

## EMPRESARIOS HOTELEROS DEBEN OPTAR ENTRE TARIFAS ALTAS O MEJORES TASAS DE OCUPACIÓN

Así lo estimó el Mandatario al inaugurar hoy el nuevo Sistema de Información al Turista lanzado por el Servicio Nacional del Turismo (Sernatur).

Agregó también que es indispensable que Chile defina y perfeccione sus atracciones turísticas de interés específico. "Podemos vender estrellas, cielo, geisers, volcanes y lo que tiene que ver con nuestras culturas originarias", dijo.

El Presidente de la República, Ricardo Lagos, dijo esta mañana que a pesar de la conocida situación mundial que ha afectado el mercado turístico durante los últimos dos años, Chile ha mostrado un crecimiento mayor al registrado a nivel mundial, en tasas del 6,5%, versus un 3 o 4%.

En este sentido, valoró las medidas que se han adoptado en torno al desarrollo de esta "industria sin chimenea", según indicó, como la mesa de trabajo público privada - constituida el año 2000-, entre cuyas acciones se encuentra la construcción del Sistema de Información al Turista, que nos sitúa en un mejor nivel como país.

Destacó que la posibilidad de integrar los servicios del call center y de Internet, en la que cada usuario podrá elaborar su propio folleto de informaciones, según el diseño de su excursión o viaje, es la utilización de tecnologías modernas de modalidades de información, conjuntamente con las potencialidades turísticas del país.

Sin embargo, dijo el Mandatario, "tiene que ver con qué políticas queremos seguir en materia hotelera. ¿Queremos tener una tasa de ocupación del 40% con tarifas altas y muy altas, o queremos tener una tasa de ocupación del 80% con tarifas más bajas?".

Al respecto, señaló que los grandes países que han apuntado al desarrollo turístico han optado por tarifas bajas y tasas de ocupación cercanas al 80%, mientras que en Chile las tarifas son comparativamente altas, para la calidad del servicio que se entrega.

"Estoy de acuerdo en que dar el salto es difícil, pero mi pregunta es si los privados están dispuestos a darlo. Estamos haciendo un tremendo esfuerzo por mejorar la infraestructura, con un conjunto de grandes iniciativas turísticas en sectores aún inexplorados, pero tenemos que definir qué más es lo que va a vender Chile", expresó el Jefe de Estado.

Explicó que nuestro país no puede competir con "playas y palmeras", pero sí puede hacerlo con otros atractivos. "Podemos vender estrellas, cielo, geisers, volcanes y lo que tiene que ver con nuestras culturas originarias, ése es un tema fundamental", agregó.

Asimismo, dijo que la posibilidad de competir con turismo de interés especial, de alto estándar y con mayor desarrollo en el mundo, impone el desafío de cómo se "arma un cuento" de lo que es el país, que es lo que finalmente se vende y en el que se compete con todo, para lo cual Chile ya está en condiciones.

El Presidente Lagos se refirió también a los cerca de cien cruceros anuales que llegan a distintos puertos del país. "Cada uno de ellos tiene un promedio de mil a mil 500 pasajeros, que, bien trabajados, significan entre 800 y mil dólares diarios por turista. En Chile estamos muy lejos de esa cifra, porque los servicios que tenemos que entregar para los turistas que llegan en un crucero no están a la altura de lo que esperamos, por lo

que tenemos un gran desafío en términos de lo que podemos ofrecer en puertos como Arica, Iquique, Valparaíso y Punta Arenas".

Agregó que es igualmente importante lo que se ha hecho respecto del turismo interno, especialmente a través de los planes de Vacaciones para la Tercera Edad.

"Estamos hablando de una industria de 150 mil empleos directos al año, que en la medida en que rompa la estacionalidad puede tener un grado de permanencia muy superior, lo que significa establecer destinos turísticos con otros países, como Argentina, donde han logrado superar esta valla en el sector de lagos y volcanes", dijo.

A su llegada, el Mandatario realizó un recorrido por los distintos puestos de atención a los turistas de la oficina central de Sernatur y atendió un llamado en el Call Center, donde dio indicaciones a un usuario de cómo llegar al Mercado de Chillán.