

EL TURISMO MULTIDESTINO (TMD): OPORTUNIDAD PARA LA DIVERSIFICACION Y EL DESARROLLO



EL TURISMO MULTIDESTINO (TMD):

OPORTUNIDAD PARA LA DIVERSIFICACION Y EL DESARROLLO

La industria del turismo ha sido considerada desde hace mucho como uno de los vehículos primarios para el desarrollo social y económico de los países que integran la Asociación de Estados del Caribe (AEC) en el Gran Caribe. Con la conciencia de que la industria del turismo es altamente competitiva y que demanda estrategias de marketing innovadoras para asegurar el éxito a largo plazo, cada vez se ha hecho más necesario fortalecer las redes de cooperación entre los países, para así aumentar y distribuir mejor los ingresos que genera el turismo.

Desde una perspectiva geopolítica, se cree que la región puede ganar una ventaja competitiva y elevar de este modo la sostenibilidad, si es capaz de aunar y promover sus distintas atracciones de un modo más cohesivo para atraer a posibles visitantes. A fin de abordar este tema, la AEC ha venido trabajando para promover el Turismo Multidestino (TMD) y profundizar la cooperación y el diálogo entre las partes interesadas del turismo regional. El propósito es utilizar el TMD como una herramienta para preservar el mercado de la región en los mercados extra-regionales e incrementar los flujos de turistas a escala intra-regional.

UNA MIRADA DE CERCA AL MODELO DEL TMD

Históricamente el enfoque al desarrollo del turismo ha sido el modelo de un solo destino, en el que cada país y/o destino compite por su porción en el mercado, utilizando varias estrategias de

marketing y promoción para atraer visitantes. Este enfoque unilateral prevalece aún en buena medida entre los países del Gran Caribe, pese a los esfuerzos de varias Agencias Regionales para promover empresas conjuntas.

Sin embargo, el turismo multidesino va más allá del marketing y la promoción y es un enfoque con respecto al desarrollo del turismo que agrega valor a la experiencia turística, al tiempo que amplía los beneficios del turismo a más de un destino. En este sentido, el turismo multidesino puede ser considerado como uno de los medios complementarios para diversificar la Industria Turística Regional, mientras se saca provecho de los bienes naturales y culturales de la región, y se contribuye al crecimiento social y económico.

Desde la perspectiva del visitante, un paquete de turismo multidesino le permite a los viajeros experimentar distintos destinos/localidades, donde cada experiencia satisface un deseo diferente del visitante. Esto adquiere aún más importancia en el empeño por agregar valor para los visitantes de la región, dados los impedimentos para viajar que han impuesto algunos países, lo cual hace el acto de viajar menos placentero y más costoso. Esta promoción contribuirá igualmente a elevar el atractivo permanente de la región y mitigar así el aumento de la competencia emanada de otras regiones turísticas.

Desde la perspectiva del destino, hay varios beneficios, económicos y de otro tipo, que se derivan del turismo multidesino. Se sabe muy bien que el viejo cliché de etiquetar al Caribe como 'El Destino' de sol, arena y playa, si bien no representa plenamente las características únicas y diversas de los destinos de la región, ya no es suficiente para atraer al consumidor más moderno que busca mayores experiencias y que es socialmente consciente. Con la popularidad cada vez mayor del turismo nicho, se presenta la oportunidad de posicionar a la región como una opción de viajes multidesino y atraer nuevos mercados en la medida en que se profundiza el desarrollo y promoción de los atributos naturales, históricos y culturales de cada país. Ello demanda la voluntad y compromiso por parte de los países para coordinar las estrategias de marketing, desarrollo del producto e inversión como 'UN' Destino del Gran Caribe, aún cuando se sigan desarrollando sus atracciones únicas.

Desde una perspectiva regional, el turismo multidesino ofrece la oportunidad para que cada país afiance el máximo rendimiento a partir de sus inversiones turísticas y actividades afines. Esto reviste importancia tomando en cuenta las actuales amenazas e incertidumbres que enfrenta el sector del turismo. Entre estas se incluye la reducción de vuelos hacia y desde los principales hubs de la región, además de las nuevas políticas de viaje e impositivas que se están instrumentando en algunos de los principales mercados emisores, lo cual ha reducido los viajes a la región.

Reconociendo que el desarrollo y promoción de los paquetes regionales de multidesino puede impulsar los viajes a escala intra-regional e incrementar la porción de mercado de la región desde los mercados existentes de América del Norte y Europa, así como los países emergentes BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) y América Latina, los países del Gran Caribe pueden explotar el potencial inherente a la diversificación rentable y reimposición de sello a la Industria Regional del Turismo en la arena internacional. El hecho de que el turismo multidesino sea una tendencia novel y en crecimiento, lo convierte en ideal como estrategia de desarrollo y, por ende, los hacedores políticos y partes interesadas, incluidas las líneas aéreas y otros sectores del transporte que prestan servicio a la región, deben estar listos para sacar provecho de su capacidad.

