

ASOCIACION DE ESTADOS DEL CARIBE (AEC)

**XXIV REUNION DEL COMITE ESPECIAL DE TURISMO SOSTENIBLE Y
2º REUNION PREPARATORIA DE LA III REUNION MINISTERIAL DE TURISMO
DEL GRAN CARIBE (RMT-3)**

Puerto España, Trinidad, los días 16 - 17 julio, 2013

**FORO DE EJECUTIVOS DE LINEAS AEREAS Y TURISMO PARA LA PROMOCION
DEL TURISMO MULTIDESTINO EN EL GRAN CARIBE: Explorando Lazos Más
Estrechos y Oportunidades para la Conectividad**

Discusión

1. INTRODUCCION.

Los países que integran la Asociación de Estados del Caribe (AEC) en el Gran Caribe comprenden muchas culturas y tienen una amplia variedad de atractivos recursos naturales. Todas las naciones reconocen la importancia económica del turismo, una industria que es altamente competitiva y que demanda la innovación en el terreno del marketing y un servicio superlativo para lograr un éxito a largo plazo. Entre los países de la región hay competencia y se compete con los destinos fuera de la región. Sin embargo, desde una perspectiva holística, la región puede hacerse de una ventaja competitiva y mejorar así la sostenibilidad, si configura, promueve y lanza sus variadas atracciones de manera que logre atraer con eficacia al visitante o las visitas reiteradas, ya sea que residan en la región o fuera de ella.

El turismo es por naturaleza una actividad fluctuante y eventos tales como los ataques terroristas del 11 de septiembre y la más reciente crisis económica mundial, han tenido severos impactos en la industria. En el Caribe, como destino global que más depende del turismo, parece que se hace necesario fortalecer las redes de cooperación en el terreno turístico entre los países, para de esta forma aumentar y compartir mejor los ingresos que se generan a partir del turismo. Este paso tiene que estar acompañado de una participación eficaz del sector público y privado, quienes tienen que jugar un papel clave en el diseño y orientación de las políticas y estrategias para poder mantener la porción de la región en el mercado turístico mundial, de lo cual depende enormemente el desarrollo económico de los países del Gran Caribe.

Para abordar este tema, la AEC ha venido trabajando en el desarrollo de un Programa de Turismo Multidestino (TMD) encaminado a facilitar y profundizar la cooperación y el diálogo entre los sectores de turismo y transporte de la región, además de promover el turismo multidestino a través del desarrollo de una serie de paquetes multidestino con un interés especial entre los destinos del Gran Caribe. El objetivo de esta área programática es utilizar el TMD como una herramienta para preservar el mercado de destino "Caribe" en los mercados fuera de la región e incrementar los flujos de turistas intra-regionales.

2. ANTECEDENTES

La Secretaría de la AEC identificó el TMD como una actividad que tiene el potencial de contribuir a la promoción del concepto Sello Gran Caribe y avanzar en el empeño por hacer realidad la 'Zona de Turismo Sustentable del Caribe'. Por lo tanto, desde una perspectiva política, lo que se pretende es que los Estados Miembros persigan un enfoque integrado multisectorial, que esté regido por una fuerza responsable, sostenible y comunitaria. De ahí que la AEC, en el desarrollo del Programa TMD, haya adoptado la definición del TMD como:

"Una vía potencialmente eficaz y *rentable* para ampliar y profundizar la actividad económica en *más de una* comunidad, mediante la ampliación de la población de esas **comunidades** con las personas presentes por una **breve estancia** que hacen **un solo viaje** y que están dispuestas a hacer gastos por *servicios* que ofrecen *valor*".

Reconociendo los beneficios a cosechar a partir del Turismo Multidestino, en la región del Gran Caribe se han llevado a cabo varias iniciativas en este sentido.

En noviembre de 2005 se celebró en Martinica, como parte del Programa de Turismo Multidestino de la AEC, un **Foro de Ejecutivos de Líneas Aéreas y Turoperadores**. Posteriormente, y como un componente del Foro efectuado en el 2005, se organizó en junio de 2008 la **Feria de Turismo Multidestino del Gran Caribe**. Estos proyectos, los cuales fueron financiados por Interreg a través de la cooperación del Consejo Regional de Martinica, constituyeron una expresión práctica de la decisión tomada por el Comité Especial de Turismo Sostenible de la AEC de promover el concepto de Turismo Multidestino en la región.

La Dirección, a manera de seguimiento, concibió la ampliación del alcance de esta área programática al facilitar un diálogo entre las líneas aéreas del Caribe radicadas en la región y sus contrapartes en América Central, además de las Autoridades Nacionales de Turismo y Transporte. En este sentido, se propone la convocatoria de un Foro de Alto Nivel, que cuente con la participación de las partes antes mencionadas, así como de otros sectores importantes asociados al turismo y a la transportación aérea, tanto a escala regional como internacional.

