

PERSPECTIVAS SOBRE EL TURISMO EN LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES. ANÁLISIS COMPARATIVO CON EL MERCOSUR

Bárbara Catalano

INTRODUCCIÓN

El proyecto de integración al que aspiran los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) tiene un carácter comprensivo que excede el ámbito de los acuerdos comerciales. En este contexto, la integración en materia de turismo ha despertado un interés creciente entre los gobiernos de América Latina y el Caribe, por su capacidad de generar divisas y favorecer la inversión privada, la creación de empleo, la inclusión y el encadenamiento de empresas pequeñas y comunidades locales. Asimismo, la actividad turística puede contribuir a reforzar la identidad regional y subregional de los esquemas de integración.

Como lo advierte la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés),¹ el turismo es uno de los rubros económicos más importantes para los países en desarrollo. Un ejemplo son las naciones del Caribe: luego de la reestructuración económica que se produjo tras la independencia de dicha región, se buscó incrementar la competitividad en ámbitos no tradicionales, y el turismo tuvo una gran participación en ese sentido (Bolaky, 2011, pp. 55-56). De este modo, es importante considerar al turismo como una oportunidad para el crecimiento económico de los países de la CAN, no solamente porque ellos cuentan con los recursos naturales y culturales esenciales, sino porque efectivamente, en los últimos años, se han dado casos, como el mencionado del Caribe, en cuyo crecimiento económico este sector influyó en forma notoria.

Asimismo, existen otros esquemas de integración en América Latina –como, por ejemplo, el MERCOSUR– que han llevado a cabo políticas concretas en materia de cooperación conjunta con el fin, no solo de lograr una concienti-

Bárbara Catalano es Licenciada en Turismo de la Universidad del Salvador, Maestranda en Procesos de Integración Regional con énfasis en MERCOSUR en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Buenos Aires y becaria por la Organización de Estados Americanos en la realización del Diplomado en Gestión del Turismo Sostenible dictado por el Fondo Verde. E-mail: catalano81@gmail.com

¹ Véase <<http://www.un.org/spanish/News/fullstorynews.asp?newsID=20933>>.

zación sobre el impacto del sector en la economía, sino también de profesionalizar la actividad y profundizar en este sentido el proceso de integración regional.

Dado el abanico de variables en las que repercute, el turismo genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados, fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. Esta complejidad de la actividad lleva a que, para arribar a un análisis significativo, deba encararse un estudio de las estadísticas sobre su naturaleza y desarrollo así como una comparación entre las llegadas de turistas en las dos principales subregiones de América del Sur: la Comunidad Andina de Naciones y el MERCOSUR (incorporando a Chile a este espacio a los fines del análisis).

En este trabajo, en primer lugar, presentaremos un análisis de las llegadas de turistas internacionales a los cuatro países miembros de la CAN, para relacionarlo, luego, con los mismos datos referidos al MERCOSUR. Asimismo, elaboraremos una matriz que permita observar, a primera vista, la magnitud del turismo emisivo intrarregional en ambos casos, así como arribar a ciertas conclusiones en relación con los datos observados y comparados. Finalmente, presentaremos algunas propuestas que los cuatro países de la CAN podrían desarrollar en conjunto en el ámbito de la cooperación turística.

TURISMO INTRARREGIONAL Y EXTRARREGIONAL

Si bien es posible considerar diversos datos estadísticos para acceder a un entendimiento preciso de la actividad del turismo, en el presente trabajo se tomarán los datos correspondientes a las llegadas de turistas extranjeros según nacionalidad en los años 2002 y 2010. Estos datos cuantitativos permiten reflejar la realidad en la que se encuentra la CAN en términos de flujos de turismo intrarregional.

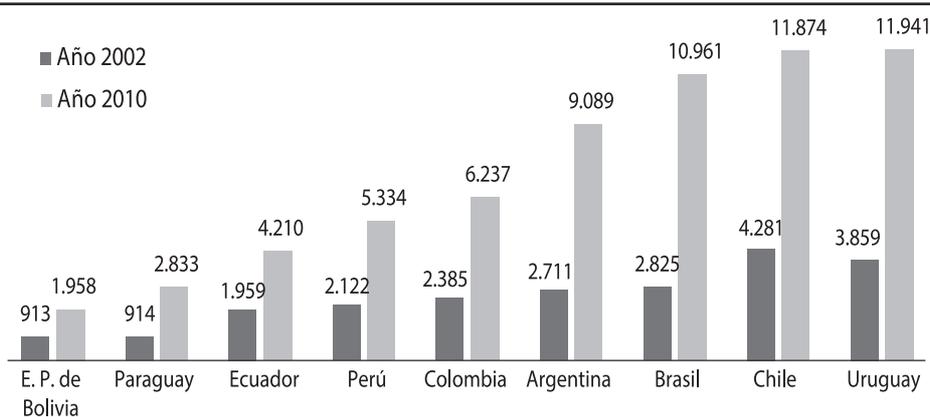
Al analizar el flujo intrarregional de turistas y desagregar al turismo receptivo por país de origen, es posible observar las diferentes proporciones de turistas provenientes de la región que reciben cada uno de los países.

