Rueda de Negocios Expedition Anglo 2027

Santiago, Chile · 4 de mayo de 2027

Expedition Chile 2027 es una acción de promoción internacional que se realizará entre el 28 de abril y el 5 de mayo, y que combina viajes de familiarización (FAM) para compradores y asesores de viaje de mercados prioritarios con una rueda de negocios entre las cuentas participantes del FAM y empresarios chilenos. La Rueda de Negocios busca que la industria turística chilena presente a las cuentas internacionales los destinos, alojamientos, experiencias y servicios turísticos del país, y que ese conocimiento se traduzca en recomendaciones, cotizaciones, reservas y/o la incorporación de nuevos productos chilenos a sus programas.

- **Empresas chilenas en la rueda de negocios: 50**
  - **DMC / TTOO: 15**
  - **Productos / experiencias: 35**

Qué obtiene la empresa chilena participante

- Acceso a una rueda de negocios con hasta 50 compradores internacionales previamente seleccionados.
- Reuniones comerciales con asesores de viaje, tour operadores y otros intermediarios con potencial de comercializar Chile.
- Oportunidad de presentar productos y destinos a compradores que habrán conocido previamente parte de la oferta nacional en terreno.
- Contactos calificados y oportunidades de seguimiento comercial posterior al evento.
- Participación bajo la marca país Chile y con respaldo institucional de SERNATUR.

Qué se espera de las empresas chilenas

- Material comercial actualizado en inglés: presentación, fichas de producto, itinerarios, y políticas de reserva y cancelación.
- Participación presencial de un representante con capacidad de decisión comercial y conocimiento de la oferta.
- Productos y servicios disponibles para su comercialización internacional, con información precisa sobre capacidad, temporadas, logística, tiempos de operación y condiciones.
- Preparación previa para las reuniones, revisión de los perfiles de compradores y definición de objetivos comerciales.
- Seguimiento activo de los contactos, solicitudes de información y oportunidades generadas durante el evento.

Ficha del evento

Datos generales

Nombre del evento	Expedition Chile 2027 – FAM internacional y rueda de negocios
Ciudad y país	Santiago, Chile
Fecha y horario	Rueda de negocios: 4 de mayo de 2027
Sede	Hotel o recinto para la rueda de negocios por definir.
Mercados objetivo	Estados Unidos: 30 cuentas compradoras Australia: 20 cuentas compradoras
Organiza	SERNATUR – Subdirección de Marketing En coordinación con la oficina de representación y proveedores/operadores responsables de la ejecución
Compradores esperados	50 cuentas en escenario base: 30 de Estados Unidos y 20 de Australia.
Empresas chilenas participantes	Hasta 50 empresas en la rueda de negocios.
Costo de participación	$1.600.000
Contacto SERNATUR	Mercado Norteamérica: Romina Reyes – rreyes@sernatur.cl

Objetivo del evento

Dar a conocer la diversidad de la oferta y los destinos turísticos de Chile a compradores y asesores de viaje de Estados Unidos y Australia, fortaleciendo su conocimiento del destino y sus capacidades para recomendar, diseñar, cotizar y comercializar experiencias chilenas. La iniciativa culminará con una rueda de negocios que conectará a los participantes internacionales con hasta 50 empresas turísticas chilenas, propiciando nuevas relaciones comerciales y una mayor amplitud y diversificación de la oferta de Chile en dichos mercados.

Objetivos específicos

- Fortalecer el conocimiento de Chile mediante experiencias en terreno que permitan comprender sus destinos, productos, servicios, conectividad, distancias y posibilidades de combinación.
- Ampliar la presencia de destinos y experiencias chilenas en la oferta de asesores de viaje y tour operadores de Estados Unidos y Australia.
- Conectar a compradores internacionales con DMC, operadores receptivos, alojamientos y proveedores de distintas regiones del país.
- Facilitar reuniones comerciales pertinentes entre hasta 50 empresas chilenas y los compradores invitados, considerando sus perfiles, intereses y potencial de negocio.
- Promover la diversificación territorial y temática de la oferta de Chile, incorporando destinos y productos más allá de los circuitos tradicionalmente comercializados.
- Generar oportunidades de cotización, reservas, desarrollo de itinerarios e incorporación de nuevos proveedores y experiencias.
- Establecer un mecanismo de seguimiento que permita medir los resultados comerciales posteriores al FAM y a la rueda de negocios.

