Distr.
RESTRINGIDA

LC/MEX/R.814 (SEM.129/3)
27 de septiembre de 2001

ORIGINAL: ESPAÑOL

C E P A L

Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Reunión de expertos sobre el turismo en Centroamérica y el Caribe: Una visión conceptual

(México, D.F., 11 de octubre de 2001)

CONDICIONES GENERALES DEL CONGLOMERADO DEL TURISMO EN CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE

Este documento fue elaborado por la consultora Françoise Carner. Las opiniones expresadas en él son de la exclusiva responsabilidad de la autora y pueden no coincidir con las de la Organización.

ÍNDICE

		Página
I.	UNA VISIÓN CONCEPTUAL DEL TURISMO	1
	1. Definiciones necesarias	1
	2. Consideraciones generales	2
II.	CONDICIONES GENERALES DEL CONGLOMERADO DEL TURISMO EN EL CARIBE Y EN CENTROAMÉRICA	7
	1. Aspectos generales	7
	2. Comparación de las características generales entre Centroamérica y el Caribe	8

I. UNA VISIÓN CONCEPTUAL DEL TURISMO

1. Definiciones necesarias

El concepto de turismo se refiere a las actividades de las personas que viajan a un lugar fuera de su residencia habitual y permanecen en él por menos de un año consecutivo por placer, negocios y otros propósitos. [1] Varias definiciones son necesarias para comprender los alcances del turismo:

a) El turismo comprende todos los segmentos de los viajes y no solamente el turismo de ocio o de descanso y esparcimiento. Incluye a los viajes de negocios que forman una parte sustancial del gasto a escala internacional y nacional, el turismo de seminarios y convenciones, el de compras, de visitas a parientes y amigos (a veces denominado con el poco afortunado apelativo de turismo "étnico"), así como los segmentos de turismo religioso, de salud y educativo (por menos de un año). [2] También comprende el desplazamiento no habitual fuera del lugar de residencia y sin remuneración por cualquier motivo. El turista pernocta en el lugar de destino, mientras el excursionista (entre los cuales se cuentan los pasajeros de crucero) se queda por menos de 24 horas. El término de visitante engloba al conjunto de los viajeros.

b) El turismo es un conjunto de actividades que se desarrollan en el ámbito doméstico y a través de las fronteras, incluyendo el regional y el de largo alcance. Asimismo, conceptualmente, puede diferenciarse entre el turismo internacional receptivo y emisivo, o turismo de nacionales hacia el exterior.

c) El turismo que se busca promover en muchos países, pues representa una exportación para el destino, es el turismo receptivo internacional por la generación de divisas y de empleo que son sus consecuencias más visibles. Por lo tanto, las políticas de turismo que se buscan implementar en los países en desarrollo se enfocan a esta modalidad, en especial al turismo de ocio, que engloba los segmentos de turismo cultural, deportivo, de aventura, el llamado "ecoturismo", de cruceros y el siempre vigente turismo de sol y playa. Sin embargo, no hay que olvidar que los dos países más poderosos del mundo en lo que se refiere al turismo internacional receptivo en términos de visitantes y de ingresos, respectivamente, Francia y los Estados Unidos, tienen precisamente una aún mayor base de turismo doméstico y de negocios nacional. Es cierto que en ciertos estadios de desarrollo general y del turismo, así como en países muy pequeños, esta opción no es la más viable, pero puede subsanarse con el fomento paulatino del turismo regional. Este último también es fuente de solidez para las actividades y productos que lo componen frente a las fragilidades internas y las crisis externas que suelen afectar en mayor medida los flujos de turismo de largo alcance.

---

[1] Esta definición se apega a la que da la Organización Mundial de Turismo en sus recomendaciones estadísticas. Naciones Unidas, No. 83, Nueva York, 1994.

[2] Existen ciertas limitaciones como sobre los movimientos de los diplomáticos y del personal militar que no se mencionan aquí, pero para información detallada se pueden consultar las definiciones de la Organización Mundial del turismo (OMT).

d) El turismo como comercio internacional no solamente comprende el movimiento del consumidor, Modo 2 de comercio transfronterizo de servicios turísticos que representa una exportación del país de destino, según la clasificación del Acuerdo General de Servicios (AGS o GATS por sus siglas en inglés), aunque sea el turismo el mayor ejemplo de este modo. También involucra el movimiento de bienes y servicios, el establecimiento de firmas y empresas de bienes y servicios característicos o no del turismo, la presencia extranjera en forma de inversión o en distintas modalidades de presencia no accionarias, y el movimiento de personas para la prestación de los servicios turísticos.

e) El desarrollo de zonas turísticas genera empleos directos e indirectos que en muchos casos implican migraciones internas o internacionales de amplitud significativa, así como puntuales, estacionales y permanentes para atender las necesidades de los visitantes.

f) Asimismo, hay que destacar los nexos directos entre el transporte y el turismo, en particular con el transporte aéreo, y el segmento de cruceros en crecimiento, a escala internacional.

2. Consideraciones generales

En la actualidad se está gestando un entorno más favorable al estudio del turismo debido a una mayor conciencia de su importancia en la economía mundial y a su capacidad para generar crecimiento y desarrollo en todo tipo de países. Después de 50 años de crecimiento sostenido a escala mundial, el turismo es por fin un sector prioritario de la economía para las autoridades de países con muy diversos niveles de desarrollo, [3] para organismos internacionales [4] e instituciones académicas. Por su parte, el sector privado y el financiero relacionados con las actividades de los viajes y el turismo, así como las empresas de consultoría sobre el sector, [5] ya habían desarrollado estudios sobre el tema.

Se pueden considerar como fundamentales tres factores positivos en el surgimiento de este interés.

---

[3] Entre los de mayor riqueza turística, se podría citar países tan diversos como los Estados Unidos, Francia, España o Australia, México, Túnez, Tailandia, Costa Rica, Bahamas y Cuba, e incluso entre los países menos avanzados como Malí, Nepal o Bangladesh.

[4] Entre los organismos activos en el estudio y promoción del turismo a escala nacional, regional e internacional se encuentra obviamente en primer lugar la Organización Mundial del Turismo (OMT), junto con la Organización Mundial del Comercio (OMC), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la Asociación de Estados del Caribe (AEC/ACS), la Secretaría de Integración Centroamericana (SICA), la Caribbean Tourism Organization (CTO), entre otros.

[5] Compañías multinacionales financieras como American Express, Visa, Master Card y otras tienen un papel destacado en la realización y el apoyo a la recolección, análisis y publicación de información sobre el sector. En cuanto a la investigación académica, está empezando a diseminarse y está avanzada en países cuyo turismo es importante como los Estados Unidos, España y Francia entre otros. En el ámbito regional se pueden mencionar los trabajos dentro del marco de la Asociación de Estados del Caribe (AEC), Organización de Turismo del Caribe (Caribbean Tourism Organization, CTO), Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE.).

a) La irrupción en el mundo de las negociaciones comerciales internacionales multilaterales y bilaterales de los servicios. Los esfuerzos metodológicos por conocer, definir y cuantificar la economía de los servicios identificaron al turismo como un sector de servicios y el máximo exponente del movimiento del consumidor a escala internacional, aunque su comercio internacional también lleva inherentes los cuatro modos de prestación internacional de los servicios identificados en el Acuerdo General sobre Servicios (AGS, GATS por sus siglas en inglés) de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

b) La medición cada vez más cuidadosa de los impactos económicos del turismo que ha culminado con la creación del concepto de Cuenta Satélite del Turismo propiciado por la Organización Mundial del Turismo y por el sistema internacional de estadísticas, incluyendo a las Naciones Unidas y al Fondo Monetario Internacional dentro del sistema internacional de las Cuentas Nacionales. La identificación de las actividades por el lado de la oferta y de los productos por el lado de la demanda relacionados con el turismo, así como su cuantificación, demostraron su importancia a escala mundial, nacional y local.

c) Asimismo, se llegó a determinar que el turismo constituye un factor clave en el crecimiento de los países desarrollados y una opción de desarrollo para los países en desarrollo, incluyendo a los menos avanzados. En los países en desarrollo ha demostrado su potencial para generar crecimiento económico y aliviar o desbloquear estrangulamientos internos y externos de la economía, por ejemplo a través de la generación de divisas y de ingresos para el erario público, así como sus efectos multiplicadores y los encadenamientos productivos hacia otros sectores de la economía. La creación de estos encadenamientos con actividades de bienes y servicios de diverso grado de sofisticación dentro del ámbito nacional e inclusive regional se postula como una de las metas para lograr un desarrollo integral. La densidad de los nexos intersectoriales refuerza las defensas frente a los choques que pueden vulnerar a una economía o a un sector, así como su capacidad de recuperación.

d) En el aspecto social se cuentan sus capacidades para la creación de empleo, la dinamización de zonas económicamente o geográficamente marginadas, la generalización de todo tipo de servicios de infraestructura a las poblaciones locales y la generación de alternativas para la preservación o revitalización de la cultura nacional o local.

e) En el aspecto medioambiental, una planeación sólida y dentro de los parámetros de la sostenibilidad del turismo para todo tipo de segmentos permite no solamente la protección de los recursos naturales, sino también su reorientación hacia actividades económicas más redituables y menos depredadoras.

Es evidente que las consecuencias o externalidades negativas del turismo no se pueden olvidar e incluyen elementos que se deben en muchos casos a factores externos al sector y que afectan al entorno político, económico y social de un país, y a factores ligados al sector en especial, como son fallas en la planeación y deficiencias en la gestión del turismo, así como la ausencia de concertación entre los involucrados en su desarrollo. Destacan la falta de visión estratégica, que antepone los beneficios a corto plazo sobre el desarrollo sostenible en el mediano y largo plazo, y la fragilidad o inexistencia de los procesos participativos en la toma de decisiones y en la implementación de los planes de desarrollo del turismo.

Entre las consecuencias económicas indeseables del turismo se encuentran las siguientes:

a) Una inflación en la zona de turística o en el país, incluídos los precios de la tierra y de los insumos básicos.

b) El uso en competencia de los servicios de infraestructura básica de las poblaciones locales con los complejos turísticos.

c) Las migraciones internas o internacionales temporales o definitivas que acompañan el crecimiento del turismo, y que, en muchos casos, generan asentamientos irregulares y desordenados alrededor de las zonas turísticas.

d) Un problema serio es el sobrecupo de las capacidades de carga de los espacios urbanos o rurales de las poblaciones locales, de los recursos naturales, históricos y culturales; generan la degradación o la destrucción de los ecosistemas, de la flora y fauna y, en particular, de los recursos costero marinos en zonas de turismo de sol y playa.

En el aspecto social, se pueden mencionar:

a) La pérdida de identidad cultural de las poblaciones locales.

b) La desaparición de los centros de reunión tradicionales.

c) La falta de respeto de los conceptos y costumbres locales por parte de los prestatarios de servicios de turismo y de los visitantes.

d) La introducción o el refuerzo de conductas delictivas como el alcoholismo, la drogadicción y la prostitución de niños, jóvenes y adultos.

e) La conducta de los inmigrantes, nacionales y extranjeros, de los visitantes y de la población local a raíz del turismo puede generar animadversión y aun agresión en contra de los visitantes.

f) Así también se pueden mencionar ciertos aspectos negativos de las condiciones laborales en el sector como la estacionalidad, la política de sueldos y prestaciones inadecuada, las faltas de promoción del personal local frente a personal extranjero y el trabajo informal.

g) Por su parte, el turismo de enclave que no establece vínculos entre las empresas prestadoras de servicios turísticos, los visitantes y las poblaciones locales, también genera problemas sociales debido a la segregación generada por el tipo de turismo. Sin embargo, el turismo de enclave en algunos casos puede evitar ciertos problemas de choques frontales cuando la cultura entre los visitantes y los habitantes locales es demasiado diferente, e ir suavizando el paso al desarrollo del turismo.