Se comparan los flujos del turismo receptivo en las dos subregiones siguientes: *Comunidad Andina de Naciones (CAN)* compuesta por el Estado Plurinacional de Bolivia (en adelante E. P. de Bolivia), Colombia, Ecuador y Perú; y *MERCOSUR y Chile* (en adelante MCS + CH), compuesta por Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Chile. Se toman estas dos subregiones porque comparten ciertas características por el hecho de formar parte del mismo continente y también por pertenecer a procesos de integración creados con el fin de ampliar las dimensiones de sus mercados y acelerar el desarrollo económico mediante el aprovechamiento eficaz de los recursos disponibles. Asimismo, ambas subregiones abarcan casi la totalidad de la región de América del Sur –con la excepción de la República Bolivariana de Venezuela (que se encuentra

próxima a incorporarse al MERCOSUR), Guyana y Surinam– y también constituyen espacios integrados por países contiguos geográficamente, elemento que debiera contribuir al turismo intrarregional. Además, ambos esquemas han trazado entre sus objetivos la cooperación y coordinación de políticas entre sus miembros en un amplio espectro de ámbitos, más allá de la integración económica/comercial.

Si se observa la composición del turismo receptivo de la CAN, tanto para el año 2002 como para 2010, se advierte que solo un 23% y un 21%, respectivamente, corresponden a los países de la misma subregión (véase Cuadro 1). Es decir, casi un 80 % de los turistas que llegan a la CAN proviene de otros orígenes (principalmente de otros países de Latinoamérica, de Europa, de Asia y de los Estados Unidos). Al examinar los flujos intrarregionales del MCS + CH para los dos años estudiados, se constata que el turismo intrarregional es mucho más relevante que el que se produce en la CAN: los porcentajes que representan los turistas extranjeros provenientes de la región son del 52% en 2002 y del 55% en 2010. Es posible que esta situación –en la que existe un turismo emisoro intrarregional más fuerte en comparación con el que se produce en la CAN– tenga su origen en la capacidad de los nacionales de los países de la CAN para realizar turismo. Como se observa en el Gráfico 1, los países del MCS + CH en general –salvando la particularidad del Paraguay– poseen un PIB per cápita mayor al de los países de la CAN; dicho PIB es superior a los 9.000 dólares, ocupando el primer lugar Uruguay con una cifra de casi 12.000 dólares per cápita para el año 2010. Además, como se observa en ese mismo gráfico, esta situación se ha mantenido en los últimos años: si bien los montos han variado diferenciadamente a lo largo de la década, se mantienen los valores diferenciales según el país que se tome para la medición.

Gráfico 1. PBI per cápita a precios corrientes (en dólares). Países miembros de la CAN y del MCS + CH. Años 2002 y 2010



Fuente: Estimaciones propias sobre datos de CEPALSTAT (<http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/WEB_CEPALSTAT/estadisticasIndicadores.asp?idioma=E>).

Cuadro 1. Turistas extranjeros recibidos por país de la subregión (en porcentajes). según nacionalidad. Países miembros de la CAN y del MCS + CH. Años 2002 y 2010**1.1. Países miembros de la CAN. Año 2002**

Origen	Destino				TOTAL
	CO	BO	EC	PE	
CO	0	2	29	3	9
BO	1	0	1	6	3
EC	10	1	0	6	5
PE	4	15	16	0	7
SUBTOTAL	14	19	45	15	23
ROW	86	81	55	85	77
TOTAL	100	100	100	100	100

1.2. Países miembros del MCS + CH. Año 2002

Origen	Destino					TOTAL
	AR	BR	UY	PY	CH	
AR	0	18	60	64	36	23
BR	12	0	9	17	6	6
UY	13	5	0	2	1	6
PY	18	6		0	1	8
CH	27	3	1	2	0	9
SUBTOTAL	70	33	72	85	44	52
ROW	30	67	28	15	56	48
TOTAL	100	100	100	100	100	100

1.3. Países miembros de la CAN. Año 2010

Origen	Destino				TOTAL
	CO	BO	EC	PE	
CO	0	2	19	4	6
BO	1	0	1	4	2
EC	9	1	0	7	5
PE	5	30	15	0	9
SUBTOTAL	15	32	35	15	21
ROW	85	68	65	85	79
TOTAL	100	100	100	100	100

1.4. Países miembros del MCS + CH. Año 2010

Origen	Destino					TOTAL
	AR	BR	UY	PY	CH	
AR	0	27	47	47	39	24
BR	22	0	14	34	11	12
UY	12	4	0	2	1	6
PY	8	4	1	0	1	4
CH	20	4	2	2	0	8
SUBTOTAL	63	39	64	86	52	55
ROW	37	61	36	14	48	45
TOTAL	100	100	100	100	100	100

Nota: CH: Chile; CO: Colombia; EC: Ecuador; PE: Perú; PY: Paraguay; UY: Uruguay; ROW: Resto del mundo.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos obtenidos de: la sección de Estadísticas Sectoriales de Turismo de la Comunidad Andina de Naciones para el E. P. de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú; de la OMT para la Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay; y de la Dirección de Estadísticas del SERNATUR para Chile.

El PBI per cápita es utilizado frecuentemente como medida (aproximada) del poder adquisitivo de la población de un país. Por otra parte, el turismo es una actividad de ocio que las personas realizan cuando acceden a ciertos niveles de ingreso. En este sentido, se podría decir que es un servicio con una demanda bastante elástica en relación con la renta. Así, al momento de considerar sus gastos para las necesidades esenciales, claramente el turismo quedaría asociado a un gasto superfluo en el que no se incurriría en caso de estar bajo ciertos umbrales de renta. Por ello, podemos encontrar una correlación entre las bajas tasas de PBI per cápita y los flujos de turismo receptivo

intrarregional, así como se puede apreciar que el mayor porcentaje de turistas recibidos por los países de la región no pertenece a los de la misma CAN.

