

Intervención del Presidente de la República en Lanzamiento del sistema de información al turista de Sernatur
PROVIDENCIA, 6 de enero del 2003

Quiero expresar mi satisfacción de encontrarme con ustedes esta mañana, con motivo del nuevo servicio que Sernatur está entregando a la comunidad. Lo que ha explicado el director del Servicio Nacional de Turismo, Oscar Santelices, respecto de la actividad turística, es una realidad. Sin embargo, también es cierto que el crecimiento de la actividad turística en Chile en los últimos años ha sido mayor que el crecimiento del turismo a nivel mundial: estamos hablando de un 6,5% en Chile, versus un 3 a 4% en el resto del mundo. No está mal para los tiempos que corren.

Por eso son tan importantes las medidas que hemos estado adoptando. Hace aproximadamente dos años se constituyó un grupo público-privado de trabajo, que estableció 14 medidas de acción y que ha trabajado de una manera muy sistemática para cumplirlas.

Lo que hoy estamos presentando, que es poner a disposición del público usuario toda la información conjuntamente en Internet, el Call Center y la posibilidad de terminar en un folleto personalizado con los datos relevantes de la excursión o viaje que se quiera hacer, es la utilización de tecnologías modernas, de modalidades de información, al servicio de las potencialidades turísticas que tenemos como país.

Por ello, creo que es relevante plantearnos, como elemento más importante, desarrollar la capacidad de seguir apuntando a turismos de interés especial, que es el que genera una mayor cantidad de recursos, que exige un alto nivel y que, por lo mismo, nos obligan a trabajar muy firme.

Otro aspecto importante es que hoy día tenemos, aproximadamente, 100 cruceros que recalcan anualmente en nuestros puertos, cada uno de ellos con 1.000 a 1.500 pasajeros. Este tipo de servicio, adecuadamente manejado por países que trabajan bien el turismo, puede dejar entre 800 y 1.000 dólares diarios por cada turista. No necesito decir que en Chile estamos muy lejos de esa cifra, porque los servicios que podemos ofrecer al turista que llega en un crucero de este tipo, no están a la altura de lo que esperamos.

Por lo tanto, qué es lo que hace ese crucero en Arica o en Iquique, qué es lo que hace en Valparaíso o en Punta Arenas; cuáles son las posibilidades portuarias, es un desafío que tenemos en cada una de estas grandes ciudades.

Por otra parte, desde el punto de vista turístico, me parece igualmente importante analizar lo que somos capaces de hacer en torno al turismo interno. En ese sentido creo que es un especial avance todo lo que se ha hecho en torno al turismo de tercera edad. Estamos hablando de una industria de 150 mil empleos directos al año; una industria que, en la medida en que rompa la estacionalidad, puede tener un grado de permanencia muy superior en el mercado.

No hay ninguna razón para tener una industria destinada exclusivamente a enero y febrero, por lo que debemos ser capaces de romper la estacionalidad. Esto significa establecer circuitos turísticos con otros países, como Argentina. En esta materia, aún tenemos logros pequeños, pero en el país vecino han roto la estacionalidad en todo el

sector de lagos y volcanes, tienen turismo todo el año, por lo que creo que nosotros tenemos mucho que aprender todavía de esa situación.

En el extremo sur del país, en torno a las Torres del Paine, hay experiencias, como la del hotel Explora, que prácticamente han roto la estacionalidad y mantienen servicios durante todo el año.

Pero no resisto pasar un avisito, que tiene que ver con los países con quienes competimos y lo que ha ocurrido en materia de evaluaciones. Pero el aviso tiene que ver también con qué política queremos seguir en materia hotelera. ¿Queremos tener una tasa de ocupación de 40% con niveles de tarifas altas, muy altas, o queremos tener una tasa de ocupación de 80% con tarifas más bajas? Ahí, queridos amigos, ustedes saben que tenemos todavía mucho que aprender. Los grandes países que han apuntado al desarrollo turístico han optado por tarifas bajas y tasas de ocupación cercanas al 80 u 85%.

En Chile tenemos tarifas muy altas para la calidad del servicio que ofrecemos, seamos francos, y tasas de ocupación baja. Estoy de acuerdo en que dar el salto es difícil, pero mi pregunta es si los empresarios están dispuestos a darlo.

Desde el punto de vista del país, estamos haciendo un tremendo esfuerzo por mejorar la infraestructura. En días pasados estuve en Caldera, donde comenzarán los trabajos de un aeropuerto internacional. Este terminal internacional de Caldera a Copiapó va a significar la posibilidad de acceder directamente a la zona costera entre Caldera, Bahía Inglesa, hasta Huayco.

