

E ENTREVISTA. JAIME GUAZZINI, presidente de Fedetur:

“Uno de los desafíos mas importantes es aumentar la demanda turística internacional en la región”

Constanza Rivera Zarricueta
 cronica@diarioatacama.cl

Hasta la región de Atacama llegaron ayer los miembros del directorio de la Federación de Empresas de Turismo Chile (Fedetur) en el marco de las visitas que realizan a los gremios que son parte de la entidad, en este caso tras la incorporación de la Asociación de Turismo de Atacama (ATA). La visita también forma parte de la iniciativa “Caravana Fedetur”, que busca el despliegue de la federación en regiones, a través de diversas acciones, que culminan a fin de año con los premios Fedetur.

Este medio conversó con el presidente de Fedetur, Jaime Guazzini, respecto a los desafíos que presenta la industria turística en la región, la importancia del marketing internacional y las oportunidades que tiene la zona en términos de turismo.

¿Cuál es el motivo de su visita a la región?

- Vinimos todo el directorio de Fedetur, y con todos los directores, como política interna, algunos directorios los hacemos en regiones y en esta oportunidad lo estamos haciendo en Copiapó, porque hace muy poco tiempo que ATA, el gremio turístico de esta región, se asoció a Fedetur, vinimos a darles un respaldo y bueno reunirnos con el gremio, y también hacemos visitas protocolares. Ese es nuestro objetivo, no solo el directorio, sino colaborar con nuestro gremio y ver como podemos colaborar para fortalecer la industria en la región.

¿Cuáles son las problemáticas o desafíos presentes en la región?

- En términos generales creo que uno de los desafíos mas importantes es aumentar la demanda turística internacional en la región, que lleguen mas turistas, no solamente el turismo nacional en las vacaciones, sino todo el año para que así visiten los inmensos atractivos turísticos como



PRESIDENTE DE FEDETUR DESTACÓ EL POTENCIAL TURÍSTICO INTERNACIONAL QUE TIENE ATACAMA.

Ojos del Salado, todo el tema geológico, antropológico, las ballenas, etc. La región tiene un potencial altísimo en turismo y creo que lo que hay que hacer y donde hay que empujar es en tener un plan de marketing y una campaña internacional mucho más potente.

Atacama tiene potencial para un turismo diverso, que no solo sea relacionado a las playas y a la costa. Se ha intentado en dar pasos en esa línea sin éxito. ¿Cómo se puede potenciar un turismo diverso a nivel nacional e internacional?

- La región tiene un altísimo potencial de desarrollo turístico orientado no solo al turismo interno sino que también internacional. El Valle del Huasco con todos los productos agrícolas como el vino, el pisco, etcétera, todo lo que es Chañaral de Aceituno, bueno así vamos subiendo al Valle de Copiapó con todo el turismo minero, en la costa todo el tema geológico, y bueno los parques nacionales, eso es de un alto valor y potencial internacional, aquí lo que hace falta es traer turistas, eso es lo que hay que hacer.

El esfuerzo promocional es muy difícil que lo hagan las

empresas, en este caso, la región es la que debe salir a promocionar el destino y generar la demanda de manera que la cadena de comercialización empiece a funcionar. Es imposible que la demanda internacional llegue de un golpe va a ser lento el proceso, de manera que la oferta turística se vaya acoplando y adaptando a las necesidades, pero la región puede recibir turistas de alto nivel.

¿Cuál piensa que será el aporte del Parque Nacional Desierto Florido para el escenario turístico de Atacama?

- Esto es una buenísima noticia, lo que sí, crear un parque nacional o poner en valor cierto territorio para el uso turístico, tiene que ir de mano es decir acompañado con una infraestructura y además con una gestión que la opere, ya sea sector público, municipio o a través concesiones, pero eso debe estar considerado en la planificación desde que se crea el área silvestre protegida.

Dentro del panorama nacional, ¿Cuál es el papel que juega Atacama? ¿Cómo ve el escenario en comparación a otras regiones?

- Como otras regiones, acá hay

un alto potencial y lo que hay que hacer, es poner eso en valor de manera que empieza a competir con otros destinos de Chile, como es San Pedro de Atacama, que es el gran vecino de la región de Atacama. Necesitamos en todas las regiones que hayan gremios fuertes líderes que puedan conversar permanentemente y periódicamente con la instituciones públicas para generar o minimizar las brechas que cada uno de los destinos tiene esa es nuestro objetivo principal de estar acá.

¿Cómo ve el tema del Royalty en regiones? Se ha mencionado el turismo, como un punto importante en algunas regiones.

- Es el deber de cada una de las regiones, el definir cuáles son los tres ejes principales de desarrollo de su territorio y me imagino que va a ser una de las primeras preguntas a contestar, para poder confirmar si es realmente el turismo uno de los ejes estratégicos de esta región y si es así, bueno ojalá los recursos o parte de los recursos vayan en ese sentido, de hacer un buen desarrollo, planificado y sustentable del turismo en Atacama. ☺