



Nicole Sáez.

# Vino, montaña y MICE: cómo el Gobierno Regional quiere transformar a Santiago en un destino de primer nivel

Por primera vez, la Región Metropolitana tendrá una política sectorial de turismo con una mirada a diez años. El documento, desarrollado con la participación de más de 9.000 personas en colaboración con la Universidad de San Sebastián, será presentado públicamente en la segunda quincena de abril y se organiza en torno a tres misiones concretas: posicionar a Santiago como capital del vino y la montaña, consolidarla como sede de negocios y grandes eventos internacionales, y avanzar hacia un turismo sostenible, seguro y de calidad.

Al frente de esa agenda está Nicole Sáez, nueva gerenta general de la Corporación Regional de Desarrollo de Santiago. Exsubsecretaria del Deporte durante el segundo gobierno de Michelle Bachelet, llega con experiencia en gestión pública y una convicción clara: el turismo no es un sector menor, sino una industria que genera más de 315.000 empleos en la región.

Los números respaldan la

**Su gerenta general, Nicole Sáez, presenta la política regional de turismo para Santiago: tres misiones, diez años de horizonte y \$ 7.000 millones ya invertidos.**

apuesta. Durante la gestión del gobernador Orrego, el Gobierno Regional ha invertido más de \$ 7.000 millones en turismo, una cifra que Sáez presenta como evidencia de un compromiso sostenido con el sector.

**Tres misiones, una hoja de ruta**

“Nuestra política regional de turismo nos habla de tres misiones”, relató Nicole Sáez. La primera apunta a consolidar un sello que ya tiene proyectos en marcha: Santiago como capital del vino y la montaña. Iniciativas como la Vendimia del Valle del Maipo —que este año llegará a su cuarta versión y se realizará los días 21, 22 y 23 de mayo en el Parque del Estadio Nacional— o el programa Andes Santiago, ejecuta-

do en alianza con Corfo, son parte de esa apuesta. A ellas se suma un nuevo proyecto en desarrollo, Montaña para Todos, orientado a acercar los destinos de nieve a niños, niñas y jóvenes.

La segunda misión mira hacia fuera: posicionar a Santiago Global como sede de negocios, ferias internacionales, congresos y eventos deportivos. Es en esta línea donde cobra peso la gestión del Santiago MICE Bureau, organismo que trabaja al alero de la entidad para atraer eventos de turismo corporativo de escala internacional. “Necesitamos desde megaeventos deportivos hasta workshops y ferias internacionales”, dijo la gerenta.

La tercera misión apunta a la calidad: construir un Santiago

que ofrezca una experiencia turística sostenible y segura, con estándares que puedan competir en el mercado global.

**La apuesta internacional: Brasil, Argentina, Estados Unidos y Europa**

Para proyectar esas misiones hacia el exterior, el Gobierno Regional firmó una alianza con la Federación de Empresas de Turismo de Chile (Fedetur) que implicará una inversión de más de \$ 1.100 millones. El convenio, actualmente en proceso de toma de razón en Contraloría, contempla viajes de familiarización con operadores turísticos e influencers, campañas en medios digitales y vía pública, alianzas con aerolíneas y participación en ferias internacionales.

Los mercados prioritarios son Brasil, Argentina, Estados Unidos y Europa, en línea con el flujo de turistas que actualmente ingresa al país. “Lo que buscamos es transmitir un Santiago seguro, sostenible, que apuesta a que sea una experiencia para los turistas”, señaló la gerenta general de la corporación.

**Articulación con la industria y desarrollo de pymes**

Uno de los focos de la estrategia es fortalecer la integración del sector privado, lo que incluye a empresas del rubro como agencias de viajes, turoperadores, hoteles y otras pequeñas empresas.

En esa línea, el Gobierno Regional trabaja en el desarrollo de un hub metropolitano de innovación, en alianza con Fundación Chile, que busca capacitar a más de 21.000 emprendedores en un periodo de tres años, junto con generar redes de colaboración con municipios, academia y organismos públicos.