



**SECTOR: Productivo**

**GRUPO: Turismo**

**Nombre: Aportes programáticos en materia de Turismo**

*Nota: el presente es un trabajo académico que representa la opinión de sus autores; la Fundación Wilson Ferreira Aldunate no asume posición al respecto aunque fomenta su publicación y distribución como aporte al debate nacional y a la búsqueda de consensos y acuerdos entre todas las fuerzas políticas.*

# **Propuestas programáticas para el sector turístico**

## **(presentadas por el Grupo Técnico en Turismo)**

- a. **Crear una persona pública no estatal para la promoción del turismo y el control de la calidad de los servicios turísticos prestados en Uruguay.**

¿Porqué? Sencillamente porque podemos asumir el desafío de pensar cómo será el mercado turístico dentro de 20 años, pero seguramente, estaremos más cerca de acertar en el pronóstico si contamos con la participación y opinión de quienes gestan ese mercado. Lo único seguro que podemos predecir es que nuestro mejor pronóstico está en generar una estructura institucional flexible que sirva de herramienta idónea para analizar hacia dónde ir. De seguro serán ellos los mejores alertas y más interesados gestores del desarrollo de nuestra oferta turística, dentro del marco de una estructura que, con participación del Poder Ejecutivo, atienda al necesario balance con el interés general.

- b. **Revisar la Ley de Turismo.**

- i. Definiendo el rol del Estado, los Gobiernos departamentales y las autoridades locales. Dentro del rol del Estado, deberá analizarse la necesidad de que éste asuma sus responsabilidades sin transferirlas de modo arbitrario a los operadores privados, como por ejemplo ha sucedido con las dificultades en materia de migración, donde los uruguayos han sido deportados desde el exterior y el Estado a adjudicado la responsabilidad a la falta de información de los operadores privados cuando no existe un ámbito institucionalizado que centralice dicha información.
- ii. Incrementando la participación del Ministerio de Turismo en las decisiones que, incluso

indirectamente, puedan comprometer la estabilidad del mercado y sus operadores.

- iii. Reexaminando adecuadamente el concepto de turista, a los efectos de definir si alcanza a fenómenos hasta ahora excluidos de este régimen.
- iv. Regulando los roles y responsabilidades de los operadores en atención a la naturaleza de sus servicios.
- v. Estableciendo los fines y alcances de un programa de turismo social de modo que no interfiera en el mercado,
- vi. Estableciendo reglas de comercialización de servicios y formas de pago en atención a las nuevas tecnologías. Es necesario dar un marco de seguridad en materia de medios de pago, evitando los fraudes con la utilización de dichos instrumentos como ha sucedido en el pasado.
- vii. Instaurando ámbitos de administrativos de solución de controversias. Las multas no satisfacen sino a las arcas de Estado, deben establecerse mecanismos que fomenten el acuerdo entre operadores o éstos y turistas, para solucionar el conflicto en sus causas.
- viii. Precaviendo las distorsiones derivadas del ejercicio abusivo de posiciones dominantes en el mercado.

c. **Crear un comité interministerial para el Turismo**, donde se coordinen las políticas del sector con visión primordialmente enfocada en este fenómeno.

- d. **Revisar la Ley de Ordenamiento Territorial**, eliminando los aspectos de la misma que afectan contra el ordenamiento constitucional y la seguridad de las inversiones en el país.
- e. **Profundizar un acuerdo nacional como política de Estado para el Turismo**. Institucionalizar por vía legal el CONATUR, incorporando en su seno a todos los actores relevantes, consultores en la materia, y técnicos de las reparticiones estatales involucradas, garantía de la *gobernanza*.
- f. **Revisar los instrumentos tributarios vigentes**, generando bases razonables de contribución a los gastos públicos que fomenten la igualdad de los agentes pero que no desincentiven la formalidad ni el acceso al mercado. Asimismo deberán establecerse los recursos financieros necesarios para la promoción turística, que no deberá depender exclusivamente de las posibilidades de Rentas Generales. Además, el régimen tributario deberá ser claro, sencillo y, especialmente, razonable. No es admisible la interpretación de las normas en un sentido que pueda conllevar a un fenómeno cuasi confiscatorio.
- g. **Fomentar el Turismo Rural**, como forma de creación de puestos genuinos de trabajo, auxiliando al acuciante problema de la emigración a los centros urbanos.
- h. **Propender a la profesionalización de los operadores y prestadores de servicios**. En este sentido debe protegerse decididamente el nivel de rentabilidad de las actividades productivas vinculadas al turismo ya que no hay **profesionalidad posible cuando se ejerce una actividad en el umbral de la rentabilidad o la pérdida**.
- i. **Estructurar mecanismos flexibles de empleo** que garanticen la posibilidad de atender la estacionalidad en el marco del respeto de los derechos de los trabajadores y generen estructuras que puedan funcionar todo el año, aumentando las probabilidades de generar empleo.
- j. **Manejar tarifas de servicios públicos que permitan ayudar a romper la estacionalidad** manteniendo infraestructura en estado operativo.

- k. **Establecer mecanismos de control eficientes** que no propendan en primera instancia a la sanción de conductas sino a la solución de conflictos cuando se trate de diferendos entre operadores o prestadores de servicios y turistas.
- l. **Favorecer nuevas estructuras de contratación administrativa con contenido asociativo para la promoción de actividades con financiación mixta.** Más aún, podría analizarse la creación de un Fondo de Inversión Público para proyectos turísticos, a modo de incubadora de proyectos.
- m. **Adoptar una política agresiva de promoción del mercado uruguayo** en coordinación con los gobiernos y organismos públicos –estatales o no- de los países vecinos para generar un destino conjunto –MERCOSUR- mediante los incentivos de naturaleza comercial y económica que correspondan reconociendo la fortaleza y atractivo de nuestros vecinos como generadores de este canal de comercialización.
- n. **Profundizar la coordinación con los Gobiernos Departamentales** y autoridades locales como verdaderos hacedores de políticas públicas de fuerte impacto directo en sus comunidades. Turismo y descentralización van de la mano en la actividad del Estado, porque los propios particulares han hecho de aquél un fenómeno de micro empresas con alta incidencia en los medios locales.