

Lanzamiento Cluster Turismo de Intereses Especiales
Ministro de Economía, Hugo Lavados

17 de Julio de 2008
Humberstone

1. Política de Innovación/Gasto local del FIC

El gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet ha definido como una prioridad la promoción de una estrategia de desarrollo basada en la innovación en torno a las ventajas comparativas del país, invirtiendo en la ciencia, la tecnología aplicada y la formación de recursos humanos especializados. Esta visión nace de la urgencia de comenzar a transformar la economía actual, sostenida sobre la exportación de recursos naturales, muchos de ellos con poco valor agregado, hacia otra basada en la innovación y la competitividad.

Con ese objetivo, en 2006 comenzó a funcionar el Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC), destinado a financiar proyectos innovadores que contribuyan a sumar valor agregado a los productos nacionales. En el caso particular de Tarapacá, el gasto de los recursos de este fondo ascendió a **\$ 932 millones el año 2007, lo que representa un crecimiento de 41% respecto del año anterior**, superando la tasa de crecimiento de todas las regiones, que alcanzó un 27% durante el mismo período.

A esto se suma el aporte de los presupuestos regulares de cada agencia, con lo que **el total de recursos públicos ejecutados durante el año 2007 en la región de Tarapacá asciende a \$3.000 millones**, de los cuales un 32% provienen del FIC.

2. Política de Cluster

El Programa de Clusters de Alto Potencial es uno de los 7 ejes del Plan de Acción de Innovación definido por el gobierno, a través del Comité de Ministros de Innovación para la Competitividad, para el periodo 2008 - 2010. Las otras líneas son Nueva Institucionalidad (ley que crea el Fondo de Innovación para la Competitividad); fomento de Capacidades de I+D y centros de excelencia; formación de Capital Humano; Emprendimiento y Transferencia Tecnológica; Regionalización de la Innovación; y fomento de una Cultura Pro Innovación y Emprendimiento.

Lo que entendemos por cluster es un conjunto de actividades, empresas, centros de investigación y entes gubernamentales relacionados con un sector productivo. Se trata de un encadenamiento productivo dentro de una misma zona geográfica, que apunta a especializar sus ventajas comparativas y mejorar su competitividad, a través de la incorporación de investigación, formación de capital humano, tecnología e innovación.

Sobre la base del estudio encargado por el Consejo Nacional para la Innovación, al Boston Consulting Group (BCG), hemos priorizado cinco clusters: Servicios Globales (lanzado en noviembre de 2007), Agro-Alimentario (lanzado el 19 de mayo), Minero (lanzado el 27 de mayo), Turismo de Intereses Especiales y Acuícola (por lanzar en Agosto).

Cada *cluster* está conformado por un Consejo Estratégico Público - Privado, presidido por autoridades gubernamentales sectoriales e integrado por actores relevantes de la industria respectiva. Además, cuentan con secretarios ejecutivos, o Gerentes, elegidos por concurso público. El Consejo define una Agenda Estratégica y los grandes proyectos de innovación que contribuyan a mejorar la competitividad del sector. Además, los Consejos tienen el propósito de alinear a las agencias públicas y focalizar los recursos, a partir de las prioridades definidas.

En el *cluster* de turismo de intereses especiales, se pretende incrementar la competitividad de esas actividades, lo que no necesariamente significa aumentar el número de turistas, sino que desarrollar ofertas más sofisticadas, que impliquen mayor gasto por turista y que eso no sea un riesgo para la sustentabilidad del ecosistema del territorio. La meta es generar ingresos por US\$4.000 millones al año 2012. Esto supone un gran aumento, pensando que el año 2007 se generaron US\$ 1.800 millones. (Esta cifra solo si S.E. no lo dice).

Nos hemos trazado metas ambiciosas, que dependen de múltiples factores y variables, no siempre controlables por nosotros; sin embargo, ¿qué sentido tiene ponernos metas fácilmente alcanzables; cuál es el desafío de algo que está a la mano? Como en muchas actividades de este tipo de turismo, con un esfuerzo conjunto de las empresas, apoyadas por el Sector Público, podemos lograr este objetivo, porque representa muchos empleos, desarrollo regional y movilización de recursos hacia la Imagen País de Chile.

3. Por qué elegir el sector Turismo: importancia en la economía.

El turismo es una compleja red de encadenamientos de servicios, intermediarios y consumidores, donde las actividades características directas representan en torno a un 3,0 % del PIB^[1]. Es una cifra relevante, y creciente, pero aún lejos del 7% del PIB de países como Costa Rica y Nueva Zelanda. El turismo de intereses especiales tiene, además, un alto impacto regional. No sólo por su natural dispersión en aquellos lugares de mayor valor natural y patrimonial. También, porque en cada zona permite el surgimiento de empresas de los más diversos tamaños.

