar una porción importante del territorio del destino y que sean, en lo posible, usuarios intensivos de servicios turísticos locales.



En Amity Tours, creemos que el diseño de experiencias turísticas es de exclusiva responsabilidad de los tour operadores locales, quienes como requisito mínimo deberían estar con registro actualizado en SERNATUR.

Las actividades consideradas se detallan a continuación.

2.3.1. Identificación de Experiencias Turísticas de alto potencial de comercialización

Basándonos en la información recopilada en las etapas anteriores, y poniendo énfasis en la capacidad de las empresas / emprendedores de generar una oferta de alto contenido y valor agregado, que refuerce la imagen de la ruta escénica a través de sus atributos y componentes, se identificarán experiencias turísticas que se serán registradas en fichas donde se identifiquen en otras variables las siguientes:

- Nombre empresa operadora
- Nombre de emprendedor
- Links Web y redes sociales
- Tipo de turismo
- Itinerario publicado
- Estacionalidad
- Mercado objetivo
- Precio publicado
- Canales de distribución B2B – B2C
- Capacidad de operación
- Estimación de porcentaje de operación
- Implementación de protocolos sanitarios
- Estado de su registro en SERNATUR

- Principales proveedores de servicios para su óptima operación
- Cantidad de recursos humanos involucrados de manera directa en su operación

El proceso de construcción de estas fichas contempla 2 partes, siendo la primera el llenado de la ficha con información disponible en la base de datos, página Web de la empresa, y otros registros públicos, y una segunda para a través de una reunión con cada uno de los responsables de estas experiencias.

Por último, toda esta información en su formato final será validada con cada empresario / emprendedor asegurándonos así que la información es correcta. Para esto se solicitará una aprobación formal a través de correo electrónico.

RESULTADOS DE LA FECHA

SE GENERARON LAS FICHAS SEGÚN LA INFORMACIÓN OBTENIDA MEDIANTE LA ENCUESTA REALIZADA, SIENDO COMPLEMENTADAS A TRAVÉS DE REUNIONES CON LOS EMPRESARIOS EN LA MEDIDA QUE FALTARA INFORMACIÓN.

EN ANEXO Nº4 SE ADJUNTAN LAS FICHAS DE LAS EMPRESAS DEL DESTINO, AGRUPADAS SEGÚN CIRCUITO.

CADA FICHA RECOGE LO CONTESTADO EN LA ENCUESTA, ADEMÁS DE UNA VARIABLE QUE PUEDE SER 1*, 2*, 3* o 4*. ESTA VARIABLE RESPONDE AL PERFIL DE EMPRESA QUE VEMOS, AL ANALIZAR SU WEB Y BUSCADOR SERNATUR, ADEMÁS DEL CONOCIMIENTO QUE TENEMOS DE VARIAS DE ELLAS YA SEA PORQUE LAS CONOCEMOS DE OTROS PROYECTOS O BIEN TENEMOS ALGÚN TIPO DE LAZO COMERCIAL.

AQUÍ LA DESCRIPCIÓN DE CADA UNA DE LAS VARIABLES

EMPRESAS 1*: SON EMPRESAS DE DIVERSA TRAYECTORIA, USUALMENTE CON OPERACIÓN CON MAS DE 10 AÑOS EN EL MERCADO, Y QUE TIENEN UN MODELO DE NEGOCIO BASADO EN LA ANTIGUA LÓGICA DE “VENTA AL PASO” DONDE PARA LOGRARLAS LOS CLIENTES DEBEN ENTRAR A SU OFICINA DE ATENCIÓN AL PÚBLICO O BIEN EN FORMA TELEFÓNICA, CON UN BAJO USO DE LA TECNOLOGÍA DISPONIBLE. SU OFERTA ES POCO ESPECIALIZADA, CON PROGRAMAS CLÁSICOS NO MUY LIGADOS AL TURISMO DE NATURALEZA, O BIEN TIENEN OFERTA SUMAMENTE ESPECÍFICA A UNA SOLA ACTIVIDAD DE AVENTURA. IGUALMENTE, ESTE TIPO DE EMPRESAS ESTÁ CÓMODA O SATISFECHA CON LO QUE HACE, Y NO TIENEN UNA INCLINACIÓN EVIDENTE A INNOVAR O CAMBIAR SU MODELO. SON LOS MÁS DIFÍCILES DE CONVENCER A INNOVAR EN DIVERSIFICAR SU OFERTA Y SALIR DE SU CIRCUITO PRINCIPAL DE OPERACIONES.

EMPRESAS 2*: SON EMPRESAS DE DIVERSA TRAYECTORIA (NUEVAS Y ANTIGUAS), QUE POR SU MODELO DE NEGOCIO ESTÁN AMARRADAS A UN CIRCUITO ESPECÍFICO, SIN UNA POSIBILIDAD VIABLE DE SALIR A OPERAR OTROS CIRCUITOS. SIN EMBARGO, ESO NO RESTA QUE TENGAN UNA MAYOR PREDISPOSICIÓN A INNOVAR Y DIVERSIFICAR SU OFERTA, CON UN MODELO DE NEGOCIOS MIXTO, QUE GENERA VENTAS TANTO EN SU OFICINA DE ATENCIÓN AL PÚBLICO COMO A TRAVÉS DE INTERNET. CONSIDERAMOS QUE ESTE GRUPO DE EMPRESAS DEBERÍA DE PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN LAS ACCIONES DEL PROGRAMA REFERIDO AL DESARROLLO DE EXPERIENCIAS.

EMPRESAS 3*: SON EMPRESAS DE POCA TRAYECTORIA EN EL MERCADO (INFERIOR A 5 AÑOS) PERO QUE TIENEN UN ALTO POTENCIAL PARA INNOVAR Y DIVERSIFICAR SU OFERTA. NO ESTÁN AMARRADOS FÍSICAMENTE A UN CIRCUITO, PUDIENDO MOVERSE A LO LARGO DE LA RUTA ESCÉNICA. POR LO GENERAL, ESTE TIPO DE EMPRESAS ES LIDERADA POR GENTE JOVEN, CON ESTUDIOS EN TURISMO (O CARRERAS AFINES) Y TIENEN UN ESPÍRITU EMPRENDEDOR FRESCO Y RECEPTIVO. SON EMPRESAS QUE TIENEN UNA ALTA PRESENCIA EN REDES SOCIALES Y A TRAVÉS DE ELLAS SE COMUNICAN CON SUS CLIENTES. CONSIDERAMOS QUE ESTE GRUPO DE EMPRESAS DEBERÍA DE PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN LAS ACCIONES DEL PROGRAMA REFERIDO AL DESARROLLO DE EXPERIENCIAS.

EMPRESAS 4*: SON EMPRESAS DE LARGA TRAYECTORIA (SOBRE 8 AÑOS EN EL MERCADO), QUE TIENEN

UNA OFERTA DIVERSIFICADA Y OPERAN DOS CIRCUITOS O MÁS DE LA RUTA ESCÉNICA. TIENEN REDES COMERCIALES BIEN ESTABLECIDAS, TANTO DENTRO COMO FUERA DE CHILE. SE EVIDENCIA UN BUEN TRABAJO COMERCIAL, POR LO QUE ESTE PROGRAMA NO LES APORTARÍA GRANDES CONOCIMIENTOS NUEVOS. SI TIENEN UN ALTO POTENCIAL EN CONVERTIRSE EN “BUYERS” DE LAS EMPRESAS 2* Y 3*, EN LA MEDIDA QUE ESTAS ÚLTIMAS SATISFAGAN LAS NECESIDADES DE OPERACIÓN Y COMERCIALES QUE REQUIERE ESTE TIPO DE EMPRESA 4*. CON ESTAS EMPRESAS EL PROGRAMA DEBERÍA TRABAJAR LAS ETAPAS DE FORTALECIMIENTO COMERCIAL.

