

Nexo Comercio/Turismo: Oportunidades que Ofrece



Nexo Comercio/Turismo: Oportunidades que Ofrece

Los Estados Miembros de la Asociación de Estados del Caribe (AEC) representan en conjunto un mercado de aproximadamente doscientos ochenta (280) millones de personas. Históricamente, el comercio de los Estados Miembros de la AEC se ha catalogado como un comercio excesivamente dependiente de las exportaciones de los productos primarios tradicionales, los cuales no figuran entre los más dinámicos en el comercio internacional, con solo unos pocos países que demuestran ser la excepción. “En 1999, el grueso de las exportaciones intra-AEC consistió en otros bienes manufacturados, incluidos hidrocarburos y productos químicos. Otros bienes manufacturados representaron el 26.3 por ciento del total de las exportaciones en ese año, mientras que el combustible constituyó el 26.2 por ciento y los químicos el 15.5 por ciento”. (ACS and ECLAC, 2011).

Muchos países del Gran Caribe se han apartado de la producción de productos primarios y han experimentado una vasta reducción de la industria manufacturera. Al propio tiempo, la industria de los servicios ha venido ganando más y más terreno, y se ha convertido en un importante contribuyente económico. Se ha reconocido que el comercio de servicios ofrece en sí numerosas oportunidades para la región, y deviene importante emplear estrategias para promover el desarrollo y la exportación de los servicios, además de estimular una mayor inversión en el sector, a tono con la agenda regional en materia de comercio.

El comercio global de servicios en la región se ha desarrollado fundamentalmente en el turismo y los servicios relacionados al turismo. La región del Caribe se sitúa como el número uno en cuanto a dependencia del turismo para el crecimiento económico – tanto directa como indirectamente. Los arribos anuales de turistas a la región se estiman en este momento en alrededor de 20 millones, a lo

que se suman los más de 12 millones de pasajeros de cruceros que visitan la región anualmente. La Caribbean Tourism Organization prevé también un crecimiento continuo en el sector.

Con la ampliación de la Industria de los Servicios en la región y el surgimiento de los distintos subsectores y mercados a partir del producto tradicional del turismo masivo, se impone explorar los lazos intrínsecos entre el comercio y el turismo, y explotarlos en aras de los beneficios generales y el desarrollo económico sostenido de la región.

Hay una serie de áreas nicho en los servicios que están ganando prominencia y que representan un alejamiento de la idea tradicional de la economía de servicio, hacia terrenos en los que la innovación y la creatividad se han convertido en consignas. “El ecoturismo y el turismo de intereses especiales, lo cual incluye a subsectores tales como el agro-turismo, el turismo de aventura, el turismo deportivo, el turismo patrimonial, el turismo de salud y el turismo comunitario, forman todos parte de este nuevo enfoque estratégico”. El desarrollo del campo de las industrias creativas, así como otros productos especializados, ha dado lugar a un empeño dirigido al crecimiento económico innovador, ya que estas son áreas esenciales en las que se puede asir la capacidad existente en esta región y utilizarla para beneficio de los Estados Miembros.

La creación de cadenas de suministro y valor arroja también oportunidades. En el caso de las economías pequeñas, la presencia de vínculos intersectoriales más profundos asegurará la cosecha de mayores recompensas. Entre los ejemplos a citar están el suministro de productos agrícolas a los hoteles y líneas de cruceros, lo cual no solo eleva la producción de alimentos, sino que también abre mercados especiales para productos nacionales específicos. La innovación y la creación de mecanismos de innovación son, por ende, vitales en este proceso.

La importancia del valor agregado es otro tema que se trae a la palestra. El desarrollo de nuevos productos de valor agregado es un factor obligado para poder recoger los beneficios del crecimiento potencial que presenta este espacio económico globalizado y cambiante. La región, para poder competir eficazmente y mantener una ventaja competitiva sostenida, tiene que producir un producto especializado de mayor calidad - “el Caribe dependerá de la capacidad de la región para entregar un producto de alta calidad que se corresponda con los gustos, necesidades, anhelos y demandas cambiantes del viajero internacional. La segmentación cuidadosa y el diseño de estrategias de mercadeo de nichos pueden desembocar en la ampliación y el crecimiento del mercado. Ello contribuirá a la optimización de los ingresos derivados del turismo y, en consecuencia, al crecimiento económico”.

Se reconoce al comercio como un motor importante del crecimiento y el desarrollo para los Países Miembros de la AEC, y la Asociación ha participado activamente en proyectos dirigidos a promover el ascenso de la cantidad y la calidad de los bienes y servicios que se comercian entre los países de la región. El examen de las sinergias entre el comercio y el turismo es solo un ejemplo de los beneficios que se pueden derivar del fortalecimiento de los lazos entre los sectores y las industrias. La expansión del comercio en el Gran Caribe no se puede llevar adelante dejando aislados a otros sectores, ello demanda el reconocimiento del vínculo indeleble que existe entre el comercio y otros sectores, así como la creación de conexiones duraderas entre ellos (dichos sectores). La AEC, como institución, ha estado trabajando dentro de los parámetros de este principio, con el desarrollo de proyectos e iniciativas conjuntas entre la Dirección de Desarrollo del Comercio y las Relaciones Económicas Externas, y la Dirección de Turismo Sostenible.

Dentro de la región de la AEC hay áreas para una posible inversión y el incremento del comercio en todos los sectores. Ello se refiere al surgimiento de sectores emergentes, mercados no explotados, la creación de mercados nicho y el espíritu empresarial innovador presente en cada País Miembro de la región. A partir de políticas reformadas, enfoques estratégicos y vínculos inter e intra-sectoriales en la búsqueda del desarrollo sostenible y un crecimiento económico viable, se pueden también acopiar beneficios. Es a través de la canalización eficaz de las iniciativas de inversión en las áreas identificadas, además de otros nichos, que la región asirá plenamente el potencial y las posibilidades existentes que redunden en ingresos para los países y los pueblos de la civilización de nuestro Gran Caribe.

Kariyma Baltimore es la Asesora de Comercio de la Asociación de Estados del Caribe. Los comentarios o la correspondencia se pueden enviar a feedback@acs-aec.org