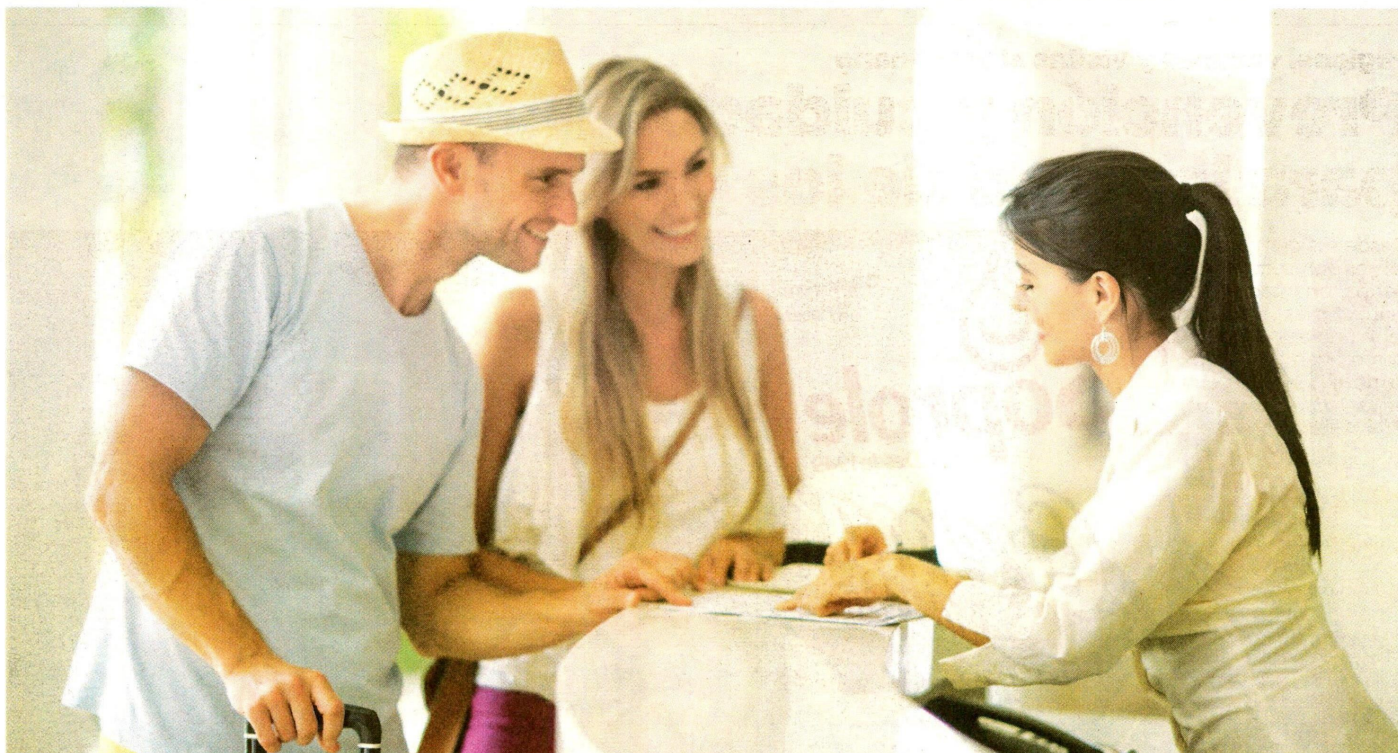


Crecimiento y evolución

Hotelería para diversos perfiles y experiencias

Reconocido internacionalmente como uno de los destinos más diversos en paisajes, cultura e identidad, Chile también es atractivo para quienes vienen hacer negocios o los que buscan una aventura en la majestuosidad del norte y sur del país. Viajes que se asocian a una industria hotelera que crece e incorpora nuevos servicios para diferenciarse en la región. **Por: Germán Kreisel**



Si bien la menor llegada de argentinos que cayó un 46% durante el primer semestre de este año afectó el total de extranjeros que ingresaron a nuestro país, sin considerar a los turistas trasandinos, el total de llegadas de turistas de otros países habría aumentado un 3,4%. Lo cierto es que según cifras de la Federación de Empresas de Turismo de Chile (Fedetur), 2,5 millones de visitantes llegaron a Chile durante la primera mitad del año.

