



CHILE LO  
HACEMOS  
TODOS

## ANEXO N°1 Glosario de términos

**Año Calendario:** Corresponde a los 12 meses del año en que se presenta el proyecto y que corresponde al año de ejecución presupuestaria pública y que finaliza todos los 31 de diciembre de cada año.

**Socio Estratégico:** Es una entidad jurídica o persona natural que presenta junto con el Postulante un proyecto a la campaña de cofinanciamiento de Promoción Turística Internacional comprometiéndose con la correcta e integral ejecución del proyecto no siendo por tanto proveedor del proyecto y por lo tanto **NO se pueden recibir facturas emitidas por el socio estratégico para rendir actividades.**

**Tour operador:** Es una compañía, parte del canal de comercialización, que crea y comercializa paquetes turísticos que pueden incluir transporte, alimentos, hospedaje, visitas de ciudad, etc. Este puede ser Emisivo, Receptivo o ambos.

**TTOO Receptivo:** Es una compañía, del canal de comercialización, encargada de recibir en destino a turistas extranjeros.

**TTOO Emisivo:** Es una compañía, del canal de comercialización, encargada de hacer llegar turistas a otros destinos.

**Branding:** La noción de branding permite referirse al proceso de construcción de una marca. se incluye estrategia para gestionar los activos vinculados, ya sea de manera directa o indirecta, a un nombre comercial y su correspondiente logotipo o símbolo.

**Campaña de medios online:** Es toda comunicación de un producto o destino en formato digital dirigida a potenciales turistas y/o fuerza de venta. La publicidad online es la que se realiza en los medios interactivos, tales como; Internet, televisión interactiva y aparatos móviles, a través de formatos específicos como, por ejemplo, banners, landing page, spot publicitarios, aplicaciones para teléfonos móviles entre otros.

**Landing page:** Se denomina página de aterrizaje (del inglés landing pages) al sitio web al que eres derivado tras pulsar el enlace de una guía, un portal, algún banner o anuncio de texto situado en otra página web o portal de internet.

**Banners:** Espacio publicitario insertado en una página de internet que debe contener las directrices de uso de marca que establezcan las presentes bases.

**Video:** Herramienta audiovisual para dar a conocer un producto, presentar un servicio o destino, lanzar una campaña o captar a un determinado público.



**CHILE LO  
HACEMOS  
TODOS**

**Spot publicitario:** Herramienta para dar a conocer una marca, producto, servicio o destino concreto y para convencer, estimular y potenciar el interés de la audiencia al que va dirigido hacia un determinado objetivo. Existen spot de radio, televisión y redes sociales.

**Hosting:** El hosting es un servicio que puedes asociar a tu dominio web que puede incluir desde correos electrónicos hasta la misma página web.

**Housing:** El housing es un servicio que proporciona un datacenter, donde provee espacio en una sala de servidores para un servidor dedicado. Muchas empresas pequeñas o medianas almacenan su servidor en los mismos locales de su negocio, sin embargo, en caso de fuego o robo, se podría perder el servidor entero

**Google Adwords:** Es un servicio y un programa de la empresa Google que se utiliza para ofrecer publicidad patrocinada a potenciales anunciantes. A través de palabras claves, se pueden crear anuncios en línea para llegar a los usuarios en el momento exacto en que se interesan por los productos y servicios que ofrece una entidad. Es considerada un tipo de campaña online que generalmente va asociada a una campaña en google display. Los anuncios de búsqueda pueden ser en forma de texto, anuncios gráficos, anuncios en YouTube o anuncios en aplicaciones móviles.

**Google display:** Se trata de un conjunto de más de dos millones de sitios web, videos y aplicaciones donde pueden aparecer los anuncios de AdWords desarrollados por una entidad.

**Print page:** Impresión de pantalla

**Campaña de medios offline:** Es toda comunicación de un producto o destino que utiliza los canales tradicionales. Como su nombre lo indica, este tipo de publicidad se encuentra "fuera de línea" por lo que no hace uso del internet como medio de difusión. Los métodos que se utilizan para la promoción son la televisión, la radio, el periódico, el cine, las revistas, las vallas publicitarias (Vía Pública), las notas de prensa, etc.

**BTL:** La técnica publicitaria «below the line», que significa literalmente en castellano; bajo la línea, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para la promoción de un producto y destino, dirigidas a segmentos de mercado específicos. Los BTL generalmente son acciones complementarias a campañas de promoción tradicionales en medios off y on line.

**Newsletter:** Es un boletín con información periódica que es transmitida por medio del correo electrónico, con la que se informa a los usuarios sobre temas de su interés. Un newsletter es considerado una acción de marketing directo.

**Feria:** Las ferias de turismo son eventos periódicos que tienen como finalidad primordial la exposición, muestra y difusión de la oferta de bienes y servicios del sector turístico, para contribuir a su conocimiento y comercialización.

**Roadshow:** Es un evento itinerante, que consiste en llevar una acción de marketing a distintas ciudades en los mercados objetivo para la promoción turística internacional, con el propósito de captar clientes, transmitir un mensaje y promocionar la marca Chile como destino turístico internacional.



**CHILE LO  
HACEMOS  
TODOS**

**Capacitación fuerza de venta:** Es una acción que consiste en educar a tour operadores y agencias de viaje internacionales sobre el destino Chile y sus productos con el objetivo de fidelizar a la fuerza de venta y facilitar la venta del destino en el mercado donde se realiza la acción.

**Catering:** Servicio que consiste en elaborar y/o servir bebidas y alimentos en un evento, un lugar público o un medio de transporte.

**Activos fijos:** Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. Son ejemplos de activos fijos: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc.

**Empozamiento de fondos públicos:** Mantener recursos que se han solicitado producto de la no ejecución oportuna de los gastos informados.

**KPI:** Los KPIs son métricas que se utilizan para cuantificar los resultados de una determinada acción o estrategia en función de unos objetivos predeterminados; en cristiano, indicadores que nos permiten medir el éxito de nuestras acciones.

Receptor de fondos públicos:

**Postulante:** Persona Natural o Jurídica que solicita fondos públicos para el financiamiento de un proyecto de Promoción Turística Internacional.

**Soporte propio (medio propio):** Medios del postulante y/o socio estratégico, tales como: newsletter, sitio web, blog, redes sociales, comunicados a clientes (on y offline), revistas y diarios de la empresa, puntos de ventas y cualquier otro soporte y/o medio que podría ser calificado de medios propios.

**Ente ejecutor:** Entidad encargada de llevar adelante (ejecutar) un proyecto.

**Adjudicatario:** Persona natural o Jurídica que recibe o se adjudica fondos públicos para la Promoción Turística Internacional.