ESTA ACTIVIDAD SE CONSIDERA FINALIZADA

2.3.2. Entrega de Informe Etapa 3: Fichas

Al finalizar toda la recopilación de información, se generará un informe con las fichas construidas que serán entregadas en formato Word y PDF al mandante.

RESULTADOS DE LA FECHA

EL INFORME DE ETAPA 3: FICHAS DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS, SE ADJUNTA EN ANEXO N°4.

2.4. ETAPA 4: TALLERES DE DIVERSIFICACIÓN DE EXPERIENCIAS RELV

Objetivo Etapa 4 (OE4)

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

Transferir herramientas a empresarios turísticos del macro destino para potenciar su diversificación.

Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo para esta etapa considera a Cristián Levy como relator de los talleres de capacitación, y Germán Pino como gestor de artículos de prensa.

Productos de la Etapa

- 1 taller que aborde estrategias para la diversificación y diseño de experiencias, acorde al turista nacional actual y potencial.
- 1 taller que busque dar a conocer las experiencias turísticas identificadas con gran potencial comercial para el macro destino turístico RELV y casos exitosos de empresas turísticas que ofrecen este tipo de experiencias de la RELV.
- Organización de Market Place Virtual B2B entre proveedores de experiencias y compradores intermediarios. **(valor agregado a la propuesta)**
- Entrega de material digital a Revista del Domingo de El Mercurio para publicar los Top 15 de Lagos & Volcanes verano 2020-2021. **(valor agregado a la propuesta)**
- Publicación de nota periodística en [LADEVI](#). **(valor agregado a la propuesta)**
- Entrevista con contenido del proyecto en plataforma multimedia FullOutdoor. **(valor agregado a la propuesta)**

Consideraciones

Amity Tours considera importante dar a conocer las experiencias identificadas al mercado, por ende, como valor agregado a la propuesta, generará una instancia donde los proveedores de experiencias podrán mostrar su producto en formato pitch a las 5 empresas más importantes que gestionan el mercado nacional (las mismas que han participado en el Focus Group), y se realizarán gestiones de comunicación en el transcurso del proyecto que permitan visibilizar los esfuerzos de posicionamiento de las experiencias turísticas

identificadas.

2.4.1. Diseño y desarrollo de talleres

Se diseñarán y desarrollarán 2 talleres con las temáticas solicitadas en los términos de referencia.

El primer taller, de estrategias para la diversificación y diseño de experiencia, tendrá como objetivo empoderar a los asistentes de técnicas para el diseño de experiencia de alto valor agregado, entregando herramientas prácticas para hacerlo.

Como marco introductorio, se entregarán los resultados de los estudios realizados en la Etapa 2, para contextualizar el siguiente bloque de transferencia.

Se estima un taller de 3 horas con una pausa de 20 min, utilizando la plataforma ZOHOO para su realización. La definición de la fecha y hora para su realización será acordada con el mandante.

El segundo taller, cuyo objetivo es dar a conocer las experiencias identificadas, creemos pertinentes que sean los propios empresarios / emprendedores quienes expongan de manera abreviada cada una de las experiencias. Con eso se logran al menos 2 objetivos importantes para el proyecto:

- Fortalecer la asociatividad entendiendo que al ser el empresario quien exponga esto lo acerca más al resto de los participantes, pudiéndose producir instancias de sinergias post taller.
- Practicar el pitch de la experiencia con sus pares antes de presentarlo en el Market Place Virtual digital.

Para facilitar el proceso de los expositores, se les entregará un formato de presentación que ellos sólo deberán rellenar con información para luego presentarlo.

Ambos talleres serán grabados y entregados al mandante.

RESULTADOS DE LA FECHA

DE MANERA CONJUNTA CON EL MANDANTE, SE DECIDIÓ REALIZAR 4 TALLERES, LOS CUALES TIENEN COMO PROPÓSITO JUNTAR A INTERESADOS SEGÚN TIPO DE EXPERIENCIA TURÍSTICOS / OPERACIÓN.

ESTOS SE EJECUTARON EN LAS SIGUIENTES FECHAS:

3 DE FEBRERO - OPERACIÓN EN AMBIENTE DE AGUA – [LINK DESCARGA](#)

4 DE FEBRERO - OPERACIÓN EN AMBIENTE DE TIERRA – [LINK DESCARGA](#)

5 DE FEBRERO - TOUR OPERACIÓN / AGENCIA DE TURISMO CLÁSICO – [LINK DESCARGA](#)

PARA CADA UNO DE ESTOS TALLERES, SE HA SOLICITÓ A 3 EMPRESAS RECONOCIDAS Y LÍDERES DEL DESTINO PARA QUE PRESENTEN SUS FACTORES DE ÉXITO / CONSOLIDACIÓN GENERANO GRAN INTERÉS EN LOS PARTICIPANTES.

A SU VEZ, TODOS ESTOS TALLERES SE REPITIERON EN 2 JORNADAS, POR LA MAÑANA A LAS 10:00 AM Y POR LA TARDE A LAS 18:00. ESTOS TALLERES SE GRABARON Y SE ENVIARON TANTO A LOS PARTICIPANTES COMO AL MANDANTE. SE ADJUNTA [LINK DE DESCARGA](#) DE LAS GRABACIONES.

LA CANTIDAD DE ASISTENTES A CADA UNO DE ESTOS TALLERES SON LOS SIGUIENTES (SUMADOS EN AMBAS JORNADAS):

3 DE FEBRERO - OPERACIÓN EN AMBIENTE DE AGUA – 24 ASISTENTES

4 DE FEBRERO - OPERACIÓN EN AMBIENTE DE TIERRA – 17 ASISTENTES

5 DE FEBRERO - TOUR OPERACIÓN / AGENCIA DE TURISMO CLÁSICO - 23 ASISTENTES

UN CUARTO TALLER SE REALIZÓ VIENDO LA OPORTUNIDAD DE CONTAR CON CORFO LOS RIOS PARA QUE ENTREGARA LOS DETALLES DEL CONCURSO PAR TURISMO, EL CUAL SE REALIZÓ EL DÍA 24 DE

FEBRERO. ESTE TALLER NO SE GRABÓ Y SE REGISTRARON 41 INSCRITOS.

ESTA ACTIVIDAD SE CONSIDERA FINALIZADA

2.4.2. Market Place Virtual Digital

Considerando que las experiencias estarán asociadas a empresas emplazadas en el destino, o bien que operen en él, se propone como valor agregado desarrollar un taller B2B donde cada uno de ellos pueda presentar su experiencia de manera abreviada a un grupo reducido de intermediarios, considerando para esto lo mismo que hayan participado del focus group de la Etapa 2.

La relevancia está, sin duda alguna, en poder acercarse de una manera más eficiente a la cadena comercial de la industria nacional, ganar visibilidad entre los principales emisores de turistas al destino, y generar redes comerciales que permitan posicionar al destino Lagos & Volcanes como la principal alternativa para las siguientes temporadas.

RESULTADOS DE LA FECHA

SEGÚN LO CONVERSADO, ESTE VALOR AGREGADO CORRESPONDE A OTRA CONSULTORÍA QUE ESTA EN PROCESO DE LICITACIÓN. SE DEBE ACORDAR QUE ACCIONES BUSCARÁN REEMPLAZARLA.

2.4.3. Gestión de Prensa

Creemos que el posicionamiento, tanto del destino como del Programa Estratégico, debe estar asociado entre otras cosas a una difusión en medios con cobertura nacional, y no sólo regional.

