



**THR** | TOURISM  
INDUSTRY  
ADVISORS

PLAN DE MARKETING TURÍSTICO INTERNACIONAL

# Plan Marketing Internacional Chile

2023-2027

27 ENERO 2023



**SERNATUR**  
Ministerio de  
Economía, Fomento y  
Turismo

Gobierno de Chile

Producto N°1:

# Diagnóstico y Estudio de Mercado

## ANEXO 1: Resultados de las encuestas





Anexos

1

# Resultados de las encuestas

- Encuestas a TTOO emisivos de los mercados de interés

## Plan de Marketing Turístico Internacional de Chile – Opinión de expertos por mercados

# Encuestas a TTOO emisivos de los mercados de interés

### Datos generales de la encuesta

- Respuestas recibidas: **139**
- Número de preguntas: 14
- Idiomas de la encuesta: español, inglés, francés y portugués
- Encuesta abierta del 30/11/2022 al 2/1/2023
- “Target”: Tour Operadores emisivos de los mercados de interés

### Número de TTOO que contestaron la encuesta por mercado de origen



Notas: Algunos TTOO encuestados tienen más de un mercado de origen y por lo tanto sus respuestas contabilizan para más de un mercado de interés

Fuente: Resultados de la encuesta a TTOO a través de Survio; análisis THR

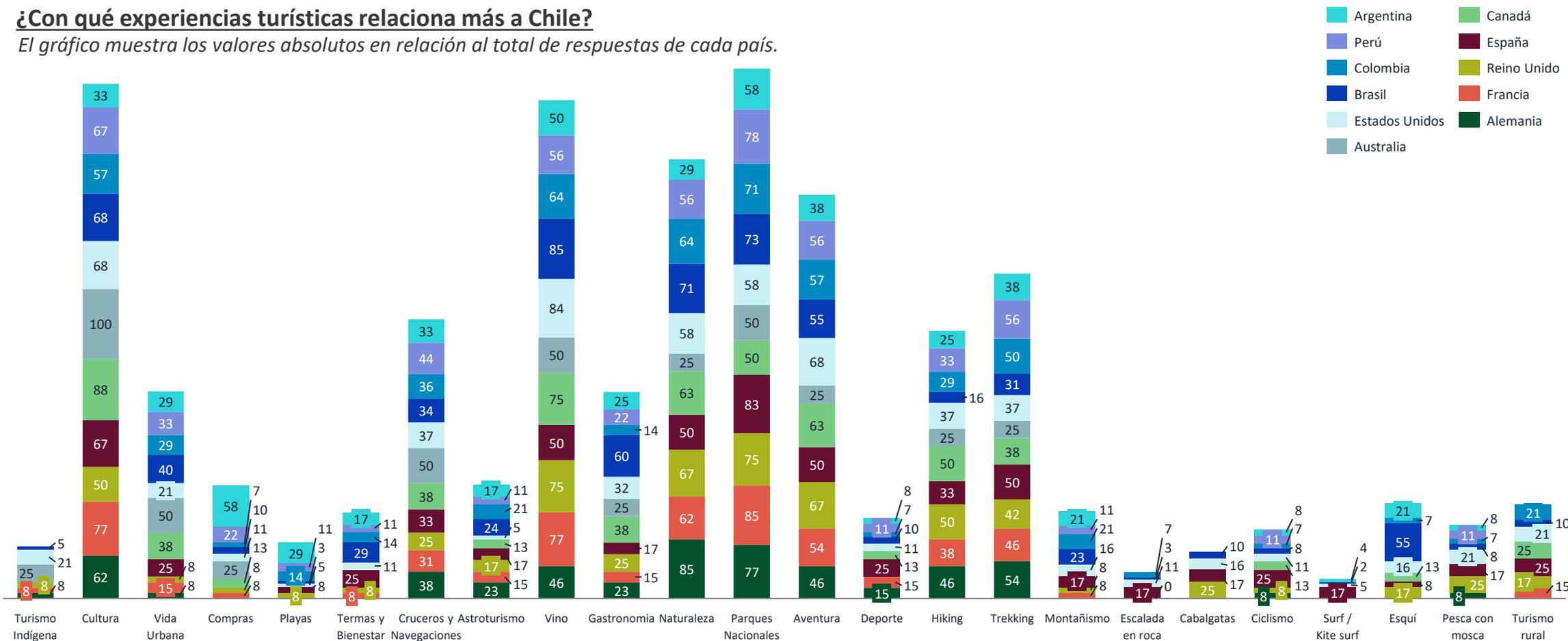


# Posicionamiento de Chile

## ¿Con qué experiencias turísticas relaciona más a Chile?

### ¿Con qué experiencias turísticas relaciona más a Chile?

El gráfico muestra los valores absolutos en relación al total de respuestas de cada país.



Notas: Algunos TTOO encuestados tienen más de un mercado de origen y por lo tanto sus respuestas contabilizan para más de un mercado de interés. Los resultados de la encuesta están ponderados en base al número de respuestas recibidos de cada país de interés.