Este Foro persigue facilitar el establecimiento de alianzas estratégicas entre partes clave regionales e internacionales, del sector público y privado, con miras a identificar oportunidades para entablar un diálogo de peso que conduzca a asociaciones eficaces para el desarrollo del turismo multidestino en la región.

3. BENEFICIOS DEL TURISMO MULTIDESTINO.

La industria turística de la región de la AEC se ha centrado históricamente en el turismo de un solo destino, en el que solamente un país se beneficia de los viajes del visitante. En la actualidad en la región se desarrolla muy poca actividad dentro del turismo multidestino. Considerando las posibles dimensiones del mercado del turismo multidestino, este no se sugiere como una alternativa para el turismo de un solo destino, sino como un complemento y respaldo del mismo. Un esfuerzo concertado para desarrollar el turismo multidestino traerá *nuevos* visitantes a la región, beneficiando a todas las partes en los países participantes. Con el turismo multidestino, la región estará mejor preparada para acoger a visitantes que desean

‘experimentar’ unas vacaciones de un solo destino, así como a los visitantes que quieren vivir unas vacaciones con un valor agregado o que buscan ‘explorar’ toda la región. Ello desembocará en la diversificación y mejora del producto turístico de la región y contribuirá a mejorar la competitividad y hacer crecer el potencial de la industria, al tiempo que se ofrece un entorno más equilibrado para los operadores del Caribe mediante la diversificación de la base de clientes y el tipo de producto turístico que se ofrece.

Es por ello que el turismo multidesino puede ser considerado como uno de los medios complementarios para superar la competencia internacional y sacar ventaja de los activos naturales y socioeconómicos de la región del Caribe. El Gran Caribe tendrá la oportunidad de ofrecer una amplia gama de productos turísticos a los mercados de destino único.

Desde la perspectiva de los visitantes, un paquete de turismo multidesino le dará la oportunidad a los que desean sacar el máximo a sus vacaciones y ganar varias experiencias en un solo viaje, no solo de disfrutar los hábitats naturales de la región del Gran Caribe, sino también vivir una aventura, participar en la cultura, además de tener una experiencia holística rejuvenecedora, todo en unas solas vacaciones, pero con la posibilidad de visitar varios territorios de la región del Gran Caribe, contribuyendo cada destino a la satisfacción de los diferentes deseos del visitante.

Desde la óptica del destino, hay varios beneficios a cosechar a partir del TMD, de tipo económico y de otra naturaleza. Por lo que se dice, el viejo cliché de etiquetar al Caribe como el destino de sol, mar y playa, si bien no refleja a plenitud la singularidad y diversidad de los destinos de la región, tampoco es ya suficiente para atraer al consumidor más versado y socialmente consciente del siglo veintiuno.

Con la mayor popularidad de nichos de mercado tales como el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo patrimonial, está presente la oportunidad de, a través del co-marketing y lanzamiento de una etiqueta, colocar a la región como una opción de vacaciones multidesino/viaje y atraer nuevos mercados en la medida en que se desarrollan y promueven sitios naturales e históricos, festividades culturales, eventos deportivos y otros eventos sociales presentes en cada destino. Ello demanda la voluntad y el compromiso de los países para **coordinar** las estrategias de marketing, desarrollo del producto y estrategias de inversión como **‘un solo destino’**, aún cuando los territorios por individual promuevan sus cualidades específicas y las miles de atracciones culturales, históricas y naturales intrínsecas en cada uno de ellos.

Desde una perspectiva regional, la facilitación del diálogo y la cooperación en el área de TMD es cada vez más importante ante las amenazas actuales y las incertidumbres que se prevé que tendrá que enfrentar el sector del turismo. Ello incluye el aumento de los precios del combustible y de los alimentos, las anunciadas reducciones en los vuelos hacia y desde los principales hubs de la región y la reducción de los viajes desde mercados emisores esenciales como resultado de la recesión económica de Estados Unidos y la introducción del Impuesto al Pasajero Aéreo (APD) por el Reino Unido. En cuanto a la aviación regional, los cambios significativos que se han producido han provocado que el mercado sea relativamente impredecible e inestable. Por el lado positivo, la región ha sido testigo de la introducción de transportadoras con tarifas bajas y algunas transportadoras regionales han ampliado sus rutas y destinos. En un espectro opuesto, varias limitantes financieras han desembocado en

reducciones de las dimensiones y fusiones de algunas aerolíneas fundacionales y emblemáticas en un esfuerzo por mejorar el desempeño, seguir siendo competitivos y elevar la eficiencia.