Es evidente que la problemática difiere de país a país y de destino a destino y está ligada a la historia del país y del desarrollo del turismo, a su planeación y a su implementación, así como a la etapa del ciclo del producto.

No se puede olvidar que la reglamentación sectorial y general en el plano político, económico, laboral y social, en el ámbito nacional y local, así como su implementación, plantean el entorno y las condiciones en las cuales se desarrollan los actores que intervienen en las diversas facetas del conglomerado (complejo, *cluster*) del turismo como sistema. Así, las políticas macroeconómicas en torno a variables importantes como el tipo de cambio, pueden influir decisivamente en los flujos de turismo, junto con otros factores tales como las condiciones de seguridad de personas y empresas.

En el marco internacional, los acuerdos y tratados pueden permitir la integración de sus elementos constitutivos. Si no son favorables o congruentes todos los instrumentos, las disposiciones, en sí o en su aplicación, a un desarrollo competitivo a la vez que equilibrado y sostenible, se pueden generar serias ineficiencias o un crecimiento desordenado al margen de ellas.

En el caso de Centroamérica y el Caribe, los esquemas de cooperación y de integración existentes y las acciones para su fortalecimiento tienen la capacidad de convertirse en una base sólida para romper ciertos estrangulamientos generales y sectoriales para consolidar a la zona como un conglomerado de turismo competitivo a nivel mundial.

El conocimiento sobre el comportamiento del entorno general y de las diversas variables específicas al sector, así como de la interacción de los elementos cuantitativos y cualitativos que intervienen en el turismo permite —en los destinos nuevos— evitar los errores de los destinos maduros y en éstos últimos, si no han sabido conseguir condiciones óptimas, lograr, a través de la innovación, una reingeniería amplia del producto turístico para lograr un reposicionamiento sano del turismo.

El objetivo fundamental del interés por el turismo es conocer mejor los elementos constitutivos económicos, sociales y medioambientales, así como la interacción que se genera entre las múltiples y heterogéneas actividades y los productos llamados característicos y no característicos [6] que intervienen en su funcionamiento —tanto por parte de la demanda como por la de la oferta— y lo promueven como potenciador de oportunidades económicas y sociales para el corto y largo plazo. Las relaciones intersectoriales son fundamentales de hecho, y una mayor intensificación y densidad de los nexos produce una derrama mayor en la economía nacional y regional.

Dentro de las propuestas metodológicas, el concepto de complejo o conglomerado turístico (*cluster*) se presta a captar la naturaleza heterogénea del turismo y comprender las interacciones entre sus diversos aspectos y componentes. En Centroamérica se ha desarrollado esta visión del punto de vista académico y de planeación para diseñar e implementar políticas estratégicas para el sector y sus actividades complementarias y para los sectores relacionados.

---

[6] Según la terminología adoptada internacionalmente para la Cuenta Satélite de Turismo diseñada bajo la égida de la Organización Mundial del Turismo dentro del Sistema de Cuentas Nacionales y también bajo el patrocinio del sistema de estadísticas de las Naciones Unidas.

Asimismo, algunos países de Centroamérica y del Caribe [7] ya lo han usado para plantear su posición en torno al turismo en los foros de negociación internacionales.

El concepto de conglomerado turístico se puede extender desde el ámbito local hasta el regional y el internacional. El turismo se ve reducido a veces, por parte de los tomadores de decisiones, al turismo internacional receptivo de ocio, generador de empleo y de divisas, merecedor de cualquier tipo de incentivo, o, alternativamente, para grupos de la sociedad civil, como un elemento disruptor de las culturas y de los ecosistemas receptores. En lo económico suele asociarse a unas cuantas actividades relacionadas con la hotelería, los restaurantes y el transporte.

Estas simplificaciones olvidan los aspectos multisectoriales componentes del turismo y siguen dañando las posibilidades de implementar un turismo con objetivos estratégicos económicos, sociales y medioambientales de corto, mediano y largo plazo, logrados a través de la interacción participativa de todos los actores involucrados.

La resolución del concepto de conglomerado (*cluster*) en un marco conceptual para el turismo es muy compleja según los propósitos de aplicación concreta, pero la meta es clarificar las interrelaciones de los diversos componentes que intervienen en el sector, incluyendo al transporte, para su análisis, para su planificación estratégica, y/o para la toma de decisiones concretas de política y su implementación tanto en el ámbito público como privado. Este proceso incluye las reglamentaciones generales y sectoriales que fomenten un entorno de competitividad y de eficiencia en el todo y en sus partes. Asimismo, el conjunto de las actividades turísticas se desarrolla con impactos en lo económico, social y medioambiental que han de ser atendidos cuidadosamente para poder maximizar los beneficios del turismo y minimizar sus externalidades negativas, logrando un desarrollo sostenible.

---

[7] La República Dominicana, El Salvador y Honduras han presentado varias comunicaciones (WT/GC/W/372 S/C/W/127, S/CSS/W/9, S/CSS/W/19) en el Acuerdo General de Servicios (GATS) sobre la necesidad de un Anexo específico para el turismo basado en el concepto de *cluster* con el apoyo metodológico de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).

II. CONDICIONES GENERALES DEL CONGLOMERADO DEL TURISMO EN EL CARIBE Y EN CENTROAMÉRICA

En este apartado se describen a grandes rasgos las similitudes y diferencias en los factores que conforman el turismo entre la cuenca del Caribe y la de Centroamérica, así como los componentes de lo que ha llegado a ser un conglomerado de turismo particularmente presente en la región del Caribe, en la cual constituye un eje primordial de la actividad económica.

1. Aspectos generales

Un estudio de los países con vistas a analizar el funcionamiento real o potencial de conglomerados de turismo en las dos regiones debe de tomar en cuenta los siguientes aspectos:

a) La dimensión geográfica y sus implicaciones. En este aspecto, casi todos los países bajo estudio pertenecen al concepto de economías pequeñas, muchas de ellas insulares. Se debe tomar en cuenta este aspecto para poder discernir los componentes generales y específicos para el desarrollo del turismo y de los encadenamientos que requieren a escala nacional, regional e internacional.

b) Las diversas etapas históricas del desarrollo del turismo. En este aspecto, las dos subregiones tienen desarrollos históricos muy distintos en el curso de los siglos, así como en la etapa en la que fue desarrollándose el producto turístico.

c) El modelo de desarrollo del turismo es fundamental. En este caso son importantes los modelos de desarrollo general y del sector ligados directamente al punto anterior, es decir, a la época específica en que empezó el turismo, así como a la legislación específica y de los sectores relacionados y los tipos de financiamiento, incentivos, exenciones y beneficios, incluido el papel del Estado y del sector privado nacional e internacional.

d) Los segmentos del turismo predominantes y los segmentos que se han desarrollado indicando las modalidades de prestación de los servicios, tanto por el lado de la demanda actual y potencial, como la oferta disponible en calidad y cantidad. Los planes estratégicos para el desarrollo general y el del turismo en particular, han de considerar el tipo de turismo que se pretende atraer y consolidar según las condiciones económicas, sociales, y los recursos naturales, culturales y humanos. Asimismo, los indicadores tradicionales del número de llegadas, los ingresos, el gasto y estadía promedios son fundamentales. Tampoco hay que olvidar la importancia para la región y en especial para el Caribe de las visitas de cruceros en contrapunto del turismo de estancia y un análisis de los beneficios específicos de cada uno de ellos para diferentes actividades turísticas y su efecto sobre las variables fundamentales de creación de empleo y generación de divisas, contemplando el fenómeno de las fugas y relacionándolo con la posibilidad de crear encadenamientos productivos de mayor densidad en la localidad, país o región.

e) Los países de origen del turismo y sus implicaciones en los engranajes del mercado de servicios turísticos a escala internacional son un factor importante a analizar. No sólo se debe recolectar y estudiar la información sobre el comportamiento de los viajeros para fines de promoción, mercadeo y venta, así como de organización de los productos turísticos, sino también de los modos en los cuales se aproximan al país, ya que las nacionalidades, las distancias de los puntos de origen y la forma de operar de las empresas nacionales y multinacionales funcionan en forma distinta según los mercados emisores. En efecto, la prestación de servicios turísticos es diferente con impactos distintos en su operación, mecanismos y modalidades de participación extranjera. Los principales mercados emisores que son para la región, básicamente Europa y Norteamérica, así como la propia región, funcionan todavía con marcadas diferencias a pesar de cierta estandarización en los comportamientos de los actores que manejan el turismo en los países de origen y en los países de destino.

f) Las diversas modalidades de la demanda tienen diversas consecuencias en los países de destino con relación a la organización del turismo receptivo, la localización territorial y la derrama de las ventajas, o la implicación de desventajas, redundando en el nivel de competitividad del destino.

g) Se debe de enfatizar que la competitividad del turismo está ligada más que ningún otro conglomerado a condiciones de sostenibilidad económica, social y del medio ambiente, que en última instancia son los insumos de base del producto.

h) El concepto de la competitividad supone la creación de información para delinear estrategias y permitir la toma de decisiones de políticas públicas, de las empresas y de la sociedad. El comportamiento innovador de los actores, fundamentado en las características específicas de cada destino, es el que permite conservar o abrir opciones de desarrollo sostenible, por lo cual la conformación de bases de datos y estadísticas es crucial, así como el avance tecnológico en todos los componentes del conglomerado.

2. Comparación de las características generales entre Centroamérica y el Caribe

En lo que se refiere al turismo, el Caribe y Centroamérica presentan caracteres disímbolos a pesar de su cercanía geográfica y de su integración en el concepto político-geográfico de Gran Caribe. Tanto en el ámbito conceptual, en la práctica, como en las estrategias del desarrollo, el turismo representa realidades y opciones muy diversas para las dos regiones. Es evidente que en un trabajo como el presente solamente se dejarán apuntadas algunas direcciones y que son necesarias investigaciones más profundas de las implicaciones del turismo para cada una de ellas.

Mientras que para el Caribe el turismo es un sustento primordial de las economías que lo componen, para Centroamérica todavía no constituye una base tan importante de la economía, aunque esta última región está creciendo a tasas promedio mucho más altas que el Caribe en general. Aunque algunos destinos específicos tienen en la actualidad un ritmo de crecimiento extraordinario —como, por ejemplo, Cuba y Nicaragua—, pues han partido de bases más bajas, las diferencias siguen siendo profundas entre ambas subregiones y se relacionan con la geografía, la historia y la cultura, así como con las modalidades del desarrollo del turismo y la madurez de los destinos, así como con los productos, los segmentos desarrollados, las modalidades de

prestación y de oferta y con las condiciones en las cuales se desarrollan. Tampoco hay que dejar de lado el aspecto reglamentario que conforma el entorno en el que se desarrolla el turismo, el aspecto fiscal y de los incentivos otorgados y la inserción en esquemas regionales e internacionales diferentes.