Por otra parte, es factible percibir que la distribución del turismo receptivo según origen se ha mantenido estable en el tiempo, tanto en la CAN como en el MERCOSUR y Chile. A pesar de que ambos esquemas han presentado incrementos constantes en términos de llegadas totales de turistas extranjeros entre 2002 y 2010 (véase Cuadro 2), la proporción del turismo intra e interregional se ha mantenido (con pequeñas variaciones). Este hecho es de gran importancia, ya que nos permite apreciar a primera vista cómo está conformada la mayor parte del turismo intrarregional en cada caso. Se puede observar que en la CAN es comparativamente muy escaso el que proviene de los países que pertenecen a la propia región. Cabe destacar que el desarrollo del turismo intrarregional es un componente clave para fomentar el turismo interregional y para generar un efecto redistribuidor de recursos y servir de instrumento de un intercambio multicultural, esencial para el fortalecimiento del proceso de integración.

Observando la distribución del turismo receptivo intrarregional en la CAN en 2010, el mayor porcentaje de visitantes a *Colombia* proviene del Ecuador (9%), mientras que en el *E. P. de Bolivia* proviene principalmente de Perú (30%). Luego, *Ecuador* recibe, dentro de la región, principalmente a colombianos y peruanos, mientras que *Perú* recibe un porcentaje un poco mayor de turistas provenientes de Ecuador en relación con el resto de los países. Asimismo, y como se mencionó anteriormente, el porcentaje de turismo proveniente de la región es bastante bajo, siendo Colombia y Perú los que reciben proporcionalmente la menor cantidad (en ambos casos, para 2010 llegan a un 15%).

Del análisis anterior se puede concluir que existe un potencial considerable en cuanto a la ampliación del turismo intrarregional en la CAN, tomando en cuenta las tasas mucho mayores en el MCS + CH. El potencial de desarrollo de ese turismo queda especialmente en evidencia si se considera que, en general, es el primer tipo que comienzan a realizar las personas que nunca han realizado turismo alguno.

Más allá de los beneficios económicos que traería aparejado un incremento del turismo intrarregional en la CAN, se podría pensar que dicho turismo puede ser un agente importante en el fortalecimiento de la identidad regional, una noción que representa un concepto central para analizar y comprender el fenómeno del regionalismo. Un poco más lejos de la identidad nacional existe el concepto de "identidad colectiva", que representa la razón por la cual ciertos grupos se autoperciben como teniendo intereses comunes. El hecho de viajar hacia destinos que pertenecen a un proceso de integración regional genera un mayor involucramiento con las costumbres y hábitos de la sociedad receptora y una mayor interconexión cultural entre miembros de una misma región. Y la integración económica avanza mucho más rápido cuando se asienta sobre la coincidencia cultural.

Cuadro 2. Total de turistas extranjeros recibidos (en miles de personas y en porcentajes) y variación anual (%) de los totales. Países miembros de la CAN y del MCS + CH. Años 2002-2010

2.1. Total (en miles de personas). Países miembros del MCS + CH

MCS + CH	Años								
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
AR	2.821	2.996	3.456	3.823	4.173	4.562	4.700	4.308	5.325
BR	3.785	4.133	4.794	5.358	5017	5.026	5.050	4.802	5.161
PY	250	268	310	341	3.588	416	429	439	465
UY	1.354	1.508	1.871	1.917	1.824	1.815	2.255	2.303	2.708
CH	1.412	1.613	1.785	2.027	2.252	2.506	2.698	2.749	2.766
Total	9.622	10.518	12.216	13.466	13.654	14.325	15.132	14.601	16.425
VAR %		9	16	10	1	5	6	-4	12

2.2. Total (en porcentajes). Países miembros del MCS + CH

MCS + CH	Años								
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
AR	29	28	28	28	31	32	31	30	32
BR	39	39	39	40	37	35	33	33	31
PY	3	3	3	3	3	3	3	3	3
UY	14	14	15	14	13	13	15	16	16
CH	15	15	15	15	16	17	18	19	17
Total	100								

2.3. Total (en miles de personas). Países miembros de la CAN

CAN	Años								
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
BO	334	427	480	524	521	572	593	671	807
CO	574	625	791	933	1.053	1.195	1.223	1.354	1.488
EC	683	761	819	859	840	937	1.005	968	1047
PE	998	1.070	1.277	1.487	1.635	1.812	1.949	2.024	2.176
Total	2.589	2.883	3.367	3.803	4.049	4.516	4.770	5.017	5.518
VAR%		11	17	13	6	12	6	5	10

Continúa

Cuadro 2. Continuación

2.4. Total (en porcentajes). Países miembros de la CAN

CAN	Años								
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
BO	13	15	14	14	13	13	12	13	15
CO	22	22	23	25	26	26	26	27	27
EC	26	26	24	23	21	21	21	19	19
PE	39	37	38	39	40	40	41	40	39
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Nota: AR: Argentina; BR: Brasil; UY: Uruguay; PY: Paraguay; CH: Chile; CO: Colombia; EC: Ecuador; PE: Perú; BO: Bolivia.

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos obtenidos de: la sección de Estadísticas Sectoriales de Turismo de la Comunidad Andina de Naciones para el E. P. de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú; de la OMT para la Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay; y de la Dirección de Estadísticas del SERNATUR para Chile.

