



Turismo, el “nuevo petróleo”

- Avanzar en la estructuración sólida del sector
- Política transversal en lo público y lo privado

El turismo debe ser un “nuevo petróleo” para Colombia en términos de ingresos, inversión, movilización de divisas, generación de empleo, progreso social así como desarrollo regional y local. Esa es la premisa que el actual gobierno se ha puesto como meta en el marco de la Economía Naranja, la política macro que ya señaló como uno de los ejes transversales de toda su gestión.

Es claro que el turismo en nuestro país ha tenido un desarrollo impresionante durante este siglo, pasando de ser un sector minoritario en el aporte al Producto Interno Bruto a un rubro económico que cada día genera más plusvalía. Las cifras son contundentes: el año pasado fue el mejor para la llamada “industria sin chimeneas” al registrar más de 4 millones 200 mil visitantes no residentes en nuestro país, lo que significó un crecimiento del más de 8 por ciento. De igual manera, 2018 terminó siendo el de mayor tasa de ocupación hotelera en los últimos 13 años y la llegada de cruceros a nuestros puertos creció más del 10 por ciento.

Sin embargo, para que Colombia tenga una industria turística más sólida en necesario ir más allá. Los estudios que se han realizado en naciones en donde este sector es uno, sino el principal, origen de divisas y dinamizador de la economía real son claros en advertir que el turismo requiere una estructura integral y sólida en la cual soportarse. Una estructura que va más allá de una atractiva oferta de destinos, así como la suficiente capacidad hotelera y

el capital humano calificado para atender al visitante. Una estructura que pasa, también, por aumentar los índices de seguridad de los viajeros; una red de transporte aéreo, fluvial y de carreteras en buen estado; un sistema de salud preparado para reaccionar ante cualquier contingencia del visitante; una red de servicios públicos, financieros, aduaneros y tecnológicos con los más altos y modernos estándares; agilidad en materia de trámites y licenciamiento; y un clima de negocios favorable para la inversión a largo plazo. En fin, una cadena de valores agregados que sólo es posible si existe una sinergia activa entre el sector público y el privado, en conjunción con la ciudadanía, para entender que el turismo es una fuente rentable y permanente de ingresos, y no una oportunidad apenas de breve temporada cada año.

Si se parte de la premisa de hacer del turismo el “nuevo petróleo” de Colombia, hay que entender que si hay algo estructurado en el país desde hace muchos años es, precisamente, el sector de la producción de los hidrocarburos, sin lo cual este rubro no llevaría décadas como nuestra principal fuente de divisas.

Colombia, como se dijo, ha venido avanzando en la construcción de un sector turístico robusto, bajo la seguridad de que hay suficiente oferta de destinos para todos los gustos, un crecimiento en la demanda sostenible a largo plazo, desarrollo progresivo de la capacidad instalada integral para atender al viajero, ya sea local o extranjero, así como un marco económico favorable a la iniciativa privada en este

campo. Pero aún estamos lejos de alcanzar los desarrollos de otras naciones que, literalmente, viven de esta actividad. Es ahí a donde a donde tiene que apuntarse.

Ahora se plantean más medidas en esa dirección, como eliminar la sobretasa a la energía que se aplica al sector hotelero con el fin de darle mayor competitividad. De igual manera, se avanza en los incentivos tributarios (desde renta, ICA e IVA) para la cadena de negocio de las empresas turísticas, ampliándolos del sector hotelero a los parques temáticos, centros de convenciones, marinas y otras actividades sectoriales. Igualmente hay exenciones y alivios impositivos para nuevos desarrollos en determinadas regiones del país, fomentando la formalización empresarial y la generación de empleo.

Las metas para el cuatrienio que arranca son muy ambiciosas. No es fácil sobrepasar los 5 millones 200 mil turistas extranjeros a 2022 o los 500 mil visitantes de cruceros, y menos que el aporte directo de PIB aplicado al turismo y al consumo hotelero supere la frontera de los 40 billones de pesos. Sin embargo, en la medida en que la Política Nacional de Turismo se vaya instrumentando de forma transversal a las estrategias de dinamismo productivo regional y local, la posibilidad de llegar a esos objetivos será mayor.

Como ya se dijo, si el turismo es el “nuevo petróleo” de Colombia, el andamiaje a su alrededor debe ser muy sólido. De lo contrario, la riqueza en ese campo se quedará sin explotar ni rendir en todo su potencial.

El lío de las consultas partidistas

Resulta positiva la decisión del Consejo Nacional Electoral de aplazar para el 12 de marzo la fecha límite para que los partidos y movimientos políticos informen si van a realizar consultas internas, abiertas o interpartidistas, el próximo 27 de mayo, para escoger en las urnas candidatos únicos de colectividades o coaliciones.

Era apenas claro que la fecha límite inicial, que vencía el martes pasado, era muy temprana ya que para muchas gobernaciones y alcaldías los partidos y movimientos políticos apenas si están definiendo los nombres de los precandidatos y, menos aún, han completado la baraja de aspirantes que finalmente competirán. Igual ocurre con muchos movimientos significativos de ciudadanos que apenas están comenzando la labor de recolección de firmas para sustentar las aspiraciones de candidatos llamados “independientes”.

Sin embargo, más allá del nuevo plazo es claro que se requiere una mejor reglamentación del tema de las consultas populares electorales. Se evidencia que el cronograma fijado no refleja la realidad de la campaña de cara a los comicios de octubre en donde se escogerá a gobernadores, alcaldes, diputados, concejales y ediles. Pocos discuten que faltando ocho meses para la cita definitiva en las urnas es muy apresurado pedir a las colectividades que tomen una decisión tan importante como asistir a una especie de “elecciones primarias” para señalar candidatos únicos o de coalición, o incluso definir el orden de integración de las listas a cuerpos colegiados.

De igual manera, no se han resuelto otros temas complicados que tienen que ver con las consultas, como los relativos a las fuentes de financiación, las reglas para publicidad política

pagada y, sobre todo, cómo evitar que algunos candidatos aprovechen este mecanismo únicamente para adelantar la contienda proselitista de octubre, acudiendo para ello a que los rivales para los comicios de octubre sean tan débiles que no tengan la menor oportunidad de ganar.

Tampoco se puede desconocer que algunos partidos y candidatos potenciales no se han movido en espera de si el proyecto de reforma política y electoral que cursa en el Congreso, y que tiene que empezar a ser debatido en segunda vuelta a partir del 16 de marzo, finalmente es aprobado y cuáles de sus mandatos se pueden aplicar para los comicios de octubre.

Una vez más la ausencia de un Código Electoral moderno y eficiente pone en duda la eficacia de un mecanismo tan útil como las consultas partidistas, ya sean internas, abiertas o multipartidistas.