El Caribe tiene una gran conciencia sobre la importancia del turismo para sus economías que lo ha llevado a políticas de desarrollo del sector por parte de las autoridades nacionales y locales, así como de organismos regionales, entre otros la Caribbean Tourism Organization (CTO) y, en la actualidad, la Asociación de Estados del Caribe (AEC). El sector privado, nacional o multinacional, conjuntamente con ellos, o independientemente, ha realizado acciones de recolección de información y de análisis del sector, de promoción y posicionamiento de sus productos turísticos, de atracción de financiamiento de origen nacional o extranjero, así como de capacitación de los recursos humanos a todos los niveles, de base, hasta la técnica y universitaria.

En Centroamérica, la segmentación diferente del turismo, su menor importancia relativa y el menor grado de madurez del producto no colocan al turismo entre los sectores prioritarios de la economía [8] a pesar de algunos esfuerzos interesantes y coordinados de las autoridades y del sector privado y académico (Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, (INCAE), Cámaras Nacionales de Turismo, y el poder ejecutivo)) aunados a las acciones de los organismos de integración regional (en particular, el Sistema de la Integración Centroamericana, SICA y la Secretaría de Integración Turística de Centroamérica, SITCA, que forma parte del mismo), para desarrollar todo el conjunto de las actividades turísticas o relacionadas con él. Así, el turismo ha empezado a constituir una posibilidad de desarrollo económico y social que se está reconociendo en el ámbito nacional y regional. La experiencia de otras zonas puede aportar una visión más cuidadosa del tipo de turismo a desarrollar para maximizar sus beneficios, particularmente del punto de vista económico y social y minimizar los problemas que pueden llegar a surgir particularmente del punto de vista social y ambiental.

La cuenca geográfica de las dos regiones influye de forma importante en el sector del turismo en términos de acceso y de segmentos desarrollados o potenciales y con un acceso costero-marítimo en el Caribe determinante.

Ambas regiones están situadas en zonas proclives a desastres naturales, es decir, fenómenos previsibles como huracanes, ciclones y actividad volcánica e imprevisibles como los terremotos que impactan ambas zonas, causando problemas graves, pérdidas de vidas humanas y daños materiales, así como de percepción de la imagen turística de ambas regiones. Los programas de prevención, de contingencia y de apoyo en casos de desastre en los diversos países del Istmo y del Caribe son extremadamente variables. Los códigos de construcción y su

[8] Con la excepción de Costa Rica y Guatemala.

aplicación así como las medidas de contingencia son particularmente diferentes en su eficiencia y en su aplicación y se ha comprobado la utilidad de su adecuado diseño e implementación. [9]

Lamentablemente, la vulnerabilidad ante los desastres naturales está asociada en muchos casos a deficiencias de la reglamentación, en particular la relativa a la distribución en el territorio y a los planes de manejo, pero también a la mala aplicación de las reglas existentes debido a diferentes factores, entre los cuales pueden estar el de atender estrangulamientos apremiantes de la economía, malos manejos administrativos, así como la incidencia decisiva de condiciones de descuido, abandono y pobreza.

En el caso del turismo, en general, los daños ocasionados a la infraestructura hotelera o extrahotelera así como a los entornos naturales que las rodean debido a la destrucción del medio ambiente, pueden en algunos casos ser menos costosos de atender que las pérdidas debidas a las cancelaciones y pérdida de ingresos por imagen. Particularmente, las provisiones en caso de desastre que se apliquen antes, durante y después de su incidencia son particularmente decisivos para el turismo, en especial el internacional, y en mayor medida el de largo alcance. Asimismo, los planes de manejo de imagen y de reparación de los daños generales y de destinos turísticos específicos también dependen de las políticas generales del país, de sus recursos financieros y de las acciones específicas de ciertas empresas privadas nacionales y/o extranjeras. [10]

La conformación en islas del Caribe, la mayoría de las cuales es de reducido tamaño, se distingue de la formación del Istmo Centroamericano y por la extensión territorial de los países que lo conforman. En el caso del Caribe, existen 14 países, y 14 territorios dependientes, desde islas cuyas extensiones llegan a ser mínimas, hasta Cuba que es el país más grande de la región. En Centroamérica se cuentan seis países de mucho mayor tamaño, incluyendo a Belice, de los cuales solamente dos no tienen acceso a los dos océanos. Sin embargo, todos califican como países de economías pequeñas e insulares con las características específicas atribuidas a esta categoría. [11]

La geografía y la infraestructura condicionan el tipo de acceso: Centroamérica es un Istmo básicamente comunicado por aire y por tierra con grandes deficiencias en la infraestructura de carreteras y de fluidez en los cruces de frontera. Las comunicaciones y el turismo internacionales, intrarregionales y nacionales también se dan por mar y aprovechan asimismo el canal de Panamá. La cuenca del Caribe es básicamente insular, en la cual la República Dominicana y Haití comunican, poco satisfactoriamente por tierra, haciendo a los territorios insulares altamente dependientes del transporte marítimo y aéreo de todo tipo, de carga y de pasajeros, así como de cruceros.

---

[9] En los territorios asociados a Francia, mientras que otros países europeos no aplican estas medidas con igual cuidado. El Huracán Keith en Saint Martin/Saint Maarteen devastó la parte holandesa de la pequeña isla, mientras dejó en pie la parte francesa. Inclusive, el sistema federal de los Estados Unidos no ha resultado ser tan exitosos en evitar los daños humanos y materiales en el Caribe. Entre los países totalmente independientes del Caribe, es de mencionar el sistema de prevención y contingencia de Cuba.

[10] En el caso de Huracán George que causó severos daños en el complejo turístico dominicano, Casa de Campo en la Romana, la empresa, con toda discreción, celeridad y manejo de medios, logró su reconstrucción y la rehabilitación de su imagen.

[11] Véase Zapata, Ricardo (2001), Presentación en los 50 años de la CEPAL en México, México.

La región centroamericana está unida por un pasado común que ha legado el idioma y la cultura hispanoamericana, así como por lazos políticos, económicos y sociales. Esta situación les permite un turismo intrarregional muy importante ligado en gran medida a los negocios y a las compras. Sin embargo, su formación étnica y cultural muy compleja, en particular en las zonas con fuerte población indígena y la que tiene núcleos de otras culturas de origen africano y asiático, de la India y China, principalmente, permiten una potencial diferenciación de la imagen turística que pueden ofrecer hacia el mundo. Los temas de integración política y económica de la región dentro de esquemas ya establecidos o nuevos, la conformación de redes de tratados de libre comercio de bienes y servicios regionales y extrarregionales, en particular con México y la República Dominicana, y la inclusión del tema del turismo en general o en esquemas muy particulares como puede ser el Plan Puebla Panamá y la Organización Mundo Maya, están retomando fuerza y pueden servir de base para un esfuerzo concertado en turismo.

En cambio, el Caribe está dividido por su propia insularidad, por las diferentes culturas que formaron su historia, así como por la aportación de los grupos que se han ido asentando en la región, por la diversidad de sus costumbres e idiomas, [12] aunque relacionados por la hegemonía europea y de los Estados Unidos y el elemento de origen africano que permea a toda la región. [13]

a) **Las condiciones del Caribe** conforman en un abanico de situaciones político-administrativas de gran diversidad, que van desde países independientes hasta territorios dependientes en diversos grados de países de Europa y de los Estados Unidos que los respaldan diferencialmente en sus economías y en su turismo. En estos casos, la creación de infraestructura general y turística, los flujos de capital, de personal capacitado y de visitantes, forman parte de las ventajas que unos destinos pueden tener sobre otros, además de los incentivos y/o subsidios visibles o invisibles que se lleguen a otorgar.

En relación con los países independientes y de reducidas dimensiones se ha desarrollado a profundidad el concepto de países insulares y pequeños para los cuales el turismo llega a ser una fuente importante, a veces única, de crecimiento económico, en particular de divisas, de empleos y de participación en la economía regional y global. [14] Incluso, los países de mayor tamaño como Cuba, la República Dominicana y Jamaica dependen en gran medida del turismo internacional para su crecimiento. Una de las fortalezas del Caribe está precisamente en su imagen y en la promoción que se ha logrado dentro de los organismos regionales como la Caribbean Tourism Organization (CTO) que insiste en su unidad básicamente en torno al segmento de sol y playa y al crucerismo, y pone en valor las diferencias que presentan las diversas culturas de la región en una geografía que conforma los productos y los paisajes.

En cuanto a la historia del turismo, en la región caribeña se ha llegado en muchos destinos a fases de madurez y a unas tasas de crecimiento estables como región, aunque destinos específicos como Cuba, República Dominicana estén creciendo a tasas aceleradas, así como

---

[12] Inglés, español, francés, portugués, holandés y las diversas lenguas de origen y derivadas de grupos de origen africano y de la India.

[13] El concepto del Caribe como una zona de nacionalidad fragmentada ha sido trabajado por el historiador jamaiquino Franklin Knight.

[14] Los países insulares y pequeños corren más peligros con la marginalización del mercado global que por su inclusión en él.

destinos más pequeños como las Bahamas que han regenerado el sector a través de un influjo masivo de capital. El reposicionamiento del turismo caribeño es una necesidad si la región se ha de mantener frente a la competencia del desarrollo de segmentos similares en otras regiones del mundo, o del agotamiento de los segmentos tradicionales y del modelo de desarrollo. Como se ha insistido en la UNCTAD, "el peligro para los países en desarrollo no es la globalización, es la marginalización". Este adagio ha de plantearse en conjunción estrecha con los sectores sociales y privados para alcanzar una competitividad que resida en la creación de productos únicos, de localización de nichos de mercado y de competitividad a través de la calidad para los cuales el tamaño de la economía pudiera ser una ventaja en lugar de una desventaja. En este aspecto, algunos nichos deportivos acuáticos en sus diversas modalidades, como el turismo náutico y el de buceo, así como el golf, se benefician con la existencia de eventos regionales o internacionales en esos campos, lo que ha sido aprovechado por numerosos destinos.

Por la insularidad y el desarrollo temprano del turismo internacional de esparcimiento, básicamente el de sol y playa, también ha crecido el turismo de cruceros. En el caso de las islas de reducido tamaño, presentan una oportunidad de vincularse a los circuitos turísticos sin necesidad de construir una infraestructura hotelera importante. Sin embargo, sus diferentes segmentos no son aprovechados en formas similares por los diferentes territorios y países dentro del Caribe así como de Centroamérica debido a una multiplicidad de factores que inciden en sus modalidades. A pesar de las fugas, de la estacionalidad, de la sobrecarga temporal que propicia la llegada de un crucero en un destino, este segmento es un hecho que no va a desaparecer sino que tiene todos los visos de seguir su ascenso. Su peso económico es interesante. Inclusive se ha mostrado que los ingresos por día por turista de estancia y por pasajero de crucero pueden ser similares. Sin embargo, el comportamiento de cada tipo de visitante y el gasto correspondiente se distribuyen en forma distinta, creando encadenamientos y beneficiarios diferentes y de distinta intensidad: una proporción mayor del gasto se da en alojamiento y alimentos para los turistas, mientras los cruceristas invierten en compras y en *tours*. También se aduce el componente importado de los productos adquiridos por los pasajeros de crucero en las compras en tierra, en especial las de *duty-free* y de la venta de artesanías uniformes y con poco valor agregado y cada vez más estandarizadas a escala mundial. Sin embargo, también se ha aducido la oportunidad que se presenta de mostrar el país a los viajeros de crucero y promover el retorno en estadías mayores. En efecto, un número abrumador de viajeros, en particular los que provienen de Norteamérica, concibe al Caribe en términos de cruceros y no habría viajado a la región si no se ofreciera esta modalidad y muchos pudieran ser inducidos a regresar. Por otro lado, Centroamérica ha ido participando en forma creciente en este segmento, pero no lo ha hecho ni al ritmo ni al grado de los niveles alcanzados en las islas del Caribe.

