

TURISMO DE VACACIONES DE INVIERNO ENFRENTA FRÍA TEMPORADA:

# Ocupación hotelera no supera el 40% en la región

Aunque se proyectaban hasta 380 mil visitantes en la Región de Coquimbo, operadores turísticos acusan bajo movimiento. La mayoría de las reservas han sido de último minuto, con estadias breves y alta sensibilidad a las promociones. La economía, dicen, estaría enfriando las decisiones de viaje.



Marcos Carrasco  
 presidente de Hotelga

Joaquín López Barraza

La Región de Coquimbo se preparó para recibir a cientos de miles de visitantes estas vacaciones de invierno, con una oferta que va desde cielos despejados y gastronomía marina hasta experiencias de astroturismo. Pero en terreno, los alojamientos no han visto el flujo esperado. «La verdad es que ha estado

bastante lento», reconoce Yassef Adaro, socio y encargado de marketing del Hotel Vertientes del Elqui. «Durante la semana pasada estábamos con un 10% de ocupación, y el fin de semana apenas llegamos al 30%».

Según cifras entregadas por Sernatur, la proyección regional alcanza un 45% de ocupación hotelera, con puntos altos en Avenida del Mar

(65%) y Valle de Elqui (60%). Sin embargo, operadores locales señalan que ese promedio no refleja la realidad que están viviendo, sobre todo en zonas más rurales o del interior. «Esta semana estamos entre un 10% y 20% en días de semana. El año pasado en estas fechas estábamos fácilmente entre el 30% y el 45%», explicó Adaro.

La preocupación tam-

bién es compartida por Marcos Carrasco, presidente de la Asociación Gremial de la Industria Hotelera y Gastronómica (Hotelga). «Ha estado bajito, no sabemos muy bien por qué, pero los niveles están por debajo de lo que proyectábamos. Las expectativas eran entre un 40 y un 50%, pero no se ha estado cumpliendo».

Ambos concuerdan en que, más allá de las cifras, hay un cambio en los patrones de viaje. Las reservas son de última hora, las estadias más breves, y hay una búsqueda constante de descuentos. «La gente está preguntando por ofertas, se arranca por tres noches, no se ve ese turista que antes venía por una semana», dice Adaro. Para él, el factor que está detrás es claro: «No hay tanta plata. La gente se está apretando un poco más el cinturón, y el turismo, que igual es un lujo, pasa a se-

gundo plano».

Carrasco coincide, aunque reconoce que se trata de percepciones: «El momento económico está difícil, al menos esa es la sensación. Y cuando eso ocurre, el turismo siempre es de los primeros en resentirse».

También apuntan al cierre del paso internacional con Argentina como una limitación importante, ya que impide el ingreso de turistas trasandinos, que solían dinamizar la temporada. «Hoy nos estamos batiendo solamente con el turista nacional, principalmente de la Región Metropolitana», señala Carrasco.

Frente al escenario, tanto desde los gremios como desde los propios alojamientos, se insiste en reforzar la promoción del destino. «La temporada baja es dura. Por eso es clave no bajar los brazos y seguir mostrando las virtudes de la región», agrega Carrasco, quien valoró las gestiones realizadas con las autoridades regionales. «Hubo una reunión con el gobernador regional Cristóbal Juliá y se comprometieron inversiones importantes en seguridad, como un helicóptero, drones y la futura subcomisaría en el sector oriente. Eso también importa cuando alguien decide dónde viajar».

En paralelo, operadores turísticos también están afinando su estrategia de promoción. «Estuvimos en Concepción y Antofagasta, y lo que vimos es que cada público tiene intereses distintos. Al del Biobío le interesa el astroturismo; al del norte, el descanso. Hay que dirigir bien las campañas y hacerlas más efectivas», plantea Adaro.