



Se espera que para el 2010 ingresen 20 mil extranjeros a Chile para asistir a los más de 20 congresos internacionales agendados, lo que representará un 25% de crecimiento del rubro.

Las convenciones de médicos y científicos, más los seminarios académicos o bien las reuniones empresariales engloban parte de la lista de lo que se denomina hoy turismo de negocios y que en Chile comenzó a desarrollarse a principios de esta década junto con la llegada del auge económico que presentaba el país.

Sin ir más lejos, durante el 2008 este sector alcanzó el 21% del total de visitantes que tuvo el país y dejó la no despreciable suma de 512 millones de dólares según cifras entregadas por el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur). A este factor se suma que un turista de negocio gasta cinco veces más que uno de ocio, según la International Congress and Convention Association (ICCA), lo que resalta aún más la relevancia de este rubro. Para el presidente de la Organización Santiago Convention Bureau, Gonzalo Lira, es necesario “plantear estrategias claras para potenciarlo y así generar aún mayores ingresos para Chile”.

En ese sentido, la ciudad que está más adelantada para recibir este perfil de visitantes es Santiago, puesto que cuenta con mejores instalaciones y capacidad hotelera.

Para Lira actualmente la urbe presenta una “muy buena infraestructura para albergar a todos los extranjeros que vengan a participar en convenciones, reuniones y congresos, debido a que tiene una diversidad de lugares para acoger a los extranjeros”. Asimismo, añadió que “hace falta una mayor diversidad de zonas de entretención para los turistas, ya que hay una diferencia clara con Brasil y Argentina en ese aspecto”. Pese a aquello Santiago está posicionado hoy en día según el último ranking elaborado por AméricaEconomía como la segunda mejor ciudad de América Latina para hacer negocios superada sólo por Sao Paulo, sin embargo, el especialista insistió en que “se debe seguir trabajando para poder abarcar mayores aspectos y competir más fuerte en este tipo de turismo”, expresó.

Imagen País

Para Lira, el impulso a este sector comenzó a palpase cuando el Estado decidió entregar mayores recursos para promocionarlo internacionalmente. “Se mostró las cualidades que diferencian a Chile de los países vecinos resaltando su seguridad y estabilidad más su sólida economía”. Además, indicó que “el país durante los últimos años ha crecido y desarrollado fuertemente en comparación a sus pares, lo que ha permitido concretar más eventos de este tipo”.

Las riquezas propiamente turísticas de Chile también logran ser un factor extra para situarlo como foco de negocios, debido a que “las personas que asisten a este tipo de eventos aprovechan el viaje para recorrer localidades como Torres del Paine, San Pedro de Atacama e Isla de Pascua, entre otras”, acotó Lira.

En cuanto a las estrategias que el gobierno ha diseñado para potenciar a Chile- como la institución Imagen País- el especialista comentó que “son impulsos que se dan, pero lo importante es generar acciones coordinadas, porque no podemos estar saliendo al mundo por canales distintos, sino que debe haber una política única de promoción internacional y para eso hace falta trabajar más en equipos... porque esta es una industria que necesita marketing”.

Cifras

Durante este año el comportamiento del sector, al igual que el resto de la economía no ha estado ajeno a los efectos de la crisis, por lo cual Lira advierte que se presentará una caída que no será “muy relevante”, pero se producirá debido a que muchos de estos eventos lo organizan empresas que se vieron afectadas por la coyuntura. En cambio, otros programas como las juntas anuales médicas o científicas no fueron perturbadas en su realización, pero si en la cantidad de personas que asistieron.

Ahora las perspectiva que se visualizan indican que el 2010 habrá un aumento significativo de eventos internacionales que se realizaran en el país y traerán aproximadamente a 20 mil extranjeros que vendrán a los más de 20 congresos internacionales, lo que representará un 20% a 25% de crecimiento del rubro.

Fuente: La Nación