Estrategias coordinadas para mejorar la captación de valor agregado en este sector específico han de ponerse en acción, así como una política conjunta de los países para evitar que unos destinos se ofrezcan en condiciones desleales y/o dañinas para sí mismos o para los demás destinos, destruyendo la competitividad de la región en su conjunto. Las ventajas y las desventajas de ambos tipos de turismo, el de estancia y el de cruceros, deben de ser analizadas con especificidad antes de pronunciarse por una u otra modalidad o por una mezcla que produzca sinergias. Dependiendo del tamaño del país, de las posibles facilidades para cada uno de ellos, y de la etapa de desarrollo de los diversos productos turísticos, se podrá decidir hacia qué segmento se quiere dirigir el turismo de un país o territorio. No se puede negar que la modalidad de los cruceros ha permitido un espectacular desarrollo del turismo en la región, aunque en algunos

casos las fugas suelen ser importantes por la fuerte incidencia de las compras. Los diversos niveles de ingresos del turismo de cruceros dependen de las rutas, de los horarios, del tiempo en tierra, de la frecuencia de las rutas, de los pasajeros que descienden a tierra, de la infraestructura de *tenders* (lanchas para desembarque) y terminales para el desembarque de pasajeros, de la disponibilidad y calidad del transporte terrestre, de los *tours* ofrecidos, de los atractivos dados y creados, entre otros la calidad y la diversidad de los productos ofrecidos a la venta.

Por otra parte, la dependencia del segmento de cruceros de salidas originadas en un abrumador porcentaje en puertos de Florida ha planteado situaciones similares a las que se observan en el transporte aéreo regular, en el que el "hub" (nodos) de Miami y un 70% de las rutas al Caribe son dominados por la empresa American Airlines. Se está asistiendo a una mayor concentración de las compañías de cruceros a través de compras y relaciones de participación accionaria, así como de alianzas estratégicas entre sí y con las compañías aéreas.

En el turismo de cruceros, la competencia que enfrentan los países de atraque suele ser la del propio buque de cruceros por el perfeccionamiento del producto turístico que se ofrece a bordo. [15] Asimismo, la proliferación de destinos alrededor del mundo en este medio de transporte/alojamiento implica en muchos casos una desviación de los buques, ya que su construcción, sobre todo la de los llamados "mega carriers" (cruceros de quinta generación) con capacidades de varios miles de pasajeros, es relativamente lenta y la adición de cabinas es un número predecible aunque considerable.

La estacionalidad del turismo en tierra y de la de cruceros también está ligada a la posición geográfica de ambas zonas, en la cual la temporada de ciclones reduce el segmento de turismo de placer, en particular el de sol y playa. La racionalidad de las compañías de transporte, aéreas y de cruceros los hacen mover sus flotas de aviones y de embarcaciones de un lado al otro del globo, con estrategias globalizantes de marca o diferenciadas con cambios de los nombres de las empresas, en particular entre el Caribe y el Mediterráneo, y de los *tours* operadores que mueven y canalizan a los turistas a las zonas de su interés. Debido a estas condiciones meteorológicas y las políticas de maximización de sus ventajas de las compañías, no se puede prever una importante disminución de la estacionalidad para la zona en este segmento.

En otras modalidades y contrariamente al turismo internacional de la zona del Caribe, cuyas tasas de crecimiento general parecen mantenerse en niveles estables, o aun con cierto crecimiento negativo en algunos destinos, el turismo en Centroamérica ha ido en aumento y a unas tasas bastante sustanciales. [16] El producto turístico de ocio, aunque se aboca también al

---

[15] Se ha llegado al punto de que existen cruceros estacionarios, en los cuales la atracción es estar a bordo sin zarpar. La creatividad de las compañías de cruceros es infinita para añadir valor dentro del propio barco y en la utilización de los recursos de los lugares en donde atracan como el uso exclusivo de playas o de islas enteras.

[16] El número de pasajeros de crucero, el número de barcos, frecuencias, terminales, tipo de terminales están creciendo en las dos zonas. Sin embargo, el desarrollo de esta modalidad en otras regiones del mundo ha llevado a una racionalización específica del despliegue de la flota en diversas partes del mundo.

segmento de sol y playa, [17] ha basado su atracción de mercado mucho más en el segmento de la cultura y de la observación de la naturaleza con dos puntos focales del turismo arqueológico y de cultura viva de la zona maya y el de "ecoturismo" cuyo destino abanderado principal es Costa Rica.

b) **Los países de Centroamérica** tienen el reto de no dejarse llevar por una visión idílica de las ventajas económicas que puede proporcionar el turismo en sus fases iniciales. Un desarrollo sostenible en lo económico, se apoya en bases sólidas a nivel social y del medio ambiente, reto que está siendo recogido por el SICA-SITCA y la Asociación de Estados del Caribe al adoptar los conceptos y prácticas de Certificación voluntaria diseñadas y probadas en Costa Rica. Centroamérica en general se ha posicionado en forma eficiente en el segmento de "ecoturismo" y aventura, para lo cual ha dado pasos importantes de creación de reservas ecológicas y de sinergias entre los diversos segmentos de mercado que maneja.

Para mirar más allá del sector turismo en sí y proyectarlo hacia nuevos (o viejos derroteros) se ha considerado la experiencia en algunos países desarrollados como España y con un éxito extraordinario como en el estado norteamericano de Florida, así como en algunos países de la propia región, [18] la posibilidad de ampliar el segmento de bienes raíces del turismo, incluyendo los tiempos compartidos, reforzando la seguridad jurídica necesaria a este tipo de desarrollos, hacia la modalidad de la propuesta en el ámbito legal de la residencia secundaria o permanente de extranjeros en las infraestructuras hoteleras o residenciales. Esto se ha hecho también con personas retiradas. En efecto, al abarcar cada vez más el segmento de viajes, los viajeros de mediana edad y de la tercera edad, se puede promocionar su estancia casi permanente en los países de destino. Es obvio que las condiciones de vida específicas deberían afinarse, en especial el segmento del cuidado médico que pudiera encadenarse con los profesionistas de la medicina, de las terapias y del cuidado personal. También se puede fomentar el turismo de salud y bienestar que ya se está dando desde la modalidad de SPAS, lugares de reposo y convalecencia, hasta el de ciertas especialidades médicas como en Cuba. Los países en este caso han de mirar a la calidad de la infraestructura necesaria para el turismo de la tercera edad, para la medicina y los cuidados médicos, las conexiones rápidas a hospitales y centros médicos en la región, los recursos humanos disponibles y potenciales y las conexiones de transporte de los lugares de destino con los de origen. Son de fundamental importancia el reconocimiento de los tratamientos por los seguros médicos a través de las fronteras, y por esquemas de seguridad social.

Es evidente que en este caso, algunos territorios de países desarrollados tendrían ciertas ventajas comparativas puesto que estos aspectos estarían cubiertos por las legislaciones que permitirían ese tipo de estancia fuera del país de origen y aun fuera de la Unión Europea por ejemplo. Sin embargo, también los países independientes aledaños podrían suplir profesionales y personal de cuidados médicos y personales a costos menores.

Para lograr este aspecto, y tantos otros del turismo, serían necesarios los reconocimientos de las calificaciones en todo nivel de personal con conexiones profesionales, académicas y de

---

[17] El turismo de buceo se ha desarrollado por largos años en Honduras en la Isla de Roatán, y Costa Rica a pesar de estar posicionada en la imagen internacional de turismo de observación de la naturaleza, también tiene un fuerte segmento de sol y playa que ha combinado con el "ecoturismo".

[18] Como por ejemplo, Costa Rica.

transporte con los países vecinos y de origen de los distintos tipos de viajeros. Estos temas están a discusión en diversos foros internacionales como en la Organización Mundial del Comercio, en el seno del Acuerdo sobre Servicios GATS o en acuerdos regionales como por ejemplo en el CARICOM, pero no se ha llegado a decisiones sustanciales. Esta situación a escala mundial deja a los territorios de países desarrollados en la región en una posición privilegiada en este aspecto y que se puede aprovechar creando sinergias en la zona.

Los segmentos de turismo de negocios de viajeros individuales, de convenciones, de compras, familiar y "étnico", así como religioso, son modalidades que se dan en ambas zonas geográficas, ya que ambas, en este sentido, tienen lazos intrarregionales pero también se relacionan en estos aspectos con Norteamérica, en especial con los Estados Unidos, y cada vez más con Canadá y México y algunos países de la Unión Europea, en particular el Reino Unido.

Por ejemplo, en el aspecto de convenciones, varios países del Caribe han logrado los incentivos y beneficios que el Gobierno de los Estados Unidos otorga a las empresas que organizan eventos en su territorio. Esta modalidad permite la utilización plena de la infraestructura hotelera en temporadas bajas. Sin embargo, no todos los países o territorios cuentan con esta concesión. Además, en la gran mayoría de los territorios, en general, no se cuenta con la infraestructura de salas de reuniones y de convenciones para atender a estos grupos que pueden llegar a ser numerosos (a veces de miles de personas.) Los servicios de apoyo a semejantes eventos no existen y la capacitación del personal y de la población en general no es la que se requiere para lograr una adecuada calidad. Además, la construcción de centros de convenciones, o de exposiciones, requiere de capital y de la posibilidad de atraer consistentemente un número de reuniones a lo largo del año y de los años y en este aspecto parece que en el aspecto cultural y debido a su peculiar historia, Cuba sería uno de los destinos exitosos, pues ha logrado posicionarse en los congresos culturales y científicos. Sin embargo, aun Cuba necesita reposicionarse en este segmento, ligando más específicamente los centros de convenciones y congresos con la oferta de alojamiento de ciudad y de playa.

Las manifestaciones culturales tradicionales, renovadas o nuevas como pueden ser los carnavales, las costumbres de la cultura viva, en especial las religiosos o las nuevas creaciones de festivales de música y baile, han logrado atraer interesantes números de turistas, lo que posiciona a los destinos para posibles regresos en otras épocas del año.

Lo mismo pasa con el turismo llamado "étnico" que capta la gran población emigrada o de origen de los países turísticos en general a países desarrollados. Cuentan con sus propias características de alojamiento, generalmente en casas de amigos o familiares pero ocasionan derramas importantes en las economías receptoras y son similares a las remesas que tanta importancia tiene para ambas zonas geográficas. En este aspecto, incluso el sector de alojamiento hotelero pudiera llegar a beneficiarse con tarifas específicas en temporadas bajas para atraer a este turismo a sus instalaciones para su alojamiento en ciudades o en los *resorts*.