En esa línea, turistas estadounidenses

incrementaron sus visitas en un 11,5%, seguidos de canadienses (10,5%), españoles (10,2%), alemanes (8,5%) y mexicanos (8,3%). Los extranjeros eligen Chile por sus innumerables atractivos de norte a sur, y, sobre todo, por ser el mejor destino de turismo aventura de Sudamérica, que por quinto año es destacado por los World Travel Awards.

Los datos son contundentes: la Junta Aeronáutica Civil reportó que la cantidad de viajeros domésticos sobrepasó el millón de personas durante los últimos 12 meses,

lo que también refleja el interés de los chilenos por conocer el país. Por lo tanto, el crecimiento en turismo va alineado con la industria hotelera local y avanza hacia una consolidación y maduración del mercado, de la mano de nuevas marcas y de una mayor sofisticación de la oferta.

Actualmente, según datos de Deloitte Real Estate en Santiago existen más de 20 proyectos hoteleros, que aportarán más de cuatro mil doscientas habitaciones, y que para 2021, se proyectan

El destino más visitado por los turistas extranjeros en Chile es Santiago, dada su oferta comercial, gastronómica, hotelera, cultural y turística. El promedio de estadía es de 4 días.

Oportunidades de desarrollo

Huéspedes de intereses especiales

Un incremento de más del 50% de visitantes han experimentado las Áreas Silvestres Protegidas que administra CONAF durante los últimos 10 años, lo que indica el interés de turistas chilenos y extranjeros por conocer los diversos atractivos naturales, sociales y culturales lejos de las grandes urbes.

De norte a sur, pasando por el desierto, las playas de la zona central y la majestuosidad de la Patagonia, Chile tiene enormes oportunidades para ser una potencia en el llamado turismo de intereses especiales, que se sustenta en la diversidad cultural y natural de las regiones, y que es parte importante en el desarrollo económico de las comunidades locales, como también el pilar para

