

EDITORIAL

Avances en el turismo provincial

Un aliento al rubro del turismo provincial lo brindó la presencia de autoridades provinciales y comunales, representantes de organizaciones y empresarios del rubro en la reunión de presentación de los resultados de la gestión de promoción turística efectuado la semana pasada por la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Los Angeles. Esta asociación gremial y su comité activador del turismo han asumido con decisión esta tarea, con buenos resultados hasta el momento, ya que se pueden apreciar proyectos concretos, que van más allá de la tradicional emisión de folletería.

En ese encuentro se conocieron detalles del trabajo realizado por doce empresarios del área con el respaldo del servicio de Cooperación Técnica, a través de la creación y funcionamiento de la Plataforma de Gestión Turística y el Centro de Reservas. También se presentó públicamente la segunda edición del atractivo folleto turístico "You are welcome", cuya edición alcanza a diez mil copias. Asimismo, se dio a conocer la edición de mil discos compactos que contienen información turística de la provincia de Bío Bío.

Tanto el folleto como los discos permitirán difundir nuestra zona en el ámbito de los operadores de tours y agencias de viaje, ampliando las alternativas que ellos poseen y reforzando la presencia de esta zona en el concierto nacional. Por otra parte, la Plataforma es una instancia de gestión técnica

que es útil en cuanto se basa en la unidad de sus integrantes.

Se conoce que en Chile hay muchas bellezas naturales y lugares con historia y atractivos desarrollados a un nivel internacional. Pero eso no quiere decir que en Bío Bío no tenga recursos que potenciar. Están los Saltos del Laja, el Parque Nacional Laguna del Laja y el Alto Bío Bío, como focos de fuerte energía turística. A ello se agregan iniciativas referidas al turismo rural. Pero hay conciencia de que hay que seguir gestionando para que esos puntos y otros puedan ser optimizados, con una intervención pública y empresarial, capaz de posicionarlos con mayor fuerza en el difícil medio nacional.

Se necesita inventiva, gestión permanente y entusiasta y coordinaciones, así como una preocupación por que funcione cada día mejor la red que se está tejiendo entre organismos fiscales, las municipalidades, distintas organizaciones y el sector privado. La Cámara de Comercio, al ampliar con determinación su quehacer hacia el turismo y los servicios, demuestra que es posible hacer más y mejor. Los logros conseguidos no deben estancarlos, sino apenas ser puntos de partida para que sigamos avanzando hacia un mejor posicionamiento. Lo primero era "creerse el cuento" y eso se está alcanzando. Ahora, falta profundizar lo realizado y generar otras iniciativas. Hay recursos y potencialidades. La decisión debe activarlos.