Por esta razón, los gestores del proyecto, con el apoyo de Eduardo Báez, entregarán material escrito y fotográfico para ser utilizado por los medios más importantes del país, la Revista del Domingo, orientada al cliente final, y LADEVI cuyo foco son los intermediarios y empresas asociadas a la cadena de valor de la industria.

Para esto ya se ha tomado contacto con ambas empresas, con quienes tanto Amity Tours como Eduardo Báez tienen una relación directa de confianza hace ya varios años, para ver la factibilidad de usar sus medios para estos propósitos.

A su vez, se presentará parte del trabajo, según previo acuerdo con el mandante, en la plataforma multimedia FullOutdoor, reconocida por el mercado de turismo activo nacional.

RESULTADOS DE LA FECHA

SE GENERÓ LA PRIMERA NOTA EN LADEVI SOBRE LA PUESTA EN PARCHA DEL PROYECTO, LA CUAL FUE COMPARTIDA CON EL MANDANTE Y SE ADJUNTA EN ESTE [LINK](#) (PÁGINA 12). ESTA FUE PUBLICADA EL DÍAS 21 DE DICIEMBRE.

SE INICIARON GESTIONES CON REVISTA DEL DOMINGO PARA GENERAR UN NOTA. SE DEFINIÓ EN PRINCIPIO EL ITINERARIO DEL PRESS TOUR, PERO POR MOTIVOS DE FUERZA MAYOR, NO SE PUDO CONCRETAR.

SE DEFINIÓ UN NUEVO ITINERARIO EL CUAL FUE VALIDADO TANTO POR EL MANDANTE COMO POR EL EDITOR DE LA REVISTA DEL DOMINGO MAURICIO ALARCÓN. ESTA ACTIVIDAD ESTÁ PROGRAMADA PARA REALIZARSE ENTRE EL JUEVES 18 Y DOMINGO 21 DE MARZO. SE ADJUNTO CORREO DE VERIFICACIÓN.

Mauricio.Alarcon@mercurio.cl @

Inbox - german@amity-tours.com 26 February 2021, 14:11

Details

RE: Lagos & Volcanes

To: Tata ❤️, Cc: Sebastian.Montalva@mercurio.cl

Hola, Germán.

A mí me parece bien. ¿Qué fechas específicas tendría esto?

Copio en este mail a Sebastián, porque yo salgo de vacaciones el lunes y estaré un par de semanas fuera. Para que vean los detalles con él.

¡Saludos!

MAURICIO ALARCÓN C.
Editor Revista Domingo
Tel. (56-2) 2955 2613
Cel. (56-9) 9020 8109
Twitter: @malarconcamus
@RevistaDomingo
Instagram.com/RevistaDomingo

De: Germán Pino [mailto:german@amity-tours.com]

Enviado el: Jueves, 25 de febrero de 2021 14:08

Para: Alarcon C, Mauricio

CC: ejecutivo@chilelagosyvolcanes.cl

Asunto: Re: Lagos & Volcanes

Hola Mauricio, espero que estés bien.

El itinerario que les queremos proponer es el siguiente:

Viernes

Aterrizan en Temuco (ideal primer vuelo desde SCL)

Visita al Fortín Mapuche (entre Licanray y Coñariño) <https://www.facebook.com/Fortin-Mapuche-119267635144186/>

Por la tarde se dirigen a Panguipulli para hacer SUP con Ruta 203 https://ruta-203-rental-cafe-bike-sup.negocio.site/?utm_source=gmb&utm_medium=referral

Al terminar se dirigen a Neltune para alojarse en Patagonia Mawida.

Sábado

Subida a volcán Choshuenco con Choshuenco Experience (Pancho Duath)

<https://m.facebook.com/Turismo-Choshuenco-Experience-103224261531686/>

Alojamiento en Patagonia Mawida

Domingo

Cicloturismo pedaleando desde Neltune hacia Panguí, que es la parte más escénica de la Ruta Escénica.  nes.

Por la tarde regreso al aeropuerto de Temuco.

EL EQUIPO CONSULTOR CONSIDERA QUE LA GESTIÓN REALIZADA CON LA REVISTA DEL DOMINGO SE HA REALIZADO, Y ESTÁN A LA ESPERA QUE EL EQUIPO DEFINA CUÁL SERÁ EL ITINERARIO QUE REALIZARÁN. SE HA DEFINIDO VISITAR ANTILLANCA Y SUS ALREDEDORES.

SE ADJUNTA PASAJE COMPRADO PARA SUBEDITOR DE LA REVISTA DEL DOMINGO, SEBASTIÁN MONTALVA.

**** NO ES VALIDO COMO TARJETA DE EMBARQUE ****



Razon Social: Sky Airline S.A.
88.417.000-1

Av. del Valle 765, Huechuraba, Santiago, Chile. Telefono +56 23 52 56 000

NUMERO RESERVA
ADFVTT

 **INFORMACION DE PASAJEROS**

NOMBRE PASAJERO 1	DOCUMENTO DE VIAJE	NUMERO DE TIKET	FECHA DE COMPRA	TIPO DE PASAJERO
SEBASTIAN MONTALVA	13829661k	6052216797187		1

 **DETALLES DE VUELO**

SKY H2 102



Osorno Canal Bajo Carlos Hott Siebert



Stgo Aeropuerto Arturo Merino Benitez

SALIDA (hora local)

 2021-03-21  11:32:00

LLEGADA (hora local)

 2021-03-21  13:08:00

TARIFA: 62-Plus

SKY H2 103



Stgo Aeropuerto Arturo Merino Benitez



Osorno Canal Bajo Carlos Hott Siebert

SALIDA (hora local)

 2021-03-18  09:02:00

LLEGADA (hora local)

 2021-03-18  10:37:00

TARIFA:

 **DETALLES DE PAGO**

RESUMEN

TARIFA	70140.00 CLP
SERVICIOS INCLUIDOS	0.00 CLP
CARGOS DE SERVICIO	7980.00 CLP
IMPUESTOS	10135.00 CLP
IVA/IGV	0.00 CLP
CARGO POR CAMBIO	0.00 CLP
TOTAL	88255.00 CLP

A SU VEZ SE HIZO LA GESTIÓN PARA PUBLICAR EN LA NEWSLETTER DE ATTA QUE SALIÓ PUBLICADA EL DÍA 3 DE MARZO. EN ESTE [LINK](#) SE ADJUNTA LA NOTA DESARROLLADA Y SE ADJUNTA IMAGEN DE LA NOTA.

ADVENTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION ABOUT US NEWS SERVICES EVENTS LEARN MEMBERSHIP [Subscribe](#) [Join](#)

See ATTA's COVID-19 Guide for the Adventure Travel Industry

ADVENTURE TRAVEL NEWS

Homepages » Member News » Amity Tours is Transferring Knowledge to Generate more Sustainable Tourism in Chile

Amity Tours is Transferring Knowledge to Generate more Sustainable Tourism in Chile

2 Weeks Read February 26, 2021

LASTEST FROM THE ATTA
 REUNITE IN THE ICE TEAMUP WITH TOMORROW'S AIR
 WORK AND JOYCE'S WALT TODAY'S DIGITAL WOMEN SIGNAL FOR THE FUTURE OF TRAVEL
 HOW TRAVEL PR HAS CHANGED SINCE COVID-19

Amity Tours is not only operating unforgettable adventure experiences in Chile, we are also working as a consultant in the local tourism industry. Today we are transferring knowledge to micro and small tour operators all around the Scenic Route in the Lake and Volcano District.

