

Fecha: 16-03-2026
Medio: Diario Financiero
Supl.: Diario Financiero
Tipo: Noticia general

Pág.: 20
Cm2: 674,5
VPE: \$ 5.976.316

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

16.150
48.450
■ No Definida

Título: Biobío pierde dinamismo en el turismo de negocios, mientras Los Lagos y Los Ríos ganan protagonismo

Biobío pierde dinamismo en el turismo de negocios, mientras Los Lagos y Los Ríos ganan protagonismo



DF Regiones

POR CAROLINA VILCHES
CORRESPONSAL SUR

La industria del turismo en Chile se ha venido diversificando e incorporando nuevos nichos de mercado. El turismo de Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exhibiciones (MICE, su sigla en inglés), o simplemente, turismo de negocios, hoy ocupa aproximadamente 12% de las visitas extranjeras a nuestro país, siendo las regiones de Los Lagos y Los Ríos las que han logrado incorporarse con mayor éxito en esta área de la industria.

Según datos del Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) y de la Federación de Turismo de Chile (Fedetur), este nicho inyecta recursos directos no solo a sectores como la hotelería y gastronomía, sino también a los encadenamientos productivos que dependen de ellos, al comercio local y al transporte, entre otros.

Aunque no existen datos precisos respecto al comportamiento de consumo de un turista de negocios, las estimaciones de Sernatur hablan de un gasto diario promedio de US\$ 450 por visitante, cifra que puede alcanzar los US\$ 690 si se trata de un evento mundial, el triple que un visitante tradicional.

La directora ejecutiva de Click Latam y representante de Hub MICE

Con un gasto promedio diario de hasta US\$ 690 por visitante -el triple que un viajero normal- este segmento hoy representa apenas 12% de la industria a nivel local.

de Fedetur, Magdalena Tapia, explicó que el poder adquisitivo de quien llega por negocios es distinto, pues sus gastos suelen estar cubiertos por las compañías a las que representan. Eso "transforma la lógica del viaje hacia un consumo menos restrictivo. Mientras un turista tradicional cuida su presupuesto, el delegado de un congreso gasta entre tres y cuatro veces más".

Nuevos polos MICE

El encargado nacional de Turismo de Reuniones de Sernatur, Claudio Sances, comentó que el turismo MICE tiene un efecto multiplicador de largo plazo, ya que "40% de las personas que asisten a este tipo de encuentros regresa posteriormente al destino acompañado de su familia o amigos".

En ese sentido, Sances y Tapia coincidieron en la urgencia de reactivar la promoción de Chile a

nivel internacional y fortalecer la gobernanza público-privada para evitar que los eventos de gran magnitud se concentren exclusivamente en Santiago o en nuevos polos del sur del país.

Así, y desde la experiencia de las organizaciones promotoras de Chile como destino turístico, hay coincidencia en que ciudades como Puerto Varas, Valdivia y Viña del Mar han mantenido una captación activa frente a oportunidades de negocios dentro de la industria turística, aprendiendo a combinar los eventos con la promoción de turismo en las zonas circundantes a hoteles o centros de convenciones.

Rezago penquista

Y si estas ciudades han ganado protagonismo, Concepción y el Biobío han ido perdiendo presencia, pese a poseer condiciones de infraestructura, una red académica, un fuerte desarrollo industrial y logístico, además de atractivos naturales. "La capital del Biobío ha perdido liderazgo en el circuito internacional (...) Concepción dejó de ir a ferias internacionales del rubro", comentó el representante de Sernatur.

Su visión fue compartida y reforzada por la presidenta de Protur Biobío-Nuble, Verónica Vera, regiones donde la participación del turismo MICE representa 30% de los movimientos anuales, concentrándose fuertemente en recintos especializados y hoteles con salones de eventos de gran capacidad.

Vera dijo que el desafío de la

región es mejorar su presencia exterior para captar nuevas oportunidades de negocios. "Hemos perdido liderazgo dentro de esta industria MICE porque no ha sido constante nuestra participación en ferias o eventos internacionales para promover y desarrollar este tipo de turismo, que es muy de nicho". Explicó que las acciones de promoción requieren salir a mostrar las bondades y beneficios de atraer eventos internacionales, especializados a las ciudades del Biobío porque "lo que no se promociona, no existe".

Bajo esta premisa, Protur junto a Sercotec y con apoyo de Sernatur organizaron el evento Conecta MICE 2026, instancia que apunta a reactivar los vínculos del turismo de negocios regional. "Concepción tiene condiciones concretas para seguir creciendo. Tenemos más de 15 mil m2 de infraestructura, una oferta hotelera sólida con 16 hoteles de cuatro y cinco estrellas, más de 3 mil camas y buena conectividad".

Fondos de promoción

Para revertir esta pérdida de competitividad, Tapia y Sances apuntaron a reactivar el Concepción Convention Bureau y aprovechar el estatus de ciudad universitaria de la capital penquista. La propuesta es fortalecer un programa de embajadores donde académicos, científicos, empresarios e investigadores locales, quienes participan activamente en asociaciones internacionales, asuman el rol de

gestores para atraer los congresos de sus respectivas especialidades hacia la región. Una apuesta que desde noviembre el Gobierno Regional del Biobío ha activado y que lanzó en Santiago durante la promoción del Biobío Day.

En materia de promoción, Sances agregó que Sernatur tiene un presupuesto de \$ 70 millones para apoyar las postulaciones internacionales. "Como referencia histórica del impacto de estos fondos, durante 2019 el Estado invirtió \$ 26 millones para respaldar 56 candidaturas de eventos. De ese total se ganaron 46 postulaciones, que proyectaron ingresos superiores a los US\$ 71 millones para el país".

Eventos masivos

Junto con el esfuerzo estrictamente corporativo y asociativo, eventos masivos como las fechas del Rally Mobil y el Festival REC juegan un papel fundamental en la vitrina internacional de la zona. Si bien Tapia aclaró que estas instancias poseen un perfil más vacacional, funcionan como una poderosa herramienta de posicionamiento para que los visitantes extranjeros conozcan la capacidad logística del destino y consideren a la región para futuros congresos.

El impacto inmediato de estos eventos en la ocupación hotelera presenta dinámicas particulares. Vera detalló que, a pocas semanas de una nueva edición del REC, las reservas formales bordean 25% de la capacidad. La presidenta de Protur explicó que la gratuidad de este festival tiende a retrasar la toma de decisiones del público, a diferencia de los eventos pagados que exigen una planificación inamovible, aunque confía en que la demanda hotelera experimentará un alza significativa en los días previos a la realización del espectáculo.