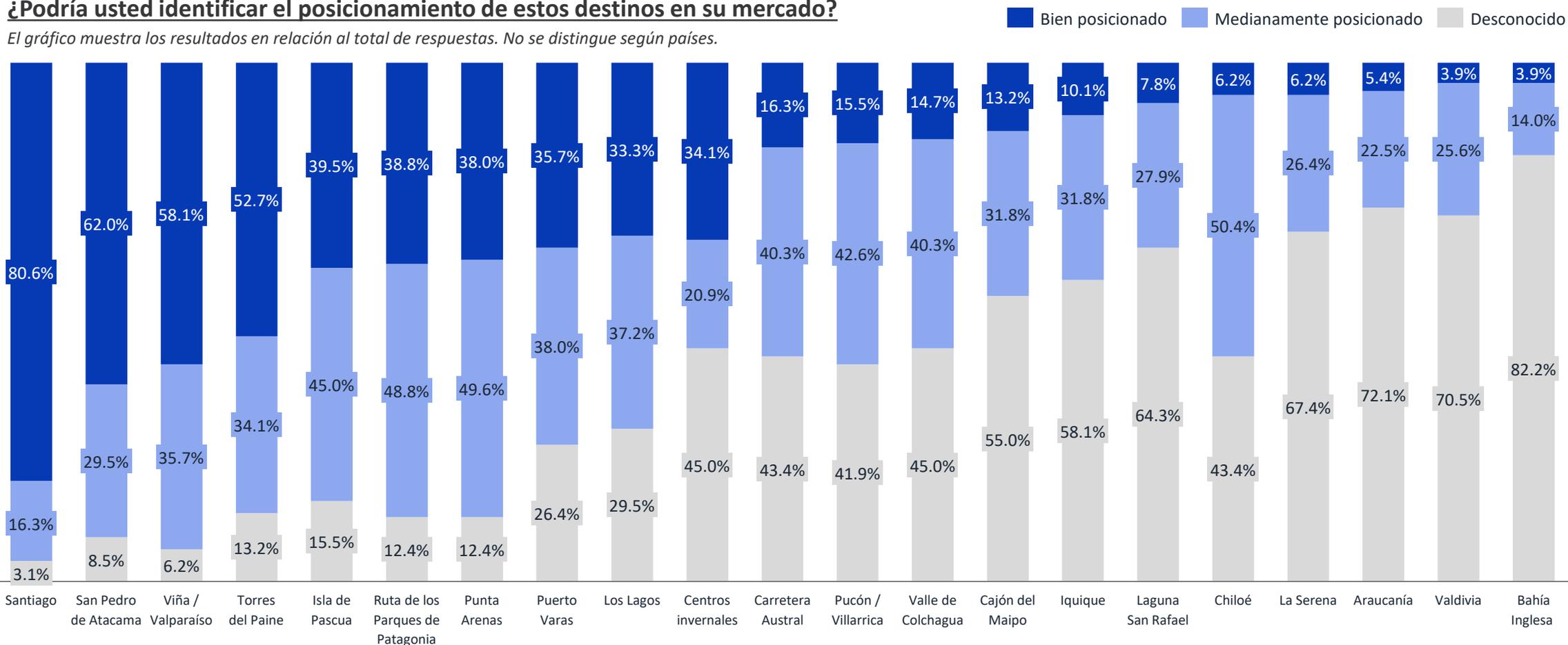
Fuente: Resultados de la encuesta a TTOO a través de Survio; análisis THR

## Posicionamiento de Chile

¿Podría usted identificar el posicionamiento de estos destinos en su mercado?

### ¿Podría usted identificar el posicionamiento de estos destinos en su mercado?

El gráfico muestra los resultados en relación al total de respuestas. No se distingue según países.