El turismo de negocios, nacional, regional e internacional, constituye a escala mundial un segmento muy redituable del turismo por su nivel de gasto generalmente más elevado, su repetitividad y las necesidades específicas que demanda y que cada vez están siendo atendidas con mayor cuidado por las firmas prestadoras de servicios turísticos, incluyendo el alojamiento, los restaurantes, el catering, y los servicios profesionales. Este turismo es particularmente elevado

en el ámbito regional de Centroamérica, pero también es importante en las relaciones intracaribeñas y tiene más probabilidades de desarrollarse conforme se desarrollen los vínculos de las economías de cada país con la región y con países más lejanos.

Se pueden dar tendencias alternativas o complementarias en el turismo. La determinación de atender segmentos de mercado internacionales de alto nivel con calidad y oportunidad, posicionándose en nichos escogidos y de alto precio, ofreciendo productos turísticos de alto nivel, puede considerarse como una estrategia de desarrollo del turismo. Por otro lado, la atención del turismo doméstico y regional puede permitir la formación de recursos físicos y humanos para la atención al viajero internacional de largo alcance o extrarregional con gradualidad. Para lograr formar una diversificación sana del turismo se pueden analizar estas vertientes en los destinos nuevos o incipientes y considerar la mejora consistente de la calidad de empresas, recursos humanos y destinos en los que ya han avanzado en la captación de turismo.

En este punto se vuelve a presentar el dilema de las fugas de divisas necesarias para atender a los segmentos de altos ingresos, tanto en importaciones de bienes y servicios, como de empresas y de personal y de *know-how* (conocimiento y gestión) y así como a la problemática específica de la posición de enclave que se puede suscitar. Por otra parte, el turismo de masas más barato o el turismo doméstico de tipo popular no es una alternativa sin riesgos. La inserción de una gran cantidad de visitantes de origen nacional o internacional puede ser igualmente dificultosa y tener impactos negativos sobre las poblaciones receptoras o sobre la que emigra para atender estos segmentos. Quizá el turismo de enclave de alto nivel y baja densidad pudiera ser un escalón hacia un turismo más sostenible que permitiera gradualmente ir incorporando a la población local. Es evidente que este modelo debe de ser adoptado por la población local dentro de esquemas de política participativa. De hecho, se está produciendo este fenómeno en algunos lugares recluidos con alojamientos específicos de tipo local pero alto valor agregado y con una utilización importante de los recursos materiales y humanos de la zona. Un caso exitoso dentro de estas tendencias se ha dado en el llamado "ecoturismo", usando esta modalidad para un turismo de alta calidad de impacto controlado sobre la sociedad y el medio ambiente natural y con la incorporación participativa de la población local a los estándares de calidad demandados por el alto precio de este segmento. Se puede citar el caso de algunos destinos y de algunas empresas de touroperadores en Costa Rica como ejemplos exitosos. El problema específico de este tipo de turismo es doble, la gran competencia por atraer a los grupos de altos ingresos, y la creación de productos de real calidad, diferenciados e innovadores. En este tipo de alternativa se logra una situación de "ganar-ganar" en la que coinciden las metas y las necesidades de la empresa y de la localidad, e incluso del país.

El turismo de compras es una modalidad particularmente desarrollada en algunos países con ventajas específicas como algunos destinos de cruceros con almacenes específicos y zonas libres de impuestos. En Centroamérica, el país más renombrado es Panamá que se posiciona como centro de turismo con motivos comerciales y financieros, individuales y empresariales.

En Centroamérica, el transporte aéreo de la región se ha consolidado en gran parte con la unión de las aerolíneas de bandera de los países de la región [19] en una sola empresa (TACA) con

[19] La excepción es Panamá, que mantiene a su línea aérea nacional (COPA), recientemente aliada o integrada a la red de la línea Continental de Estados Unidos.

diversas fórmulas accionarias y no accionarias, y que tiene su base de operaciones en El Salvador reforzada con un centro de mantenimiento de equipo y con las oficinas corporativas y el centro de reservaciones. Sin embargo, se ha afirmado que esta situación dista de ser ideal, en especial por la falta de conexiones directas en el ámbito regional, el número excesivo de escalas, la dominación del "hub" del Salvador, y los precios al consumidor derivados de una situación de dominación de mercado. Como siempre, en el transporte aéreo las necesidades percibidas por las autoridades de la región, por los usuarios y por el sector turístico de la región pueden tener importantes divergencias.

La densidad aeroportuaria del Caribe debido a su fragmentación geográfica es mayor que la de la zona centroamericana, y se constituye en hubs alimentados principalmente (70%) por una línea área externa y algunas líneas locales (nacionales o regionales), o llegadas de largo alcance particularmente en charters (vuelos contratados, que en algunos casos operan de manera regular programada o son fletados especialmente), muchos desde Europa. Por ejemplo, la República Dominicana cuenta con siete aeropuertos y Cuba con nueve, superando el número de aeropuertos de la región centroamericana. Habría que preguntarse si el costo de construcción y de operación de aeropuertos proporciona ventajas competitivas frente a la construcción de carreteras en Centroamérica para beneficiar al turismo y al resto de la población y de la economía. Los planes de expansión de la red de carreteras de Centroamérica, anunciada recientemente, pueden proporcionar incentivos interesantes al turismo de la región, en especial los de recorrido terrestre y principalmente los que unen a varios países. En este caso, el viejo problema de la facilitación de los viajes en sus formas más primarias de documentación de vehículos, de operadores y de viajeros, así como los cuellos de botella logísticos en los cruces de frontera, siguen siendo actuales.

La zona del Caribe, como se mencionó anteriormente, depende en más del 70% para sus vuelos regulares de una sola aerolínea: American Airlines y así como de los vuelos fletados (charters) y en especial de los touroperadores europeos que encaminan una parte importante del turismo europeo. Esta situación, así como la realidad de prácticas de comercio específicas en la que las aerolíneas regulares y los charters demandan condiciones preferenciales y aun pagos directos para mantener rutas y frecuencias, pone en una situación particularmente vulnerable no solamente al turismo, sino a las comunicaciones de toda la región, ya que también pueden afectar al transporte de carga para el turismo y a otros sectores. Una posible solución pudieran ser las aerolíneas regionales de bajo costo sobre el modelo de la aerolínea norteamericana Southwest.

En el ámbito de las negociaciones bilaterales dentro del seno de la OACI (Organización de la Aviación Civil Internacional) y la OMC (Organización Mundial del Comercio) se ha tratado el problema de las prácticas desleales y las situaciones de dominación de los mercados por aerolíneas y touroperadores. Las medidas propuestas por varios países de la zona de Centroamérica y del Caribe, a pesar de un serio esfuerzo conceptual de presentar la necesidad de un Anexo Específico en el GATS para el cluster del turismo, no han logrado diseñar en forma detallada y efectiva las acciones que podrían ser útiles o eficientes en tratar este problema. En particular, la implementación de legislaciones y políticas de competencia en los países de destino, pueden ser engañosas, así como el deseo de los países de origen de las empresas de aplicarles estas reglas. En efecto, el turismo tiene especificidades propias ligadas a su condición de ser el máximo exponente del movimiento del consumidor en el comercio transfronterizo de servicios. Es evidente que participan activamente los otros tres modos de prestación internacional de

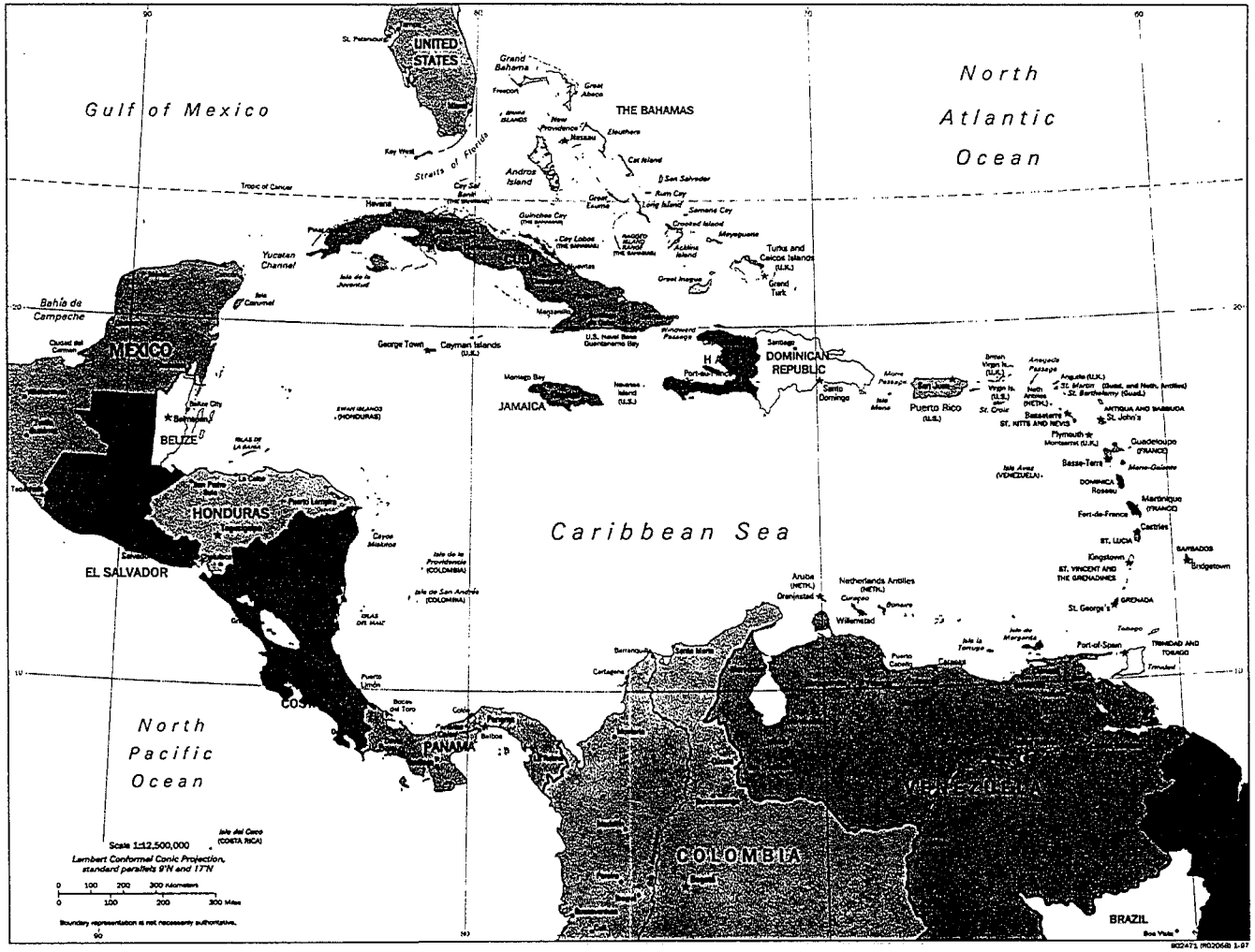
servicios, a saber el movimiento del servicio, el establecimiento de proveedores de servicios en el territorio de la otra Parte y el movimiento de personal, que por el momento está restringido a ciertos niveles. El turismo es pues en gran medida una exportación de servicios y precisamente en ello está la dificultad de reglamentar a nivel nacional e internacional este complejo concepto, ya que los países no buscan vulnerar sus exportaciones sino, en general, mejorarlas y aumentarlas.

