



TURISMO.

Decálogo para el desarrollo del país a partir del turismo.

1. El Turismo es una industria y debe ser productiva y generadora de desarrollo y empleo.

Por tanto, el Turismo Rentable, Empleador y Sostenible (T.R.E.S.) es política de estado. Desde las entidades del estado a cargo del desarrollo del turismo, el gobierno fomentará iniciativas de turismo transparentes y privadas que sean rentables, empleadoras y sostenibles. Apunta, entre varios otros objetivos, a descartar iniciativas que no sean productivas, que no estén apuntadas a generar empleo, ingreso de divisas y desarrollo. Comprendiendo los recursos de la Argentina, las causas del turismo, los diferentes tipos de turistas, los fuertes rebotes post crisis de esta industria en todo el mundo y demás tendencias que moldean el turismo, a partir de esta premisa, quedarían vedadas iniciativas deficitarias, poco estratégicas, inflacionarias, innecesarias o no prioritarias (como incentivos para destinos que ni siquiera son emergentes o los Planes Previaje -ya que el turismo se recuperó rápidamente en todo el mundo sin necesidad de derrochar tantos recursos en individuos de clase media y alta que hubieran viajado igual-) y se apuntaría a iniciativas planificadas estratégicamente, que generen desarrollo. Las iniciativas de índole asistencial deben evaluarse desde entidades del estado a cargo del asistencialismo, como ser, el Ministerio de Acción Social.

2. Centralizar y simplificar los trámites y habilitaciones, eliminando todos los obstáculos burocráticos, fomentando la inversión y el desarrollo de emprendimientos turísticos de calidad a la vez que se controla y prohíbe el acceso al mercado de ofertas no habilitadas.

Esto incluye los diferentes requisitos provinciales, que muchas veces se contradicen con los nacionales, sumado a requisitos municipales que complican las operaciones en particular para el sistema de transporte turístico (en especial de los pequeños), la conformación de agencias de viajes, el trabajo de agentes de viaje independientes, etc. A la vez que se simplifican los trámites y la operación cotidiana, se elimina la competencia desleal/ilegal.

3. Plan nacional de concesiones que agreguen valor a los recursos naturales y generen ingresos para su conservación.

Según el World Economic Forum (WEF), los recursos turísticos (RRTT) se conforman de recursos naturales y culturales. La Argentina es uno de los países con más cantidad de RRTT del mundo, pero salvo en la C.A.B.A., los RRTT en la Argentina se conforman casi exclusivamente de recursos naturales. Los RRNN por se generan muy pocos ingresos. Hay que fomentar la inversión privada para desarrollar actividades de ocio y de cultura que generen empleo y divisas, apoyados en los maravillosos RRNN que posee la Argentina, controladas bajo estrictas normas de diseño y sustentabilidad.

4. Posicionar internacionalmente la Marca País Argentina asociada con turismo de actividades sostenibles de entretenimiento de alto valor agregado, poniendo en valor la diversidad natural, el desarrollo local y buscando atraer al segmento de alto poder adquisitivo.

A diferencia de los intentos pasados de posicionar con malos métodos y sin estrategia a la Argentina como destino de naturaleza, siendo que la naturaleza sin actividades de valor agregado no genera ingresos ni empleo, esta meta apunta a incentivar el desarrollo de este tipo de actividades apuntadas a posicionar a la Argentina como destino de ocio -con increíble naturaleza-. Ej: Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos, Méjico, Ecuador.