The Scenic Route in the Lake and Volcano District, Chile

Under the name "The Scenic Route in the Lake and Volcano District" we do understand a tourist product that articulates attractions and experiences with a component of scenic beauty in southern Chile. The government of Chile has been developing the Interlagos Network for 20 years. It has six circuits and more than 2,000 km of roads that transport visitors along a geography shaped by the force of volcanism, bathed by large lakes, upholstered by the green of the oldest forests on the planet, and inhabited by ancestral cultures. This network of roads has generated connectivity between potential poles of tourist development and other consolidated in the regions of La Araucanía, Los Ríos, and Los Lagos. The First Scenic Route of Chile has a unique layout, unmissable for lovers of pristine nature and adventure travellers.

Amity Tours is working hard to help reach the ambitious vision of this project: "To be the best positioned scenic route of Chile in the national and international market as a singular and sustainable experience that allows the encounter with the mapuche, colony and celtic cultures and the unique nature of Araucanía, Los Ríos, and Los Lagos."

At the moment we are transferring our knowledge to micro and small local tour operators to generate more sustainable tourism in the destination. An important part of the content we obtained from the useful workshops the Adventure Travel Trade Association (ATTA) has provided us.

Step by Step to a sustainable tourism destination

First of all, we were updating the database of the micro and small local tour operators forming part of the Scenic Route. Then we offered all of them free courses separated by environment: Water – Mountains – Conventional tourism and focusing on sustainable tour operating.

Out of the tour operators who were participating in these first courses, we formed a "Club of Experiences". The members are getting more classes for free to get prepared for the important Virtual Business Roundtable we are organizing in March 2021.

The three webinars will address the following topics:

- Preparation of Commercial Actions, Here we will talk about the different formats to approach the B2B channel, with emphasis on the virtual business conference that we will have at the end of March.
- Preparation of Commercial Material, Here we will dive into the manuals and tariffs that are presented at a business conference.
- Preparation of the Commercial Pitch, Here we will talk about what a pitch is and how it should be built and used depending on the format of the meeting and who we have in front of in a business conference.

Virtual Business roundtable

The final objective of these courses is to bring local operators closer to the B2B channel. That is why we are organizing the First Business Roundtable of the Lakes & Volcanoes Scenic Route. It will be held in March, between Wednesday 24 and Thursday 25 2021, in a 100% online format through the Eventia platform.

We are convinced that bringing the local operators together and transferring valuable knowledge to them will help promoting our unique destination in a sustainable way.

At the same time, we continue working on our zero waste concept, attending different courses, and forming part of local zero waste committees. We are dreaming of a "Zero Waste Scenic Route".

Stay tuned!

Contributing members are responsible for the accuracy of content contributed to the Member News section of AdventureTravelNews.

Type keyword and hit enter...
 Selected Language
 SPONSORED POSTS
 UNCOVERING AUSTRALIA'S UNDER THE RADAR ADVENTURE OPPORTUNITIES
 EXPLORE THE EPIC WILDERNESS OF THEMAMA, AUSTRALIA
 AVOID A CHARGEBACK NIGHTMARE
 POPULAR POSTS
 RECENT POSTS
 2nd Edition of the Adventure Travel Guide Standard (ATGS) is Published After Two Years of Work
 February 19th, 2021
 First Ever Virtual Event Dedicated to Climate Change Travel
 February 18th, 2021
 Success in Women-Only Travel Relies on Community-Building, Empowerment, and Looking to the Future—Not Marketing Dollars
 November 16th, 2020
 Indigenous Kuluaka Culture Initiates an Important Business Pivot that Benefits Local Indigenous Community
 November 10th, 2020
 RISK MANAGEMENT
 GET YOUR COPY NOW
 THE GIFT OF AIR
 For the globe-trotter in your life
 Major Sponsors
 JNTO
 @era
 Chile
 Switzerland
 flywire
 Key Sponsors
 BRAZIL

EL EQUIPO CONSULTOR CONSIDERÓ QUE LA POSIBILIDAD DE PUBLICAR EN ATTA REPRESENTABA UNA VISIBILIDAD MUCHO MAYOR QUE HACERLO EN FULLOUTDOOR.

[ESTA ACTIVIDAD SE CONSIDERA FINALIZADA](#)

2.4.4. Entrega de Informe Etapa 4

Al finalizar toda la etapa, se entregará el informe de la Etapa 4 que contendrá un reporte de todo el proyecto desarrollado.

RESULTADOS DE LA FECHA

SE ENTREGA EN ESTE MISMO INFORME FINAL.

SE ADJUNTAN LOS RESPALDOS DE ASISTENCIA A TALLERES EN ANEXO Nº5.

Anexo N°1: BASE DE DATOS

A continuación, se presenta el proceso desarrollado para la obtención de la base de datos de empresas del destino Lagos & Volcanes, cuya actualización es el producto comprometido para esta Etapa N°1.

a. Obtención de la base de datos por parte de Mandante

Se obtuvieron 3 bases de datos, una de cada región, cuya fuente según lo señalado son las oficinas regionales de Sernatur.

Estas bases de datos fueron filtradas, considerando las comunas que participan en la Ruta Escénica y sólo dejando aquellas empresas de los rubros tour operadores, agencias de viajes, turismo aventura y servicios deportivos.

Se identificaron también aquellas empresas que tienen operación en el destino, pero que están emplazadas en las regiones de Valparaíso, Biobío y Metropolitana.

Por último, se sumaron aquellas empresas registradas en alguno de los rubros señalados pero emplazadas en las comunas de Temuco, Osorno, Valdivia y Puerto Montt, que, si bien no son parte de la Ruta Escénica, sí cumplen una función de distribución fundamental.

El proceso anterior arrojó una base de datos de 490 empresas.

b. Envío de email con encuesta

Para hacer envío de la encuesta, utilizamos el software de Campaigns de la plataforma Zoho.

El detalle de los envíos es el siguiente:

- **Envío 1:** 03 Diciembre 2020, 490 emails enviados, 90 rebotaron, 40 se abrieron, 13 respondieron (hicieron click en la encuesta) y 360 no abrieron el correo.
- **Recordatorio 01:** 04 Diciembre 2020, 34 emails enviados a 34 contactos que abrieron el email 01, 24 lo abrieron y 10 no lo abrieron
- **Recordatorio 02:** 10 Diciembre 2020, 384 emails enviados (solo contactos no abrieron el email 01), rebotaron 33, abrieron 9 contactos, y 6 hicieron click en la encuesta, 342 no lo abrieron.
- **Recordatorio 03:** 11 Diciembre 2020, 9 emails enviados a contactos de LA UNION. 2 rebotaron, 3 abrieron y solo 1 hizo click en la encuesta.
- **Recordatorio 04:** 15 Diciembre 2020, 405 emails enviados (a toda la BBDD actualizada), 3 rebotaron, 33 abrieron, 8 hicieron click en la encuesta, 369 no abrieron el correo.
- **Recordatorio 05:** 16 Diciembre 2020, 375 emails enviados (solo contactos no abrieron el recordatorio 04), 11 abrieron, 6 hicieron click en encuesta, 364 no abrieron el correo.
- **Recordatorio 06:** 17 Diciembre 2020, 366 emails enviados (solo contactos no abrieron el recordatorio 05), 14 abrieron, 3 hicieron click en encuesta y 352 no abrieron el correo.
- **Recordatorio 07:** 21 Diciembre 2020, 406 emails enviados (a toda la BBDD actualizada), 06 rebotaron, 45 abrieron, 12 hicieron click en encuesta y 355 no abrieron el correo.
- **Recordatorio 08:** 22 Diciembre 2020, 355 emails enviados (solo contactos no abrieron el recordatorio 07), 15 abrieron, 3 hicieron click en encuesta y 340 no abrieron el correo.
-

c. Análisis interno del proceso y rectificación de base de datos

En paralelo al envío de recordatorios, y considerando que la recepción de respuesta no era satisfactoria, en cuanto a número de respuesta v/s el total de empresas en la base de datos, se procedió a ver en detalle los registros entregados por Sernatur de los rubros seleccionados, empresa por empresa, para reconocer aquellas que efectivamente estaban operando en el destino de manera regular, que no sólo entregaban servicios aislados (por ej. Arriendo de Botes) o bien que aún tenían sus datos de contacto actualizados, entre otras

verificaciones.