Ante estas condiciones de vulnerabilidad, mucho más trabajo debe de ser emprendido para lograr en estos foros el diseño y la adopción de instrumentos multilaterales que permitan reducir estas conductas. Quizá el concepto de Códigos de tipo voluntario pudiera llegar a alguna solución conceptual y política, pero la historia de dichos códigos ha sido esporádica. Quizá también lo más importante sería una adaptación de estrategias y productos por parte de los países exportadores de turismo que son los países de destino, para posicionarse en mejores nichos y segmentos, mejorando su competitividad con todos los medios a su alcance. En esta meta, la cooperación y la coordinación de los países de cada región y de la zona en su conjunto tienen mucho que hacer.

Anexos

Mapa: La Gran Cuenca del Caribe

Central America and the Caribbean



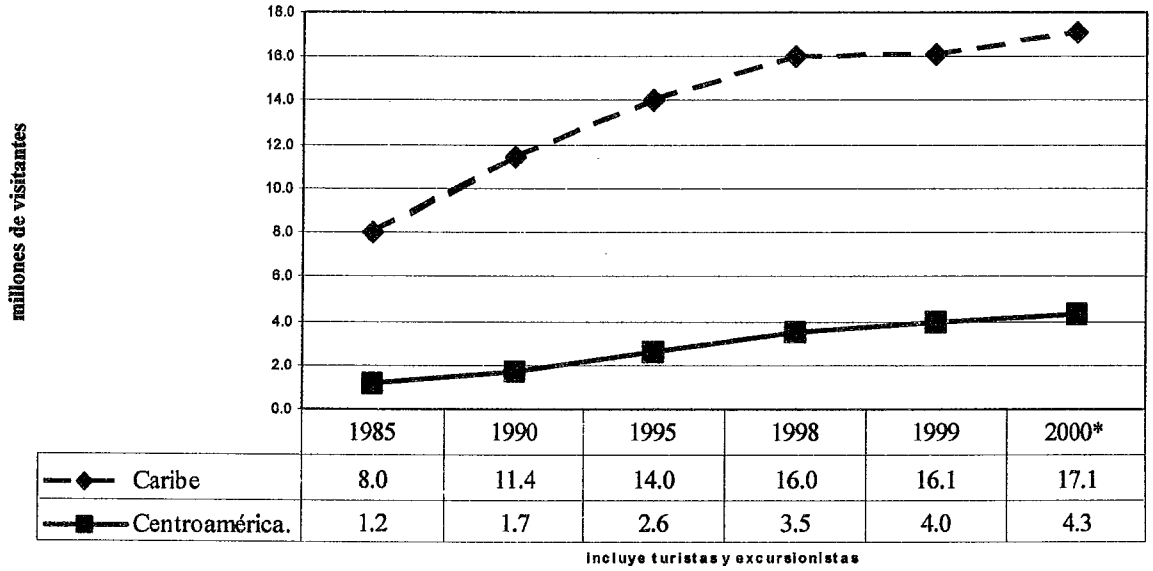
CARIBE Y CENTROAMERICA: Producto Interno Bruto: Año 2000

	Población	PIB (Millones de dólares)	PIB per cápita	Crecimiento PIB real 2000 (%)
CARIBE Subtotal a/	**29,265,000**	**50,732**	**6,011**	**3.9**
ANGUILA	12,000	n.d	n.d	n.d
ANTIGUA Y BARBUDA	66,000	665	10,076	2.5
ARUBA	70,000	n.d	n.d	n.d
BAHAMAS	295,000	4,860	16,475	3.5
BARBADOS	274,000	2,568	9,372	3.2
BERMUDAS	63,000	n.d	n.d	n.d
CUBA	11,100,000	29,170	2,628	n.d
DOMINICA	72,000	289	4,014	3.5
GRANADA	89,000	390	4,382	7.0
GUADALUPE	426,000	n.d	n.d	n.d
HAITI	6,900,000	4,777	692	2.0
ISLAS CAIMAN	35,000	n.d	n.d	n.d
ISLAS TURCAS Y CAICOS	18,000	n.d	n.d	n.d
ISLAS VIRGENES AMERICANAS	121,000	n.d	n.d	n.d
ISLAS VIRGENES BRITANICAS	20,000	n.d	n.d	n.d
JAMAICA	2,700,000	8,583	3,179	1.5
MARTINICA	415,000	n.d	n.d	n.d
MONTSERRAT	6,000	n.d	n.d	n.d
PUERTO RICO	3,900,000	n.d	n.d	n.d
REPUBLICA DOMINICANA	8,400,000	19,802	2,357	7.8
SAINT KITTS Y NEVIS	39,000	314	8,051	2.6
SAN VICENTE Y LAS GRANADINAS	115,000	343	2,983	3.5
SANTA LUCIA	156,000	675	4,327	4.1
TRINIDAD Y TABAGO	1,200,000	7,466.00	6,222	5.6
ISTMO CENTROAMERICANO	**36,449,000**	**67,030**	**1,839**	**4.6**
Belice	249,000	789	3,169	4.5
Costa Rica	3,700,000	15,784.1	4,266	4.5
El Salvador	6,100,000	13,216.8	2,167	3.0
Guatemala	12,600,000	19,069.0	1,513	3.6
Honduras	6,200,000	5,862.8	946	6.2
Nicaragua	4,800,000	2,397.7	500	5.9
Panamá	2,800,000	9,910.2	3,539	4.5

Fuente: CEPAL, con base en datos de OMT 2001 (mayo).

a/ Para los países de los que se tiene información del PIB.

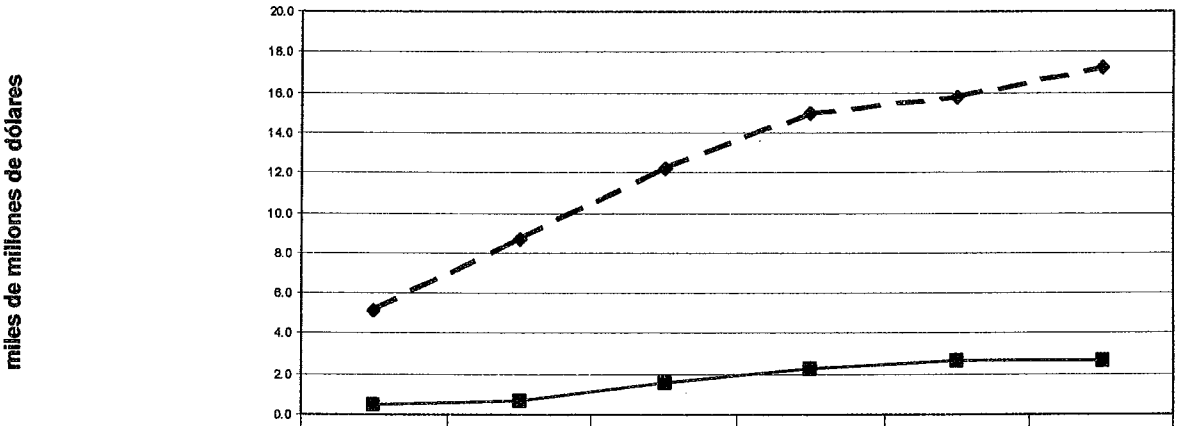
Caribe y Centroamérica: Llegadas de visitantes



	1985	1990	1995	1998	1999	2000*
Caribe	8.0	11.4	14.0	16.0	16.1	17.1
Centroamérica.	1.2	1.7	2.6	3.5	4.0	4.3

