

Entre todos fortalecemos el turismo y la diversificación productiva en nuestra región.

En esta publicación:

- **60 REPRESENTANTES CHILENOS DE ORGANIZACIONES INTERNACIONALES SON LOS NUEVOS EMBAJADORES MICE DEL PAÍS.**
- **LA APUESTA PLANIFICADA POR EL TURISMO DE REUNIONES EN CHILE.**
- **NACE EL PRIMER ANÁLISIS DEL MICE EN ESPAÑOL.**

60 REPRESENTANTES CHILENOS DE ORGANIZACIONES INTERNACIONALES SON LOS NUEVOS EMBAJADORES MICE DEL PAÍS

La Subsecretaría de Turismo y Sernatur realizaron su tercer encuentro Meet in Chile, instancia en que se capacitó a 60 líderes de organizaciones internacionales y entregó herramientas técnicas para que los profesionales nacionales puedan postular a Chile como sede de congresos y seminarios internacionales de sus respectivas especialidades.

Minería, enoturismo, gastronomía, apicultura, medicina nuclear, biomecánica y producción de salmones, son los siete nuevos rubros que se sumaron al programa *Meet in Chile – Embajadores de Turismo de Reuniones*, que celebró la Subsecretaría de Turismo y Sernatur en noviembre pasado. El programa reúne a profesionales nacionales que son líderes de asociaciones de carácter global, con el objetivo de entregarles herramientas técnicas y material de apoyo personalizado para que postulen a Chile como sede de futuros congresos o seminarios internacionales.

El programa *Meet in Chile* busca fidelizar a sus embajadores acercando las distintas herramientas que el Gobierno les entrega para postular a congresos internacionales, como son material promocional, pasajes aéreos para visitas de inspección, presentaciones de destino, capacitaciones que orientan al representante como ofrecer a Chile como sede y una red de contactos a través de los distintos convention bureaus regionales.

Leer artículo completo [AQUÍ](#)



LA APUESTA PLANIFICADA POR EL TURISMO DE REUNIONES EN CHILE

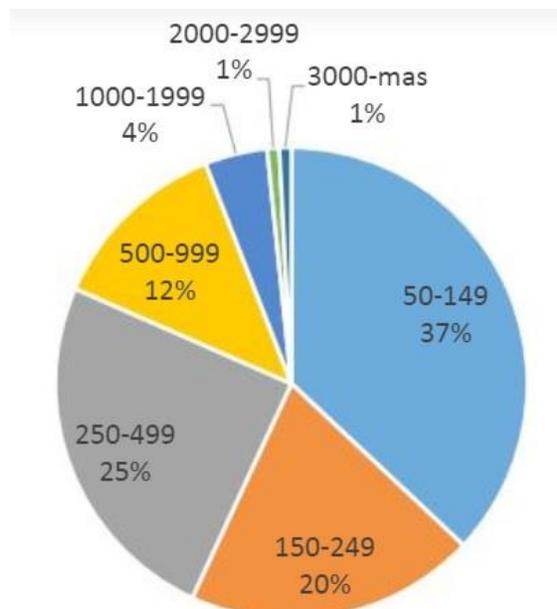
El Plan Estratégico del Turismo MICE – elaborado por la Subsecretaría de Turismo en conjunto con Sernatur – dado a conocer el último trimestre de 2018, permite tener una hoja de ruta clara y compartida con los actores de la industria.

Un segmento que reporta múltiples beneficios a un país o ciudad y cuyas claves de éxito aparecen nítidamente establecidas en el documento entregado por entidades gubernamentales. Según indica el Plan Estratégico, el éxito de un destino se asegura si este es seguro y de fácil acceso; tiene infraestructura adecuada y con estándares internacionales; cuenta con servicios de organización profesionales, buenas comunicaciones y equipamiento tecnológico de última generación.

Siguiendo con el check list, se mencionan las buenas políticas comerciales y precios competitivos; un sector privado comprometido, participativo, con expectativas de mediano y largo plazo; asociatividad entre el sector público y privado; existencia de un Convention Bureau o entidad aglutinadora con financiamiento público-privado y recursos profesionales adecuados para gestión de captar eventos.

Como se muestra en el gráfico a continuación, entre los años 2013 y 2017 un 94% de los congresos realizados en Chile correspondieron a reuniones menores a 1.000 delegados, asimismo la mayoría de las ciudades que cuentan con un Convention Bureau disponen de infraestructura en torno a los 1.000 delegados.

Leer artículo completo [AQUÍ](#)



NACE EL PRIMER ANÁLISIS MICE EN ESPAÑOL

El Grupo PUNTO MICE publica las perspectivas de los contratantes de convenciones, viajes de incentivo y eventos de empresa en Argentina, Chile, Colombia, España, México y Perú.

El Grupo PUNTO MICE publica el primer Panorama de la Industria MICE Hispanohablante. Perspectivas de los contratantes de convenciones, viajes de incentivo y eventos de empresa en Argentina, Chile, Colombia, España, México y Perú.

Se trata del primer estudio en el mercado que analiza las tendencias en países de muy diferente desarrollo empresarial pero que aglutinan el 97% de las operaciones MICE en el mundo con iniciativa en español. Es la primera edición de la nueva cabecera Informes que el grupo editorial presentará en el marco de IBTM World y que en esta ocasión ha sido patrocinada por el Paris Convention and Visitors Bureau.

Para la elaboración del Informe se han realizado 711 encuestas a empresas contratantes de convenciones, incentivos y eventos de empresa, así como a agencias organizadoras de los mismos en los seis países. Entre las cuestiones planteadas se encuentran la inversión prevista, el destino de las operaciones, los formatos elegidos o el número de participantes.

También se ha recopilado información sobre las tendencias macroeconómicas y como emisores de grupos MICE de los diferentes países; las condiciones impuestas por las políticas de Responsabilidad Social Corporativa que determinan la contratación o el rechazo de determinados productos y servicios, o el impacto de la tecnología con la importancia que se le da a las redes sociales en el desarrollo de las diferentes acciones.

Para descargar el informe haga click [AQUÍ](#)