De los 490 contactos incluidos en la base de datos proporcionada, se identificó lo siguiente:

- **197 empresas** no aplican al propósito del proyecto, ya sea porque su registro en Sernatur no tiene relación a la realidad de su negocio (restaurantes, hostales, etc), no tienen una operación que permita suponer un desarrollo de experiencias turísticas que generen valor agregado (paseos náuticos, canopy, agencia emisiva), no tienen Web ni presencia en redes sociales (además de NO tener el Registro Actualizado en Sernatur, por ende, las consideramos cerradas)
- **22 empresas** no contestan el teléfono (4 intentos por cada teléfono, espaciado en un día)
- **9 empresas** que al parecer ya no existen.
- **26 empresas** con número telefónico desconectado
- **2 empresas** con buzón telefónico Covid (cerradas)
- **1 empresa** que no tiene interés en participar

Esta gestión nos arrojó que 257 empresas, o bien no tenían el perfil para participar de este proceso o bien no eran accesibles, por alguno de los motivos descritos anteriormente, reduciendo la base de datos a 233 empresas.

d. Generación final de Base de Datos

La base de datos que entregamos como resultado tiene 123 registros de empresas, de los cuales 80 fueron obtenidos a través de la respuesta a nuestra encuesta, y los restantes 43 fueron ingresados a mano, ya sea en el momento de comunicarse por teléfono con estas empresas, o bien sin previa comunicación (pero sólo en los casos que sí podíamos obtener parte importante de la información a través de nuestra cercana relación a ellos o a través de sus Web).

El documento Excel puede ser descargado en este [LINK EXCEL](#). (este contiene 134 contactos)

El informe resumen de las respuestas registradas se adjunta en el siguiente [LINK PDF](#).

Anexo N°2: ANÁLISIS DE MERCADO

[LINK DESCARGAR](#)

INFORME DE ETAPA 2: ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO NACIONAL Y SU CONSUMO POST CRISIS SANITARIA

Anexo N°3

[LINK DESCARGA](#)

INFORME DE PALABRAS CLAVE RUTA ESCÉNICA LAGOS Y VOLCANES

Anexo N°4: FICHAS DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

Se generaron las fichas según la información obtenida mediante la encuesta realizada, siendo complementadas a través de reuniones con los empresarios en la medida que faltara información.

Cada ficha recoge lo contestado en la encuesta, además de una variable que puede ser 1*, 2*, 3* o 4*. Esta variable responde al perfil de empresa que vemos, al analizar su web y buscador Sernatur, además del conocimiento que tenemos de varias de ellas ya sea porque las conocemos de otros proyectos o bien tenemos algún tipo de lazo comercial.

Aquí la descripción de cada una de las variables:

Empresas 1* (17 empresas): son empresas de diversa trayectoria, usualmente con operación con más de 10 años en el mercado, y que tienen un modelo de negocio basado en la antigua lógica de “venta al paso” donde para lograrlas los clientes deben entrar a su oficina de atención al público o bien en forma telefónica, con un bajo uso de la tecnología disponible. Su oferta es poco especializada, con programas clásicos no muy ligados al turismo de naturaleza, o bien tienen oferta sumamente específica a una sola actividad de aventura. Igualmente, este tipo de empresas está cómoda o satisfecha con lo que hace, y no tienen una inclinación evidente a innovar o cambiar su modelo. Son los más difíciles de convencer a innovar en diversificar su oferta y salir de su circuito principal de operaciones.

Empresas 2* (41 empresas): son empresas de diversa trayectoria (nuevas y antiguas), que por su modelo de negocio están amarradas a un circuito específico, sin una posibilidad viable de salir a operar otros circuitos, principalmente por la condición de tener que utilizar un recurso específico para su desarrollo. Sin embargo, eso no resta que tengan una mayor predisposición a innovar y diversificar su oferta, con un modelo de negocios mixto, que genera ventas tanto en su oficina de atención al público como a través de internet. Consideramos que este grupo de empresas debería de participar activamente en las acciones del programa referido al desarrollo de experiencias.

Empresas 3* (44 empresas): son empresas de poca trayectoria en el mercado (inferior a 5 años) pero que tienen un alto potencial para innovar y diversificar su oferta. No están amarrados físicamente a un circuito, pudiendo operar a lo largo de la ruta escénica. Por lo general, este tipo de empresas es liderada por gente joven, con estudios en turismo (o carreras afines) y tienen un espíritu emprendedor fresco y receptivo. Son empresas que tienen una alta presencia en redes sociales y a través de ellas se comunican con sus clientes. Consideramos que este grupo de empresas debería de participar activamente en las acciones del programa referido al desarrollo de experiencias.

Empresas 4* (19 empresas): son empresas de larga trayectoria (sobre 8 años en el mercado), que tienen una oferta diversificada y operan dos circuitos o más de la ruta escénica. Tienen redes comerciales bien establecidas, tanto dentro como fuera de Chile. Se evidencia un buen trabajo comercial, por lo que este programa no les aportaría grandes conocimientos nuevos. Si tienen un alto potencial en convertirse en “buyers” de las empresas 2* y 3*, en la medida que estas últimas satisfagan las necesidades de operación y comerciales que requiere este tipo de empresa 4*. Con estas empresas el programa debería trabajar las etapas de fortalecimiento comercial.

La distribución de fichas según circuito es el siguiente:

Circuito	Categoría				Eliminados	Cantidad
	1	2	3	4		
Araucanía Andina	3	12	8	1	3	27
Araucanía Lacustre	5	4	5	5	0	19
Siete Lagos	2	2	3	1	0	8
Lagos Ranco y Valdivia	1	7	10	1	0	19
NorPatagonia y Osorno	0	0	1	1	0	2
Lago Llanquihue y Puerto Montt	6	13	15	9	0	43
Patagonia Verde	0	3	2	1	0	6
Total	17	41	44	19	3	124

Existe una diferencia entre la cantidad de empresa detectadas y fichas generadas, esto porque según acuerdo con el mandante, es un proceso que hemos dejado abierto hasta el final de la consultoría, con la finalidad de ir sumando empresas en la medida que se encuentren aún sin registro de Sernatur.