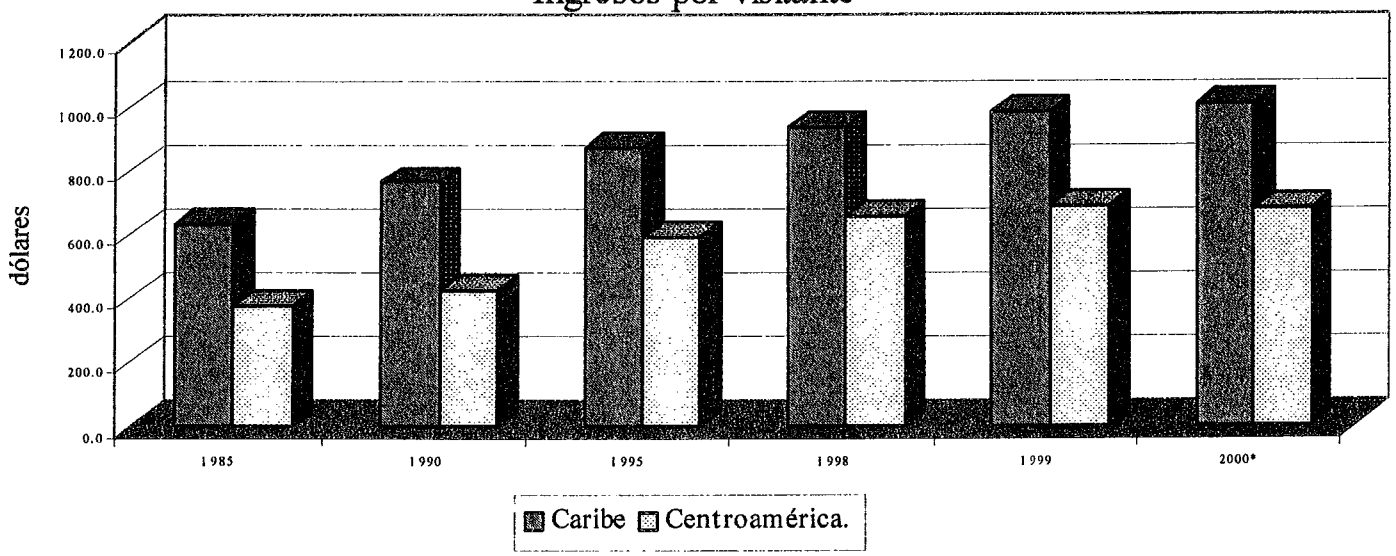
Incluye turistas y excursionistas

Caribe y Centroamérica: Ingresos de turismo

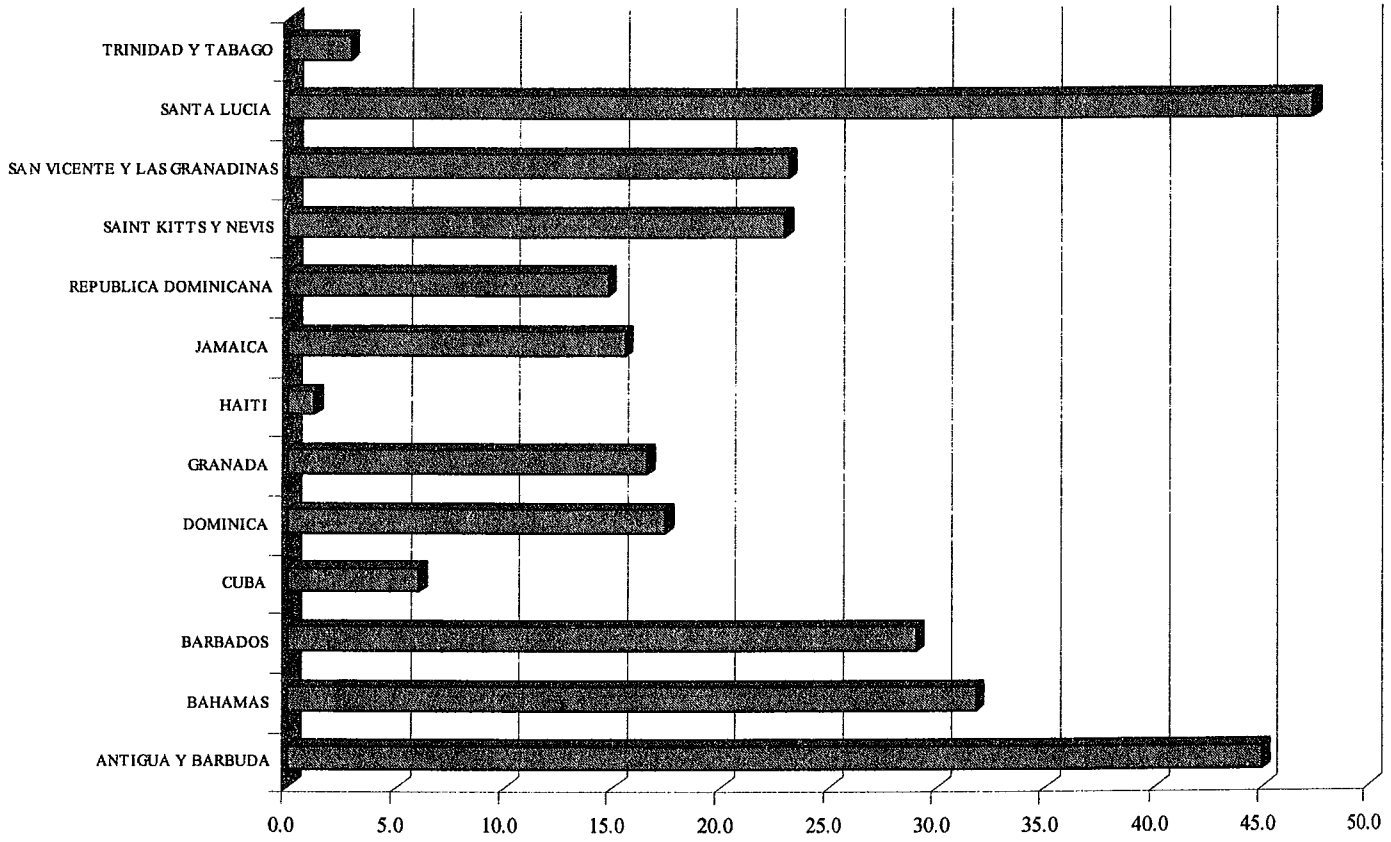


	1985	1990	1995	1998	1999	2000*
Caribe	5.1	8.7	12.2	15.0	15.8	17.2
Centroamérica.	0.5	0.7	1.6	2.3	2.7	2.7

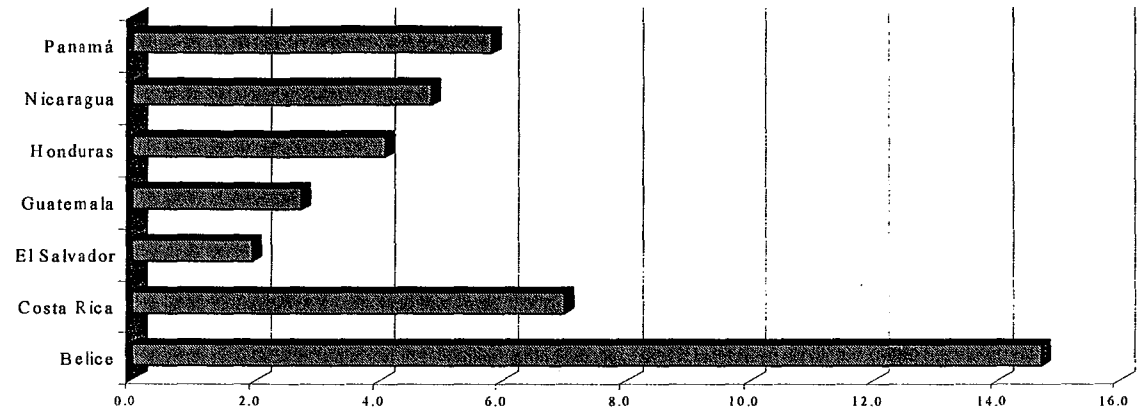
Ingresos por visitante



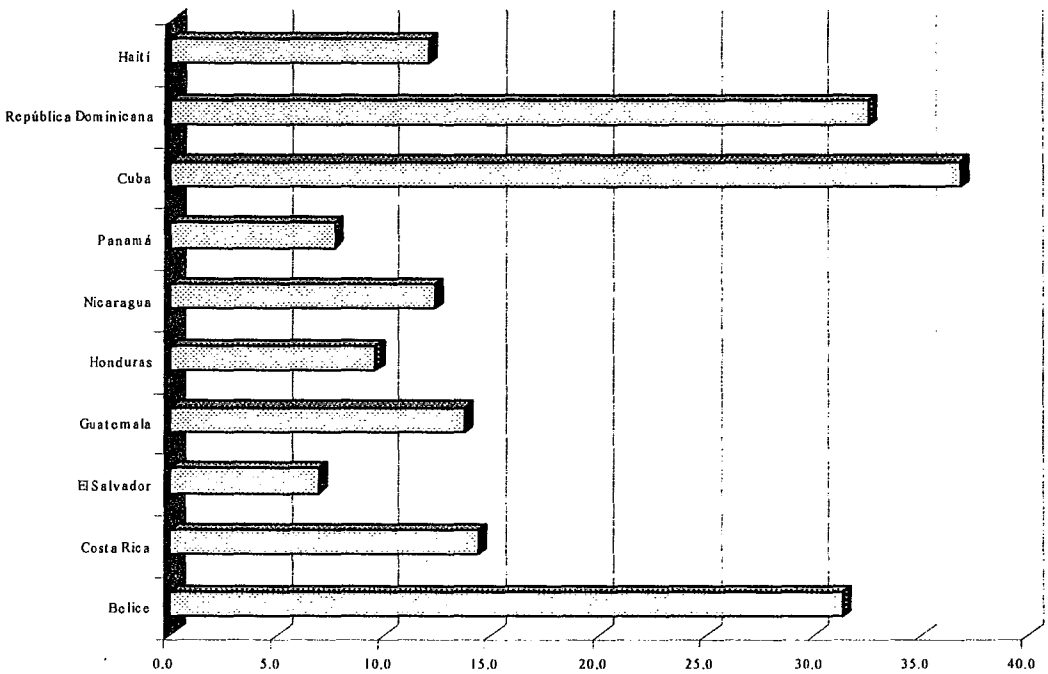
Ingreso por turismo como % del PIB



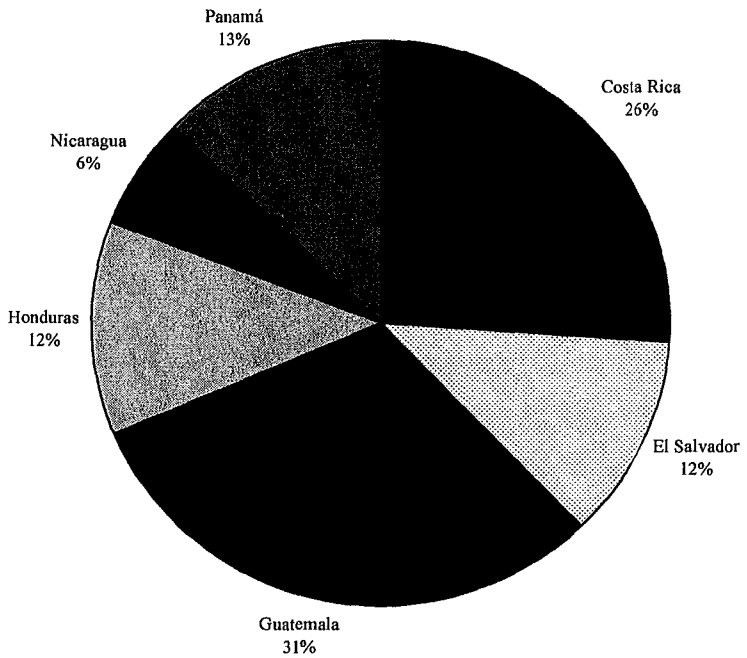
Ingreso por turismo como % del PIB



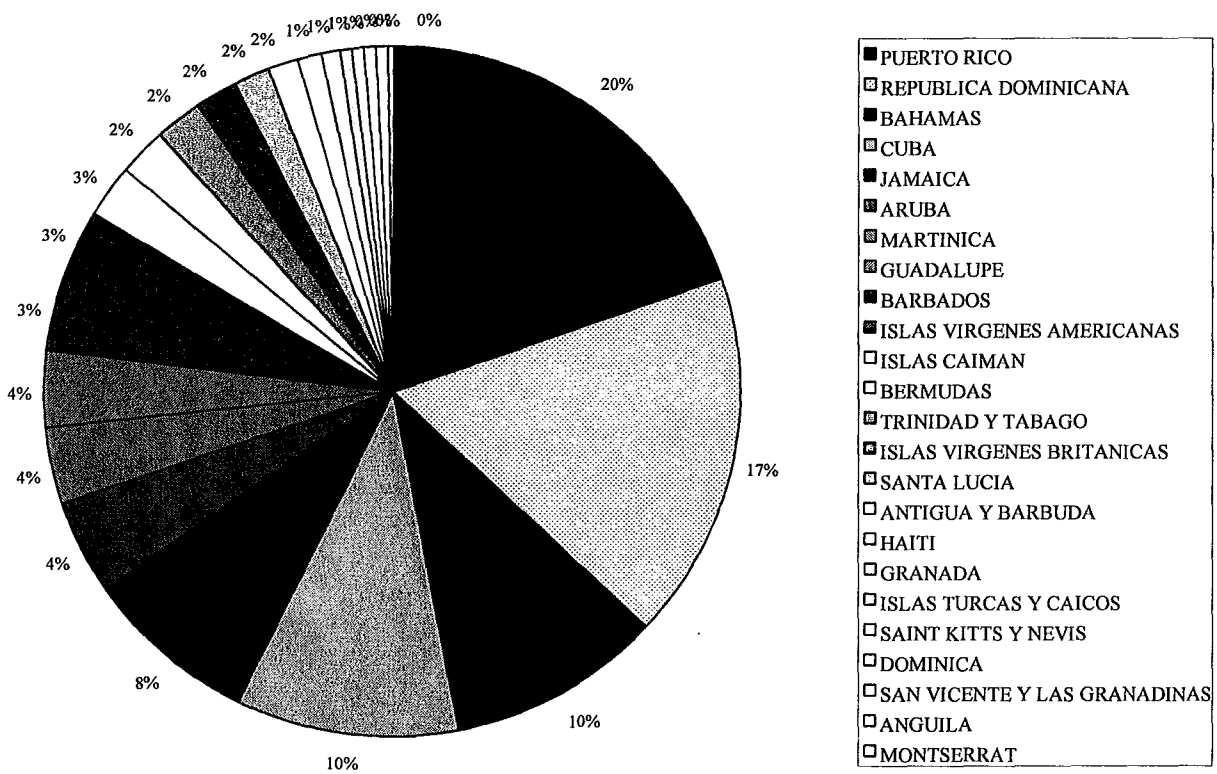
Ingresos de turismo como % de exportaciones de bienes y servicios



