

Advierten falta de promoción para consolidar a la provincia como destino turístico

ESTEFANÍA GONZÁLEZ
 Provincia del Limarí

La provincia del Limarí cuenta con una variada oferta turística vinculada a sus paisajes únicos, patrimonio, arqueología, astronomía y gastronomía. Sin embargo, tanto desde el comercio como desde el mismo sector turístico advierten que el territorio no estaría siendo promocionado de manera adecuada, lo que impediría aprovechar plenamente la llegada de visitantes a la zona.

Así lo manifestó el presidente de la Cámara de Comercio de Ovalle y vicepresidente nacional de la Confederación del Comercio Detallista y Turismo de Chile, Washington Altamirano, quien aseguró que, si bien turistas llegan a la provincia, no existe un trabajo articulado que permita consolidar al Limarí como un destino turístico competitivo.

“Llega turista, el problema es que no se ha promocionado la provincia del Limarí como debiese ser. No hay un trabajo conjunto que haya visto del municipio y del comercio”, señaló.

El dirigente gremial recordó que en años anteriores existieron instancias de coordinación entre municipios, sector turístico y comercio local, lo que permitía generar acciones promocionales de manera conjunta. No obstante, indicó que esas iniciativas se habrían dejado de desarrollar.

“Antiguamente hubo un proyecto en el cual había reuniones, estaba el comercio, la parte turística y los municipios, y se coordinaban acciones en conjunto. Eso se dejó de hacer y hoy se ve poca gente, cuando este es un trabajo que debe hacerse entre municipios, comunidad y comercio”, afirmó.

En esa línea, Altamirano sostuvo que, como Cámara de Comercio, no han sido convocados a participar en estrategias de promoción turística en los últimos años.

“Nosotros como Cámara de Comercio no hemos sido invitados para nada. Esto viene desde hace cinco o seis años y no he visto un intento de mejorar o dar a conocer la provincia con una buena inversión”, aseguró, lamentando que gran parte del flujo turístico regional se concentre en el Valle del Elqui, pese a que, según indicó, el Limarí cuenta con múltiples atractivos.

FALTA DE ESTRATEGIA Y BRECHAS DEL SECTOR

Una mirada similar planteó Patricio



Actores del comercio y del sector turístico llaman a retomar una estrategia conjunta para posicionar a la provincia del Limarí como un destino competitivo a nivel regional y nacional.

Desde el comercio local aseguran que el territorio posee un alto potencial turístico, pero cuestionan la ausencia de estrategias coordinadas entre municipios, sector privado y organismos públicos para posicionar el destino.

Vega, fundador de TOURISTED CHILE y especialista en desarrollo turístico, quien señaló que el territorio aún no ha asumido el turismo como un eje estratégico.

“El desarrollo turístico en Limarí aún no ha sido asumido con la seriedad y visión estratégica que el territorio requiere, lo que ha derivado en un evidente desaprovechamiento de su potencial”, sostuvo.

El especialista explicó que el posicionamiento de un destino requiere

planificación sostenida en el tiempo y acorde a las nuevas tendencias del sector.

“Posicionar un destino no se logra únicamente mediante fam trips o reportajes aislados; exige una estrategia integrada y coherente, dejando de asumir que el flujo turístico llegará solo desde quienes visitan La Serena en verano”, indicó.

Vega también advirtió que la provincia presenta brechas para competir en mercados estratégicos, mencionando la informalidad en servicios turísticos, la falta de guías especializados y la escasa promoción del destino.

LLAMADO A TRABAJO PÚBLICO-PRIVADO

El especialista agregó que el turismo podría convertirse en una alternativa económica relevante para sectores rurales afectados por la sequía, aunque recaló que se requiere mayor articulación entre actores públicos y privados.

“Como TOURISTED CHILE estamos realizando algunas acciones en pro del desarrollo del Limarí, pero esto requiere un trabajo mayor donde públicos y privados nos unamos por el territorio”, concluyó.

EL DATO

Dirigentes del comercio advierten que, desde hace cinco o seis años, no se desarrollan instancias formales de coordinación entre municipios, sector privado y servicios públicos para promover la provincia del Limarí como destino turístico.

Desde el comercio local reiteraron el llamado a fortalecer estrategias conjuntas que permitan posicionar a la provincia como un destino turístico competitivo a nivel regional y nacional.

“Cada empresario trata de promocionar su local, pero esto tiene que ser con ayuda del Gobierno, con un trabajo con los alcaldes, Sernatur, la Gobernación y las cámaras de comercio. Hace muchos años que no se hace un trabajo completo, solo acciones puntuales”, indicó, por su parte, Washington Altamirano.