

Promoción y enfrentar la informalidad: los desafíos del turismo en la región

Vicente Pereira
 vicente.pereira@diariollanquihue.cl

Una fuerte campaña de promoción a nivel nacional e internacional de los atractivos que presenta la región y abordar la informalidad del sector, sobre todo de alojamientos que se promueven en plataformas internacionales, pero que no cuentan con ninguna autorización para operar, constituyen temáticas prioritarias que desde el sector turístico le presentan a la nueva directora regional del Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) en Los Lagos, Claudia Renedo, quien asumió sus labores el pasado 11 de junio.

Con su llegada, por lo demás, se puso término a los casi 10 meses que esta repartición estuvo sin una autoridad titular.

Por lo mismo, los gremios vinculados al área en las provincias de Llanquihue, Osorno y Chiloé expresan sus inquietudes respecto a las materias que se tienen que abordar con prontitud.

RECUPERAR ESPACIOS

Patricio Ampuero, presidente de la Cámara de Comercio, Industrias y Turismo, de Puerto Montt, plantea que una primera tarea para la jefa de Sernatur tiene que ver con presionar a las autoridades locales para que recuperen los espacios públicos, labor para la cual se requiere de gestión más que de recursos.

A ello suma la promoción de los atractivos de la macrozona sur a nivel internacional.

También plantea que se tiene que articular un mapa georreferencial con todos los puntos turísticos del territorio, detallando los lugares gastronómicos, de hotelería y sitios de interés para visitar.

Ampuero postula que se requiere que Sernatur se vincule con su par de Argentina, de manera que se arme una zona turística de interés.

Los gremios del área en las provincias de Llanquihue, Osorno y Chiloé establecen las prioridades del sector a Claudia Renedo, quien asumió la dirección de Sernatur, repartición que permaneció casi 10 meses sin director titular en Los Lagos. Resaltar las bondades de la zona en mercados extranjeros y potenciar la formalidad de prestadores que se promocionan en plataformas internacionales sin contar con ninguna autorización, figuran entre las urgencias para un rubro clave en el territorio.



EN LAS CÁMARAS SOLICITAN GENERAR PLANES DE CARA A LA TEMPORADA DE VERANO. ANGELMÓ ES UNO DE LOS SITIOS QUE GENERA INTERÉS.

Así también espera que se sume a la campaña de recuperación de la Catedral de Puerto Montt, tras ser vandalizada en octubre de 2019, con ocasión del estallido social y, además, potenciar los dos puntos de le-

gada de los visitantes, como el aeropuerto El Tepual y el Terminal de Buses con puestos de información.

FERIAS INTERNACIONALES

Andrea Guerra, presidenta de

la Corporación de Turismo de Puerto Varas, destaca la relevancia que tiene la promoción del destino, porque “nos hemos sentido muy abandonados”. Sin embargo, sostiene que desde el sector privado

han diseñado planes que permitan visualizar el territorio en los mercados latinoamericanos, de Estados Unidos y de Europa”.

En este sentido, expone que se requiere de un respal-

do de Sernatur para asistir a ferias internacionales, instancias que permiten “visualizarnos” en el exterior.

Otro punto que destaca es generar acciones durante invierno. “No hay que perder el foco que durante la temporada siempre llega gente, por lo que hay que fortalecer el mercado internacional durante otoño e invierno”.

Por lo mismo, afirma que hay que potenciar el arribo -entre otros- de brasileños.

Ahora, sobre lo que ofrece la ciudad lacustre, identifica la naturaleza, congresos, cruces, gastronomía y productos relacionados con innovación o vinculados 100% a la naturaleza.

Resalta que Puerto Varas figura como la puerta de entrada a la Ruta de los Parques e indica que el sector privado, durante este periodo, promociona la Cuenca del Lago Llanquihue (Puerto Varas, Frutillar, Llanquihue y Puerto Octay), el Parque Nacional Vicente Pérez Rosales con el volcán Osorno y el Cruce Andino.

“Faltan dos semanas para que lleguen las vacaciones de invierno, por lo que estamos muy encima, entonces, requerimos de acciones que permitan visualizarnos para la próxima temporada. Hay que participar en las ferias y salir a mostrarnos”, remarca.

SEÑALÉTICA

Gastón Cárcamo, presidente de la Cámara de Comercio de Ancud, explica que para la provincia de Chiloé es esencial mejorar la señalética en el Aeropuerto El Tepual de Puerto Montt. Ello, porque a Chiloé, si bien llegan “aviones de aerolíneas grandes”, esto ocurre dos o tres veces a la semana, entonces “todo lo demás arriba a Puerto Montt”.