A continuación, es adjuntan los links de descarga por circuito:

[Fichas Araucanía Andina](#)

[Fichas Araucanía Lacustre](#)

[Fichas Sietelagos](#)

[Fichas Lago Ranco](#)

[Fichas Norpatagonia](#)

[Fichas Lago Llanquihue](#)

[Fichas Patagonia Verde](#)

Anexo N°5: COMPROBANTES DE ASISTENCIA Y GRÁFICAS

Talleres 3 a 5 de Febrero en formato Seminario Web

Paso 1: Seleccione el tipo de informe

- Informe de inscripción [?](#)
 Informe de asistentes [?](#)
 Informe de desempeño [?](#)
 Informe de preguntas y respuestas [?](#)
 Informe de la votación [?](#)

 Informe de la encuesta [?](#)

Paso 2: Elija un seminario web

De: Para: [Filtro](#) [Buscar](#)

Duración máxima del informe: 1 Mes

Fecha	Hora	Tema	Identificación del seminario web	Espectadores exclusivos ?	Usuarios totales ?	Vistas simultáneas máximas ?
<input type="radio"/> 5 feb. 2021	04:54 p. m.	Diseño Experiencias RELV - Tour Operadores Convencionales	834 9285 3758	4	7	3
<input type="radio"/> 5 feb. 2021	09:43 a. m.	Diseño Experiencias RELV - Tour Operadores Convencionales	834 9285 3758	19	43	16
<input type="radio"/> 4 feb. 2021	04:48 p. m.	Diseño Experiencias RELV - Ambientes de Montaña	839 6254 6998	1	2	1
<input type="radio"/> 4 feb. 2021	09:51 a. m.	Diseño Experiencias RELV - Ambientes de Montaña	839 6254 6998	16	45	17
<input type="radio"/> 3 feb. 2021	04:38 p. m.	Diseño Experiencias RELV - Ambientes Agua	871 9919 8632	6	8	6
<input type="radio"/> 3 feb. 2021	09:29 a. m.	Diseño Experiencias RELV - Ambientes Agua	871 9919 8632	18	31	16

Notas sobre Espectadores Exclusivos (pantallazo desde nota de Zoom)

Este valor indica cuántas personas vieron el seminario web en su computadora. No incluye a los panelistas o a los asistentes que solo escucharon por teléfono. Los espectadores que se unieron a la reunión varias veces o desde varios dispositivos solo se cuentan una vez.

87199198632 - Attendee Report

Tema	Identificación del seminario web	Hora de inicio real	Duración real (minutos)	N.º registrados
Diseño Experiencias RELV - Ambientes Agua	871 9919 8632	feb. 03, 2021 9:29 a. m.	212	18
Detalles del anfitrión				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Sí	RELV - Amity Tours	cristian@amity-tours.com	Feb 03, 2021 09:29:28	Feb 03, 2021 13:00:53
Detalles de panelista				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Sí	Vincent Baudin Morel	vincent@aguaventura.com	Feb 03, 2021 09:59:42	Feb 03, 2021 10:46:45
Sí	Rodrigo Moreno	rodrigo@chilelagosvolcanes.cl	Feb 03, 2021 10:10:19	Feb 03, 2021 10:48:52
Sí	Roberto Nappe	robertonappe@gmail.com	Feb 03, 2021 09:45:11	Feb 03, 2021 10:46:53
Detalles de asistente				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	Enrique Damm	Enrique	Damm	info@70weste.cl
Sí	Carolina Erber	Carolina	Erber	caroerb@gmail.com
Sí	Mateo Burgos	Mateo	Burgos	mburgos@hdjao.com
Sí	Laura Ortega - Kupange	Laura	Ortega - Kupange	info@kupange.cl
Sí	Chiloe Natural	Chiloe	Natural	tours@chiloenatural.com
Sí	Isabel Naguil Foye Mapu	Isabel	Naguil Foye Mapu	foymapu.turismo@gmail.com
Sí	Isabel Naguil Foye Mapu	Isabel	Naguil Foye Mapu	foymapu.turismo@gmail.com
Sí	Alejandra Diaz	Alejandra	Diaz	alejandra@cochamotravel.cl
Sí	Enrique	Enrique	Edmundo Pérez Pérez	enriqueperez@coloniaustral.cl
Sí	Enrique Edmundo Pérez Pérez	Enrique	Edmundo Pérez Pérez	enriqueperez@coloniaustral.cl
Sí	Enrique Edmundo Pérez Pérez	Enrique	Edmundo Pérez Pérez	enriqueperez@coloniaustral.cl
Sí	Enrique	Enrique	Edmundo Pérez Pérez	enriqueperez@coloniaustral.cl
Sí	Gonzalo Barros / Ranco Lauken Expeditions	Gonzalo	Barros / Ranco Lauken Expeditions	gonbarros@gmail.com
Sí	Germán Pino	Germán	Pino	german@amity-tours.com
Sí	Roberto Nappe			robertonappe@gmail.com
Sí	Santos Oñate	Santos	Oñate	lkankura.turismo@gmail.com
Sí	Santos Oñate	Santos	Oñate	lkankura.turismo@gmail.com
Sí	Pocha Contreras	Pocha	Contreras	pocha@chiloenatural.com
Sí	Sebastian Peralta - Turismo - La Unión	Sebastian	Peralta - Turismo - La Unión	sebastianperaltarivas@gmail.com
Sí	Erwin Martinez M.	Erwin	Martinez M.	erwinmartinez12@gmail.com
Sí	Ruta Escenica Lagos y Volcanes			ejecutivo@chilelagosvolcanes.cl
Sí	Hans Liechti	Hans	Liechti	info@travelsid.cl
Sí	Jean Pierre Battle	Jean	Pierre Battle	jp@travesiaandes.cl
Sí	Carlos Chávez	Carlos	Chávez	chavez.valderas@gmail.com
Sí	Carlos Chávez	Carlos	Chávez	chavez.valderas@gmail.com
Sí	Carlos Chávez	Carlos	Chávez	chavez.valderas@gmail.com
Sí	Juan Pablo Armstrong	Juan	Pablo Armstrong	jparmstrongsilva@yahoo.com

87199198632 - Attendee Report (1)

Tema	Identificación del seminario web	Hora de inicio real	Duración real (minutos)	N.º registrados
Diseño Experiencias RELV - Ambientes Agua	871 9919 8632	feb. 03, 2021 4:38 p. m.	130	6
Detalles del anfitrión				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Sí	RELV - Amity Tours	cristian@amity-tours.com	Feb 03, 2021 16:38:14	Feb 03, 2021 18:48:04
Detalles de panelista				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Detalles de asistente				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	Jeremy Aguilar	Jeremy	Aguilar	jeremy.ignacio10@gmail.com
Sí	Jeremy Aguilar	Jeremy	Aguilar	jeremy.ignacio10@gmail.com
Sí	Jorge Peters Skiba	Jorge	Peters Skiba	gerencia@huahum.cl
Sí	Maria Eliana Muñoz	Maria	Eliana Muñoz	mema09@gmail.com
Sí	Germán Pino	Germán	Pino	german@amity-tours.com
Sí	pedromunozfritz	pedromunozfritz		flyfishingexpeditions@rininahuel.cl
Sí	Juan Pablo Armstrong	Juan	Pablo Armstrong	jparmstrongsilva@yahoo.com