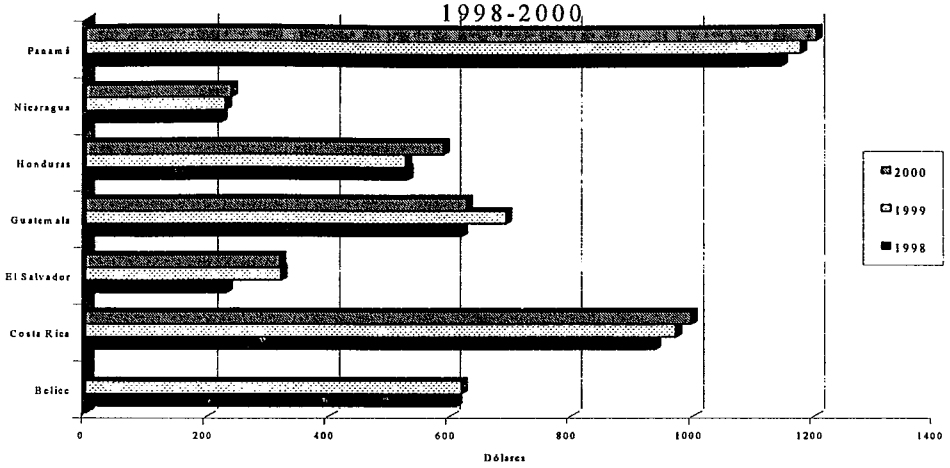
Centroamérica: Llegadas Internacionales, 1990-1998



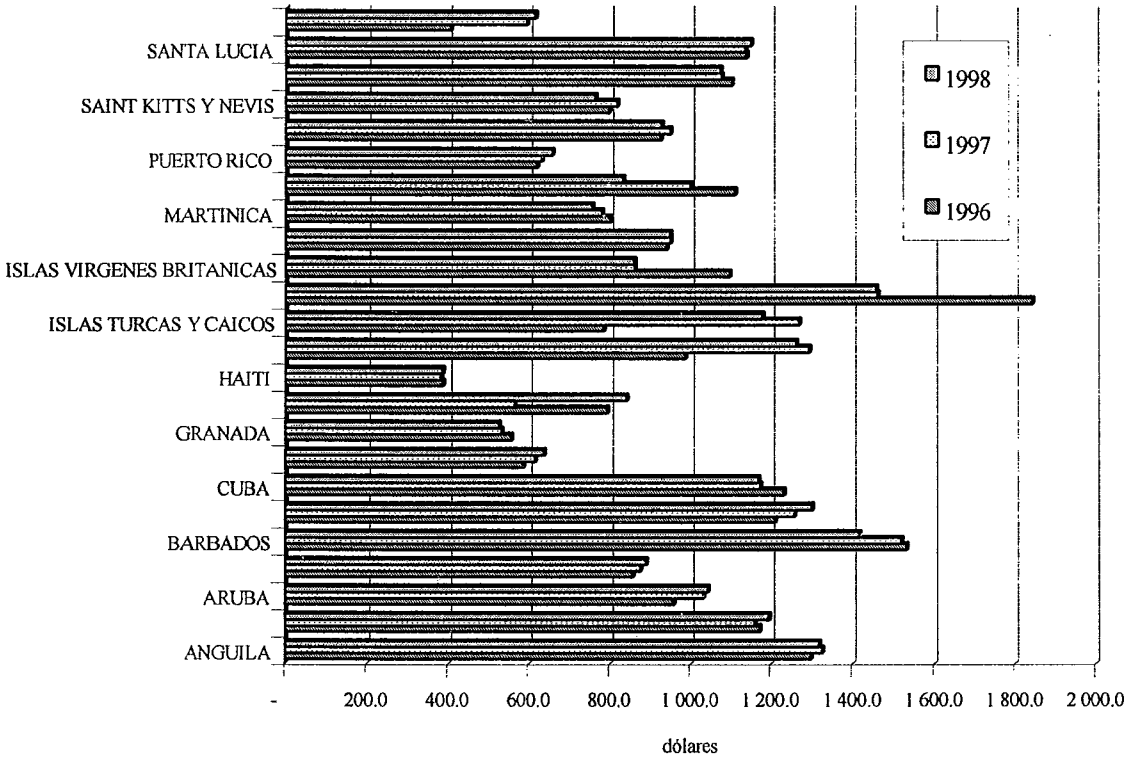
Caribe: Llegadas internacionales, 1999-2000



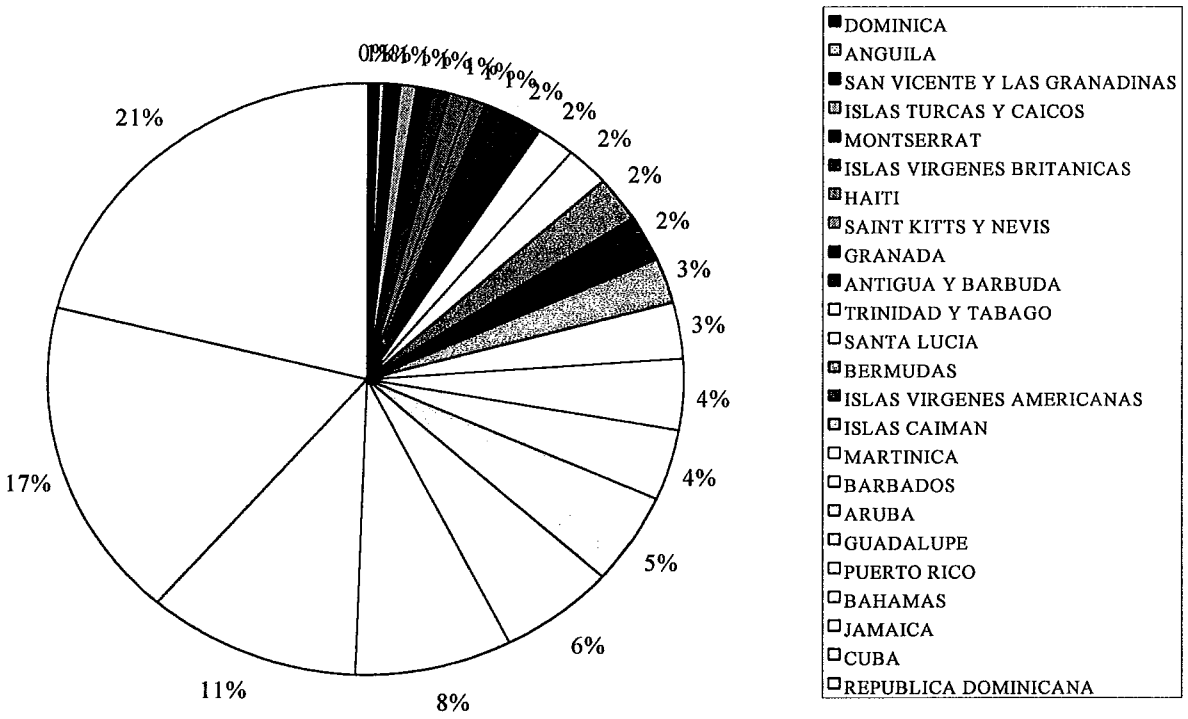
Istmo Centroamericarno: Gasto medio realizado en la región 1998-2000



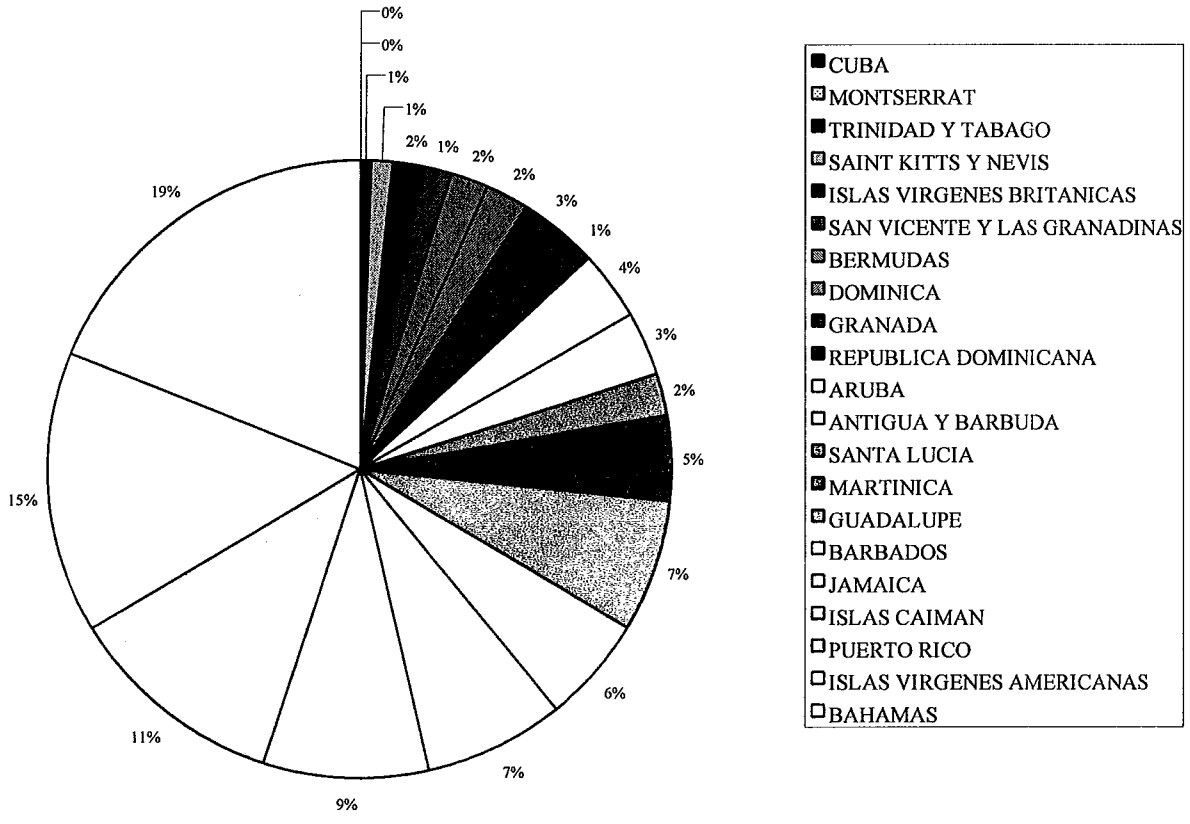
Caribe: Gasto medio realizado en la región, 1996-1998



Caribe: Numéro de habitaciones en hoteles y establecimientos similares, 1994-1997



Caribe: Llegada de pasajeros en crucero a la región, 1994-1997



Este documento fue elaborado por la sede subregional en México de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Dirección postal: Presidente Masaryk No. 29
Col. Chapultepec Morales
México, D. F. CP 11570
Dirección Internet: cepal@un.org.mx
Biblioteca: bib-cepal@un.org.mx

Teléfono: (+52) 5263 9600
Fax: (+52) 5531 1151

Internet: http://www.cepal.org.mx/