El problema, dice, es que cuando una persona sale del aeropuerto y quiere ubicar algún letrero que diga Chiloé no lo encuentra.

(viene de la página anterior)

También propone una serie de acciones que dice que requieren de mayor gestión que de recursos, como recuperar las vacaciones de la tercera edad de los programas de Sernatur.

“Visitaban Chiloé unos 10 mil adultos mayores, lo que era bastante bueno. Pero el año pasado no llegaron y como el mayor tránsito era en invierno, nos ayudaba mucho”, destaca.

Yessica Soto, presidenta de la Agrupación de Turismo de Dalcahué, acusa de la promoción del destino Chiloé siempre está “al debe”.

Al igual que Cárcamo, ha solicitado mejorar publicidad. Por ejemplo, en los aeropuertos de Puerto Montt y de Santiago con la finalidad de mostrar a esta provincia como un destino turístico todo el año. “Siempre se hace sobre la marcha o se potencia a Puerto Varas”, reclama.

De hecho, sostiene que ya se tiene que trabajar en esta temática, puesto que los turistas comienzan en agosto a programar sus vacaciones de verano y la idea es anticiparse a esta definición, para lo cual tienen que contar con información sobre la provincia.

Sobre los países que les interesa profundizar en la promoción, identifica a Brasil, donde existe demanda por visitar el sur del país, lo mismo que Argentina y Europa. “Los franceses antes de la pandemia eran buenos turistas, ya que llegaban de forma masiva, pero hoy están bien de capa caída”.

Respecto a los productos a promocionar, identifica que la gastronomía y la cultura, sobre todo lo que tiene que ver con las iglesias que son patrimonio de la humanidad. “Quieren conocer nuestra cultura y es lo que debería diferenciarnos del resto del país”.

MEJORA DE CAMINOS

Juan Luis Gálvez, director de la

Cámara de Turismo de Osorno, afirma que para potenciar el turismo en la zona se tiene que construir la doble vía en la Ruta 215 (Osorno-Puyehue y paso Samoré hacia Argentina), obra que se tendría que realizar mediante concesión ya que el Estado no cuenta con recursos para su ejecución. “Sernatur debiera incidir en las autoridades nacionales para la construcción de esta obra”.

Y es que, plantea Gálvez, no se saca nada con difundir los destinos, si los turistas no tienen cómo llegar a estas zonas al transitar por caminos inseguros.

Por lo mismo, estima que se necesita de un proyecto similar para el camino a Puerto Octay. “Estas iniciativas facilitan el turismo y aportan seguridad a los residentes de la zona”.

A lo anterior agrega que se mejore la difusión y se respalde a las cámaras y a las agrupaciones que se desempeñan en este sector, en cuanto a la promoción internacional de los destinos de la provincia de Osorno, “donde tenemos un balneario, como San Juan de la Costa, al que están llegando visitantes de Argentina”.

Si bien destaca que el turismo de la región tiene su auge en verano, recuerda que Los Lagos dispone de los centros ubicados en el complejo volcánico Antillanca y en el volcán Osorno, que generan interés en estos meses.

Para Gálvez, es necesario que se comience a profundizar en la publicidad de la zona, de cara a lo que será la temporada estival. “Se tiene que realizar con antelación, ya que la gente que hace turismo europeo no planifica en noviembre para salir en diciembre (...)”.

En ese sentido, comenta que se viene la apertura de la temporada de la pesca deportiva -entre noviembre y mayo-, que constituye un atractivo para los extranjeros, sobre todo



MANUEL CIFUENTES

EN NOVIEMBRE PARTIRÁ LA TEMPORADA DE PESCA CON MOSCA DEPORTIVA Y PUYEHUE ES UNO DE LOS SITIOS DONDE SE REALIZA.

de Estados Unidos. “La promoción debe ser ahora”.

INFORMALIDAD

Yessica Soto sostiene que otro aspecto relevante es que se legalicen los servicios. Y en ese sentido solicita a Sernatur que coloque acento a esta temática, “ya que hay negocios de alojamientos que no están legalizados. Por lo menos, un 40% en Chiloé”.

Patricio Ampuero comparte esta inquietud. “Hay mucho actor turístico que desarrolla su actividad de manera informal”.

En este sentido, especifica que las plataformas internacionales ofrecen alojamientos contienen datos sobre esta clase de recintos que no cuentan con iniciación de actividades, resolución sanitaria, ni permisos de edificación.