83962546998 - Attendee Report

Tema	Identificación del seminario web	Hora de inicio real	Duración real (minutos)	N.º registrados
Diseño Experiencias RELV - Ambientes de Montaña	839 6254 6998	feb. 04, 2021 9:51 a. m.	165	16
Detalles del anfitrión				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Sí	RELV - Amity Tours	cristian@amity-tours.com	Feb 04, 2021 09:51:00	Feb 04, 2021 12:35:02
Detalles de panelista				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Sí	Rodrigo Moreno	rodrigo@chilelagosyvolcanes.cl	Feb 04, 2021 09:51:22	Feb 04, 2021 12:35:02
Sí	Raffaele Di Biase	rafa@birdschile.com	Feb 04, 2021 09:51:12	Feb 04, 2021 11:02:26
Detalles de asistente				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	Enrique Pérez	Enrique	Pérez	enriqueperez@coloniaustral.cl
Sí	Juan Pablo Armstrong	Juan	Pablo Armstrong	jparmstrongsilva@yahoo.com
Sí	Juan Pablo Armstrong	Juan	Pablo Armstrong	jparmstrongsilva@yahoo.com
Sí	Juan Pablo Armstrong	Juan	Pablo Armstrong	jparmstrongsilva@yahoo.com
Sí	Juan Pablo Armstrong	Juan	Pablo Armstrong	jparmstrongsilva@yahoo.com
Sí	csotomayor	csotomayor		c.sotomayor@gmail.com
Sí	Hans Liechti	Hans	Liechti	info@travelaid.cl
Sí	Carlos Chávez	Carlos	Chávez	contacto@cochamotravel.cl
Sí	Carlos Chávez	Carlos	Chávez	contacto@cochamotravel.cl
Sí	Carlos Chávez	Carlos	Chávez	contacto@cochamotravel.cl
Sí	Carlos Chávez	Carlos	Chávez	contacto@cochamotravel.cl
Sí	claudia vargas	claudia	vargas	claudiaperiodista@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaspecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaspecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaspecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaspecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaspecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaspecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaspecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaspecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaspecializado@gmail.com
Sí	Germán Pino	Germán	Pino	german@croatiatravelco.com
Sí	Alvaro Ignacio Rivera Almonacid	Alvaro	Ignacio Rivera Almonacid	turismo.rototom@gmail.com
Sí	Alejandra Diaz	Alejandra	Diaz	alejandra@cochamotravel.cl
Sí	Alejandra Diaz	Alejandra	Diaz	alejandra@cochamotravel.cl
Sí	Chiloe Natural	Chiloe	Natural	tours@chiloenatural.com
Sí	Pocha Contreras	Pocha	Contreras	pocha@chiloenatural.com
Sí	Carolina Erber	Carolina	Erber	caroerb@gmail.com
Sí	Carolina Erber	Carolina	Erber	caroerb@gmail.com
Sí	Joaquin Let's Go Experience	Joaquin	Let's Go Experience	info@letsgoexperience.cl
Sí	Patricio	Patricio		patriciofernandezvega@gmail.com
Sí	patricio	Patricio		patriciofernandezvega@gmail.com
Sí	patricio	Patricio		patriciofernandezvega@gmail.com
Sí	patricio	Patricio		patriciofernandezvega@gmail.com
Sí	patricio	Patricio		patriciofernandezvega@gmail.com
Sí	patricio	Patricio		patriciofernandezvega@gmail.com
Sí	patricio	Patricio		patriciofernandezvega@gmail.com
Sí	patricio	Patricio		patriciofernandezvega@gmail.com
Sí	Patricio	Patricio		patriciofernandezvega@gmail.com
Sí	Jorge Peters Skiba	Jorge	Peters Skiba	gerencia@huahum.cl
Sí	RELV			ejecutivo@chilelagosyvolcanes.cl
Sí	RELV			ejecutivo@chilelagosyvolcanes.cl
Sí	RELV			ejecutivo@chilelagosyvolcanes.cl

83962546998 - Attendee Report (1)

Tema	Identificación del seminario web	Hora de inicio real	Duración real (minutos)	N.º registrados
Diseño Experiencias RELV - Ambientes de Montaña	839 6254 6998	feb. 04, 2021 4:48 p. m.	29	1
Detalles del anfitrión				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Sí	RELV - Amity Tours	cristian@amity-tours.com	Feb 04, 2021 16:48:11	Feb 04, 2021 17:16:58
Detalles de panelista				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Detalles de asistente				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	Jeremy Aguilar	Jeremy	Aguilar	jeremy.ignacio10@gmail.com

83492853758 - Attendee Report

Tema	Identificación del seminario web	Hora de inicio real	Duración real (minutos)	N.º registrados
Diseño Experiencias RELV - Tour Operadores Convencionales	834 9285 3758	feb. 05, 2021 9:43 a. m.	186	20
Detalles del anfitrión				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Sí	RELV - Amity Tours	cristian@amity-tours.com	Feb 05, 2021 09:43:58	Feb 05, 2021 12:49:40
Detalles de panelista				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Sí	Rodrigo Moreno	rodrigo@chilelagosvolcanes.cl	Feb 05, 2021 09:44:35	Feb 05, 2021 12:49:40
Sí	Jorge Peters	ventas@huahum.cl	Feb 05, 2021 09:56:44	Feb 05, 2021 09:57:50
Sí	Jorge Peters	ventas@huahum.cl	Feb 05, 2021 09:58:19	Feb 05, 2021 11:02:30
Detalles de asistente				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaespecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaespecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaespecializado@gmail.com
Sí	Ricardo Italo Sapiain	Ricardo	Italo Sapiain	guiaespecializado@gmail.com
Sí	Enrique Edmundo Pérez Pérez	Enrique	Edmundo Pérez Pérez	enriqueperez@coloniaustral.cl
Sí	Sebastian Peralta - Turismo - La Unión	Sebastian	Peralta - Turismo - La Unión	sebastianperaltarivas@gmail.com
Sí	Kimún Turismo	Kimún	Turismo	kimuntours@gmail.com
Sí	Kimún Turismo	Kimún	Turismo	kimuntours@gmail.com
Sí	Kimún Turismo	Kimún	Turismo	kimuntours@gmail.com
Sí	Kimún Turismo	Kimún	Turismo	kimuntours@gmail.com
Sí	Kimún Turismo	Kimún	Turismo	kimuntours@gmail.com
Sí	Pocha Contreras	Pocha	Contreras	pocha@chiloenatural.com
Sí	Luis Fuentes	Luis	Fuentes	toursyturismolagoranco@gmail.com
Sí	Luis Fuentes	Luis	Fuentes	toursyturismolagoranco@gmail.com
Sí	Luis Fuentes	Luis	Fuentes	toursyturismolagoranco@gmail.com
Sí	Luis Fuentes	Luis	Fuentes	toursyturismolagoranco@gmail.com
Sí	Luis Fuentes	Luis	Fuentes	toursyturismolagoranco@gmail.com
Sí	Luis Fuentes	Luis	Fuentes	toursyturismolagoranco@gmail.com
Sí	Luis Fuentes	Luis	Fuentes	toursyturismolagoranco@gmail.com
Sí	Andrea Rojas	Andrea	Rojas	arojasalarcon@gmail.com
Sí	Germán Pino	Germán	Pino	german@amity-tours.com
Sí	Jorge Peters			ventas@huahum.cl
Sí	Guido	Guido		guidocalfueque@gmail.com
Sí	Cyril Christensen	Cyril	Christensen	chiloenatural@gmail.com
Sí	Cyril Christensen	Cyril	Christensen	chiloenatural@gmail.com
Sí	Cyril Christensen	Cyril	Christensen	chiloenatural@gmail.com
Sí	Alvaro Rivera Almonacid	Alvaro	Rivera Almonacid	turismo.rototom@gmail.com
Sí	Marie-Lou Gouilleux	Marie-Lou	Gouilleux	marie@amity-tours.com
Sí	RELV			ejecutivo@chilelagosvolcanes.cl
Sí	Hans Liechti	Hans	Liechti	info@travelaid.cl
Sí	Germán Pino	Germán	Pino	german@croatiatravelco.com
Sí	Alejandra Diaz	Alejandra	Diaz	alejandra@cochamotravel.cl
Sí	camila silva	camila	silva	mesacuencalagoranco@gmail.com
Sí	Carlos Chávez	Carlos	Chávez	contacto@cochamotravel.cl
Sí	Carlos Chávez	Carlos	Chávez	contacto@cochamotravel.cl
Sí	Juan Pablo Armstrong	Juan	Pablo Armstrong	jparmstrongsilva@yahoo.com
Sí	Juan Pablo Armstrong	Juan	Pablo Armstrong	jparmstrongsilva@yahoo.com
Sí	Kimún	Kimún		contacto@kimuntours.cl
Sí	Kimún	Kimún		contacto@kimuntours.cl
No	Alvaro Ignacio Rivera Almonacid	Alvaro	Ignacio Rivera Almonacid	alvaro.ign.81@gmail.com