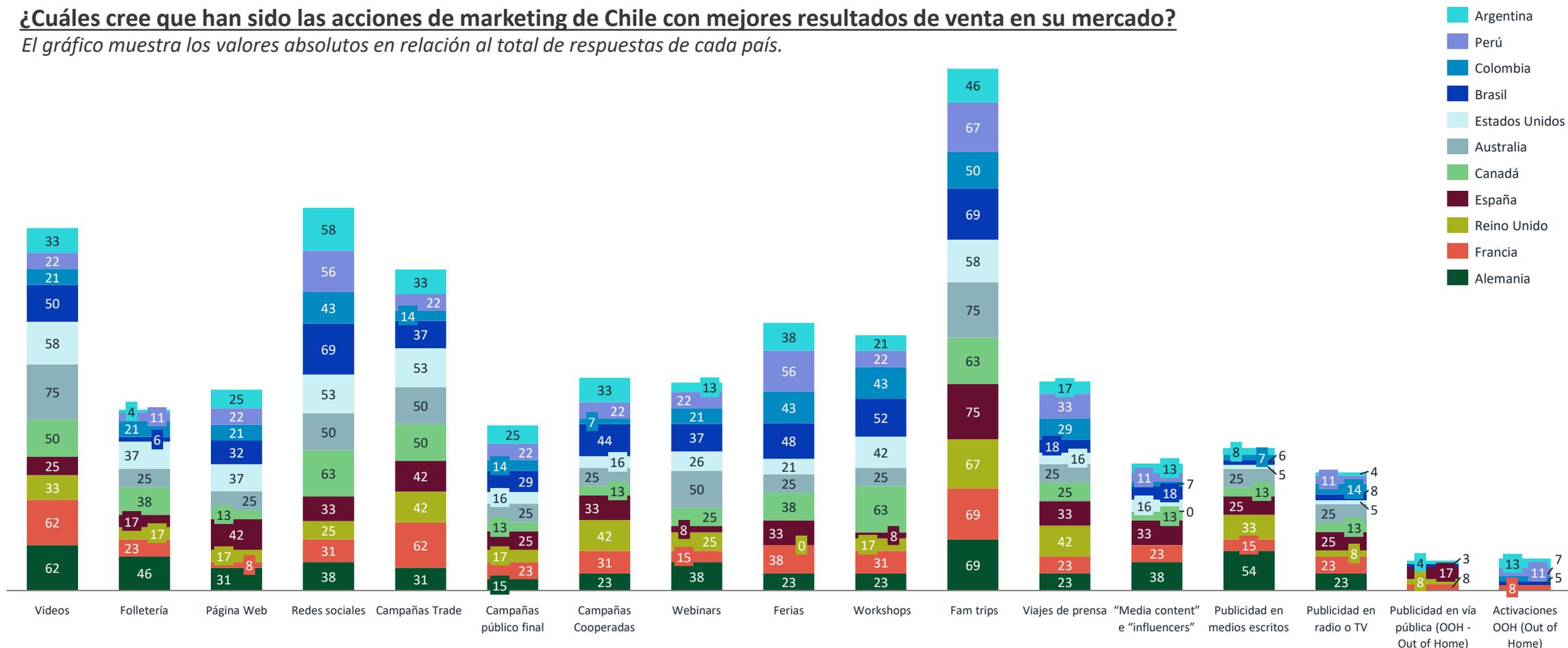


## Evaluación de las acciones promocionales de Chile

### ¿Cuáles han sido las acciones de marketing de Chile con mejores resultados de venta?

#### ¿Cuáles cree que han sido las acciones de marketing de Chile con mejores resultados de venta en su mercado?

El gráfico muestra los valores absolutos en relación al total de respuestas de cada país.



Notas: Algunos TTOO encuestados tienen más de un mercado de origen y por lo tanto sus respuestas contabilizan para más de un mercado de interés. Los resultados de la encuesta están ponderados en base al número de respuestas recibidas de cada país de interés.

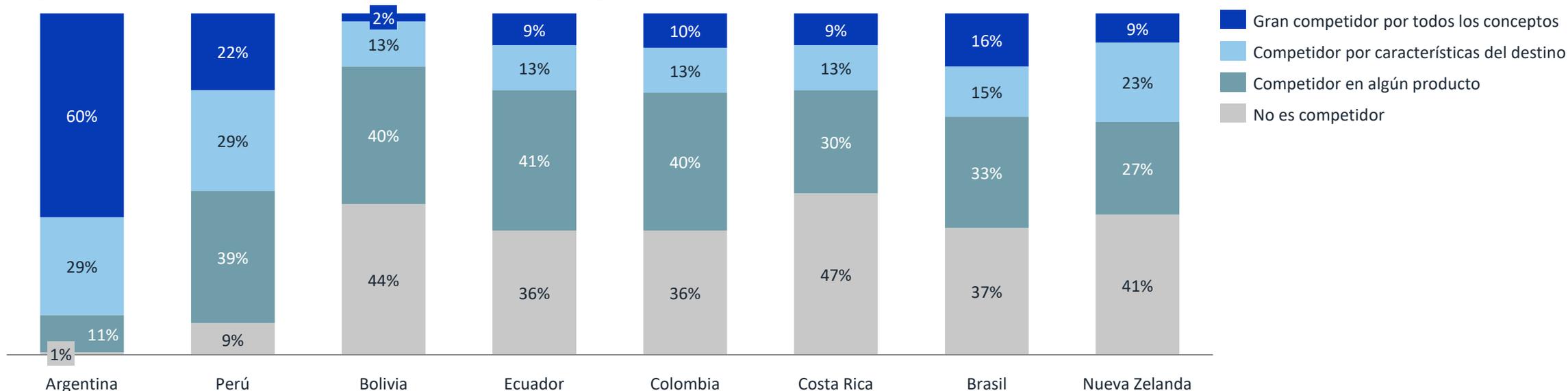
Fuente: Resultados de la encuesta a TTOO a través de Survio; análisis THR

## Evaluación de la competencia

¿Qué nivel de competitividad tienen los siguientes destinos en relación con Chile?