Pero se ofrecen, reclama, como paquetes turísticos por estas vías, lo que significa aumentar la informalidad, la que llega a un 32% en la región.

En la misma línea, Gastón Cárcamo señala que este problema aumentó tras la pandemia, por lo que están trabajando en la elaboración de un catastro para presentárselo a la directora regional y, a la vez, propone la formación de una mesa de trabajo que involucre también al municipio, de manera de incentivar a estas personas para que formalicen su actividad.

ARGENTINOS Y BRASILEÑOS

Claudia Renedo, recién asumida directora de Sernatur Los

Lagos, explica que su objetivo es fortalecer el trabajo colaborativo con otros servicios públicos afines, con el Gobierno Regional (Gore), los municipios y sobre todo con el mundo privado, para potenciar en conjunto la promoción turística de los múltiples atractivos y destinos turísticos, basando esta tarea en las características y condiciones de cada territorio y su gente; y bajo la premisa que la región tiene panoramas que se pueden disfrutar durante todo el año.

En cuanto a las estrategias, especifica que deben estar relacionadas con la calidad de la oferta turística del territorio, que cuenta con atractivos que se pueden disfrutar en la época invernal como el denominado turismo de bienestar, con centros termales y con una gastronomía típica que va desde productos del mar hasta repostería alemana, por ejemplo.

También, dice, con actividades de turismo de naturaleza que se puede desarrollar estos meses, como caminatas en parques y reservas naturales.

La autoridad sostiene que se debe seguir profundizando en los destinos emisores como Brasil o Argentina, “que ya lo venimos desarrollando como Sernatur tras la pandemia con la participación de emprendedoras en ferias internacionales.

Destaca que este esfuerzo, sumado a actividades de difusión que han realizado como en las ferias, fam press (invitación a prensa para realizar un determinado recorrido para luego difundirlo en sus respec-

tivos medios), famtour (viajes de operadores turísticos para conocer los atractivos de un lugar) y publicaciones en prensa especializada nacional e internacional, está dando sus frutos atrayendo el interés de turistas argentinos y brasileños. “Estos últimos, precisamente, están llegando en la formalización de nuestros centros invernales, de la nieve (Antillanca y Volcán Osorno), las termas y nuestra gastronomía que hemos promocionado también”.

En cuanto a la promoción turística para mercados europeos, es una tarea que “estamos abordando con la dirección nacional de Sernatur y con la Subsecretaría y vamos a gestionar una mayor presencia nuestra en esos mercados”.

-En Chiloé solicitan mejorar la publicidad del destino. Por ejemplo, instalando señalética sobre la dirección de la provincia en el Aeropuerto El Tepual...

“Tenemos que ahondar en una alianza estratégica que ya se viene gestando desde nuestra Subsecretaría de Turismo con la dirección de Vialidad del Ministerio de Obras Públicas y que este año, por ejemplo, permitió la instalación de más de 30 señaléticas de turismo rural en distintas rutas de la provincia de Osorno, respondiendo a una solicitud y gestiones realizadas por la Corporación de Turismo Rural de Los Lagos con nuestro apoyo. Así también los está realizando ahora el municipio de Fresia.

En el caso específico de la señalética del aeropuerto, po-

damos realizar las gestiones con Vialidad Los Lagos para ver una solución en el corto plazo.

-Dirigentes solicitan que aborde la informalidad. ¿Cómo plantea usted este problema?

“Sabemos que tenemos que avanzar en la formalización de los servicios turísticos, no sólo en nuestra región, por lo que es una labor que Sernatur trabaja año a año con campañas de formalización y con la labor educativa que realizan nuestros inspectores de servicios turísticos.

En ese sentido, nuestro Departamento de Regulación regional, a través de su plan anual de inspección y apoyo en la formalización, efectuaron durante 2023 más de 200 inspecciones a servicios de alojamiento y turismo aventura; y más de 15 operativos en conjunto con otras instituciones.

Para este año pretendemos aumentar estas cifras y a la fecha ya se han realizado 10 operativos en diversas comunas de la región, donde ya se han notificado a más de 45 servicios no registrados, es por eso que se motiva a la misma comunidad a dar a conocer estas competencias y a seguir denunciando la informalidad de manera de seguir trabajando para revertirla.

Es importante destacar también que este trabajo nos ha llevado a registrar más de 250 nuevos servicios turísticos en 2023 y otros 110 en lo que va del 2024, en nuestra plataforma oficial.

“A la fecha ya se han realizado 10 operativos en diversas comunas de la región, donde ya se han notificado a más de 45 servicios no registrados”

Claudia Renedo
 directora regional de Sernatur