

# El turismo no tiene color

**S**egún la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo continúa siendo el indicativo principal de la recuperación económica global, es un contribuidor vital para la creación de empleos, es promotor de paz, de la protección ambiental y la sustentabilidad.

Aunque en Puerto Rico hemos visto esta mejoría económica, aún hay un largo camino por recorrer para posicionarnos como líder de la región, haciendo crecer nuestro producto interno bruto y convirtiendo al turismo como el pilar más importante de desarrollo económico.

Para que el turismo crezca de forma sostenible y constante debe venir acompañado de un plan estratégico global, de una visión renovada atemperándola a la realidad del siglo 21. Es una locura seguir haciendo lo mismo que en los años 70 y pretender resultados diferentes.

El Turismo es casi una ciencia, es muy dinámico, está en constante cambio, es global y debe tener una participación más contundente de todos los sectores, no solo turísticos. Nuestra industria impacta todas las áreas de nuestra sociedad y es una oportunidad de desarrollo empresarial e individual.

Hay que crear alianzas locales más fuertes, pues promover el destino es promover sus industrias, productos locales, no solo las bellezas naturales y sus atracciones. De igual forma, hay que crear alianzas y acuerdos regionales e internacionales para no depender tanto de un solo mercado.

Debemos rescatar una conciencia de orgullo patriótico entendiendo el impacto que tiene ese turista en nuestra economía. Saber que el atractivo más importante que tenemos

## TRIBUNA INVITADA

**Daphne Barbeito**  
Empresaria y Asesora  
de Turismo



es nuestra gente y que somos parte integral de la experiencia que el visitante vive.

Esta transformación no se da silvestre y aunque tenemos la bendición de vivir en un paraíso de abundante belleza natural y con todas las herramientas necesarias para ser exitosos, hemos visto que podemos ser nuestro peor enemigo.

El zika es el mejor ejemplo, aunque podemos estipular que el CDC de Estados Unidos ha sacado de proporción el asunto, tenemos que reconocer también que ha sido el propio gobierno de Puerto Rico quien nos auto infligió esta crisis irreal.

Desde mayo de 2015, la Agencia de Salud Pública del Caribe (CARPHA) nos alertaba de la llegada inminente del zika a la región. Para entonces, nuestra industria recibía el embate de la mala imagen de ser la Grecia en el Caribe y la crisis económica, también de la llegada del chikungunya y lamentablemente no hay una cultura proactiva para atender estos asuntos. Unos 12 meses más tarde estamos en una "crisis humanitaria". Cuando yo pienso en crisis humanitaria veo al pueblo cubano, el venezolano, los inmigrantes tratando de entrar a Europa y veo condiciones de vida infrahumana... perdón pero esto no

es Puerto Rico.

Me duele cómo el propio gobierno nos sigue desprestigiando ante el mundo por la avaricia económica sin medir las repercusiones a corto, mediano y largo plazo. Lo peor de todo esto es que lo seguimos aceptando y me indigna nuestro silencio colectivo.

Estamos en un punto donde los esfuerzos para contrarrestar este juego de percepción pública negativa han sido tan tímidos que me temo nos tomará años recuperarnos, no solo de la crisis económica, sino peor aún de la mala imagen. Convoco a los artistas y atletas de renombre internacional a poner a Puerto Rico en sus agendas, a que vengan este verano con sus familias y amigos famosos a vacacionar y mostrar en las redes sociales lo que realmente somos.

A todos los candidatos políticos les digo, "el turismo no tiene color o mejor dicho los únicos colores que nos definen son los de nuestro cielo, mar, flora, fauna, gastronomía y nuestra mezcla de razas". Que esta debacle de decisiones mal tomadas les sirva de ejemplo de lo que nunca más debería pasar en Puerto Rico.

Lo que hay que proyectar al mundo es que la Isla del Encanto es próspera, no tiene crisis humanitaria, ni epidemia de zika. Que tenemos una crisis económica como la mayoría de los países en el mundo y que saldremos de ella. Que nuestra hospitalidad y don de gente siguen intactos, que somos un paraíso que aprecia a sus visitantes y que seguimos abiertos al mundo que desee invertir y vivir las mejores vacaciones de su vida.