

"UN PAÍS QUE SE ABRE AL MUNDO TIENE QUE ESTAR DISPUESTO A RECIBIRLO Y RECIBIRLO BIEN"

El Mandatario planteó el desafío de hacer de esta actividad uno de los aportes más importantes al PIB, por tratarse de una industria que no contamina y que genera una gran cantidad de empleo directo.

Dijo además que el producto turístico que nuestro país ofrece al mundo debe ser de la misma calidad que nuestros vinos o salmones.

El Presidente de la República, Ricardo Lagos, instó a los empresarios del ramo que lo acompañan en su gira por los canales del sur a bordo del transporte Aquiles, de la Armada, a diseñar estrategias que permitan vender a Chile como destino para los turistas de interés especial, que son los aportan la mayor cantidad de divisas en este ámbito en los países que visitan. El Mandatario aseguró que la forma como se enfrenta este tema tiene mucho que ver con el tipo de país que estamos construyendo. "Un país que se abre al mundo, que firma acuerdos y quiere venderse afuera con sus productos, es un país que tiene que tener una gran calidad. Si vamos a tener calidad vendiendo vino o exportando salmones, esa misma calidad tiene que ser parte del desarrollo turístico del país. Un país que se abre al mundo es un país que tiene que estar dispuesto a recibirlo y recibirlo bien", dijo.

Agregó que el turismo es un elemento tan importante, "que tenemos que llevarlo a ser, como ocurre en la región de Magallanes, el 15% del PIB. Es un desafío, porque es una industria en crecimiento, no contaminante si lo hacemos bien, con tremenda capacidad de generación de empleo. Uno o dos millones de pesos invertidos en turismo, generan mucho más empleo que, por ejemplo, el cobre".

Durante el encuentro, en el que participaron también el Comandante en Jefe de la Armada, Almirante Miguel Ángel Vergara; el subsecretario de Economía, Álvaro Díaz, el director de Sernatur, Oscar Santelices y el intendente de la región de Magallanes, Raúl Hein, el Presidente Lagos explicó que, al pensar en este viaje, consideró que se debía tratar de vincular el turismo de la Décima y Undécima regiones con el de la Duodécima.

Citó como ejemplo que si para llegar de las termas de Puyuhuapi a las Torres del Paine la única forma de hacerlo es ir a Balmaceda, regresar a Puerto Montt y desde allí tomar un avión para de nuevo partir al sur, hasta Punta Arenas, "tiene que ver con que nuestros destinos, nuestra forma, no está pensada desde el punto de vista turístico".

En ese sentido, señaló que "tiene que haber una forma y una voluntad del ámbito público y del privado, de generar una continuidad de lo que es el fin de la carretera Austral con Puerto Edén o Puerto Natales y, en consecuencia, la posibilidad de tener una vinculación más intensa que la que hoy tenemos", que es la que puede captar la atención de turistas de una categoría diferente.

Al respecto, explicó que hay una gran diferencia entre el turismo como se entiende en general y el turismo de interés especial, porque es este segundo al cual Chile puede aportar con mayor éxito su especificidad y el que deja recursos en cantidades muy superiores al tradicional.

"Crecientemente, el turismo de interés especial tiene mucho que ver con grandes paquetes turísticos, que se refieren a qué es lo que está buscando el turista. Si el turista

lo que quiere ver es Patagonia, él va a la Patagonia, no va a Chile ni Argentina, y le da lo mismo aterrizar en Calafate o en Puerto Natales; otra cosa es que a Chile esto no le de lo mismo", explicó.

Añadió que "tenemos un claro mundo turístico, la carretera Austral que termina en Tortel, y otro mundo turístico que es la Duodécima región, con Puerto Natales, Punta Arenas y Porvenir, y cada uno de estos dos mundos turísticos no están conectados. Si usted dice que quiere hacer un gran paquete que los conecte, se refiere a esto, a los canales por los que estamos navegando".

Por otra parte, el Mandatario destacó el rol que cumple la Armada de Chile en función de la colaboración indirecta con la actividad turística. "Usted está preocupado de salvar vidas humanas, pero si es más o menos eficiente, tiene un efecto turístico. En otras palabras, la política turística tiene que ver con acciones implícitas y acciones explícitas", dijo.

"Esto es lo que hicimos el año 2002. Es paradójico que aunque ese año cayó el turismo en Chile, es el año del punto de quiebre, donde hubo un tremendo esfuerzo para poder avanzar y llegar hasta el consumidor final sumando los esfuerzos de los sectores público y privado", finalizó.