

[JORGE PLATERO, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS HOTELEROS DE IQUIQUE:]

“Vemos una baja del turista nacional que llega a la región y preocupa”

El líder gremial analizó los desafíos del sector ante la estacionalidad, la dependencia que hay con el turista argentino y criticó la demora en la ejecución de fondos turísticos. Pidió fiscalizar el hospedaje informal.

José Portales Durán
cronica@estrellaiquique.cl

Jorge Platero, ha sido por años el presidente de la Asociación de Hoteleros de Iquique. El empresario turístico dijo que la temporada estival 2026 registró una ocupación promedio del 75% en la capital regional y advirtió que hay una creciente dependencia del turismo argentino junto a una preocupante baja en la llegada de visitantes nacionales.

En ese contexto, el líder gremial también abordó las acciones que impulsan para enfrentar la competencia de las plataformas digitales de hospedaje y proyectó el turismo en la región en los próximos años.

¿Cómo vislumbra el turismo de Iquique de aquí a los próximos 4 años con el nuevo Gobierno?

Seguimos muy marcados por la estacionalidad; por tanto, terminamos el ciclo de verano esta quincena de marzo y se viene una baja no menor. En términos generales, la temporada pasada fue positiva, donde al menos a Iquique le ha comenzado a llegar gente una semana antes, a pasar las fiestas de Año Nuevo, cosa que no se daba el 2023, y también el turista está extendiendo su estadía hasta la segunda semana de marzo. El show de Año Nuevo y su fiesta han sido una sorpresa bien grata, porque el turista argentino ha llegado y planea volver. Pero es en ese desglose donde vemos la baja del turista nacional, y preocupa, porque entendemos que la llegada del turista argentino puede tener una variación dependiendo del cambio del dólar o de la situación país. Pero la llegada del turista nacional ha sido muy marcada en la



JORGE PLATERO DE LA ASOCIACIÓN DE HOTELEROS CREE QUE FALTA TRABAJAR MÁS LA MARCA DE IQUIQUE COMO DESTINO.

quincena y a fin de mes, y nuestra preocupación y trabajo están enfocados en reencantar a la familia de Calama, Antofagasta, que por años venía a nuestra ciudad. La ocupación que registramos este 2025/2026, dentro del promedio, estamos hablando de al menos un 75% y 80%, pero igual sigue habiendo mucha variación entre un hotel y otro. Algunos hoteles con baja, un extremo a otro. Tenemos hoteles que han estado al 90%, algunos a 80% y otros muy bajos. La comparación es con el 2019, donde teníamos un 90% de ocupación y no estaba el turista argentino como lo estuvo ahora. Por eso, nuestra prioridad está en crearle la necesidad para que venga el turista nacional a Iquique, para la situación que teníamos años atrás,

prepandemia.

¿Qué opina sobre la demora en la ejecución de los fondos FNDR que se ocupan para promocionar el destino?

Es lamentable. Sernatur es el encargado de cumplir las metas de inversión turística, pero no tiene presupuesto si los FNDR no están aprobados. Esa demora fue mayor a lo que correspondía y nos dejó de brazos cruzados en fechas claves como Semana Santa y el 21 de Mayo. Debemos entender que hoy Iquique ya no se vende solo, y eso es algo que como destino tenemos que asumir; hay que trabajar la promoción de forma constante y estratégica. Mientras regiones como Arica se posicionan muy bien con su carnaval, nosotros dependemos de la inversión del municipio, que es

de las pocas entidades que apoyan directamente. El Gobierno debe igualar los fondos y entender que Tarapacá necesita comunicar mejor sus destinos para no seguir perdiendo terreno.

¿De qué manera están enfrentando la competencia de plataformas como Airbnb o Booking, y qué acciones exigen para frenar la informalidad en el hospedaje local?

No tenemos una lucha contra las plataformas, sino contra la informalidad que se ofrece en ellas. Es una competencia desleal, porque nosotros invertimos constantemente en infraestructura, en renovar televisores, camas y pagamos contribuciones, patentes, impuestos y sueldos que un departamento informal no paga. Hoy existen edificios construidos

exclusivamente para arriendo diario que no tienen ninguna fiscalización. Por eso, estamos trabajando y hemos tenido acercamientos para trabajar concretamente en la creación de una “Ley Booking”, “Airbnb” o como se llame, que regularice esta situación, similar a lo que se hizo con Uber. Necesitamos que Sernatur articule, mediante el Servicio de Impuestos Internos y la Municipalidad, fiscalizaciones para identificar y normar estos recintos, porque de lo contrario, la industria hotelera establecida no resiste.

Con todos estos problemas mencionados, ¿cuál es la autocritica que se hace desde el gremio hotelero sobre el poco interés de algunos turistas para visitar el destino?

No es una queja, pero es que

durante el auge de los proyectos mineros, gran parte de nuestra oferta se volcó a ese sector y descuidamos al turista convencional. Fue una decisión de supervivencia tras la pandemia, pero nos hizo perder al visitante que venía año tras año. Hoy debemos reencantar a ese público histórico del norte y de la zona central. Tenemos un clima y un paisaje que envidiarían en Viña del Mar y La Serena, pero necesitamos que la ciudad esté limpia, sin cables en el suelo y con seguridad. Nosotros mismos debemos conocer nuestro destino para darlo a conocer, porque el turista se queda con la última imagen que ve de la ciudad, y nuestro trabajo, coordinado con todos los actores, es que esa imagen sea impecable.