### Según sus clientes y su mercado, ¿Qué nivel de competitividad tienen los siguientes destinos en relación con Chile?

El gráfico muestra los resultados en relación al total de respuestas. No se distingue según países.



### Comentarios de los resultados según el país de origen del TTOO

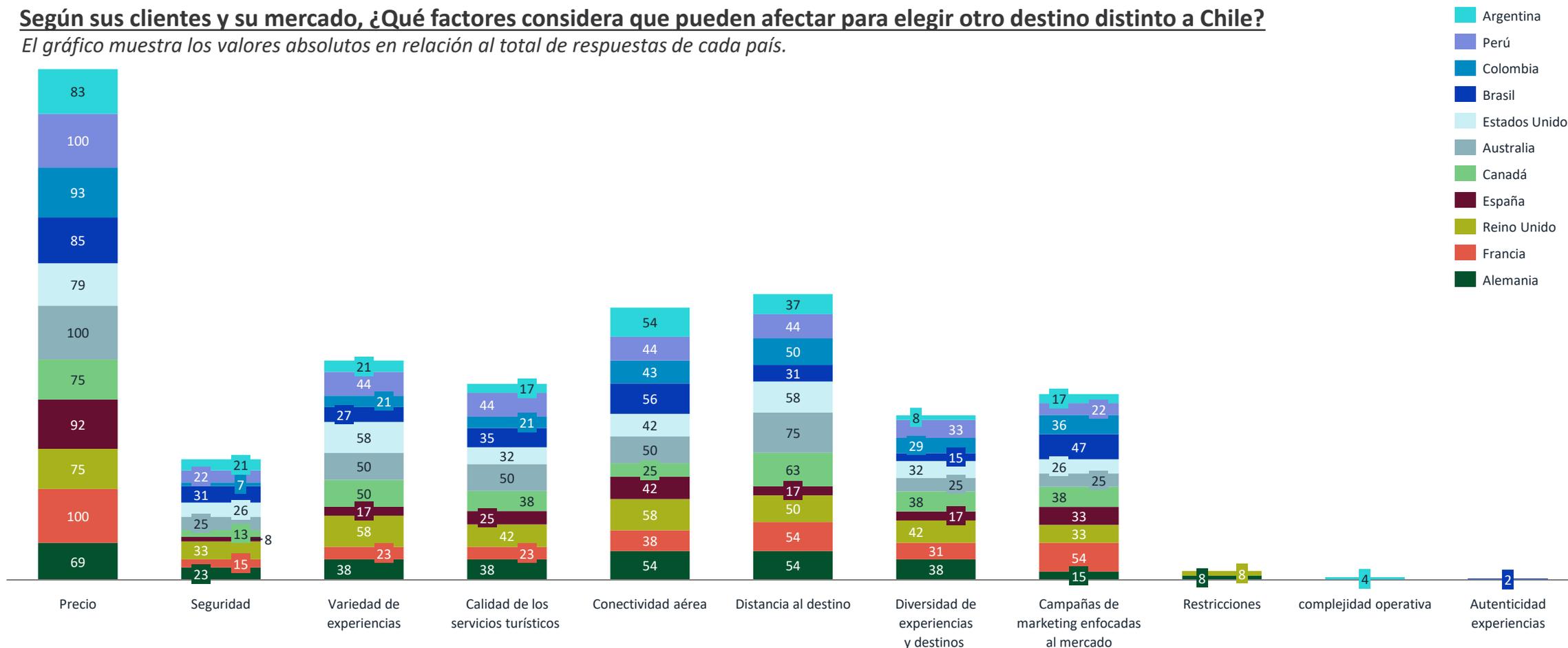
-  Gran competidor para todos los mercados
-  Los mercados regionales lo consideran competidor en algún producto o no competidor
-  Los mercados lejanos lo consideran competidor en algún producto. Los regionales lo mismo o no competidor
-  Para regionales es competidor en algún producto o no competidor
-  Gran competidor para mercados europeos y "long-haul"
-  Los mercados regionales lo consideran competidor en algún producto o no competidor
-  Los mercados regionales lo consideran más competidor que los regionales
-  Los regionales no lo consideran competidor. El resto sí.

## Evaluación de la competencia

¿Qué factores considera que pueden afectar para elegir otro destino distinto a Chile?

**Según sus clientes y su mercado, ¿Qué factores considera que pueden afectar para elegir otro destino distinto a Chile?**

El gráfico muestra los valores absolutos en relación al total de respuestas de cada país.



Notas: Algunos TTOO encuestados tienen más de un mercado de origen y por lo tanto sus respuestas contabilizan para más de un mercado de interés. Los resultados de la encuesta están ponderados en base al número de respuestas recibidos de cada país de interés.