Formato del evento

Expedition Chile 2027 combinará viajes de familiarización en destinos nacionales con una rueda de negocios de cierre en Santiago. Los compradores se organizarán en grupos de acuerdo con su mercado de origen, perfil comercial, especialización y potencial de comercialización. Los recorridos permitirán conocer directamente experiencias y proveedores; posteriormente, la rueda de negocios ampliará el contacto a empresas de las regiones visitadas y de otros destinos de Chile.

Módulo	Contraparte	Dinámica	Enfoque
Viajes de familiarización (FAM)	Asesores de viaje y representantes de tour operadores de Estados Unidos y Australia	Recorridos regionales, visitas a alojamientos, experiencias y encuentros con proveedores, organizados en grupos según perfil e itinerario.	Conocimiento del destino, evaluación de producto y generación de confianza para recomendar y comercializar Chile.
Rueda de negocios	Hasta 50 empresas turísticas chilenas y 50 compradores internacionales.	Reuniones B2B previamente agendadas, organizadas según afinidad entre la oferta chilena y los intereses de cada comprador.	Generación de contactos y oportunidades de incorporación de productos y/o servicios.
Instancias de relacionamiento	Compradores, empresas chilenas y actores institucionales	Bienvenida, presentaciones breves de destino y espacios de networking, según programa definitivo.	Posicionamiento de Chile, intercambio de información y fortalecimiento de vínculos comerciales.

Organización de las reuniones

- La agenda deberá construirse a partir de los perfiles de los compradores y de la oferta de las empresas chilenas inscritas.
- Se evaluarán previamente los intereses de cada comprador: de producto, destinos prioritarios, perfil de cliente y necesidades de contratación.
- Las reuniones deberán priorizar la pertinencia comercial por sobre el número de citas, procurando que cada empresa chilena se reúna con compradores adecuados a su producto.
- La duración de las citas, el número de reuniones por empresa, el sistema de agendamiento y la distribución de mesas se definirán en el diseño operativo.
- Se deberá registrar la asistencia, las reuniones realizadas y los próximos pasos acordados para facilitar el seguimiento.

Perfil esperado de los compradores internacionales

Profesionales de la industria de viajes con capacidad demostrable para recomendar, diseñar, reservar, distribuir o incorporar productos turísticos de Chile en sus respectivos mercados. Se priorizará la calidad comercial, el potencial de desarrollo de negocios y la afinidad con la oferta chilena.

Distribución propuesta

Mercado	Escenario base	Criterio
Estados Unidos	30 cuentas	Priorizar asesores activos, agencias y tour operadores con potencial de venta de Chile.
Australia	20 cuentas	Priorizar compradores con experiencia en viajes de larga distancia, naturaleza, aventura, lujo y expedición.

Mercado	Escenario base	Criterio
Total	50 cuentas	La ampliación deberá responder a la disponibilidad de compradores calificados y a la capacidad presupuestaria y operativa.

Tipos de compradores

- Asesores de viaje (Travel Advisors) que diseñan y reservan viajes personalizados, especialmente en los segmentos de lujo, experiencias a medida, naturaleza y aventura.
- Asesores pertenecientes a redes y agencias relevantes para la comercialización internacional, incluyendo FORA y profesionales vinculados a redes como Virtuoso y Signature, cuando corresponda.
- Tour operadores y agencias mayoristas con responsabilidad en desarrollo de producto, contratación de proveedores y diseño de programas para Chile.
- Compradores con cartera de clientes, actividad comercial demostrable y capacidad de generar solicitudes, cotizaciones, reservas o incorporación de nuevos productos.

