

BRIEF ESTUDIANTES

VIAJES ALTERNATIVOS

EL DESAFÍO

Cuando la gente piensa en viajar, muchas veces imagina los mismos destinos de siempre: playas conocidas, ciudades clásicas, circuitos turísticos repetidos. Lugares seguros, populares, fáciles de elegir.

Pero viajar también puede ser animarse a algo distinto. Dormir en un campamento en Uganda después de ver chimpancés, recorrer paisajes que no aparecen en todos los feeds, conocer culturas lejanas, vivir experiencias que no se parecen a ningún viaje anterior. Hiperviajes quiere invitar a las personas a salir de lo típico y descubrir que existen otras formas de viajar: más intensas, más auténticas, más memorables. Viajes que no se eligen por costumbre, sino por curiosidad.

El desafío es romper con la idea de que un gran viaje tiene que ser “el viaje de siempre” y mostrar que lo exótico, lo diferente y lo inesperado también puede estar al alcance de quienes se animan.

EL OBJETIVO

Crear una campaña que:

- Posicione a Hiperviajes como la agencia que te acerca a destinos únicos y experiencias fuera de lo común.
- Incentive a las personas a animarse a viajar distinto.
- Muestre alternativas de viajes exóticos, culturales, naturales o poco convencionales.
- Despierte curiosidad, deseo y conversación alrededor de destinos que no suelen estar en el radar.
- Transmita que Hiperviajes no solo vende viajes: abre puertas a experiencias que la mayoría todavía no se imaginó.

EL TARGET

- Uruguayos que aman viajar y están abiertos a vivir experiencias nuevas, auténticas y diferentes.
- Personas curiosas, inquietas, con ganas de descubrir lugares menos obvios y de volver con historias que no podría contar cualquiera.

LO QUE ESPERAMOS

- Ideas creativas que inviten a mirar el mundo con otros ojos.
- Buscamos una creatividad que no solo muestre destinos, sino que despierte una pregunta: “¿Y si mi próximo viaje no fuera a donde va todo el mundo?”
- La idea deberá transmitir que animarse a un viaje alternativo no es complicarse: es dejarse guiar por expertos que conocen las opciones, entienden el destino y pueden ayudar a convertir una experiencia distinta en un viaje posible.
- La creatividad puede vivir en cualquier medio y canal.