

Llegaron menos argentinos, pero con mayor poder adquisitivo

TURISMO. En su balance, el presidente de la Cámara de Comercio y Turismo de Viña del Mar, Rodrigo Rozas, también destacó estadías más extendidas.

Mario Jamett León
 ciudades@mercuriovalpo.cl

La temporada estival en Viña del Mar cerró con un balance positivo, registrando pernотaciones más largas y beneficios directos a hoteles, restaurantes y el comercio en general, con un impacto económico considerable, pese a la disminución del flujo de visitantes argentinos.

El presidente de la Cámara de Comercio y Turismo de Viña del Mar, Rodrigo Rozas, precisó que "la ocupación hotelera anduvo sobre el 90% en la última semana, un resultado óptimo que escala dentro de los mejores resultados de los últimos diez años".

Con relación al flujo y comportamiento de turistas, indicó que "el 70% del turismo internacional lo hacen los argentinos. Hemos tenido una disminución, ya que entró en promedio un 30% menos, pero el turista que ingresó lo hizo con mayor poder de compra, relacionado con un segmento medio alto y conocedor del turismo. Notamos un argentino que no se veía hace bastantes años, dispuesto a disfrutar".

Añadió que también hubo un aumento en las pernотaciones, pasando de tres a cinco días en promedio, lo que permitió que los visitantes tuvieran una mayor participación en las distintas actividades que ofrece la ciudad y en las distintas categorías de negocios, en especial hotelería, gastronomía y comercio.

ROBOS A COMERCIANTES

No obstante, señaló que el comercio tradicional sigue débil.



ROZAS DISTRIBUYÓ LA REVISTA "TURISMO VIÑA DEL MAR: COMERCIO Y CULTURA" EN EL PASO LOS LIBERTADORES

“Entró en promedio un 30% menos, pero el turista (argentino) que ingresó lo hizo con mayor poder de compra, relacionado con un segmento medio alto y conocedor del turismo”.

Rodrigo Rozas

Pdte. Cámara de Comercio y Turismo de Viña del Mar

“Ha tenido un decrecimiento importante en sus ventas a consecuencia de la inseguridad y del cambio de conducta del consumidor. Hoy día estamos con una proliferación de ambulantes y eso ha perjudicado el consumo local. Hay locales que han tenido más de 15 robos en el mes de enero”, dijo.

Asimismo, agregó que continúa siendo perfecta la experiencia turística en Viña del Mar.

“Hay que posicionar estratégicamente la marca ciudad, hacer alianzas estratégicas con socios comerciales. Hacer también limpieza de arterias y hacer capacitaciones más constantes a toda la cadena del servicio. En esa medida y reinventándose, la ciudad debería mejorar y ver más resultados”, subrayó.

REVISTA TURISMO VIÑA

En el contexto del cierre de la

temporada estival, Rodrigo Rozas destacó la labor que realiza la revista *Turismo Viña del Mar: Comercio y Cultura*, perteneciente a la Cámara de Comercio comunal. Indicó que busca convertirse en una guía de referencia para el visitante y en una herramienta de posicionamiento para las marcas locales. “No es sólo una revista, es una plataforma que conecta al turista con la experiencia real de la ciudad: dónde comer, dónde alojar, qué recorrer y qué comprar”, destacó.

Sobre la séptima y última edición de la temporada estival 2025/2026, que fue distribuida esta semana en el paso Los Libertadores, precisó que la frontera representa el primer contacto del turista argentino con Chile. “Estar ahí presentes significa anticiparnos a su llegada”, puntualizó.