



Daphne Barbeito

Presidenta
Cruceros To Go

“Hay que cambiar el discurso turístico”

En Puerto Rico, por décadas los gobiernos han incluido el turismo como uno de los pilares del desarrollo económico. Es la estrategia correcta y el mundo entero está apostando al turismo, y hasta destinos menos tradicionales como Irán e Iraq también lo están haciendo.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), adscrita a las Naciones Unidas, y la Oxford Economics reportan que actualmente el turismo representa \$6 trillones del Producto Interno Bruto (PIB) global, empleando 260 millones de personas. Se estima que para 2021 crecerá el PIB global a \$9.2 trillones con 324 millones de personas empleadas (de forma directa e indirecta).

Pero, ¿por qué no logramos hacer crecer nuestro “PIB turístico” o el número de arribo de turistas? Porque el enfoque está errado,

porque nos hemos quedado en el siglo pasado en el discurso turístico y porque no hay ejecución. La actividad turística sola no promueve realmente el desarrollo turístico a largo plazo. Debemos acabar de cambiar el modelo tradicional por el modelo de *turismo sustentable*.

El turismo sustentable emplea el concepto de triple resultado (“triple bottomline”), no solo promueve desarrollo económico, sino también la conservación del ambiente y sobre todo el aspecto socio-cultural. Es un desarrollo que atiende las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de futuras generaciones a encontrar cómo atender sus propias necesidades.

Dicho de forma sencilla, el *turismo sustentable* promueve los atractivos naturales, las atracciones, la cultura, en fin todo lo que el turismo tradicional hace, pero también promueve la protección y la conservación del ambiente, la biodiversidad junto a un desarrollo económico con una base comunitaria la cual le dará la perdurabilidad.

Para lograrlo, mínimo debemos comenzar por crear un plan maestro del manejo del destino y su ecosistema y crear su gobernanza.

El plan maestro nos permite tener estrategias y visiones de desarrollo a corto, mediano y largo plazo. Aunque hay varios conceptos de competitividad turísticas para hacer el plan, debemos enfocarnos en los siguientes factores: las **atracciones** que son el eje principal; dar **apoyo** a las atracciones para que sean “consumibles” logrando su conectividad; crear una red de **estructura empresarial** que preste servicio de calidad; y la **gestión del destino** debe estar enfocada en una articulación público-privado donde el gobierno se convierta en el facilitador y no en el actor principal.

Otro elemento vital para movernos en la dirección correcta es crear la gobernanza. Su importancia estriba en la relación que debe crearse entre organizaciones del sector turístico, empresas privadas y su interacción. La OMT lo

define como el proceso de coordinar actividad/esfuerzos entre organizaciones/actores en los planos públicos, privados y sociedad civil en el sistema turístico para crear sinergias.

Para lograr una gobernanza efectiva del destino varios elementos deben estar presentes como por ejemplo: asumir responsabilidades, la transparencia en los esfuerzos, el involucramiento de las partes interesadas, una estructura donde los componentes puedan interactuar y recalando que el gobierno es un facilitador y no un actor principal.

Estos son sólo tres aspectos básicos hacia los cuales deben dirigirse los esfuerzos de la nueva Compañía de Turismo si realmente quiere que el turismo sea un motor de desarrollo económico perdurable. Esto plantea un panorama de cambio abarcador, algo totalmente diferente a lo que hemos hecho por décadas. De no hacerlo, estaríamos perpetuando un modelo arcaico y por ende sentenciando de muerte a toda una industria.