5. Otorgar beneficios impositivos para proyectos.

Alineados con el punto 4) y que tengan como fin alguno o varios de los siguientes: A) la conservación y restauración de ecosistemas, B) la generación de recursos económicos para la gestión de áreas protegidas naturales (ODS 14 y 15), C) infraestructura turística de alta calidad y desarrollada acorde principios sostenibles (ODS 12 y 13), D) proyectos que trabajen dentro de un modelo de economía circular generando desarrollo local genuino en zonas remotas, E) aquellos que rescaten y potencien la diversidad agroalimentaria; F) turismo accesible, mediante adaptaciones para facilitar el turismo a personas con capacidades reducidas y G) adquisición de equipamiento para desarrollar nuevos servicios de entretenimiento, traslados y excursiones terrestres, acuáticas y aéreas, de alto valor agregado para turistas internacionales. Por ejemplo, flotas de vuelos regulares, aerotaxis y atención a emergencias, en vehículos acordes al turismo internacional, para unir destinos turísticos difíciles de servir mediante aeronaves grandes y con turismo creciente improbable.

6. Priorizar las propuestas, provincias y regiones que demuestren, profesionalmente, mayor potencial turístico para generar empleo e ingresos.

Terminar con la política del “Mezcladito Turístico”. La política de intentar promocionar el país con todas las propuestas subidas a una feria, folleto, web, etc es totalmente contraproducente para el país. El posicionamiento correcto de un país o región se logra comunicando “una selección” congruente y estratégica de propuestas, atributos e itinerarios. Muy pocos ejes de comunicación, pero potentes.

7. Impulsar el diseño, desarrollo y comercialización de productos que fomenten un estilo de vida saludable, que recuperen saberes ancestrales e incrementen la biodiversidad, beneficiando tanto al visitante como al sistema productivo regional.

En los países mas desarrollados y de mayor poder adquisitivo los productos y servicios con estas características están en auge y para dichos países, muy industrializados y con diversos posicionamientos, es difícil y caro desarrollarlos. Argentina tiene muchas ventajas y un camino mucho mas sencillo y menores costos si decide posicionarse como productor de este tipo de bienes y servicios con demanda creciente.

8. Impulsar el diseño, desarrollo e implementación de tecnología aplicada al turismo en especial y estratégicamente apuntada al entretenimiento de los turistas.

Cada vez más, los turistas buscan entretenimiento, innovación y conectividad para postear actividades entretenidas y desconocidas para sus pares. Argentina tiene excelentes programadores, es relevante en desarrollo de tecnología y tiene una distribución excelente de increíbles recursos turísticos para probar dichos desarrollos y donde implementar una entretenida gama de actividades y apps entretenidas y rentables para que los turistas consuman y disfruten y se conviertan en lo que el marketing digital denomina “Evangelizadores” ya que los posteos de turistas entretenidos es la mejor herramienta de promoción para un destino.

9. Brindar capacitación y educación adecuada, ágil y actualizada en todos los niveles.

Fomentar y facilitar la capacitación para nuevos puestos de trabajo y emprendimientos. Turismo es una de las industrias que más capacitación brinda a sus empleados y la que genera empleo con el más amplio rango de capacidades, permitiendo el ingreso al mercado laboral a segmentos menos favorecidos.

10. Establecer la capacidad de carga máxima para temporadas pico para los centros turísticos que lo requieran por sus factores de riesgo.

Se busca evitar el deterioro derivado del impacto del turismo masivo y derramar a los destinos mas pequeños de la región. No obstante, se entiende que, por lo general, la capacidad de los grandes destinos turísticos de la Argentina se ve colmada por la falta de actividades (rentables, empleadoras y sostenibles) que atraigan, concentren y entretengan a los turistas. Las Cataratas del Iguazú y la mayor parte de los Parques Nacionales o los Glaciares son ejemplos de falta de actividades concentradoras, empleadoras y generadoras de ingreso de divisas.

11. Abrir cielos y fronteras terrestres para el turismo.

Celebrando convenios binacionales con países núcleos turísticos del continente unificando estándares de calidad y de seguridad. Garantizar de manera permanente e ininterrumpida la conectividad aérea directa entre las 4 regiones turísticas del país.

12. Integrar las competencias requeridas por la industria turística en los planes de educación nacionales y provinciales.