Sin duda, el turismo intrarregional no necesariamente conduce por sí solo al fortalecimiento de ese sentimiento de pertenencia a la región, pero es un paso previo para la formación de una conciencia colectiva cultural y regional. Aunque se suele afirmar que el objetivo del desarrollo nacional y la integración regional es el crecimiento económico, los gobiernos deben tener en cuenta otros factores (como el sentido de pertenencia) al definir las estrategias de desarrollo y de inserción internacional.²

Según los datos sobre las llegadas de turistas internacionales en ambas regiones, se observa claramente que la región del MCS + CH recibe significativamente más turistas por año que la región de la CAN. Así, por ejemplo, en 2010 la primera recibió 16,4 millones de turistas internacionales, mientras que la segunda recibió solo 5,5 millones. Es cierto que las motivaciones para realizar la actividad del turismo dependen en gran medida de los atractivos propios del lugar a visitar, como su patrimonio natural y cultural, su geografía turística, así como de la conveniencia en cuanto a precio/calidad de los destinos en particular. En este sentido, debemos destacar que los países pertenecientes a la CAN poseen una oferta turística compuesta de una gran cantidad de atractivos, recursos naturales y bienes –tanto tangibles como intangibles– que son considerados de un gran valor histórico, artístico y cultural. En ella existen opciones para los diferentes gustos en cuanto a las preferencias de cada mercado: sitios para realizar turismo de sol y playa, turismo arqueológico, turismo aventura, de montaña, cultural, colonial y otras opciones. Entonces,

2 Por este motivo Colombia y Ecuador recientemente acordaron considerar nacionales a todos los vuelos entre ambos países, para así bajar las tasas y los impuestos. Así lo indicó el Ministro de Turismo Díaz Granados en referencia a la mejora de la conectividad aérea dentro de la CAN, el 18 de enero 2012, (véase en < <http://www.comunidadandina.org/prensa/notas/np18-1-12a.htm>>).

cabría preguntarse por qué la región de la CAN recibe un número tanto menor de turistas por año que la región MCS + CH, encontrándose esta última, además, más alejada del mercado europeo y del turista proveniente de los Estados Unidos.³ En el año 2010 la región MERCOSUR + Chile recibió casi tres veces más turistas que la región CAN. Si bien es cierto que más de la mitad proviene de la misma región (MCS + CH), existe una gran cantidad de turismo extrarregional que contribuye a incrementar el número total de turistas y los ingresos económicos provenientes de sus gastos en el país receptor.

Es posible observar que, aunque en ambas regiones existe una variación porcentual en alza (exceptuando el año 2009 para el MCS + CH, producto de la crisis internacional), la proporción del turismo receptor de estos países no se ha modificado. Solamente el E. P. de Bolivia ha mejorado en dos puntos porcentuales la participación del turismo receptor de la CAN, mientras que el Paraguay se ha mantenido a lo largo de los ocho años en un 3 por ciento.

Por otra parte, se puede apreciar que el E. P. de Bolivia se encuentra muy rezagado en términos de turismo receptivo en comparación con los otros países de la CAN (como lo está el Paraguay en el MERCOSUR). En efecto, el E. P. de Bolivia recibe la menor proporción de turistas en toda la región: en 2010 ingresaron 807 mil turistas, cifra que, comparada con el número total para la región, resulta muy reducida (en porcentajes). Esta situación se ha mantenido, por lo menos en el periodo estudiado. Tal es así que, por ejemplo, en 2010 el turismo que recibió representa un 15% del total de la CAN. Este es un caso que habría que tener en cuenta para un tratamiento especial en cuanto a programas de desarrollo del turismo regional. En este marco, podría plantearse el objetivo de que las personas que visitan los otros destinos (dentro de la perspectiva subregional) se desplacen hacia los menos visitados. Para ello se necesitaría una promoción conjunta de estos últimos como parte del destino regional.

REVISIÓN DEL TURISMO EN EL ÁMBITO INSTITUCIONAL DE LA CAN

La CAN –a diferencia del MERCOSUR–⁴ introdujo al turismo en la agenda de actividades desde ya hace varios años. Tal es así que en 1971, por Decisión 036,

3 De hecho, y a modo de ejemplo, los pasajes aéreos de vuelos provenientes de ciudades como Nueva York hacia Buenos Aires son más costosos que los que tienen como destino Lima (principalmente debido a las distancias).

4 Por medio de la Resolución N° 12/91, desde el Grupo Mercado Común (GMC) se da origen a las Reuniones Especializadas de Turismo (RET). Las autoridades de los Estados Partes propusieron esta iniciativa debido a la notoria vinculación e importancia del turismo en relación con los objetivos del Tratado de Asunción. Así, en dicha resolución se resuelve establecer la RET de los Estados Partes, que tendrá como función proponer al Grupo Mercado Común medidas tendientes a coordinar sus respectivas políticas turísticas. Por otra parte, desde la órbita del Consejo del Mercado Común (CMC), en 2003, por medio de la Decisión N° 12/03, se dio inicio a la Reunión de Ministros de Turismo (RMTUR), que tuvo en cuenta el tratamiento de algunos asuntos a nivel ministerial o a nivel de funcionarios de jerarquía equivalente. En este

se dio lugar a la creación del Consejo de Turismo. Posteriormente, en 1982 se firma la Decisión 171 sobre el Programa Andino de Desarrollo e Integración Turística, el cual representa no solo la reafirmación del posicionamiento de la actividad en la región sino también la intención de homogeneizar aspectos clave, como son, entre otros, la oferta y la demanda turística, las actividades de las agencias de viajes y todo lo relativo a los operadores e intermediarios turísticos.