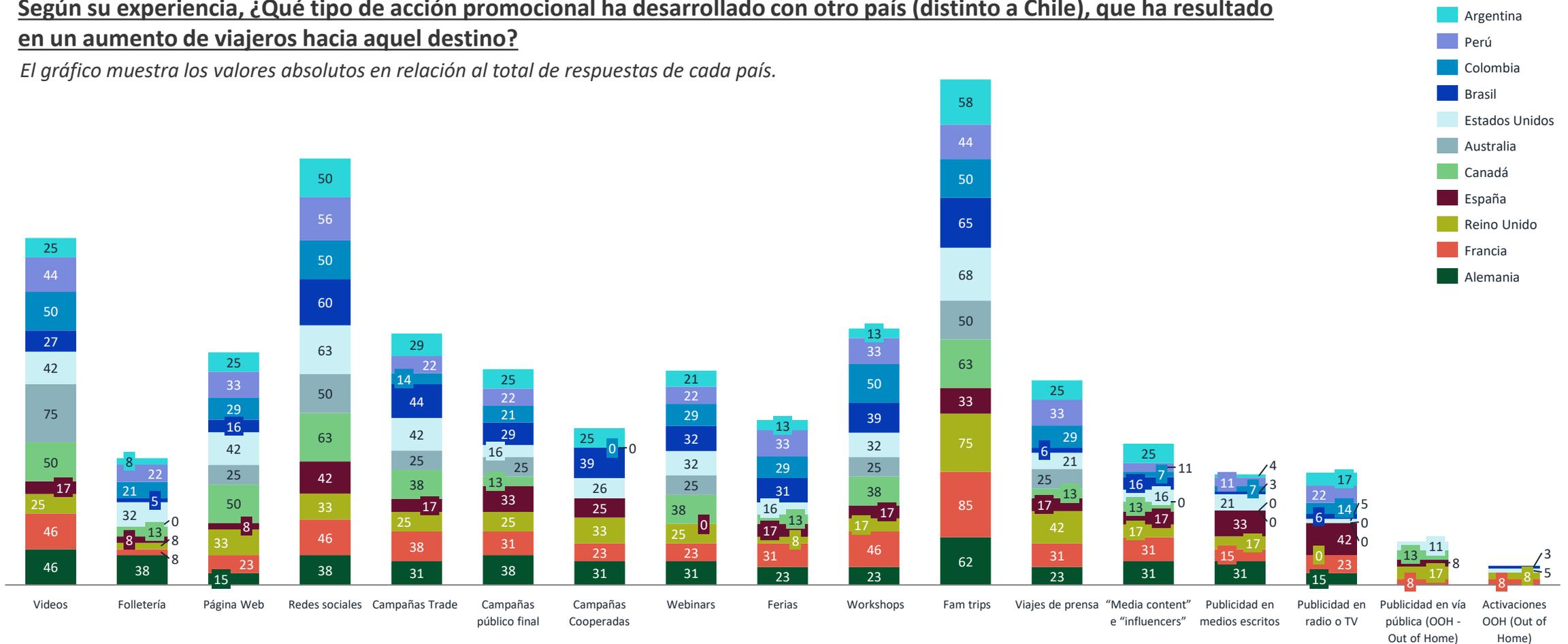
Fuente: Resultados de la encuesta a TTOO a través de Survio; análisis THR

## Evaluación de la competencia

¿Qué tipo de acción promocional ha resultado en un aumento de viajeros (en otro país)?

**Según su experiencia, ¿Qué tipo de acción promocional ha desarrollado con otro país (distinto a Chile), que ha resultado en un aumento de viajeros hacia aquel destino?**

El gráfico muestra los valores absolutos en relación al total de respuestas de cada país.