Adecuar los planes de estudio de las carreras de turismo para desarrollar productos que satisfagan a una demanda de alto poder adquisitivo y estándares internacionales de calidad, incluyendo, entre otros, más y mejores contenidos de negocios, marketing, posicionamiento internacional y desarrollo de destinos turísticos sostenibles.

13. Plan Nacional de Seguridad, Rescate y Salud en Zonas Remotas para posibilitar el desarrollo de actividades de aventura de valor agregado y a la vez beneficiar a los pobladores locales.

Uno de los impedimentos para los privados, en cuanto desarrollar productos de trekking, kayak o similar de calidad, es la falta de un sistema coordinado de rescate y emergencias. Esto, sumado a una legislación donde el operador es penalmente responsable ante un incidente (por ende, no hay seguros) y en este país no aplica el deslinde de responsabilidad (sí en Chile, USA o Nueva Zelanda), hace que privados no quieran operar ciertas actividades porque el riesgo es muy alto y, ante la necesidad de helicóptero, avioneta, o cuatriciclo de rescate, no hay nada. Si lo hubiera para el turista, también serviría para el local. Por esta combinación de factores, muchas actividades remotas funcionan para un turista mochilero que no gasta y no tiende a hacer un juicio) y no para un turista de los que en otros países gastan mucho más que aquí. Estos turistas, además de buenos servicios, quieren garantías de seguridad como, por ejemplo, las de Global Rescue o RipCord.

Objetivos verificables.

1. Valor del dólar real, equivalente al blue, para los gastos de turistas extranjeros.

2. Aprobar durante 2024 leyes que promuevan un sostenido nivel de inversiones en turismo para agregar valor (principalmente en actividades onerosas de entretenimiento) a los recursos turísticos naturales.
3. Aprobar una ley que aplique un aumento considerable de condena a aquel que cometa un delito a extranjeros que están haciendo turismo en la Argentina (comprobable mediante reserva de hoteles y excursiones).
4. Permitir el acceso a toda la población argentina a una red informática 5G.
5. Transparencia y eliminación de prebendas en concesiones, licencias y permisos en turismo.
6. Conformar un Grupo de Expertos Multidisciplinarios en Turismo Receptivo de Alto Valor (GEMTRAV), que en estos momentos de crisis idealmente podría trabajar ad honorem, entre otras funciones, consolide la generación de una Marca País turística atractiva para familias internacionales que buscan y consumen en el mundo servicios y actividades de entretenimiento turístico de alto valor agregado y de productos saludables.
7. El "GEMTRAV" también deberá proponer un plan de infraestructura turística de mínima (viable para la situación de crisis del país), supervisar su ejecución y ser órgano de asesoría para cualquier otra obra de infraestructura turística ejecutada en el país con dinero público.
8. Generación de un millón de nuevos puestos de trabajo relacionados con la ejecución de un plan estratégico apuntado a desarrollar el Turismo Rentable, Empleador y Sostenible.
9. Producir el mayor aumento del ingreso de divisas por turismo de varias décadas. Crecimiento del gasto en dólares de turistas extranjeros en la Argentina a tasa de dos dígitos.
10. Duplicar el ingreso de divisas por turismo extranjero (base 2019), llegando a los 10.000 millones de dólares en 4 años a partir de la aprobación de los objetivos 1) a 4).
11. 11) Argentina Carbono 0 en 2050.

Bibliografía:

- Coconstructores: Abolsky, Esteban – Bilotte, Alberto - Figueroa, Ana Ines – Foster, Julio – Magaldi, Diego - Martin, Julieta - Millet, Annie - Outeiral, Eduardo – Rodriguez, Pablo - Tatteossian, Corinne.
- Organizaciones Coconstructoras: CAPROSEMITP – Chalten Suites - Fundacion Explora – Giampaolo&Foster - Haciendo Destinos – Xplore Bariloche – Solvera Travel.