

Uber, los taxistas, el DMO y el turismo nuestro de cada día

LA OPINIÓN EXPERTA

Daphne Barbeito

Consultora de Desarrollo Turístico



He tenido la bendición de viajar por el mundo conociendo diversos lugares y culturas. Estos viajes me han servido para reflexionar sobre cómo presentamos a Puerto Rico ante el mundo.

Uno de los elementos más presentes donde quiera que voy es la cultura de cada pueblo que visito. Sin embargo, localmente la misma no es tan evidente a pesar de que nuestra rica herencia y cultura nos hace únicos. El otro elemento es el fácil acceso a la transportación para desplazarme a donde deseo llegar.

La transportación —sea por mar, aire o tierra— es de suma importancia para el desarrollo económico de cualquier destino, y de una isla aún más. En el marco del turismo actual, es de sentido común saber que la transportación es vital para la experiencia del visitante, la descentralización de la oferta y del desarrollo de un producto sostenible.

Se estima que para el año 2020 el total de turistas que viajarán el mundo sea 1.5 billones de personas.

UBER COMO ANTAGONISTA. La llegada de Uber a cualquiera de las ciudades que lo ha hecho, ha sido muy controversial y en Puerto Rico no ha sido la excepción.

Analizando los argumentos de transportistas y Uber, ambos tienen

razones válidas en sus puntos, pero la realidad es que existe la Ley 282 (de Transportación Turística Terrestre de Puerto Rico) y ningún reglamento puede estar por encima de ella.

El área de transportación turística en Puerto Rico es muy compleja aún para los que laboramos en turismo. Hay que entender que existen tres categorías de tablillas: Taxi Turístico, Excursión Turística y Limusina Turística. El conductor de vehículos con cualquiera de estas tablillas necesita una la licencia de Turismo denominada "Operador Turístico" y además, si es guía turístico necesita la licencia de "Guía Turístico".

Actualmente, solicitar una nueva tablilla es prácticamente imposible porque la expedición de las mismas está "congelada" y solo se pudiera conseguir presentando un estudio de necesidad y conveniencia que demuestre que es necesario el servicio.

No me solidarizo con acciones de vandalismo vengan de quien vengan, porque más allá de afectar la propiedad ajena, le hace mucho daño a Puerto Rico. Sin embargo, reconozco como empresaria de un pequeño negocio, que mientras Uber como empresa no paga seguro de responsabilidad pública, ni rinde planilla de contribución sobre ingresos, ni paga otros impuestos, los transportistas sí están sujetos a todo eso y más.

Debemos agradecer al pasado secretario de Transportación que no definió en el Reglamento 8790 su intención de que Uber vendría a resolver un problema de transportación pública local y de esta manera, sin evaluación, proyección y mucho menos inclusión ahora vemos la situación creada.

Uber llegó para quedarse y luego vendrán otros, debemos tener apertura a todas las tendencias, sean tecnológicas o de otra índole que brinden



un servicio a nuestro visitante, pero todos los sectores, TODOS deben coexistir en igualdad de condiciones.

DESTINO COMO NORTE. Por otro lado, y en paralelo al tema de transportación está el del desarrollo del producto, de la experiencia, de la inclusión de temas culturales, de la creación de un plan a largo plazo que apoye al Destination Marketing Organization (DMO) y por ende, el crecimiento económico al que todos aspiramos. No es lo mismo el mercadeo del destino que el manejo del destino.

La Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR) es mucho más que el ente de promoción y mercadeo, sino también está a cargo de los eventos especiales, de las operaciones turísticas, de calidad turística, de los incentivos, de juegos de azar, guías turísticos, transportistas, agencias de viajes, entre otros.

Para lograr el desarrollo del producto, la CTPR necesita restructu-

rarse completamente. Debemos modernizar todos los procesos incluyendo la tecnología para que nuestros visitantes logren conectar con Puerto Rico antes, durante y posterior a su visita. Debemos crear plataformas de comunicación centralizada sobre el ofrecimiento completo de forma coherente y muchas otras cosas.

El pasado mes de febrero, Cuba anunció que ya había registrado su turista número 1 millón. Si vemos la información de la República Dominicana, ya publicaron sus números de enero por área de procedencia de visitantes. En Puerto Rico, las estadísticas tienen un retraso de cuatro meses, tener esta data al día es vital, de lo contrario esto imposibilita hacer proyecciones, ver tendencias y trabajar proactivamente.

Para que el DMO sea exitoso, la Compañía de Turismo de Puerto Rico debe ser exitosa, ágil y dinámica. Así no tenemos que reaccionar, sino ser proactivos.

La CTPR nunca se ha desarrollado en cuanto a recaudos. En vez, siempre se ha concentrado en los impuestos hoteleros y recaudos de casino, a pesar de que siendo una corporación pública puede generar fondos de otras fuentes que jamás ha considerado.

Vivimos en la era en que prácticamente todo se puede hacer desde una aplicación de celular. Así que mi recomendación sobre el tema de los transportistas y Uber es que debemos de acabar de enmendar la Ley 282 para que todo tipo de transportación sea incluida y hacer un plan que cubra la Isla, que atienda la falta de demanda y a futuro no se den estas situaciones.

Sobre el desarrollo y manejo del producto, aunque es más complejo porque hay más jugadores cuidando sus fincas, estoy convencida que si trabajamos como colectivo y nos unimos en un solo norte, finalmente nuestra querida industria turística podrá posicionarse al nivel que le corresponde.