SUBDIRECCIÓN DE MARKETING · CALENDARIO DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL 2027

Roadshow Europa 2027 – París y Berlín

París, Francia y Berlín, Alemania · 25 y 26 de mayo de 2027

SERNATUR organiza en Europa un roadshow comercial que reúne a 20 empresas chilenas —DMC, proveedores y productos turísticos— con compradores seleccionados en París y Berlín, los días 25 y 26 de mayo de 2027, respectivamente. La gira trabaja dos de los cuatro mercados europeos priorizados por el Plan de Marketing Turístico Internacional 2023-2027, en el momento en que los operadores definen su programación para la temporada de verano austral 2027-2028, y refuerza la presencia directa de Chile en Francia y Alemania.

- **Cupos totales: 20**
  - Cupos para tour operadores / DMC: 8
  - Cupos para productos / experiencias: 12

Qué obtiene el expositor

- Agenda de reuniones 1:1 con operadores de los mercados francés y alemán preseleccionados según su perfil de producto.
- Exposición directa ante un número amplio de agencias de viaje que venden o desean incorporar Chile dentro de su oferta
- Contactos calificados para el seguimiento comercial posterior al evento.
- Presencia bajo la marca país Chile, con el respaldo institucional de SERNATUR.

Qué se espera del expositor

- Material comercial en inglés, francés y/o alemán: presentación, tarifario de referencia, fichas de producto.
- Participación presencial de un representante con capacidad de decisión comercial.
- Seguimiento activo de los contactos generados.

Ficha del evento

Datos generales

Nombre del evento	Roadshow Europa 2027 – París y Berlín (primer semestre)
Ciudad y país	París, Francia Berlín, Alemania
Fecha y horario	París: 25 de mayo de 2027, de 15:00 a 21:30 hrs. Berlín: 26 de mayo de 2027, de 14:30 a 21:30 hrs.
Sede	Por confirmar
Mercado objetivo	Europa: Francia + Alemania
Organiza	SERNATUR – Subdirección de Marketing
Cupos expositores chilenos	20 cupos (8 tour operadores / DMC y 12 productos / experiencias)
Compradores esperados	París: 20 a 30 agencias de viaje y 40 tour operadores (aprox.) Berlín: 35 a 40 agencias de viaje y 50 a 55 tour operadores (aprox.)
Costo de participación	$1.600.000 por empresa coexpositora – incluye: mesa, agenda 1:1 y catering. No incluye: pasajes aéreos, alojamiento y viáticos.
Contacto SERNATUR	Mercados Europa: Fernanda Pérez Duarte – fperezd@sernatur.cl

Objetivo del evento

Generar oportunidades de negocio entre la oferta turística chilena y la industria de viajes de Francia y Alemania, para aumentar la llegada de viajeros europeos de larga estadía y alto gasto, y su distribución hacia destinos y temporadas menos visitados.

Objetivos específicos

- Conectar a DMC y proveedores chilenos con tour operadores con capacidad real de programar Chile, en especial especialistas en larga distancia, naturaleza y aventura, viaje a medida y segmento upscale.
- Incorporar Chile en la programación de la temporada 2027-2028 más allá de los íconos posicionados (Torres del Paine, Atacama, Rapa Nui, Santiago y Valparaíso), con destinos y experiencias complementarias que alarguen la estadía.
- Capacitar a la fuerza de venta con itinerarios armados de 2 a 3 semanas, para reducir la percepción de Chile como destino complejo de planificar, uno de los frenos identificados en el Plan de Marketing Turístico Internacional.

Formato del evento

El roadshow combina dos modalidades de encuentro comercial en dos jornadas (una por país):

Módulo	Contraparte europea	Dinámica	Enfoque
Reuniones 1:1	Operadores turísticos	Agenda de reuniones preagendadas, de 10 a 12 minutos de duración, en mesa asignada al expositor chileno. Los buyers rotan entre las mesas.	Negociación: tarifas, condiciones, programación y productos para el catálogo del operador
Capacitación y networking (tarde-noche)	Agentes de viaje	Presentación de destino de SERNATUR (itinerarios, conectividad, temporadas, Chile.travel), rondas en mesas de 6 a 8 agentes en mesas asignadas a expositores chilenos. Cierre con vino y gastronomía chilena y quiz con premios.* *Obligatorio para productos chilenos / voluntario para DMC chilenos	Difusión y capacitación: dar a conocer el producto a la venta minorista y entregar herramientas para venderlo

- Las agendas de reuniones del formato 1:1 se realizarán a través de la plataforma disponible para ello.
- Las reuniones serán solicitadas por los chilenos. Los operadores europeos pueden aceptar o no una reunión.
- Se hará llegar el perfil de los invitados.

Perfil esperado de la oferta chilena

Empresas con programas y productos listos para comercializarse en Europa a través de intermediarios.

Tipo de empresas

- DMC y operadores receptivos con programas multidestino (norte, centro y sur) e itinerarios de 2 a 3 semanas, incluidos combinados con países vecinos.
- Productos turísticos: hoteles y lodges de naturaleza, navegación y cruceros de expedición, viñas y enoturismo, astroturismo, turismo aventura y trekking, y experiencias upscale.

Requisitos

- Registro vigente en SERNATUR cuando corresponda al tipo de servicio y cumplimiento de todos los requisitos señalados en el manual de ferias y eventos de SERNATUR.
- Experiencia de trabajo con el canal (tarifas netas / comisionables y políticas claras de reserva y cancelación).
- Capacidad de atención en inglés, francés o alemán, o disposición a incorporarla.
- Deseable: experiencia previa con el mercado europeo, o producto con potencial claro para él.

Oferta de especial interés para Europa

- Naturaleza y aventura en parques nacionales: Torres del Paine, Ruta de los Parques de la Patagonia, Carretera Austral, trekking, kayak y navegación por fiordos.
- Íconos posicionados combinados con destinos complementarios: Atacama y astroturismo, Rapa Nui, Santiago y Valparaíso con valles vitivinícolas, Lagos y Volcanes, Chiloé.
- Cultura y patrimonio: sitios UNESCO y turismo indígena (mapuche, rapanui, atacameño).
- Segmentos de alto valor: cruceros de expedición, fauna y observación de aves, y viajeros upscale.
- Productos que desestacionalicen la demanda en primavera y otoño australes.