El 'acceso', al ser uno de los elementos más fundamentales para el **turismo, el comercio y la industria, al igual que para el intercambio**, necesita, por ende, de incentivos y estrategias de intervención, particularmente en lo relativo al fortalecimiento de las transportadoras de la región, facilitando los viajes hacia la región y dentro de ella, además de fomentar las asociaciones y profundizar los vínculos entre las líneas aéreas con sede regional e internacional.

Al capitalizar los beneficios del Turismo Multidestino, la industria turística de la región tiene el potencial de aumentar la competitividad al lograr que cada destino asegure los máximos resultados a partir de su industria turística. Se espera que el TMD contribuya a la sostenibilidad y la rentabilidad a largo plazo de la industria del turismo en la región. De ahí que se asepere más la labor de resaltar el perfil de la 'Zona de Turismo Sustentable del Caribe'.

4. SITUACION ACTUAL EN LA REGION.

Se ha recibido apoyo a la promoción del TMD tanto a escala regional como sub-regional. Varios funcionarios gubernamentales de alto nivel han abogado por la promoción del turismo multidestino y la participación en acuerdos de transportación aérea como parte de la estrategia de amplia base para potenciar los arribos de turistas. En varios foros se han tratado temas tales como la accesibilidad, la política de visado/inmigración y la diversificación del producto en cuanto a las relaciones para promover el turismo multidestino e intensificar los viajes dentro de la región. Estos fueron algunos de los tópicos abordados por el ex Presidente de Guyana, Bharrat Jagdeo, en su discurso ante la ***XIII Conferencia Anual de la Caribbean Tourism Organisation (CTO) sobre Turismo Sostenible***, efectuada en Georgetown, Guyana, el 15-18 de abril de 2012. Del mismo modo, en el importante evento de la CTO ***Caribbean Week in New York***, el cual tuvo lugar el 8 de junio, se sostuvo una sesión especial con los Ministros, Comisionados y Juntas de Directores de la esfera del turismo en la región, con la finalidad de examinar problemáticas que afectan el futuro de la aviación regional. Al propio tiempo, la Cumbre y Seminario de Perspectivas del Turismo en el Caribe 2012, realizado en Montego Bay, Jamaica, el 15-16 de junio de 2012, se centró en las cuestiones que confronta el turismo regional, incluido el examen del vínculo entre la política de la aviación de la región y su competitividad.

A nivel nacional, países como Jamaica, por ejemplo, han logrado grandes avances al firmar acuerdos de cooperación con Colombia y México, y han indicado que se firmarían acuerdos similares con Cuba, Panamá y la República Dominicana, a fin de asegurar que estén interconectados los seis países del norte del Caribe.

A escala sub-regional, los países del Caribe más austral, Aruba, Bonaire, Curazao, Colombia, Granada, Venezuela, y Trinidad y Tobago, están explorando entre ellos una iniciativa de turismo multidestino. Esta iniciativa, que se encuentra en sus etapas iniciales de desarrollo, tiene como objetivo la formulación de una propuesta de proyecto para un "Ferry-Crucero/Aerolínea de Paradas en el Caribe Sur" mediante un concepto de "un boleto – múltiples destinos".

Cabe destacar también que a nivel organizativo, tanto la CTO como la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) han venido utilizando métodos de marketing y promoción conjunta de sus Países Miembros.

Por lo tanto, ha habido varios intentos de diversas agrupaciones sub-regionales para adoptar el modelo 'Un Destino', obteniendo varios grados de éxito. Sin embargo, de lo que consistentemente se ha carecido es de la promoción necesaria y de la instauración de mecanismos de apoyo para facilitar los viajes entre los países.

Con su propuesta de proyecto, la AEC ha procurado sacar provecho de las sinergias ya existentes y potenciales entre el sector turístico y el de transporte aéreo, al intensificar la colaboración entre los operadores económicos en ambos sectores, mediante un proceso de alianzas y asociaciones, particularmente entre líneas aéreas internacionales y regionales. Reconociendo que el desarrollo y el marketing de los paquetes de turismo multidestino regionales pueden potencialmente aumentar la porción de mercado dentro del Caribe, así como en los mercados ya existentes de América del Norte y Europa, y los mercados emergentes de China y Japón, el Gran Caribe puede explotar el potencial para una diversificación provechosa y el relanzamiento del producto turístico Caribe.

5. RESUMEN DE LAS OPORTUNIDADES.

a. Fase 1.