Dentro del proceso de mejoramiento de la norma sobre el Régimen para el Desarrollo e Integración del Turismo en la Comunidad Andina, por medio de la Decisión 463 se deroga la Decisión 171 y se da lugar a un nuevo programa, estableciéndose los objetivos específicos en torno al turismo regional, a la oferta y a la facilitación turística, así como a la liberalización sectorial de la actividad. Además, por medio de esta decisión, se crea el Comité de Autoridades Andinas de Turismo (CAATUR), organismo técnico asesor de la Secretaría General de la Comunidad Andina, conformado por representantes de los organismos nacionales responsables del turismo de cada país miembro.

Otras cuestiones importantes desarrolladas en el marco del turismo fueron la Decisión 498, que consagró el 24 de mayo como el Día del Turismo Andino, y la Decisión 503, que reconoce los documentos nacionales de identificación como único requisito para viajar entre las cuatro naciones de la subregión en calidad de turista.⁵

Por otra parte, por medio de la Decisión 768, se comenzó a trabajar en una norma comunitaria que precisa los contenidos y aspectos metodológicos fundamentales para la implantación y continuidad de las estadísticas básicas y para la cuenta satélite de turismo. Esto es sustancialmente importante porque la norma comprende una armonización de la información estadística que conduce, a su vez, hacia una mayor precisión en la medición gracias a los indicadores económicos relacionados con la actividad y, por consiguiente, permite que las recomendaciones de las autoridades públicas sean más acertadas.

Por otro lado, actualmente se está llevando a cabo el Programa Regional Andino. Este comprende una iniciativa conjunta entre la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Secretaría General de la Comunidad Andina, con el fin de contribuir al desarrollo social y a la reducción de las desigualdades en los países andinos, promoviendo la adopción de políticas públicas armonizadas en ámbitos comunes de trabajo. En este

marco, la RMTUR tiene como función proponer al CMC medidas tendientes a la coordinación de políticas para promover la difusión del turismo entre los países del MERCOSUR, así como al incremento del flujo de turistas de terceros países hacia los Estados Partes.

⁵ Esta última norma precisa que “los nacionales de cualquiera de los Países Miembros podrán ser admitidos e ingresar a cualquiera de los otros Países Miembros, en calidad de turistas, mediante la sola presentación de uno de los documentos nacionales de identificación, válido y vigente en el país emisor y sin el requisito de visa consular, bajo los términos y condiciones señalados en la presente Decisión”.

contexto, se trabaja sobre líneas estratégicas que responden a las problemáticas existentes en la región y a las prioridades de los países miembros de la Comunidad Andina. Una de esas líneas es el desarrollo del sector turístico, y es sobre este sector que se ha trabajado en el marco del Proyecto de Cuentas Satélites de Turismo de los países de la Comunidad Andina.⁶

De este modo, se puede apreciar, a grandes rasgos, que, en lo que a la información estadística se refiere, la CAN está en una etapa de avance más sustancial que el producido en el MERCOSUR. Tal es así que se encuentra públicamente el acceso a la información homogeneizada sobre las estadísticas de los cuatro países miembros.⁷ Por el contrario, en el MERCOSUR, si bien se está en un proceso de armonización de las cuentas satélites de turismo por medio de la consultora ARALDI, el desarrollo estadístico aún está en elaboración, y, aunque hay información de los países separadamente, todavía no se logró una centralización al nivel en el que se encuentra en la CAN.

Otros aspectos de relevancia son: el proyecto de Rutas Turísticas Virtuales,⁸ creado con el propósito de contribuir a la difusión y promoción del turismo andino, fortalecer la identidad común e impulsar la formación de una cultura de la integración; la formulación de mecanismos para reducir las tarifas aéreas entre los ciudadanos comunitarios.

En síntesis, un breve análisis de la estructura institucional y de la implementación de acciones con vistas al fortalecimiento del sector turístico permite concluir que en la CAN existen datos concretos y homogeneizados relacionados con el sector y su papel en la economía de los cuatro países. Sin embargo, aún existe un gran potencial inexplorado en temas clave como el mejoramiento de la infraestructura, la promoción conjunta en el exterior o el aumento del turismo intrarregional.

6 El análisis de una Cuenta Satélite de Turismo permite evaluar el impacto económico del turismo y conocer el gasto realizado por el turismo receptor, emisor e interno. El documento resume el proceso de cálculo y cuantificación de la Cuenta Satélite de Turismo en cada país de la Comunidad Andina y cómo, a partir de la aplicación de la metodología Insumo Producto, es posible obtener el valor agregado bruto producto de las actividades turísticas, a fin de analizar las interrelaciones entre otros sectores económicos y el turismo. Este estudio es de una gran validez, ya que permite concentrar las experiencias desarrolladas por los cuatro países de manera homogénea y comparable.

7 La tarjeta andina de migraciones ha constituido un avance esencial a los fines de este proyecto.

8 En el año 2000, los presidentes andinos acordaron “desarrollar un amplio programa de promoción del turismo en la subregión”, al propio tiempo que el Comité Andino de Autoridades de Turismo (CAATUR) aprobó la realización de una sección especial en el sitio web de la Secretaría General de la CAN, denominado Rutas Virtuales Turísticas Andinas, con la colaboración de los respectivos entes nacionales de cada país miembro.

