

¿SOMOS HOSPITALARIOS LOS CHILENOS? INFORME USS DESTACA EMPATÍA, PERO ALERTA QUE ESTAMOS AL DEBE EN GESTIÓN

Según los resultados del primer informe de "Hospitalidad Turística en Chile", elaborado por la U. San Sebastián, en los cuatro ámbitos evaluados la valoración supera el 50%, destacando el positivismo y la actitud hacia los visitantes. Sin embargo, la gestión de requerimientos y necesidades de los turistas es uno de los indicadores peor evaluados son la valoración del tiempo del turista, la resolución de problemas y el tiempo que se les destina.

Por: Universidad San Sebastián

Amabilidad, actitud y trato genuino fueron las cualidades que más destacaron los turistas al visitar los destinos a lo largo de nuestro país durante el 2024. Así lo revela el informe "Hospitalidad Turística en Chile", elaborado por la carrera de Ingeniería en Gestión de Expediciones y Ecoturismo de la Facultad de Ciencias de la Naturaleza de la Universidad San Sebastián.

Tras el levantamiento y análisis de más de 40 mil opiniones entregadas por turistas en redes sociales y distintas plataformas de reservas, el primer estudio de este tipo en nuestro país, muestra que, a nivel general, más del 50% de los turistas tiene una valoración positiva de la hospitalidad entregada por parte de alojamientos, tour operadores, guías y establecimientos gastronómicos a lo largo del país.

Pablo Ramírez, académico de Ingeniería en Gestión de Expediciones y Ecoturismo de la USS —a cargo del informe, elaborado junto a estudiantes de la carrera—, explica que "la hospitalidad en el turismo es la que convoca, la que genera y la que desarrolla las experiencias, es decir, momentos memorables que harán recordar de manera especial la visita a ese lugar y a sus anfitriones turísticos". En este caso, "mostrando que generamos una buena atención y que la gente se va conforme porque el chileno recibe y atiende bien", agrega.

Somos hospitalarios, pero falta gestión

La información levantada se centró en distintos períodos clave para el turismo nacional: vacaciones de verano, Semana Santa, vacaciones de invierno y Fiestas Patrias del 2024, específicamente en los siguientes destinos:

- San Pedro de Atacama
- La Serena-Valle del Elqui
- Viña del Mar-Valparaíso
- Santiago
- Villarrica-Pucón
- Puerto Varas-Frutillar
- Torres del Paine-Puerto Natales

El estudio se organizó en torno a cuatro indicadores que son la base en la hospitalidad turística: empatía, buena comunicación, estados del ánimo y dedicación. En todos ellos, la valoración superó el 50% a nivel general, destacando la alegría, positivismo y buena actitud de los anfitriones turísticos con valoraciones por sobre el 64%.

¿En qué estamos al debe?

Según el informe elaborado por la USS, los aspectos con peor evaluados son la valoración del tiempo del turista (25%), la resolución de problemas (19%) y el tiempo destinado a resolver dichos problemas (18%). Sobre esto último, Pablo Ramírez reflexiona que "si bien los resultados muestran, por un lado, que el chileno atiende bien y hace sentir como en casa a los visitantes, por otra parte, dejan en evidencia que donde estamos fallando es en la gestión. Un aspecto que no viene con la cultura propia del chileno".



En esa línea, “lo que hoy necesita con fuerza el sector turístico es capacitación en atención al cliente, y ahí el rol de las universidades se vuelve fundamental. El turismo no es solamente una excelente disposición de atender y recibir bien a los turistas, sino que tiene que haber también una profesionalización, la que tiene que ir desde los guías de turismo hasta los restaurantes, alojamientos, transportes, etc., desde los idiomas hasta la post venta”. Asimismo, “es un paso necesario que se debe seguir trabajando a lo largo de todos los destinos en Chile si deseamos ser un país más competitivo turísticamente”, finaliza.

Detalle de la evaluación por indicador

INDICADOR	EVALUACIÓN NEGATIVA	EVALUACIÓN NEUTRA	EVALUACIÓN POSITIVA
Trato genuino	10%	21%	69%
Comprensión de sus necesidades	17%	29%	54%
Identificación con el otro	12%	38%	50%
Solidaridad	11%	37%	51%
Respeto	13%	31%	56%
Amabilidad	9%	13%	78%
Eficiencia en dar respuesta	12%	32%	55%
Eficaz en dar respuesta	17%	45%	37%
Personalización	12%	40%	48%
Resolución de problemas	19%	48%	33%
Disponibilidad	14%	27%	60%
Alivio de tensión	15%	40%	45%
Alegría que transmite	10%	26%	64%
Positivismo	9%	26%	65%
Actitud y disposición	14%	11%	75%
Tiempo destinado a un problema	18%	49%	33%
Valoración del tiempo del turista	25%	28%	47%
Preocupación	17%	19%	64%