Se está trabajando en la ruta costera, hay un conjunto de grandes emprendimientos turísticos en Bahía Cisnes, que es un sector prácticamente inexplorado, pero ahí tenemos desafíos de otra índole: qué más va a vender Chile. Seamos claros, nuestro país no va a vender playas ni palmeras, porque ahí no competimos, pero Chile sí puede vender otras actividades que ahí subyacen y esa es, a mi juicio, la importancia de lo que aquí ha hecho Sernatur.

Es decir, podemos vender estrellas, cielo, géiseres, volcanes, podemos vender cocinas y lo que tiene que ver con nuestras culturas originarias. En otras palabras, se trata de crear un cuento de Chile. Y eso yo creo que es un tema fundamental en el que tenemos que aprender de otros países. Si tenemos una industria como la del vino, bueno, esa es una actividad turística muy importante, si no, vaya a Napa Valley en Estados Unidos.

En consecuencia, se trata de saber cómo somos capaces de generar, a partir de lo que tenemos, un repertorio turístico diversificado, distinto, que tiene que ver con lo que nosotros somos. En este sentido me parecen muy importante las tareas de Sernatur y esta nueva actividad que está desarrollando, en donde ejemplos como el Call Center, Internet y el folleto propio al que se puede llegar utilizando estas nuevas tecnologías, nos colocan en otro nivel como país.

Tenemos, efectivamente, la posibilidad de competir en turismo de interés especial, que es un turismo de alto estándar que hoy día empieza a tener un mayor desarrollo en el mundo. Eso tiene que ver entonces con lo que podemos ofrecer del país, que es lo que finalmente vendemos. Turísticamente, un país compite con todo y Chile está en condiciones de hacerlo.

Por eso creo que lo que hemos visto, la infraestructura que estamos construyendo, el mejoramiento que hemos tenido en los servicios, apunta de una manera central en esta dirección y creo que buena parte de lo que son las 14 medidas que señalamos en la Mesa Pública Privada las hemos venido cumpliendo, aunque tenemos que seguir avanzando en otros ámbitos. En ese contexto, creo que el país está en condiciones de dar un salto en el ámbito turístico y me gustaría que lo que está haciendo en estos momentos Sernatur, podamos ponernos a tono con las grandes corrientes del turismo en el mundo.

Por eso, valgan mis felicitaciones a lo que ha hecho Sernatur, a la forma en que se ha conectado, que ya nos ha hecho aparecer en algunos circuitos turísticos internacionales. Somos conscientes de que estamos en el rincón del mundo, en el fin del mundo, pero a lo mejor eso es lo que hay que vender.

Cuando pregunté al dueño del Hotel Explora, de Puerto Natales, por qué no llevaba en avión a los pasajeros desde Punta Arenas, me respondió "no, no, no, por ningún motivo. Lo que les vendo a ellos es la idea de que van a llegar al fin del mundo y al fin del mundo se llega después de 18 horas en avión de Europa, después de 4 horas de Santiago a Punta Arenas. Entonces, tienen que mandarse unas 8 horas por tierra de Punta Arenas hasta el Hotel para que realmente crean que están en el fin del mundo".

Como ven, también podemos ayudar a vender el fin del mundo. El turista que llega a Puerto Natales es una persona que ya ha llegado a buena parte de los destinos turísticos tradicionales, pero si ese señor llega al fin del mundo, quiere decir entonces que ahora sí es un turista como corresponde, completo, hecho y derecho y eso sólo lo logra si llega a Chile. El día que logremos convencer a la gente de que es un turista a nivel global, porque llegó al fin del mundo, que se llama Chile, entonces vamos a estar en todos los circuitos turísticos. Hagamos entonces de la distancia un elemento adicional de interés por Chile.

Me alegro mucho de participar en esta actividad y de la presencia de todos ustedes, porque creo que apunta a algo muy importante. No me cabe duda de que esta industria sin chimenea tiene un tremendo desarrollo futuro si lo sabemos explotar bien, con esfuerzos públicos y privados. Creo que el esfuerzo público y privado que hemos realizado en los últimos años es lo que nos permite permanecer en un mundo donde la actividad turística ha tenido una merma como resultado de los hechos que todos conocemos. En Chile, sin embargo, hemos podido seguir creciendo en esta actividad.