



Cristóbal Benítez Villafranca, director nacional de Sernatur

“Vamos a cerrar el año con cerca de 5 millones de turistas extranjeros”

- En entrevista con El Magallanes, Benítez explica que, a nivel de gasto de los turistas en el país, pernотaciones y llegadas de extranjeros, los niveles se encuentran por sobre los registrados antes de la pandemia.

Marcos Sepúlveda Loyola

Gerente López

Cristóbal Benítez es un personaje conocido a nivel de los gremios turísticos de Magallanes. Antes de ser nombrado por alta dirección pública como director de Sernatur fue gerente de la Asociación de Hoteles y Servicios Turísticos Torres del Paine (Hyst).

En conversación entonces con La Prensa Austral, a la hora de asumir el cargo indicó que sus principales desafíos como director de Sernatur eran apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas; mejorar la conectividad, promoción y seguridad de los visitantes; proyectar el desarrollo de la industria, atendiendo las nuevas tendencias del mercado post Covid-19; y hacerse cargo de los efectos del cambio climático en la industria turística.

Benítez es administrador de empresas de turismo de la Universidad Austral de Chile. Tiene un máster en Administración y un magíster en Gestión Sustentable de Destinos y Productos Turísticos. Cuenta con más de 15 años de experiencia en el ámbito turístico en el sector público y privado, a lo que suma trayectoria docente universitaria en el ámbito de la innovación.

El director de Sernatur participó en la Conferencia de Turismo Sustentable Green Destinations, evento que congregó a 200 participantes de 20 países y ofreció 60 paneles de exposición. Durante este encuentro Benítez presentó la Estrategia Nacional de Turismo Sustentable, la cual tiene como objetivo recuperar los flujos de turistas internacionales e impulsar la demanda turística interna, fortaleciendo la resiliencia del sector y su fuerza de trabajo, aumentando el gasto promedio por viajero y la gestión sustentable de destinos. En su etapa de construcción, participaron cerca de 2.300 personas.

- ¿Puede la industria turística ser sustentable y sostenible? ¿En varios destinos turísticos a nivel mundial existen movimientos en contra del turista?

- “El turismo puede ser sostenible y es parte de nuestro compromiso, de trabajar en una estrategia para realizar una adaptación sectorial al cambio climático. Parte de la estrategia es pensar cómo diversificamos nuestra oferta de experiencias



IMAGEN PAÍS

- ¿La crisis de seguridad que enfrenta el país ha impactado en la imagen que Chile tiene como un destino turístico seguro?

- “La verdad, si uno mira la cifra objetiva, no ha tenido un efecto. Según el estudio de impacto de Imagen País respecto al posicionamiento de marca de Chile con respecto a otros países donde la seguridad es una

de las variables que se mide y efectivamente Chile sigue estando en el mejor lugar de Latinoamérica. La percepción de seguridad afuera todavía no se ve afectada por elementos que puedan estar subiendo a nivel nacional. Eso no quiere decir que no nos tengamos que preocupar del tema, es decir, ese es un activo que tenemos que cuidar y mejorar”.

turísticas, de destinos, para desconcentrar los usos, tanto en temporadas como en destinos, pero también apuntando a mercados que sean estratégicos, que tengan un mayor gasto y una mayor relación con el tipo de turismo que queremos promover a nivel internacional”.

- ¿Cuál es el turismo que pretende proponer el Estado?

- “El 60% de la gente que viene a nuestro país, el principal foco por lo que viene es por la naturaleza. Por lo tanto, la mayoría de las experiencias que desarrollamos están de una u otra manera asociadas a esto”.

- A través de un comité público - privado se definieron seis mercados prioritarios: Alemania, Inglaterra, España, Francia, Estados Unidos y Brasil. A esto se suman Argentina, México y Colombia, países que son vistos como estratégicos. “Aquí queremos presentar experiencias que sean sostenibles y que sean muy en línea con lo que está trabajando el sector privado.

- ¿En cuántas ferias Magallanes podrá mostrarse al mundo el próximo año?

- “Ya dispusimos el calendario de todos los eventos internacionales en los cuales los gremios, las empresas del sector se pueden sumar. Tene-

mos ferias, ruedas de negocio, workshop en Estados Unidos, en Europa, Brasil, Argentina. Por primera vez el calendario ya lo presentamos de todo el año. Anteriormente se hacía por semestre y eso también dificultaba que las empresas quisieran participar por presupuesto, pudieran planificarse bien.