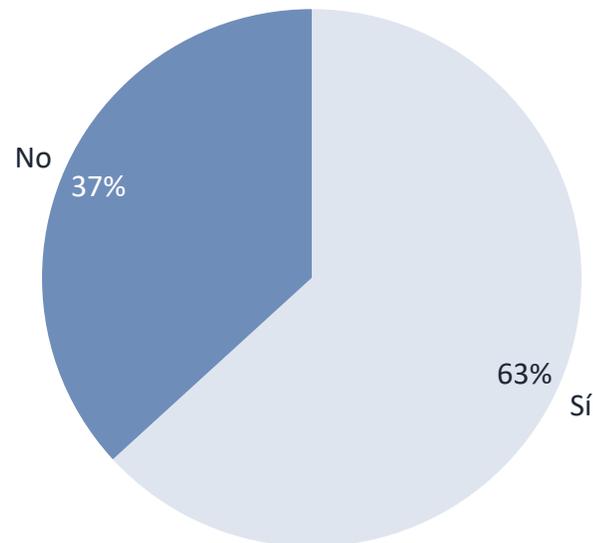


## Comportamiento del consumidor Post COVID

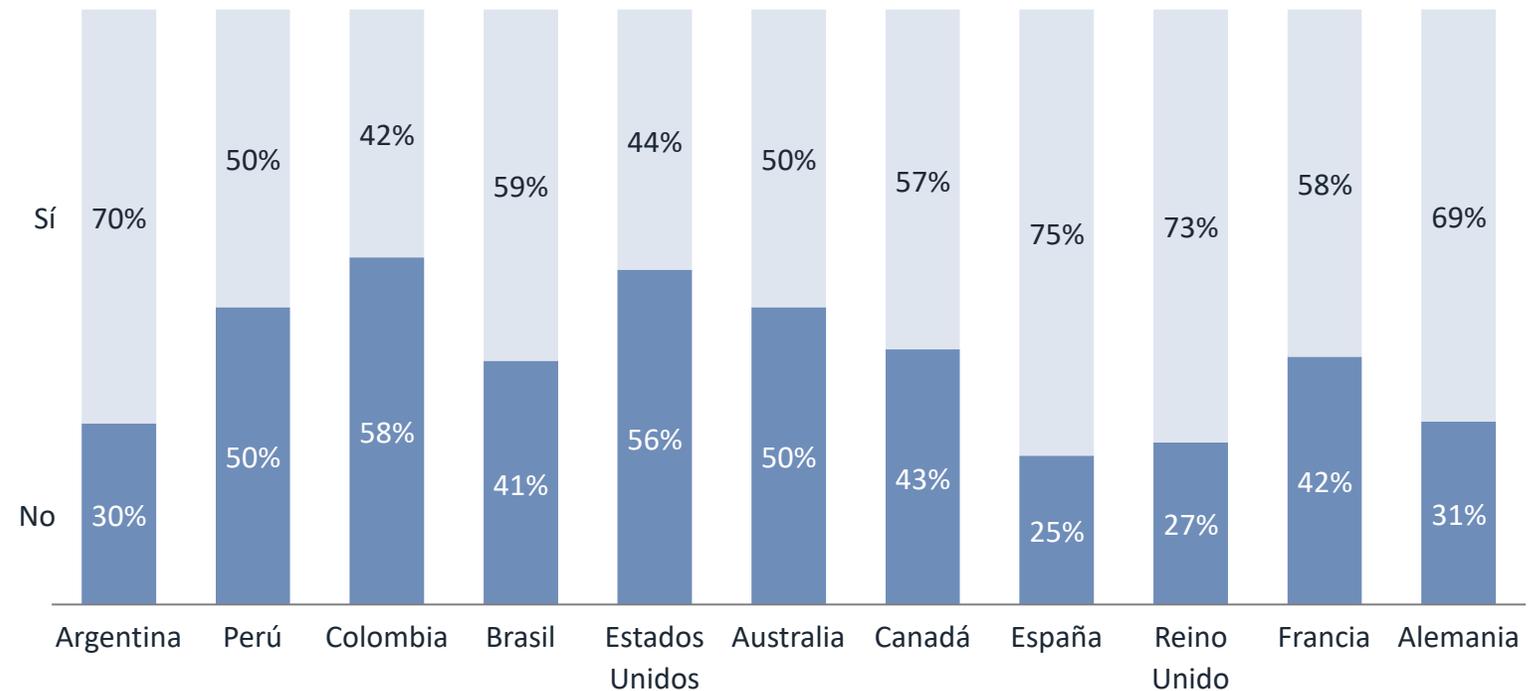
### ¿Cree que Chile perdió competitividad al abrir el último sus fronteras?

¿Cree que Chile perdió competitividad al ser uno de los últimos países que abrió sus fronteras?