ASPECTOS A CONSIDERAR TRAS UN ANÁLISIS COMPARATIVO CON EL BLOQUE DEL MERCOSUR

Cooperación técnica

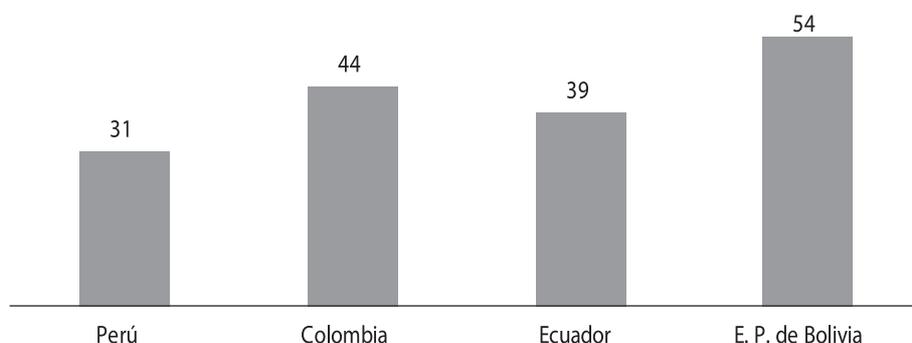
En el marco del proceso de integración regional, existen grandes brechas económicas y asimetrías⁹ de distinta índole, principalmente en el caso del E. P. de Bolivia, cuyos índices económico-sociales están situados un tanto al margen de los del resto de los países de la CAN.¹⁰ Específicamente en el turismo, como se ha mencionado anteriormente, el E. P. de Bolivia también se encuentra en una posición desfavorecida. Es en este contexto en el que se debería considerar la implementación de mecanismos comunitarios para reducir esas asimetrías. Un ejemplo sería la puesta en marcha de programas de cooperación técnica por parte de los otros países que integran la subregión. Una iniciativa de cooperación respondería al objetivo de colaborar no solo con un sector de la economía del E. P. de Bolivia (como es el turismo), sino con la región en general, dado que, si se realizan mejoras a la oferta turística –producto del impacto de la transferencia de información y tecnologías aplicadas a la gestión del turismo en el país con el cual se está cooperando–, es posible que el flujo de turismo limítrofe aumente y que se produzca un efecto colateral positivo de ingreso de turistas a los países de la región. Es decir, el efecto multiplicador del turismo¹¹ no solamente tiene incidencia dentro de las fronteras del Estado; también, aunque en menor medida, repercute en los países limítrofes, más aún tratándose de países que conforman un bloque de integración, como es el caso de la Comunidad Andina.

El sector del turismo en el E. P. de Bolivia tiene un papel menor (no solo con respecto a los países colindantes sino también en relación con otros países y regiones del mundo). En parte, esto se debe a sus carencias en infraestructura que dificultan el acceso a muchas zonas del país. Por ello, los turistas suelen permanecer principalmente en ciertos lugares de atractivo cultural o natural, en lugar de desplazarse. Pero, además, otro factor determinante es la situación social y económica de la población del E. P. de Bolivia. Como muestra el Gráfico 2, es el país de la subregión con los mayores índices de pobreza. Esto también puede generar una especie de “mala publicidad” que influye en algunos visitantes que se encuentran en la región al momento de decidir o no viajar hacia ese país.

9 Las asimetrías en los procesos de integración regional significan un obstáculo para el normal desarrollo de los países desfavorecidos.

10 El Acuerdo de Cartagena contiene el principio de solidaridad, y entre sus objetivos se destaca, para este caso en concreto, el de promover el desarrollo equilibrado y armónico de los miembros en condiciones de equidad así como el de fortalecer la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo existentes entre los países.

11 Se denomina efecto multiplicador del turismo al impacto que genera el gasto provocado por el turista en la economía. Este impacto está compuesto por una serie de sucesos encadenados, y los efectos pueden ser directos, indirectos, tangibles o intangibles.

Gráfico 2. Pobreza (en porcentaje del total de la población). Países de la CAN*

* Para el E. P. de Bolivia, año 2007; para Colombia, Ecuador y Perú, año 2010.

Fuente: CEPALSTAT, *Estadísticas e indicadores sociales. Población en situación de pobreza, por país*, en <http://estadisticas.cepal.org/cepalstat/WEB_CEPALSTAT/estadisticasIndicadores.asp?idioma=e>.

Así, en el marco del tratamiento de asimetrías en turismo, el E. P. de Bolivia sería el país (favorecido) a considerar en cuanto a cooperación técnica, y el Perú –o bien Colombia– podría ser la parte emisora de transferencia de información y herramientas a implementarse ya que, en la actualidad, Perú y Colombia son los países de la Comunidad Andina que más turistas reciben por año.

En cuanto a la institucionalidad de la cooperación bilateral, sería conveniente la creación de un organismo con representantes de las autoridades de turismo de ambos países, el cual tendría la responsabilidad de la aprobación definitiva de los proyectos a implementar. Un eje temático relevante sobre el cual versarían estos proyectos sería el de calidad turística¹² (con el fin de mejorar la de los destinos turísticos del E. P. de Bolivia). Otra de las áreas a tratar podría vincularse con el enfoque en el cliente en las áreas de marketing, servicio y atención.

Es importante mencionar como ejemplo claro de este tipo de cooperación horizontal el que está realizando la Argentina con el Paraguay en el proyecto Fondo Argentino de Cooperación Horizontal (FOAR).¹³ No se encontraría fuera de contexto un planteamiento sobre la posibilidad de que la Argentina

¹² La calidad es un aspecto diferencial que tiene relevancia en el sector del turismo, ya que genera valor, tangibiliza el servicio y permite crear confianza en los clientes.