Criterios de selección

- Actividad vigente en la venta de viajes de ocio y capacidad para influir en la decisión de compra o en la programación de producto.
- Experiencia o potencial demostrado en viajes internacionales de larga distancia y afinidad con los segmentos prioritarios para Chile.
- Interés comercial concreto en Chile: ventas previas, solicitudes de clientes, intención de desarrollar itinerarios o incorporación de nuevos proveedores.
- Disposición para participar en el programa completo, asistir a la rueda de negocios y realizar seguimiento comercial posterior.
- Para asesores de viaje, se considerará la realización previa del Chile Destination Specialist Program como criterio de selección.
- La pertenencia a una red comercial, por sí sola, no deberá garantizar un cupo. La selección debe considerar actividad, potencial de venta y compromiso.

Perfil esperado de la oferta chilena

Empresas con productos y servicios turísticos comercializables internacionalmente, capacidad operativa para atender viajeros de Estados Unidos y Australia y disposición para establecer relaciones comerciales con asesores de viaje y tour operadores.

Tipo de empresas

- DMC y operadores receptivos con programas en uno o más destinos de Chile.
- Hoteles, lodges, resorts, alojamientos boutique y establecimientos de lujo.
- Proveedores de experiencias de naturaleza, aventura, cultura, gastronomía, enoturismo y turismo de intereses especiales.
- Operadores de excursiones, turismo activo, expediciones, cruceros y experiencias en destinos remotos.
- Empresas de transporte turístico y servicios complementarios que faciliten la operación de itinerarios.

Requisitos

- Cumplir con los requisitos del instructivo de Ferias y Eventos de SERNATUR, incluido el registro vigente cuando corresponda al tipo de servicio.

- Contar con material comercial en inglés, tarifas netas o comisionables y políticas claras de reserva, pago, modificación y cancelación.
- Tener capacidad de respuesta comercial y operativa para atender consultas y solicitudes provenientes de los mercados participantes.
- Entregar información precisa sobre disponibilidad, capacidad, temporadas, conectividad, tiempos de traslado y condiciones de operación.
- Designar un representante con conocimiento del producto y capacidad de decisión comercial para participar en la rueda.
- Comprometerse a realizar seguimiento de las reuniones y oportunidades comerciales generadas.

Oferta de especial interés para Estados Unidos y Australia

- Patagonia y destinos australes: Torres del Paine, Puerto Natales, Tierra del Fuego, Puerto Williams y experiencias de navegación y expedición.
- Desierto de Atacama: paisajes, astronomía, cultura, experiencias de naturaleza y alojamientos de alto valor.
- Región de Los Lagos, Chiloé y Carretera Austral: naturaleza, cultura, gastronomía, alojamientos y experiencias al aire libre.
- Santiago y valles vitivinícolas: enoturismo, gastronomía, cultura y conectividad como puerta de entrada al país.
- Rapa Nui y otros destinos diferenciadores que permitan ampliar la programación y ofrecer experiencias de larga distancia.
- Productos de lujo, viajes a la medida, naturaleza, aventura soft, expediciones y experiencias auténticas con estándares de servicio adecuados a los mercados.

Relevancia estratégica de FORA

FORA es una agencia de viajes de nueva generación que combina asesoría personalizada, formación, comunidad y herramientas tecnológicas para asesores independientes. Fue fundada en 2021, tiene sede en Nueva York y cuenta con una red de relaciones comerciales a través de FORA Reserve. Además, figura como agencia miembro de Virtuoso. Su modelo presenta afinidad con la comercialización de viajes personalizados y experiencias de alto valor, segmentos relevantes para la oferta turística chilena.

La participación de asesores FORA puede contribuir a acercar la oferta chilena a profesionales que diseñan itinerarios a medida y mantienen relaciones directas con hoteles, DMC y proveedores de experiencias. Se seleccionarán asesores con actividad comercial demostrable, interés en Chile y compromiso de seguimiento. La participación de FORA debe entenderse como una oportunidad de vinculación y promoción, no como garantía de ventas ni como un convenio comercial formalizado.