“Desde el Ministerio de Hacienda se ha impulsado la creación de un proyecto de ley para crear un fondo de promoción turística”.

- Desde los gremios turísticos magallánicos esto es criticado y acusan que puede desincentivar el turismo, ya que sería un impuesto al turista extranjero.

- “No es un impuesto, es una tasa que se cobra en el alojamiento y que fue una propuesta que se dio de los gremios. Es cómo se hace en gran parte del mundo, en donde con estos recursos se genera un fondo de promoción turística, junto con esto se creará un comité de promoción turística que va a ser resolutivo con respecto a cuáles son los mercados, dónde vamos a invertir los recursos, y además vamos a generar comités macrozonales que van a permitir que cada región tenga representación y poniéndose de acuerdo con las regiones

vecinas, puedan definir cuáles son sus estrategias particulares que quieren trabajar”.

- ¿El fondo va a ser distribuido de manera equitativa en las regiones o las que más aporten recibirán más recursos?

- “No, es un fondo de promoción internacional, por lo tanto, es un fondo a nivel nacional (...) vamos a generar comités macrozonales que van a tener capacidad de decidir parte del presupuesto que le interesa a esa macrozona. Ahí van a estar los gremios regionales, los gobiernos regionales, para poder también definir algunas estrategias particulares de cada territorio, pero siempre teniendo en paraguas que esto igual es imagen país”.

Reactivación turística

- ¿Cómo se proyecta la temporada turística 2025 a nivel nacional y regional?

- “Vamos a cerrar el año con cerca de 5 millones de turistas extranjeros, lo cual es una cifra muy positiva. Un 8,8% por sobre lo informado en 2019. Respecto al turismo interno, tal vez la región puede que no se marque tanto, pero es importante complementar, se está proyectando para esta temporada alta, aproximadamente 30 millones de

DESESTACIONALIZACIÓN DE LA OFERTA

- ¿Qué estrategia están desarrollando para potenciar la temporada invernal en Magallanes?

- “Hay distintas estrategias como vacaciones de tercera edad y giras de estudios, programas de turismo social que buscan fomentar los viajes dentro de Chile. Son programas que funcionan en temporada baja para apoyar a los empresarios en temporada baja”.

“Estamos trabajando con la Universidad Católica un índice que medirá la saturación de los destinos. Este nos va a permitir entender cómo funciona la actividad turística en cada comuna y en cada destino. Queremos saber cómo impacta en utilización de agua potable, recolección de basura y estrés de los servicios en cada territorio”.

Benítez define que otro punto clave es la conectividad vial, aérea y marítima. Espera que la situación de tener vuelos regulares entre Santiago y Natales se pueda repetir en otros destinos como Porvenir o Puerto Williams.

- Otra dificultad que enfrentan los turistas en la región es el denominado antiturismo magallánico, el cual consiste en que todo está cerrado los domingos en plena temporada de cruceros ¿Cómo se puede hacer frente a esto?

- “No lo llamaría antiturismo, no creo que esa sea la razón por la cual sucede eso. Es un tema complejo, que tenemos que trabajar con una articulación público-privada para trabajar en las razones de por qué no abren, por ejemplo, los domingos, y ver las oportunidades que hay de desarrollo que se están perdiendo a través de que no estén abiertos los fines de semana muchos establecimientos”.

viajes con pernотación”.

- ¿Con estas cifras podría decir que los efectos de la pandemia se superaron?

- “Hay efectos que son visibles y otros que son más invisibles. Con respecto a las llegadas de turistas y con respecto al aporte económico que hacen los turistas que reciben en nuestro país, por supuesto, ya estamos en cifras superiores a las que teníamos priori a la pandemia, tanto en llegadas como en ingresos”.

- ¿Y es la cifra invisible?

- “Muchas empresas que se vieron muy afectadas en pandemia tuvieron que pedir crédito y eso hace que el sector sea más frágil a nivel de financiamiento. Por lo tanto, así como decir tajantemente que ya está todo superado, no es así porque hoy, sobre todo las pequeñas empresas, las Pymes del sector, siguen estando afectadas porque siguen pagando préstamos que tuvieron que pedir en periodo de pandemia”.