

Turismo: Estado y emprendedores

Por Basilio Bomczuk (*) ■



■ El hotel de Cafayate, que le cambió la mentalidad a los emprendedores locales.

Una nota publicada en este diario, el pasado martes 24 de mayo, nos informa que la gobernadora electa, junto a su equipo, se reunieron con representantes de todo el sector privado del turismo catamarqueño:

“Ante un empresariado ansioso por escuchar de boca de la senadora nacional la complaciente triada: “presupuesto significativo, jerarquización y mayor participación privada en el gobierno del área”, los agentes turísticos insistieron sobre la total ausencia del Estado provincial en el sector. “Los prestadores necesitamos del Estado”, señalaron al unísono, ante el futuro equipo de gobierno”.

El Estado

El próximo gobierno que asumirá tiene la oportunidad de declarar al turismo como política de Estado. La primera medida debería ser la de crear el Ministerio de Turismo con un presupuesto razonable y con un buen equipo de jóvenes profesionales talentosos.

Algunos sostienen que el próximo ministro de Turismo debería ser uno de los ex funcionarios que estuvo al frente del sector en la vecina provincia de Salta. Y es que la idea no es descabellada. Esto se puso en práctica durante muchos años en la Patagonia.

El Ente Oficial Patagonia Turística consiguió que las provincias del sur se unieran para trabajar en conjunto y sus funcionarios —a medida que cambiaban los gobiernos— iban rotando de estado, sin importar el color político. Esto permitió que hoy en día esta región del país sea el destino predilecto de los visitantes extranjeros.

Por caso, citamos a Antonio Torrejón. Este hombre, un experto en Turismo, estuvo al frente de las oficinas de turismo de casi todas las provincias del sur. Su experiencia sirvió para presidir luego el Consejo Federal de Turismo.

Los emprendedores

En materia de inversores, es necesario que el próximo gobierno no le tema a la idea de permitir que ingresen capitales de empresarios que no pertenecen a Catamarca. Un hotel cinco estrellas instalado en los terrenos contiguos al predio ferial y al estadio de fútbol, al igual que un emprendimiento de esas características en Belén o Fiambalá, producirá un efecto contagio entre los locales.

Tenemos que aprender en este sentido de Cafayate. En aquella ciudad salteña de los Valles Calchaquíes, se instaló hace unos años en una bodega, un hotel de una cadena internacional. Los empresarios locales “pusieron el grito en

el cielo” cuando esto pasó. Dijeron que era la muerte de los hoteleros del lugar y vaticinaban un futuro sombrío. Sin embargo, si hoy una persona le pregunta a cualquier emprendedor de allí qué opina después de varios años de instalado ese hotel cinco estrellas, nos dice con mucho optimismo, que “es lo mejor que le podría haber pasado a esa localidad”. Esa gran-inversión produjo un “efecto contagio” entre los empresarios locales, transmitiéndoles la vocación de servicio y el riesgo; básicos en esta actividad.

La concientización

Y por último, lo fundamental: la obligación del Estado y de los prestadores, que todo catamarqueño comprenda que la actividad turística es una fuente genuina de ingresos económicos y creadora de puestos de trabajo.

Sin jerarquización por parte del Estado y sin un empresariado arriesgado, difícilmente puedan mantenerse estables las tres patas de la mesa turística: inversión, promoción y concientización... Y seguiremos preguntándonos por qué nuestra tierra no despega en materia turística.

(*) Arquitecto

www.avosciudad.com