Respuestas agregadas



Respuestas por mercados de interés

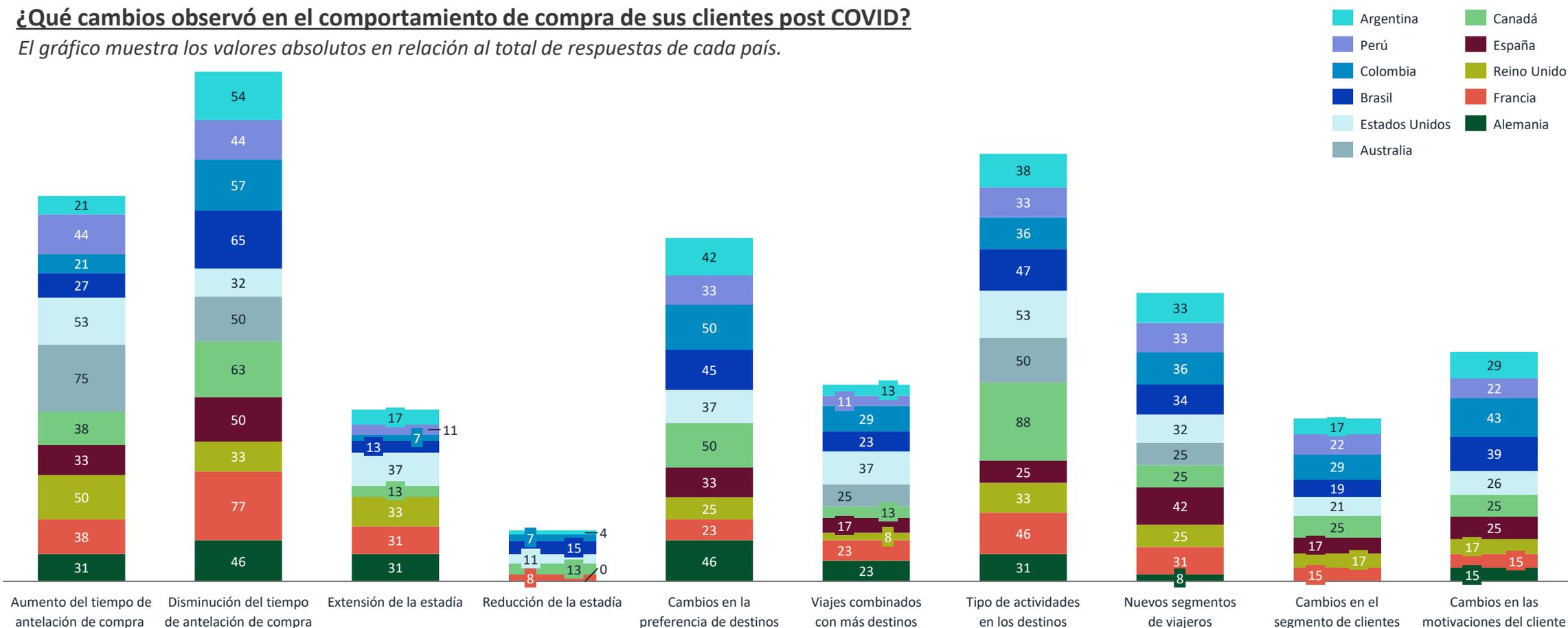


## Comportamiento del consumidor Post COVID

¿Qué cambios observó en el comportamiento de compra de sus clientes post COVID?

### ¿Qué cambios observó en el comportamiento de compra de sus clientes post COVID?

El gráfico muestra los valores absolutos en relación al total de respuestas de cada país.

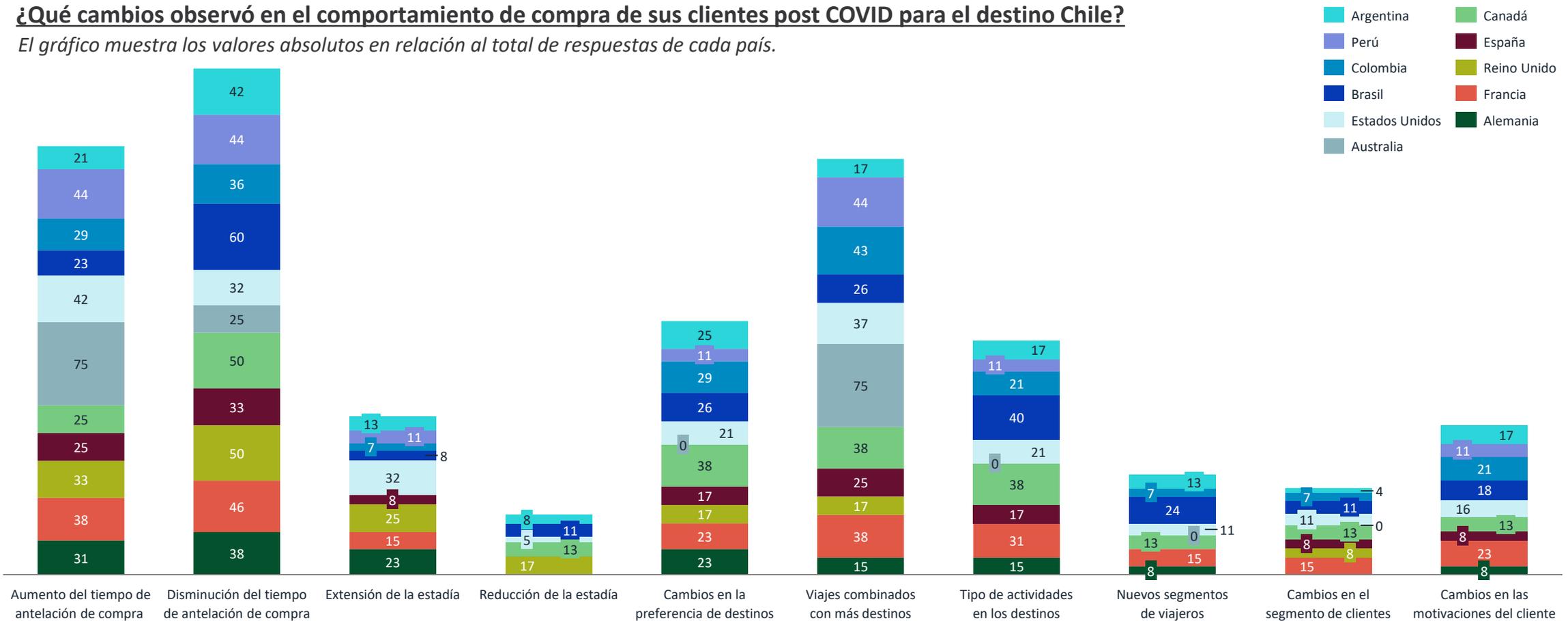


## Comportamiento del consumidor Post COVID

### ¿Qué cambios observó en el comportamiento de compra de clientes para Chile?

#### ¿Qué cambios observó en el comportamiento de compra de sus clientes post COVID para el destino Chile?

El gráfico muestra los valores absolutos en relación al total de respuestas de cada país.