Con miras a facilitar alianzas estratégicas entre partes esenciales regionales e internacionales, a fin de crear una mayor conectividad, la AEC se ha asociado con la Organización de Turismo del Caribe (CTO) y la Asociación Latinoamericana y del Caribe de Transporte Aéreo (ALTA), una organización privada, sin fines de lucro, que representa los intereses de las líneas aéreas comerciales y filiales de la industria de América Latina y el Caribe. En este sentido, una **Reunión Día de la Aviación de Ejecutivos de Líneas Aéreas con las Autoridades Regionales de Transportes y Turismo** se llevará a cabo 13 de noviembre 2013 en Cancún, México.

Este encuentro se propone a manera de una primera fase para facilitar el diálogo entre estos respectivos grupos de partes e incluiría a representantes de la ALTA, CARICOM y de las líneas aéreas con sede insular y ejecutivos del turismo.

Un objetivo relacionado es la identificación de oportunidades para entablar un diálogo de peso entre importantes partes del sector público y privado en el terreno del turismo que conlleve a asociaciones estratégicas para el desarrollo del turismo multidestino en la región. La reunión, por lo tanto, se propone explorar las opciones y parámetros para desarrollar un mecanismo sostenible para el establecimiento y subsecuente celebración de un **Foro de Ejecutivos de Líneas Aéreas y Turismo para la Promoción del Turismo Multidestino en el Gran Caribe** anualmente. La propuesta es que este encuentro explore las oportunidades, los retos y que identifique los próximos pasos en este sentido.

Sobre ALTA

Fundada en 1980, la membresía de ALTA se compone de aproximadamente 40 aerolíneas miembros que representan más del 90 por ciento del tráfico aéreo comercial de la región. ALTA tiene como objetivo principal coordinar los esfuerzos de colaboración de sus miembros con el fin de facilitar el desarrollo del transporte aéreo más seguro, más eficiente y ecológico en la región de América Latina y el Caribe para el beneficio mutuo de los miembros de la Asociación, sus clientes y la industria del transporte aéreo.

Sobre la CTO

La Organización de Turismo del Caribe (CTO), es la agencia de desarrollo turístico de la región del Caribe, y uno de los Observadores Fundadores de la AEC. La membresía de la CTO se compone de más de 30 países y territorios de holandés, inglés, francés y español, así como miembros aliados del sector privado. El objetivo principal de la organización de Turismo del Caribe es proveer a sus miembros y a través de sus miembros los servicios y la información necesaria para el desarrollo del turismo sostenible para el beneficio económico y social de los pueblos caribeños.

- **Fase 2**

Como seguimiento a la Fase 1, se recomienda a manera de segunda fase, encargar la realización de un estudio que aúne los diversos enfoques regionales y sub-regionales con respecto al TMD, con recomendaciones para la formulación y la adopción de una **Estrategia de TMD para el Gran Caribe indicativo de las consideraciones de política**.

El estudio persigue servir como un modelo de mejor práctica y guía para mejorar la eficiencia, reducir la duplicación de esfuerzos e idear una estrategia abarcadora y homogénea que informe y oriente el desarrollo del Programa de TMD en el Gran Caribe.

- **Fase 3.**

Como tercera fase, se recomienda la institucionalización del TMD y sus mecanismos de apoyo. Se concibe que esta fase parta de las iniciativas regionales y sub-regionales existentes que puedan apoyar el TMD, con la finalidad de lograr mayor coherencia y cohesión, y no necesariamente inventar nuevos mecanismos donde no se necesiten. En esa capacidad, se propone que las actividades se centren en el desarrollo y promoción de paquetes de TMD; la estandarización de sistemas y procesos de TMD; mecanismos de coordinación para facilitar los viajes intra-regionales; conectividad de las líneas aéreas y tarifas de conectividad (incentivos y descuentos); y consenso sobre temas relativos a los requisitos de visado y de entrada/salida, etc.

6. CONCLUSION.

La AEC reconoce que la mayoría de los factores que pueden mejorar el TMD tendrán también un impacto positivo en el desarrollo del turismo intra-regional y del turismo de un solo destino. De ahí que la implementación de los factores que conducen a la promoción y el crecimiento del TMD, tengan un efecto sinérgico en toda la industria turística de la región, facilitando con ello su rentabilidad a largo plazo.

El éxito del TMD en el Gran Caribe, sin embargo, está relacionado directamente al compromiso de crear un entorno propiciador para su desarrollo, desde una perspectiva tanto del sector público como privado. Se sugieren las estrategias antes mencionadas como un posible marco para exhortar a los Estados Miembros de la AEC en el Gran Caribe a sacarle el máximo a la eficiencia y potenciar los beneficios que se pueden obtener mediante la cooperación.

Al igual que en todos los empeños con beneficios multilaterales, el éxito de esta iniciativa demanda del liderazgo y la participación de los Estados Miembros y Miembros Asociados de la AEC, de manera tal que se logre la subsecuente implementación del turismo multidesino dentro del Gran Caribe.