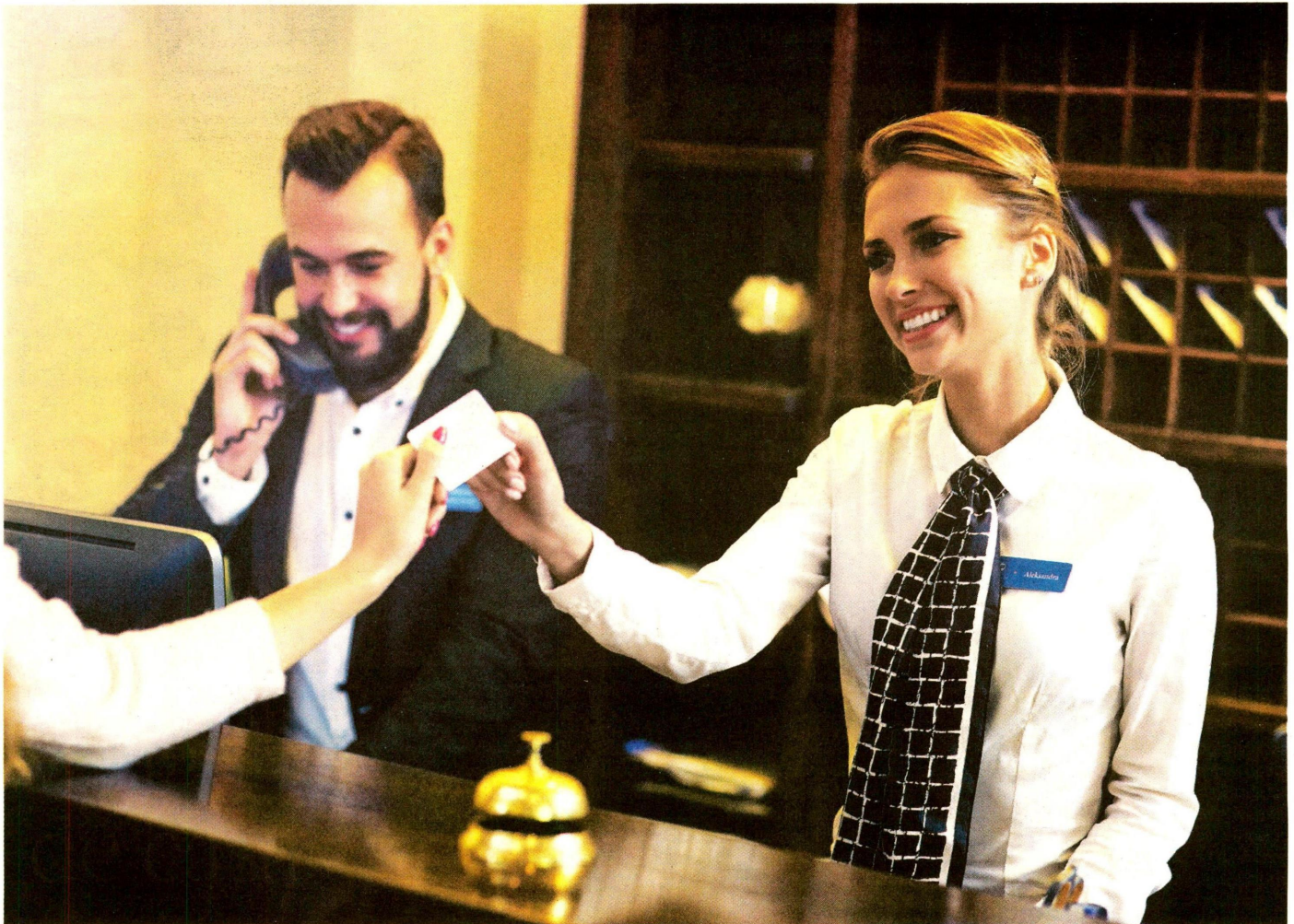
hacer del país un destino sustentable reconocido internacionalmente.

"La demanda a nivel planetario ha aumentado más que el turismo tradicional y las proyecciones seguirán aumentando a una tasa anual del 15%. Este tipo de turismo atrae a un 70% de los extranjeros que ingresan a Chile, quienes son de alto poder adquisitivo y llegan en busca de nuevas experiencias

y de conocer la cultura y el alma del país, además de los recursos naturales", explica Janine Valenzuela.

Si el turista de intereses especiales viene en búsqueda de una experiencia en un destino singular y está dispuesto a compartir sus vivencias con las comunidades locales, acceder a paisajes remotos y disfrutar de actividades en lugares únicos, quienes entregan los ser-

vicios turísticos deben dar cuenta sobre la identidad cultural y ambiental, mostrando su historia, costumbres, la geografía y todo lo que tenga arraigo en la localidad. "El 19% del territorio es un área protegida, por lo que este nicho constituye una importante oportunidad en el desarrollo de nuevos tipos de turismo basado en patrimonio cultural y la naturaleza", recalca la académica de la UDLA.



otros 10 hoteles con capacidad de 1.900 habitaciones. Janine Valenzuela, directora de la Escuela de Hotelería y Turismo de la **Universidad de Las Américas**, sostiene que las cifras reflejan una estabilidad y crecimiento de la industria local respecto a otros países sudamericanos.

"La demanda por cama crece un 6% en Chile anualmente; y en la proyección a 2022 se considera un crecimiento anual de 4,2% debido principalmente a tres factores relevantes: las proyecciones de crecimiento económico del país; las proyecciones en el crecimiento de la demanda turística a nivel mundial y nacional (turismo de intereses especiales y negocios), y la seguridad del inversionista en la estabilidad política y económica de Chile", explica la académica de la **UDLA**.