El turismo es una de las actividades económicas que ha experimentado mayor crecimiento a nivel mundial. En efecto, la llegada de turistas internacionales en el mundo se estima en 898 millones en 2007, marcando un nuevo máximo histórico.

^[1] Cifra estimada para el año 2005, en base a cuenta satélite elaborada en el 2003.

Entre 2000 y el año 2007 la llegada de turistas internacionales en el mundo ha crecido a un ritmo de 4,4% promedio anual.

La participación de Chile en este flujo de llegadas de turistas es mínima pero creciente (aumentó de 0,26% en el 2000, a 0,28% en el 2007). La llegada de turistas internacionales en el 2007 alcanzó a 2,5 millones de personas. Entre los años 2000-2007, la llegada de turistas internacionales ha crecido a 5,5% promedio anual.

En términos de ingresos, durante el año 2007 **el turismo receptivo generó un total de US\$ 1.800 millones**. Dicha cifra se compara favorablemente con lo obtenido en el 2005 que alcanzó US\$ 1.387 millones.

Por otro lado, para efectos de potenciar el cluster de turismo de intereses especiales es interesante considerar que el país cuenta con 95 Áreas Silvestres Protegidas por el Estado, (distribuidas en 32 parques, 48 reservas y 15 monumentos naturales), que en conjunto cubren una superficie aproximada de 14 millones de hectáreas, equivalentes al 19% del territorio nacional. Nuestra naturaleza es un gran activo para impulsar el turismo y la imagen del país.

4. Productos de destino en la Región (de turismo de intereses especiales)

Una línea de acción en el *cluster* de turismo de intereses especiales considera productos de destino, en los cuales focalizar el esfuerzo. En la Región de Tarapacá, un objetivo es potenciar el pasado salitrero de nuestro desierto en la lista de circuitos patrimoniales internacionales. Queremos que ejemplos como Humberstone se multipliquen, para conformar una experiencia única, que combine cultura, historia y aventura.

También se promoverá el Altiplano de Tarapacá como un destino internacional de trekking y bicicleta, distintivo por su cautivante naturaleza y culturas originarias. La lista de atractivos es larga: el desierto florido; el camino del Inca, el Parque Nacional Volcán Isluga, los salares, la cultura de los pueblos Aymara y Atacameños, así como el patrimonio cultural del pueblo Chango, la Pampa del Tamarugal e incluso los numerosos y valiosos vestigios de dinosaurios.

Todo esto lo haremos con un mejoramiento en la calidad de nuestros servicios, una preocupación por la sustentabilidad ambiental, por la capacitación y profesionalización de las personas que se desempeñan en las distintas áreas del sector. Es un esfuerzo integral, donde el gobierno y el sector privado aportan en conjunto por la mejor competitividad del sector.

Cuando hablamos de este cluster y este esfuerzo público privado, estamos impulsando una nueva forma de hacer el turismo. Queremos recoger e impulsar iniciativas innovadoras, que muestran nuevos lugares, que exhiben riquezas ocultas, pero más valiosas que el sol y la playa que encontramos tan a menudo en los folletos turísticos actuales.

Queremos incorporar en la estrategia las actividades relacionadas como el alojamiento, los servicios, las compras, los restaurantes y el transporte local.

Este cluster debe servir para apoyar nuevos emprendimientos y consolidar los proyectos que hoy están realizando nuestros empresarios. Por ejemplo, el eco-camping de Marco Fernández-Concha y de Coca Coello, que permite a los turistas disfrutar del desierto y conocer la pampa en su estado natural, sin intervenir el medio ambiente.

A eso apuntamos, a generar una oferta turística que permita a los visitantes vivir una experiencia única, en particular conectada con la riqueza natural y cultural de nuestro país.

La industria del turismo tiene una particularidad especial: requiere una cultura de excelencia. Excelencia en el servicio. Excelencia en el trato amable y profesional. Excelencia en la protección y el cuidado del entorno. Excelencia en la preservación de nuestro patrimonio. Excelencia en la seguridad y en la limpieza.

¿Seremos capaces de desarrollar esa cultura de la Excelencia? Estoy seguro que sí. Cuando el sector público y el privado colaboran y convergen, los resultados llegan muy pronto. Y no me extrañaría que en unos años más esta cultura de la excelencia en el turismo se expanda, como un virus, hacia otras industrias.

Muchas gracias.