¹³ El Fondo Argentino de Cooperación Horizontal (FOAR) es el instrumento de la política exterior argentina por medio del cual se promueven iniciativas conjuntas de cooperación técnica con otros países de menor o igual desarrollo relativo económico y social. Según el caso, la cooperación se establece mediante: el envío de expertos de las organizaciones argentinas cooperantes; la recepción de técnicos de los países solicitantes en organizaciones argentinas; la preparación o ejecución de seminarios en los países que lo soliciten. El FOAR es el órgano que tiene la responsabilidad de la aprobación definitiva de los proyectos. Luego de establecido el contacto directo entre los expertos y la fecha de realización, se resuelven las cuestiones organizacionales.

–que no pertenece a la CAN como miembro pleno, aunque sí como miembro asociado– pudiera realizar algún tipo de cooperación similar para con el E. P. de Bolivia. Teniendo en cuenta que ese país tiene una importante experiencia en la implementación de este tipo de proyectos y que, además, posee una profesionalización avanzada en cuanto al turismo a nivel nacional, podría contribuir en gran medida ya sea con transferencia de información como con programas de capacitación y, de este modo, instrumentar las acciones para brindar la colaboración necesaria tendiente a mejorar la calidad de destinos turísticos del E. P. de Bolivia.

Fondo de Promoción Turística

La promoción turística conjunta de los países de la CAN podría llegar a ser una herramienta clave para fomentar el ingreso de turistas provenientes de países lejanos. El hecho de promocionar a los cuatro países de la región es importante porque, además de la influencia real de los ingresos económicos del turismo, contribuye indirectamente al fortalecimiento de la imagen como región en otras partes del mundo. Si bien esta iniciativa se ha plasmado en las últimas reuniones de las autoridades de turismo de la CAN y se han conformado los grupos de trabajo para encaminar la estrategia planteada, aún no se han evidenciado resultados concretos.

En relación con este tema, resulta apropiado hacer un análisis comparativo con el caso de la promoción que realizó el MERCOSUR en Tokio. Luego de firmarse el acuerdo para implementar el “Proyecto de Promoción Turística del MERCOSUR”, resultante de la gestión conjunta de la Agencia Japonesa de Cooperación Internacional (JICA) y el Ministerio de Turismo de Uruguay, en el año 2005, se llevó a cabo la apertura de la Oficina de Turismo del MERCOSUR en Tokio.

El proyecto tuvo un período de ejecución de tres años y se orientó a los cuatro países del MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay), que se encuentran abocados a la apertura de nuevos mercados como el japonés. Luego de la instalación de esta oficina, se evidenció un aumento considerable del ingreso de turistas japoneses a los cuatro países de la región, dato clave a la hora de evaluar el desempeño que tuvo la implementación del programa –dado que ese solo dato permite también evaluar el ingreso de divisas asociado a la llegada de turistas–. Cuando finalizó el programa de cooperación con la JICA, el MERCOSUR propuso y logró la creación de un Fondo de Promoción Turística, que todavía no se encuentra en vigencia debido a que aún están pendientes las firmas de algunos de sus Estados parte.

Este caso puntual, en un esquema de integración similar al de la CAN, permite el planteamiento de un posible Proyecto de Promoción Turística en destinos lejanos –como es el caso de Japón– así como la creación de un Fondo de Promoción Turística de la CAN con el fin de servir de instrumento de financiación para dicho proyecto.

Si bien el caso de la promoción en Japón ha sido un éxito para el MERCOSUR, el incremento de turistas extranjeros japoneses podría no ser la única alternativa de promocionarse en un destino no frecuente como emisor de turistas hacia la región. Dada la geopolítica actual, el carácter multipolar de los actores internacionales y la transformación de los ejes de poder económico mundial, convendría tener a China como una opción en la mira a la hora de proyectar una promoción turística en un destino lejano. En la actualidad, dicho país no se caracteriza por tener un turismo emisor considerable hacia América Latina. Sin embargo, teniendo en cuenta su población, su dinamismo económico y la creciente capacidad de viajar de sus habitantes, ofrece un potencial muy importante.¹⁴ La promoción, en este caso, requerirá de un proceso de adaptación de la oferta a las condiciones de la demanda y a las preferencias del turista chino, lo que implicaría una segmentación de la oferta y una especialización particular en diversos rubros, como serían los de gastronomía y hotelería.

Participación de ciudades de la CAN en la Red de Mercociudades

Mercociudades es la principal red de municipios del MERCOSUR y un referente destacado en los procesos de integración. Fue fundada en 1995 por iniciativa de los principales alcaldes de la región con el objetivo de favorecer la participación de los municipios en el proceso de integración regional, fomentar la creación de un ámbito institucional para las ciudades desde el MERCOSUR y desarrollar el intercambio y la cooperación horizontal entre las municipalidades de la región, según lo estipulado en sus Estatutos. Si bien surge en el marco del MERCOSUR, la red engloba a ciudades de Venezuela, Chile, Perú y Bolivia. Sin embargo, no se ha visto participación de ciudades de Ecuador ni de Colombia.

Esta red ha dado resultados positivos en cuanto a la cooperación entre ciudades de la región. Además, una de las áreas de trabajo es la Unidad Temática de Turismo¹⁵ (UTT), la cual aborda cuestiones relativas a los distintos sectores del turismo.