La capital y regiones

Santiago está liderando un proceso de transformación como ciudad capital en Latinoamérica en desarrollo económico, pero también como destino turístico o de ocio. Santiago ya no es solo una ciudad para llegar a Chile y trasladarse a otros lugares dentro del país, hoy se ha transformado en un destino turístico por sí solo.

Pero ¿Qué busca un turista en un

hotel de Santiago y el que se hospeda en regiones? A Chile llegan extranjeros por dos razones principales: por vacaciones o para hacer negocios. "El turista de negocios que llega a Santiago o a regiones, a la hora de evaluar hoteles busca principalmente internet de alta velocidad gratis, a los que se suman temas como disponibilidad de enchufes, conectividad en espacios comunes, de hecho, el 73% de los huéspedes se conectan al Wifi en un área común del hotel", señala Janine Valenzuela.

Asimismo, espacios habilitados para reunirse, centro de negocios bien equipados y un excelente servicio al cliente son otros aspectos que el huésped valora y considera a la hora de elegir un hotel. "Asimismo, el turista de negocios considera también otros aspectos tales como el bleisure o mezcla de

negocios y placer, donde actualmente los hoteles de negocios ofrecen a sus huéspedes alternativas de relax y distracciones tanto dentro como fuera de sus instalaciones; y movilidad y entorno, puesto que es un turista que seguramente se reunirá con clientes o tendrá que visitarlos cerca de lugares como centros comerciales", indica Valenzuela.

A la vez, las principales razones de un turista que viene de vacaciones son conocer la vida urbana, la cultura y el patrimonio de la ciudad y natural del destino que visita. Por ejemplo, los brasileños demandan el enoturismo, mientras que estadounidenses prefieren más vivir la aventura en entornos naturales. "Todos estos turistas buscan hoteles en Santiago con buena ubicación, conectividad y servicio de desayuno. Algunos de ellos prefieren hoteles pertenecientes a cadenas internacionales, prefiriendo los servicios de un hotel de cinco estrellas: el 80% de las camas en Santiago son de una cadena internacional y quienes los prefieren son principalmente turistas de negocios o turistas internacionales de países lejanos con mayor poder adquisitivo", explica Janine Valenzuela, directora Escuela de Hotelería y Turismo de la **UDLA**.

HOTELES BOUTIQUE

Existe otro segmento de turistas nacionales y extranjeros que prefiere los hoteles boutique, donde valoran otros aspectos como el tamaño e infraestructura más pequeña con servicio personalizado, y un entorno con características únicas y personalidad propia, por lo tanto, la arquitectura y decoración interior son fundamentales en su diferenciación.

"Es habitual ver que combinan historia con elegancia o toques vintage; mientras que otros crean una atmósfera más hogareña, pero siempre combinando un alto sentido de la estética y el diseño. Las ubicaciones de estos hoteles son en zonas más hipsters de las ciudades, en áreas con una riqueza cultural con vida de barrios que empiezan a despuntar como zonas de interés. Suelen estar alejados de las áreas más concurridas, pero con buena conectividad o lo suficientemente cerca del centro", explica Valenzuela.

La comida y la bebida también son parte importante del concepto hotel boutique, y gran parte de ellos han desarrollado una cocina de autor. "Estos alojamientos suelen envolverse con la cultura local y se esfuerzan por reflejar la herencia del barrio o de la región en donde se emplazan. Estos hoteles son los preferidos por los turistas de vacaciones en las regiones, porque ofrecen el desarrollo de la experiencia de viaje que es lo que buscan este tipo de clientes", sostiene la directora de la **UDLA**.

Según cifras de la Subsecretaría de Turismo en junio el Gasto con Tarjeta de Crédito Extranjera en Hoteles se incrementó un 10,7% en comparación al mismo período del año pasado.