

Plantean que visita a feria internacional no es suficiente para generar recaladas. Apuesta de actores está en temporada 2025-2026

Por Nicolás Arrau Álvarez
 nicolas.alvarez@diarielsur.cl

La última vez que la zona recibió una cantidad importante de cruceros fue en la temporada 2022-2023, gracias al arribo de cuatro embarcaciones de la naviera Ponant que hicieron recorridos por los fiordos chilenos hasta Ushuaia, en Argentina, como también desde Talcahuano al Callao, en Perú. En la siguiente, en febrero de este año, sólo uno recaló en el terminal DP World Lirquén, un evento destacado por el terminal, ya que se trató del primer desembarco de pasajeros que involucró a la empresa ubicada en Penco.

Para esta temporada, sin embargo, no hay nuevas recaladas en carpeta, pese al trabajo que desde 2015 lidera el Comité Técnico de Cruceros, instancia en la que participan, por ejemplo, Sematur Biobío, Puertos de Talcahuano, Talcahuano Terminal Portuario, el municipio chorero, Gobierno Regional, San Vicente Terminal Internacional y Esquerré Tour Operador, además de otras entidades invitadas como Asmar o ProChile. Se trata de una especie de mala racha que en los últimos años es explicada netamente por razones comerciales externas de las navieras.

“Como Sernatur Biobío fuimos parte de la delegación que participó en la feria de cruceros de Miami Seatrade 2024, donde pudimos mostrar la oferta turística de la Región junto al Puerto de Talcahuano, la Municipalidad de Talcahuano, la Corporación Puertos del Sur y representantes privados, sosteniendo reuniones con navieras y tour operadores mayoristas de cruceros, pero estos esfuerzos dan resultados en el mediano y largo plazo”, señala la directora regional de la entidad, Maritza San Martín.

Desde Puertos de Talcahuano, la gerente de Desarrollo y Sostenibilidad, Guacolda Vargas, explica que para la temporada 2024-2025, que se extiende entre octubre de este año y marzo próximo, Ponant decidió hacer escala en Valparaíso en su ruta hacia los fiordos del sur, “así que esperamos

Comité Técnico de Cruceros nuevamente proyecta ausencia de naves en Talcahuano

Llaman a generar una estrategia “más agresiva” para volver a traer cruceros



En sus mejores temporadas, Talcahuano recibía hasta cuatro embarcaciones.

que el próximo año vuelvan a Talcahuano como *homeport* (terminal de embarque y desembarque de pasajeros y tripulación). Estamos trabajando para que así suceda”.

Al igual que San Martín, la representante portuaria recalca que este año lograron promover la zona como destino en la feria internacional de Miami, difusión que se habría traducido en una serie de reuniones con navieras, operadores turísticos y asociaciones gremiales como Cruise Lines International Association (CLIA), Royal Caribbean, Holland America Line, Norwegian Cruise Line y Ponant, empresa que en los últimos años ha ocupado a Talcahuano como *homeport*.

PLAN AGRESIVO

En términos generales, la estrategia de captación de cruceros debe tener un cúmulo de cosas, según la perspectiva de la directora ejecutiva de Esquerré Tour Operador, Paola Nuñez, quien sostiene que este trabajo “no es sólo participar de una feria”.

“Este comité lleva una larga data trabajando, con actores clave como el municipio, el Gobierno Regional o el Puerto y un esfuerzo público-privado, pero finalmente en lo concreto lo que más se ha logrado es esta participación en la feria Seatrade. Sin embargo, a esa feria hay que hacerle un seguimiento y, ojalá, invitar operadores de cruceros para que vengan a conocer el puerto y la oferta, o bien ir a visitarlos para

presentarles la oferta de turismo de la Región, pero también la de servicios: sacar la basura, reponer las flores o alimentación, algo que es súper importante”, enfatiza.

De acuerdo a Nuñez, lo que falta aún es generar “una estrategia un poco más agresiva” a través de un plan de acción con actividades durante todo el año, a fin de lograr la recalada de cruceros. Agrega que este mismo comité puede establecer el plan de acción, “algo que debe tener un presupuesto asociado, que puede ser mixto, y responsabilidades de cada uno”, entendiéndose que la labor se debe extender todo el año y que no basta sólo con ir a una feria internacional, aunque a la vez destaca que en este trabajo están hoy las voluntades y los actores que de-

ben estar.

“Lo que falta hoy es el financiamiento para lograr el plan de acción”, subraya.

LO QUE SE VIENE

A fin de potenciar el área y volver a traer cruceros, Guacolda Vargas comenta que hoy están abocados en sacar adelante un proyecto que ayude a promover Talcahuano como ciudad portuaria, potenciar sus ventajas como *homeport*: aeropuerto a 10 minutos, astillero o servicios de abastecimiento para las naves, y las alternativas de generar recorridos turísticos al interior de la Región del Biobío, como la Mina Chiflón del Diablo y viñedos, o dentro de la propia comuna de Talcahuano, con el avistamiento de aves en

411

naves confirmadas registra Chile para esta nueva temporada. La mayoría será recibida en Magallanes.

Parque Tumbes.

Por su parte, Maritza San Martín enfatiza que la idea es mantener la participación en el comité junto a las demás organizaciones, evaluar una nueva participación en Seatrade Miami 2025 “en forma y fondo”, desarrollar acciones colaborativas con los demás destinos de cruceros a nivel nacional, incorporar a otros integrantes a la mesa de cruceros y, sobre todo, “armar un plan de trabajo muy aterrizado que nos permita conseguir las metas propuestas y alcanzar el impacto económico que esperamos”.

Sobre este último punto, indica que Chile tiene una baja participación en el mercado de cruceros —para la temporada 2024-2025 Chile tiene confirmados 411 naves y alrededor de 300 mil visitantes, especialmente en la Región de Magallanes, que tendrá 181 arribos—, por lo que Biobío tiene que ver este tema como una oportunidad que se puede explotar, “más que un efecto negativo en la economía regional, porque es una industria en desarrollo para la Región”.

“Mayoritariamente, acá hay un cambio de pasajeros, no somos destino final, sino un puerto intermedio de las rutas australes. El desafío es ayudar a los privados a preparar y presentar experiencias memorables y únicas que sean atractivas y comercialmente atractivas para los buques de expedición que van a los fiordos australes y hacerlas llegar a los operadores de las navieras, condiciones que tenemos de sobra”, cierra San Martín.