

MÓNICA ZALAQUETT,
 PRESIDENTA EJECUTIVA FEDETUR:

“Creemos que este año llegaremos a los números de antes de la pandemia de turistas que visitan Chile”



■ La directiva sostuvo que el turismo debe ser un componente estratégico de la matriz productiva y espera precisar algunos aspectos del proyecto que crea un fondo de fomento al turismo.

POR RODOLFO CARRASCO

Hace un mes, Mónica Zalaquett asumió la presidencia ejecutiva de Fedetur, un ámbito de la economía nacional con el cual se ha familiarizado a lo largo de su trabajo tanto en el sector privado como público. De hecho, fue subsecretaria de Turismo durante el segundo Gobierno del fallecido exPresidente Sebastián Piñera.

Quizás, por lo mismo, tiene claro su principal desafío: “Lograr incorporar al turismo como un componente estratégico en nuestra matriz productiva, que ojalá de aquí a unos años la misma fuerza y la misma energía que se le pone al hidrógeno verde o al litio, se le ponga también a la Estrategia Nacional de Turismo”.

Una lógica que tiene asidero en la experiencia internacional: “Los países que han logrado consolidarse como una oferta turística competitiva, son aquellos que entendieron la importancia de incorporar al turismo como un componente estratégico para su desarrollo”.

— Ante esto, ¿qué desafíos enfrenta el sector turismo en Chile?

— Tenemos que fortalecer la formación y capacitación de nuestro recurso humano. Indudablemente, tenemos políticas y regulaciones que hay que revisar, temas a veces

que impiden que la experiencia sea lo óptima, que requiere desde facilitación en los viajes, desde la experiencia en el aeropuerto.

Nosotros tenemos todos los atributos para convertirnos en un destino tremendamente atractivo y para turistas de alto gasto, pero todavía tenemos brechas, porque somos un destino lejano que tenemos que subsanar y van muy en la línea de la calidad del servicio.

Esto significa un cambio de paradigma, ya no seguir con esa visión tradicional de Chile como un país que solamente exporta materias primas, sino también que está preparado para exportar servicios dado precisamente por los atractivos territoriales como por nuestra riqueza patrimonial.

— ¿Los chilenos siguen priorizando el extranjero para el turismo?

— Lamentablemente, hasta antes de la pandemia, había muchos chilenos que habían llegado al sudeste asiático y que no conocían Arica.

Entonces, también es importante dinamizar el turismo interno porque eso es parte de consolidar en las nuevas generaciones nuestra identidad nacional, junto con consolidarnos como un destino atractivo dentro de la oferta latinoamericana. Lo que sí estamos viendo es que Brasil está reaccionando positivamente, cada día están llegando más

brasileños. Esta temporada de esquí se visualiza prometedora, estamos viendo que Estados Unidos también está creciendo en ese mercado; y tenemos que recuperar el mercado inglés, el español.

Por todo, creemos que este año vamos a llegar a los números del año 2019, o sea, antes de la pandemia, y vamos a estar sobre los 4 millones de turistas extranjeros que visitan Chile.

— El Gobierno presentó un proyecto que busca dinamizar el sector creando una tasa del 1,25% sobre el precio del hospedaje de turistas extranjeros para aumentar los recursos públicos destinados a promocionar al país. ¿Qué le parece la medida?

— Los recursos que tenemos para promoción son bajísimos.

En la etapa de reactivación de una industria como el turismo —que estuvo congelada en la pandemia—, el presupuesto que nos dieron para la promoción es menor que el que teníamos el año 2019. Es imposible pensar en una reactivación exitosa con el presupuesto ridículo que nos han dado para esta etapa.

Valoro el proyecto porque tiene un espíritu de ver cómo se recaudan más recursos para la promoción, pero esto requiere una discusión legislativa seria, porque necesitamos ciertas garantías de que ese fondo que se creará no vaya a ser tocado para otros fines; que si los hoteleros van a ser recaudadores, realmente el dinero vaya a la promoción. Y si vamos a ser los recaudadores ¿qué

rol vamos a jugar en la mesa donde se tomen las definiciones? Porque, la verdad, es que la oferta turística la entregan los privados aquí y en todas partes del mundo.

Entonces, los privados tienen que tener una voz importante para alinear la estrategia de promoción, porque no sacamos nada con ir a promocionarnos a un determinado país, sin tener claro el objetivo. Por ejemplo, para qué voy a ir a invertir a Francia, donde tengo un vuelo a la semana y donde para los franceses llegar a Chile es muy dificultoso.

— ¿Cómo se enfrenta la informalidad en el hospedaje que reclaman los hoteleros?

— El espíritu de la ley va en la línea correcta, pero hay que afinarla. Acabo de asumir, pero voy a tener una reunión con Hacienda, porque aquí tenemos que buscar —paralelamente a la mayor recaudación— una forma de mitigar y ojalá erradicar de algún modo esta oferta informal, porque una de las grandes amenazas es que podemos terminar fomentando la informalidad si no se trabaja en paralelo ambos casos.

El tema de la tasa de recaudación es una herramienta que se usa en otros países. Por eso creo que si logramos primero garantías de que ese dinero va a ir a una promoción y que esa promoción va a estar definida por una mesa público privada vinculante por parte de los privados es positivo, y por otro lado, que paralelamente junto con recaudar más vamos a combatir la informalidad.

“Voy a tener una reunión con Hacienda, porque aquí tenemos que buscar —paralelamente a la mayor recaudación— una forma de mitigar y ojalá erradicar, de algún modo, esta oferta informal (de hospedaje)”.