

C

Columna



Carlos Reyes  
Director Viaje al Sabor

## La ley del turismo espera

**H**ace exactos dos años que partió el camino de la que debería ser Ley de Reactivación del Turismo y Fomento a la Industria Audiovisual. Ahí es importante recordar un par de cosas. Por un lado el amplio consenso que tuvo desde su formulación por la administración anterior y por el otro, el por qué se impulsó: para recuperar dos industrias golpeadas de manera especial por la pandemia.

Eso del “debiera ser” tampoco es gratuito, porque si bien ha pasado todas las instancias de tramitación y está a la espera de ser votada por el Senado, los inconvenientes suelen aparecer, sobre todo en los tiempos que corren.

En esencia, en el caso del turismo, esta legislación se hace cargo de herramientas estratégicas largamente postergadas: una Comisión de Promoción Turística Internacional; que Sernatur administre un Fondo de Promoción Turística Internacional; la devolución del IVA a turistas por bienes durables hasta por 600 dólares, facilidades para la generación de congresos y seminarios. Por otro lado cada persona que ingrese al país aportará un impuesto para financiar al menos el 50% de esta iniciativa, valorada más o menos en unos 20 millones de dólares al año: la mitad vía este aporte -se espera que llegue un millón de visitas extra por año-, y la otra parte la pone el Estado al menos en su etapa inicial.

Incentivar el turismo internacional es, a estas alturas, esen-

cial. Ya el 3,6% del PIB nacional lo aporta esa área, junto a que más de 723 mil personas laboran en ese ámbito, según datos de la actual subsecretaría del sector. Y si bien se trata de una industria con veleidades, sobre cuando aparecen conflictos externos o, en caso extremo, pandemias, ofrece virtudes que permiten apostar a su fortalecimiento sin ambages.

Nombremos sólo dos recompensas: una menor, mucho menor, intervención en paisajes y ecosistemas respecto de otras actividades productivas; además de generar conocimiento sobre la cultura y las costumbres de nuestra comunidad hacia afuera -un déficit histórico- que permita perfilarse de mejor forma en términos de “diplomacia blanda”, de la que también estamos al debe.

Si nos conocen, nos aprecian y quien sabe, nos quieren y retornan. Ahí están España, México, Colombia como ejemplos. Pero para eso iniciativas como esta ley requieren definirse. Y no se vislumbra que esté en tabla, por ejemplo.

Y tampoco se sabe qué hará el Ministerio de Hacienda, hoy con la manija del poder y de la billetera más que nunca, si entiende el aporte estatal a la iniciativa como un gasto y no como una inversión. Los hechos -los recortes, las “descontinuaciones”- merecen que el rubro turístico ponga ojo a lo que pueda venir y no se congele la concreción de una idea, que puede ser un punto de inflexión para toda la industria.