Notas: Algunos TTOO encuestados tienen más de un mercado de origen y por lo tanto sus respuestas contabilizan para más de un mercado de interés. Los resultados de la encuesta están ponderados en base al número de respuestas recibidas de cada país de interés.

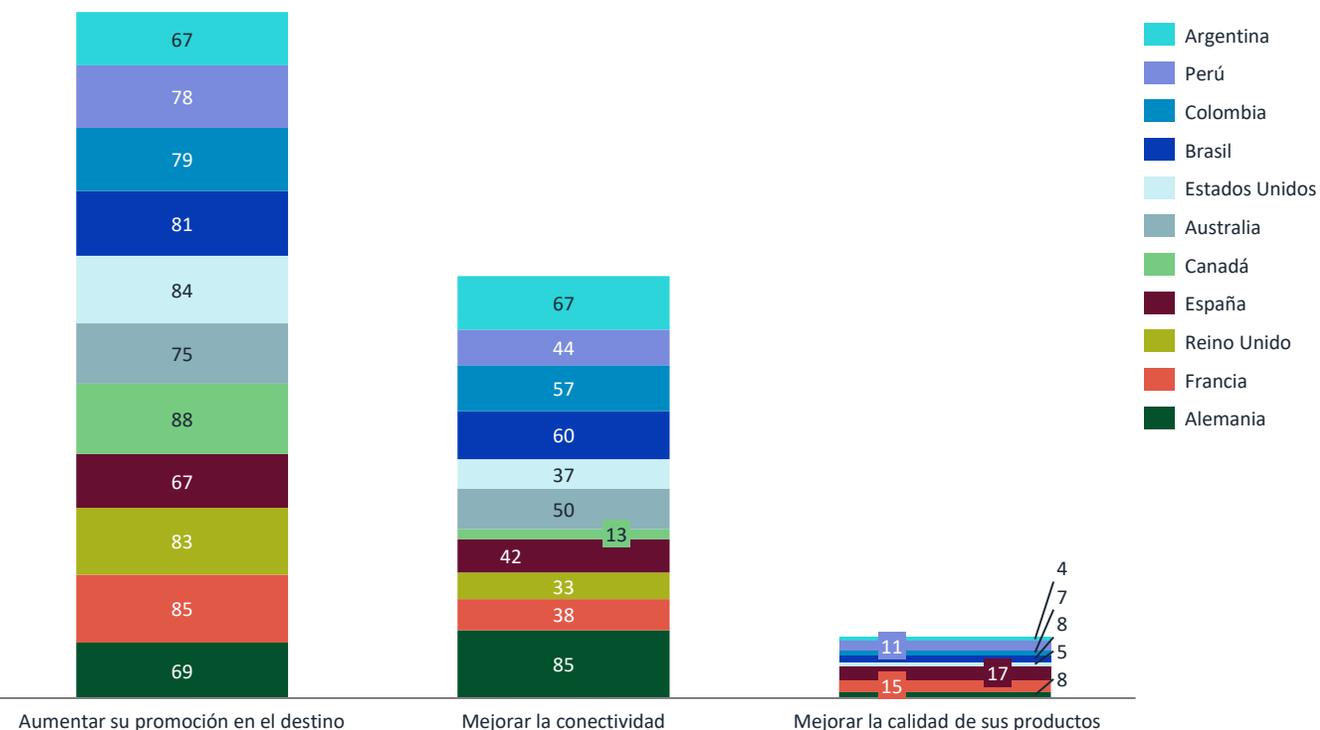
Fuente: Resultados de la encuesta a TTOO a través de Survio; análisis THR

## Comportamiento del consumidor Post COVID

¿Cómo podría Chile potenciar su imagen para incrementar turistas de su mercado?

**Según su conocimiento del cliente y su mercado, ¿Cómo cree usted que Chile podría potenciar su imagen para incrementar la llegada de turistas de su mercado?**

El gráfico muestra los valores absolutos en relación al total de respuestas de cada país.



### Otras respuestas

Más paquetes de viaje

Bajar precios del país en general

Bajar tarifas aéreas

Fam y Press trips

Mejorar la conectividad con Isla de Pascua

Acabar con las restricciones COVID

Más campañas

Más información y transparencia sobre la situación social del país

# THR

TOURISM  
INDUSTRY  
ADVISORS



**Gustavo Bassotti**

Senior Marketing Director

[bassotti@thr.es](mailto:bassotti@thr.es)

**Debbie Feldman**

**Carlos Doyhamberry**

**Raúl García**

**María Sánchez**

**Clara Robert**

[www.thr.es](http://www.thr.es)