83492853758 - Attendee Report (1)

Tema	Identificación del seminario web	Hora de inicio real	Duración real (minutos)	N.º registrados
Diseño Experiencias RELV - Tour Operadores Convencionales	834 9285 3758	feb. 05, 2021 4:54 p. m.	175	4
Detalles del anfitrión				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Sí	RELV - Amity Tours	cristian@amity-tours.com	Feb 05, 2021 16:54:48	Feb 05, 2021 19:49:13
Detalles de panelista				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Correo electrónico	Hora de incorporación	Hora de salida
Sí	camila silva	mesacuencalagoranco@gmail.com	Feb 05, 2021 16:55:58	Feb 05, 2021 18:11:00
Detalles de asistente				
Asistió	Nombre de usuario (nombre original)	Nombre	Apellido	Correo electrónico
Sí	Mónica Schmidt	Mónica	Schmidt	gschmidt@mototraveltouring.com
Sí	Ruta Escénica Lagos y Volcanes	Ruta	Escénica Lagos y Volcanes	comunicaciones@chilelagosvolcanes.cl
Sí	Laura Ortega - Kupange	Laura	Ortega - Kupange	info@kupange.cl
Sí	camila silva	camila	silva	mesacuencalagoranco@gmail.com
Sí	RELV			ejecutivo@chilelagosvolcanes.cl

CLUB DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS **LAGOS & VOLCANES**

JORNADAS DE DIVERSIFICACIÓN
Experiencias de Aventura en
Ambientes de Agua

INVITADO VINCENT BAUDIN DE AGUAVENTURA

03
FEBRERO

HORARIO 1: 10:00 AM
HORARIO 2: 17:00 AM

📺 POR ZOOM

Chile

**RUTA
LAGOS
VOLCANES**

CORFO

SERNATUR
Servicio Nacional de Turismo

@rualagosyvolcanes
www.chilelagosyvolcanes.cl

CLUB DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS LAGOS & VOLCANES



JORNADAS DE DIVERSIFICACIÓN
Experiencias de Aventura en
Ambientes de Montaña

INVITADO RAFFAELE DI BIASE DE BIRDSCHILE

04
FEBRERO

HORARIO 1: 10:00 AM
HORARIO 2: 17:00 AM

📺 POR ZOOM

Chile

RUTA
LAGOS
VOLCANES

CORFO

SERNATUR
Servicio Nacional de Turismo

📧 @rutalagosyvolcanes
www.chilelagosyvolcanes.cl



CLUB DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS LAGOS & VOLCANES

JORNADAS DE DIVERSIFICACIÓN
Experiencias para Agencias de Viajes y Tour Operadores locales.

INVITADO JORGE PETERS DE TURISMO HUAHUM

05 FEBRERO	HORARIO 1: 10:00 AM
	HORARIO 2: 17:00 AM
POR ZOOM	

Chile | RUTA LAGOS VOLCANES | CORFO | SERNATUR
@rutalagosyvolcanes
www.chilelagosyvolcanes.cl

LINKS PRESENTACIONES

[3 FEBRERO](#): AMBIENTES DE AGUA

[4 FEBRERO](#): AMBIENTES DE MONTAÑA

[5 FEBRERO](#): AGENCIAS

Taller de 24 de Febrero en formato Reunión

85258033948_RegistrationReport

First Name	Last Name	Email	Registration Time	Approval Status
Isabel	Naguil	foymapu.turismo@gmail.com	2021-02-24 10:40:45	approved
Rodrigo	Mera	fomentopuertooctay@gmail.com	2021-02-24 08:03:36	approved
Daniel	Muñoz Arancibia	daniel.munoz@corfo.cl	2021-02-24 09:57:58	approved
guido	calfueque	Guidocalfueque@gmail.com	2021-02-24 10:07:41	approved
Nadia	Muñoz	matterhornsouth@gmail.com	2021-02-24 09:38:47	approved
Maribel	Proboste	Maribel.proboste@gmail.com	2021-02-22 18:08:36	approved
Lorena	Springer	lorena@vissnetchile.cl	2021-02-23 22:11:07	approved
cahuil.adventure@gmail.com		cahuil.adventure@gmail.com	2021-02-19 12:52:51	approved
Marie-Lou	Goullieux	marie@amity-tours.com	2021-02-24 10:01:37	approved
MAURICIO ALEX	FONFACH RIVAS	fonfach911@gmail.com	2021-02-23 21:11:03	approved
Andrea	Rojas	Arojasalarcon@gmail.com	2021-02-22 08:22:00	approved
Ghislaine		gschmidt@mototraveltouring.com	2021-02-21 19:20:21	approved
Esteban	Valenzuela	esteban.valenzuela.b@gmail.com	2021-02-23 13:29:07	approved
Paula	de la Maza	info@motopatagonia.com	2021-02-23 07:43:12	approved
Angela	Bless	angela@amity-tours.com	2021-02-24 10:42:15	approved
Tiemo	Speckhardt	tiemo@apasio.com	2021-02-24 10:32:03	approved
Joaquin	Cueto	info@letsgoexperience.cl	2021-02-24 09:54:32	approved
Luis	Brañas	Reservas@turismopewma.cl	2021-02-24 10:01:12	approved
Patricio	Fernandez	patriciofernandezvega@gmail.com	2021-02-22 16:42:05	approved
Lorena	Duhalde	lorenaduhalde@gmail.com	2021-02-24 09:48:34	approved
Hugo	Carvalho	Carvalho_hugo@hotmail.com	2021-02-24 11:57:41	approved
Isabel	Correa	isabel@labaitaconguillio.cl	2021-02-22 18:28:21	approved
Ricardo Italo Sapiain		guiaespecializado@gmail.com	2021-02-18 12:52:59	approved
Romà	Marti	info@raaraucarias.com	2021-02-24 09:43:37	approved
Carolina	Erber	caroerb@gmail.com	2021-02-24 10:20:23	approved
David	Ojeda	Davidojedapalma@gmail.com	2021-02-24 09:15:57	approved
Vanessa	Rojas	vanessa.rojas@corfo.cl	2021-02-24 09:12:57	approved
Claudio	Ansorena	Kopanqui@gmail.com	2021-02-24 00:34:01	approved
Ximena	Campbell	ximenacampbell@hotmail.com	2021-02-21 20:20:14	approved
Vicki	Johnson	reservas@galponairepuro.cl	2021-02-21 20:08:34	approved
Andrea	Guerra	andreaguerra06@gmail.com	2021-02-21 20:32:22	approved
Camila	Silva	ejecutivo@chilelagosyvolcanes.cl	2021-02-22 14:23:14	approved
Tere Montes - BirdsChile		birdschile@gmail.com	2021-02-24 08:07:44	approved
Juan Pablo	Mansilla	juanpablo@chiloetnico.cl	2021-02-19 12:08:29	approved
FELIX	ZAMBRANO	ventas@patagoniaaustral.cl	2021-02-21 20:41:35	approved
Alejandra	Diaz	alejandra@cochamotravel.cl	2021-02-24 09:57:18	approved
ALFREDO	INFANTE	alfredo.infante@corfo.cl	2021-02-24 09:55:28	approved
Marcel	Gonzalez	mgsoup@yahoo.es	2021-02-23 23:07:57	approved
Matthias	Boss	mat@antilco.com	2021-02-23 08:53:03	approved
Juan Carlos	González Guarda	Lafquintue@gmail.com	2021-02-22 21:47:23	approved
Fernanda	Aichele	F.aichele.arg@gmail.com	2021-02-24 10:10:10	approved

