

La mejor estrategia para capitalizar las demandas

Durante la Semana Santa –que este año se conmemora **entre el 14 y el 21 de abril**– se despliega entre los chilenos un interés especial por la gastronomía y los viajes. Esos momentos de búsqueda e intención presentan una verdadera **oportunidad digital** para las marcas, que deben encontrar la mejor manera de estar presentes y ser relevantes para sus audiencias.

¿Cómo se vive la Semana Santa en Chile?

Entre las **categorías** más importantes están: chocolates, huevos de Pascua, panes, roscas, pescados y mariscos, así como viajes y seguros del automóvil.

Móvil es el nuevo buscador

El **68%** de las búsquedas relacionadas con la Pascua se realizaron desde un dispositivo móvil¹.

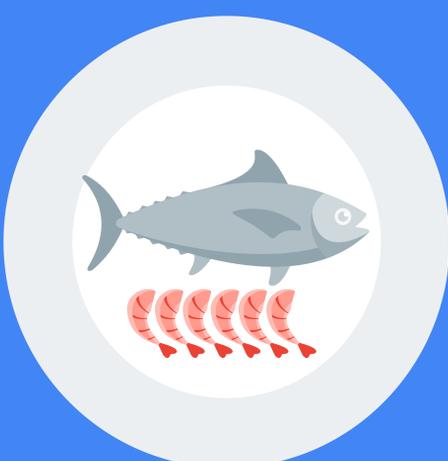
Para regalar y regalarse: chocolates

El **80%** de las búsquedas sobre este producto, se hicieron desde un dispositivo móvil¹.

Platos tradicionales, otra forma de estar presente

38%

aumentaron las búsquedas de pescados y mariscos en marzo de 2018 y el 88% de esas consultas en Search fueron realizadas desde *mobile*¹.

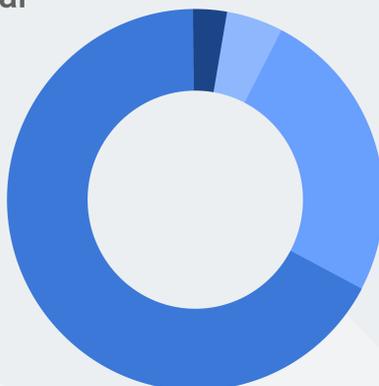


+ 20%

de los ingresos de esta categoría se registran durante el mes de Semana Santa².

La temporada elegida para viajar

- 67% Automóvil
- 25% Bus
- 5% Avión
- 3% Tren/lancha u otros



Asistir en la etapa de intención

8 de cada 10

internautas chilenos buscaron información sobre productos y servicios cercanos relacionados con viajes⁴.

+ 3 semanas

antes de viajar comienzan a investigar *online* y a buscar inspiración⁵.

La importancia de viajar tranquilos

+ 20%

de las consultas sobre seguros de auto que se registraron en el 2018, se hicieron solo en el mes de Semana Santa¹.

Una oportunidad para las aseguradoras

25%

crecieron en Chile durante 2018 las búsquedas relacionadas con el Seguro de Responsabilidad Civil Internacional (RCI), respecto de 2017.



130%

por encima del promedio anual aumentaron las consultas sobre seguros durante la Semana Santa de 2018¹.