

Proyectan alza de hasta 12% en llegada de turistas

Sernatur trabaja en la promoción del destino para la temporada baja, centrado en vacaciones de invierno.

María José Collado Rojas
 mariajose.collado@estrellaarica.cl

El director regional de Sernatur, Alberto Duarte, mencionó que desde hace algunos días se desplegó una intensa campaña para impulsar la temporada baja en la promoción del destino Arica y Parinacota, tanto en los mercados fronterizos de Bolivia y el sur de Perú, como en el mercado nacional.

El objetivo es invitar a turistas a que visiten la región, sobre todo considerando las próximas vacaciones de invierno, por lo que Sernatur ha desplegado un trabajo en conjunto con la Cámara de Turismo y con la Asociación de Tourperadores, acciones que incluyen interesantes descuentos para que la oferta sea más atractiva.

“Los empresarios han puesto su aporte entregando descuentos para que el destino se convierta más



ARCHIVO LEA

LA PROMOCIÓN SE HA CENTRADO EN EL MERCADO NACIONAL, PERO TAMBIÉN EN EL FRONTERIZO.

competitivo y sea parte de una decisión de viaje para los turistas, junto con nuestros atractivos naturales, patrimoniales y culturales, se suman también estas ofertas que pueden mover un poco la decisión para que quienes piensen en viajar vean que se trata de un destino conveniente y atractivo”.

En ese sentido, el director regional explicó que existe una proyección a partir de cómo se ha estado comportando la llegada de turistas en el último año. “La proyección que tenemos para esta temporada baja, que es de julio en adelante, es que debería-

mos tener un crecimiento, si comparamos el mismo periodo del año pasado, entre un 9 y un 12%, así que esperamos que eso se mantenga y ojalá esos números puedan ser mayores”.

Respecto a las cifras que ubican a la región aún por debajo de las pre pandemia en el rubro turístico, Duarte mencionó que “lo importante es que vamos creciendo, que los números cada vez son positivos en esta curva de crecimiento y eso hace que durante este año seguramente vamos a alcanzar las cifras pre pandemia. A eso se suman también las acciones que ya estamos ha-

ciendo, por ejemplo, en el mercado boliviano, donde está el compromiso de tener conectividad aérea con La Paz, y el 23 de junio tenemos el vuelo inaugural de la aerolínea BoA, lo que también va a permitir planificar mirando hacia la temporada alta”.

El director espera que esto permita aumentar los flujos desde los mercados fronterizos. “Vamos a empezar a trabajar también con el noroeste argentino para ir haciendo contactos y posicionando el destino, por lo tanto, este segundo semestre se viene muy intenso en acciones de promoción”.