LA FACILITACION DE LOS VIAJES, CLAVE PARA EL TMD

En este momento, en la región se desarrolla muy poca actividad de turismo multidesino. Varias agrupaciones sub-regionales han hecho algunos intentos, particularmente con respecto al marketing, los cuales han cosechado varios grados de éxito. Cabe destacar que de lo que sistemáticamente se carece es de la necesaria promoción y el establecimiento de mecanismos de apoyo para facilitar los viajes entre los países.

En tal sentido, se impone la necesidad de que los hacedores políticos revisen con dinamismo los mecanismos de control fronterizos y migratorios vigentes. Para el Gran Caribe, es necesario explorar, por ejemplo, la posibilidad de adoptar medidas que le permitan a los turistas viajar de manera más conveniente hacia y entre los países de la región, como la anulación del visado para determinados países o una visa de entrada múltiple, como la que se creó cuando el Caribe celebró la Copa Mundial de Cricket en el 2007.

Vale la pena señalar que existen algunas iniciativas a nivel sub-regional que buscan facilitar los viajes y la conectividad intra-regional, como el Mercado y Economía Unicos (CSME) de la Comunidad del Caribe (CARICOM) y el Sistema de la Integración Centroamericana (SICA). Los países de la Organización de Estados del Caribe Oriental (OECS) firmaron también un Tratado de Unión Económica, el cual posibilita el libre movimiento de personas. Merece resaltar, no obstante, que estas iniciativas se centran fundamentalmente en los temas comerciales y en el movimiento de nacionales entre los países.

A un nivel regional más amplio, se ha logrado avanzar muy poco, y a ello se une la falta de una conectividad aérea y marítima eficiente dentro de la región. Estos factores, así como la presencia de políticas y procedimientos obsoletos, actúan como obstáculos para el movimiento de los viajeros de negocios y turistas por igual.

Para la AEC, el desarrollo del turismo multidesino y la institucionalización de los mecanismos de apoyo dirigidos a facilitar los viajes intra-regionales, no son incompatibles con los países que siguen promoviendo sus destinos. Tampoco persigue reemplazar el derecho soberano de un país de controlar la inmigración y limitar la entrada, duración de la estancia o actividades de los viajeros, lo cual se considera que redundaría en el mejor interés de garantizar la seguridad de sus ciudadanos y la seguridad de sus fronteras. Alternativamente, el turismo multidesino tiene el potencial de complementar y mejorar los esfuerzos de un país, tanto en términos de la promoción del destino, como en el control de las fronteras, mediante la estandarización de las políticas y procedimientos, y el intercambio de información y recursos.

La AEC reconoce que la mayoría de los factores que mejorarían el turismo multidesino, tendrían un impacto positivo en la industria turística en general en la región, facilitando así su rentabilidad a largo plazo. El éxito de toda estrategia regional multidesino en el Gran Caribe, sin embargo, está directamente relacionado a la disposición y el compromiso de crear un entorno propiciador para su desarrollo, desde la perspectiva tanto del sector privado como del público.

Figura 1. Análisis Comparativo de las Características y Beneficios del Modelo de Turismo de un Solo Destino versus el Modelo de Turismo Multidestino.

UN SOLO DESTINO

MULTIDESTINO

TURISTA/VIAJERO

Se visita un solo país.

Se visitan dos o más países.

Se desea un destino o experiencia específica.

Se experimenta un itinerario variado y diverso al agregar valor a un solo trayecto prolongado.

Se necesita menos tiempo y recursos.

Se necesita más tiempo y recursos.

Mercado demográfico al que está dirigido – Pensionados de mayor edad, visitantes repitentes y comunidades de la Diáspora.

Mercado demográfico al que está dirigido – Jóvenes, personas de mediana edad, prósperas, que buscan aventuras y con conciencia social.

PAIS/DESTINO

El país es el único responsable de todos los esfuerzos de marketing y promoción.

Se comparten los costos mediante esfuerzos conjuntos de marketing y promoción.

Promueve la competencia entre los países y propicia el aislamiento y el proteccionismo.

Fomenta lazos más estrechos y profundiza la cooperación y la colaboración entre los países.

El mono-producto tradicional es con frecuencia el principal atractivo y sostenimiento.

Potencial para desarrollar nuevos productos turísticos y mercados nicho.

El status quo tradicional se mantiene en los enclaves todo-incluido dominados por turoperadores internacionales y Redes Globales de Distribución.

Oportunidad para ampliar los beneficios del turismo a otras regiones, actores y comunidades a escala local.

REGION GRAN CARIBE

Un solo destino es la principal atracción.

La promoción del multideestino es un elemento clave.

Se mantienen las vías tradicionales del acceso al mercado y promoción entre los visitantes potenciales.

Ofrece acceso a un mercado más amplio y una oportunidad para aumentar la cantidad de visitantes, sacando provecho de un amplio esfuerzo promocional regional.

Los beneficios del país se derivan solo y directamente de sus propios esfuerzos.

Oportunidad para expandir la participación en el turismo y distribuir los beneficios del turismo a escala regional.

El énfasis está en la promoción y el desarrollo de la imagen del País/Destino.

Fortalece la imagen y el atractivo regional al mostrar la diversidad de la región.

Se promueve el país o el destino individual.

Se promueve la región como un destino.

Autoría:

Julio Orozco / Director de Turismo Sostenible.

Amanda Charles / Asesora de Turismo Sostenible.