

El comercio en Los Andes sube en torno a 30% impulsado por la visita de argentinos

Desde la Cámara Regional del Comercio de Valparaíso exponen que muchos de los turistas argentinos, tras cruzar el Paso Fronterizo Los Libertadores, deciden alojarse en Los Andes, favoreciendo el comercio en la ciudad.

PAULINA ORTEGA

—La presencia de turistas argentinos en Chile no ha pasado desapercibida. No es algo nuevo, el país lleva recibiendo a los trasandinos hace varios meses debido a una diferencia cambiaria que les favorece, impulsando así las ventas del retail, lo que ha sido destacado en los resultados financieros de distintas empresas dedicadas a la venta minorista.

El “turismo de compras” de origen argentino tuvo su apogeo durante el 2016 e inicios del 2017. En ambos años, el 50% del gasto con tarjeta de crédito extranjera en la región de Valparaíso provino del otro lado de la cordillera, alcanzando un récord de 5,6 millones de UF el 2017, recuerda la Cámara Regional del Comercio de Valparaíso.

Según los datos del gremio, ahora sólo en diciembre del 2024 ingresaron más de 147 mil turistas argentinos, casi un 50% más que en diciembre de 2023, mientras que, durante la primera quincena de enero, ya habían cruzado 103 mil visitantes y esperamos superar los 200 mil a fin de mes.

Pero ahora en el verano se ha potenciado con fuerza. Un gran parte del flujo de argentinos hace el cruce a través del Paso Internacional Los Libertadores. Lo que ha impulsado el comercio de su localidad más cercana, a 67 kilómetros de distancia: Los Andes, una ciudad y comuna situada en el Valle del Aconcagua en la Región de Valparaíso.

“El Valle del Aconcagua se posicionó como el principal destino turístico de la región durante esta quincena, con una ocupación hotelera del 69%, cifra superior al 57,2% alcanzado el mismo período del 2024”, precisó la gerente general de la Cámara Regional del Comercio de Valparaíso, Marcela Pastenes.

“El comercio minorista en Los Andes es muy diverso y ofrece una variedad de productos y servicios que buscan satisfacer las necesidades tanto de la población local como de los turistas que optan por visitar la zona. En esta línea, y desde marzo del año pasado, la llegada de los visitantes argentinos ha impactado positivamente al sector, en especial, porque muchos de ellos, tras cruzar el Paso Fronterizo Los Libertadores, deciden alojarse en Los Andes y realizar compras en el comercio local, prefiriendo la tranquilidad que brinda la zona y la buena conectividad que cuenta hacia la Costa y la región Metropolitana”, relata Pastenes.

Uno de los centros de comercio más grandes de Los Andes es un mall de Espacio Ur-



bano, que ha visto un importante impacto con la visita de los trasandinos. “Se estima que las ventas en Espacio Urbano Los Andes han aumentado un 30% en comparación con la temporada anterior, donde una parte se la ha llevado el factor turista”, dice el gerente comercial de la firma, Felipe Recabal.

De hecho, afirma que la filial de Los Andes es una de las más beneficiadas por el turismo de los argentinos, junto con el de Punta Arenas y Viña del Mar.

“Los visitantes argentinos tienden a sentirse atraídos principalmente por tiendas departamentales que concentran gran variedad de líneas de productos. El interés mayor es por tiendas de electrodomésticos, audio video, tecnología vestuario, calzado

(especialmente marcas reconocidas que en Argentina tienen precios más elevados)”, añade Recabal.

Ripley, una de las tiendas presentes en el Espacio Urbano de Los Andes, dice que si bien varias de las sucursales han visto un aumento en las ventas determinado por la participación de los argentinos, el alza es superior en aquellas cercanas a los pasos fronterizos. “Se ha reflejado en un mayor consumo en una gran variedad de líneas de productos, destacando electrónicos, moda mujer, artículos de deporte y outdoors”, refleja Ripley.

Líder, también presente en Espacio Urbano señaló que sus ventas en Los Andes han aumentado en un 30% durante este verano respecto al mismo período de la tempora-

da pasada.

“Desde comienzos de enero hemos observado la llegada de un número importante de turistas argentinos a nuestros locales de diferentes puntos del país, principalmente en aquellos ubicados en ciudades conectadas con pasos fronterizos, así como en los que están emplazados en destinos vacacionales importantes para ellos”, explica el gerente de negocios de non food Walmart Chile, Angelo Manns.

“Creemos que esta tendencia se extenderá hasta fines de febrero, que es cuando termina el período estival, aunque también ya nos estamos preparando para seguir recibiendo con nuestra propuesta de precios bajos para los fines de semana largo y festivos que vienen durante el año”, proyecta Manns. ●