



ANTES DE
VENDIMIA



DESPUES DE
VENDIMIA

AMARGO "DESPUES" TIENE LA VENDIMIA

Por singular que parezca, el principal festejo de Mendoza, la fiesta de la vendimia, se ha convertido en el obstáculo principal que bloquea cualquier política promocional del turismo en la provincia.

Con amargo humor lo revela el monograma que pudimos observar en alguna oficina de la Dirección Provincial del Turismo con el significativo epígrafe "después de la vendimia".

No le falta razón: la realización de la fiesta agota la mayor parte del presupuesto que ese organismo tiene asignado, es decir 140 millones de pesos, de los cuales 50 millones se gastan en sueldos y del resto casi 60 los devora la fiesta vendimial. Este año la vendimia arrojó un déficit de 55 millones y medio de pesos. Con el resto, la Dirección debe arreglárselas para llevar adelante su función específica: la ordenación, promoción y planificación del turismo. O expresado con las palabras de un funcionario de esa dependencia: promover la creación de una infraestructura turística que haga atractiva la zona para los visitantes: capacidad hotelera en primer lugar.

La falta de capacidad hotelera —para considerar este solo punto— determina el límite a la afluencia de viajeros e impide a su vez que la fiesta cuente con el interés del comercio y otros sectores que al beneficiarse significativamente con la invasión turística, podrían sentirse incentivados a prestar su apoyo financiero para dar mayor categoría cada vez a la máxima fiesta provincial.

Mientras tanto, en los próximos días se estudiará el anteproyecto de "Vendimia" para el próximo año. ¿Se buscarán caminos nuevos?