El turismo en la Red Mercociudades es un segmento fundamental para la agenda política de las ciudades y un factor de integración regional, de desarrollo sostenible y de inclusión social. Sus acciones promueven, entre otros objetivos, la equidad social, el equilibrio ecológico, la preservación del patrimonio y la dinamización de la economía local. Teniendo en cuenta la

14 Según informe de la OMT, para el año 2010 el gasto del turismo emisor desde China fue de alrededor de 55 billones de dólares (véase UNWTO Press Release, <<http://media.unwto.org/en/press-release/2011-09-06/joining-unwtowttc-global-campaign-china-reaffirms-commitment-tourism>>)-

15 La Unidad Temática de Turismo está presente en la Red desde 1995. Aborda las cuestiones vinculadas con los diferentes sectores del turismo, haciendo de las ciudades un producto turístico ofrecido a la sociedad, con la colaboración de sectores públicos, emprendedores de la industria turística, entidades clasistas y organizaciones de la sociedad civil, potenciando las ofertas y demandas por destinos.

relevancia del turismo local en la región CAN, sería beneficioso que ciudades del Ecuador y Colombia integren esta red regional para poder conformar un vínculo que incluya a los dos países restantes de la CAN y, de esta manera, posibilitar que los municipios se sumen a la colaboración y al desenvolvimiento de propuestas y programas con el fin de incrementar el turismo internacional.

CONSIDERACIONES FINALES

En los últimos años el turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos con mayores impactos en las economías de los países en desarrollo. Los países miembros de la CAN se encuentran en esta categoría de países y, por lo tanto, el turismo es una industria muy prometedora a la hora de proyectar programas para la reducción de la pobreza, la creación de empleo y la mejora de las índices sociales.

Esta actividad tiene la capacidad de distribuir las utilidades de manera incluyente si se adoptan estrategias adecuadas, incorporando a todos los agentes implicados en el Sistema Integral de Turismo¹⁶ a través de una planificación con altos grados de responsabilidad, compromiso y sostenibilidad.

A partir del análisis preliminar de los flujos de turismo en la CAN aquí presentado, es posible concluir que existe un campo importante por explorar en cuanto a la cooperación regional en la materia. Si bien se ha dado lugar a proyectos, como es el caso de la implementación de la “Agenda para el Desarrollo del Turismo 2011-2015”,¹⁷ aún queda un largo camino por recorrer. En efecto, un porcentaje muy pequeño de los flujos turísticos recibidos por la CAN corresponde al turismo emisoro originado en la región. Este panorama no sufrió prácticamente variación alguna durante la década pasada, y el turismo intrarregional es un componente esencial en el proceso de integración regional ya que contribuye fuertemente al acercamiento de los países y a la armonización de las relaciones de los miembros de las comunidades receptoras y emisoras de la misma región.

16 El Sistema Integral de Turismo permite comprender la actividad turística como un sector en el que la acción va unida a la dinámica del sistema. A su vez, posibilita la identificación de los distintos componentes y agentes y la visualización de las interrelaciones de todos los elementos que se identifican en él.

17 La Agenda para el Desarrollo del Turismo en la Comunidad Andina 2011-2015 comprende una serie de acciones para el corto, mediano y largo plazo, que se enmarcan no solo en la filosofía del desarrollo sostenible sino también en la del turismo responsable. A corto plazo, la Agenda contempla la conformación de una plataforma de colaboración público-privada para su desarrollo, la definición de la estructura de un sistema de información sobre la evolución de la demanda y oferta turística y el *benchmarking* del producto turístico andino. A mediano plazo, se prevé el desarrollo de acciones vinculadas a la seguridad y salud turística, la identificación de rutas turísticas existentes en la CAN, la creación de un sistema de información turística en origen y destino unificado, la definición de programas formativos adaptados a los productos y servicios turísticos actuales y nuevos y la suscripción de convenios sobre migración y movimiento de turistas. Para el largo plazo, están previstos, entre otros objetivos, la estandarización de los sistemas de calidad, la creación de productos turísticos conjuntos y la realización de campañas de comunicación turística conjuntas.

Junto con la promoción del turismo intra-CAN, también es importante considerar, en las políticas turísticas de la Comunidad Andina, el incremento de llegadas de turistas internacionales a los cuatro países de la región. Un mayor turismo receptivo representa un mayor ingreso de divisas, lo que podría llegar a tener un peso importante en el crecimiento económico de la región, de los países y de comunidades específicas.

Por ello es importante establecer políticas concretas en el marco del Comité de Autoridades Andinas de Turismo (CAATUR), con el fin no solo de incrementar el turismo intrarregional y el ingreso total de turistas internacionales, sino también de enfocarse en atraer nuevos mercados.

Otra cuestión a considerar es la concientización sobre la importancia de la actividad del turismo a nivel regional y el compromiso, por parte de los cuatro países miembros, de trabajar juntos y de manera articulada con el fin de promover el patrimonio turístico que se encuentra en toda la región andina. La cooperación en esta área es fundamental, ya que existe una tendencia creciente a realizar viajes a destinos múltiples.

Asimismo, el turismo puede construir una herramienta útil para ayudar a reducir las asimetrías de desarrollo existentes entre los miembros de la CAN y entre regiones en el interior de los mismos. En este sentido, es esencial que se implementen los soportes necesarios en aquellos destinos en lo que se observa una escasa profesionalización del sector. Con una óptima utilización de los recursos y una adecuada transferencia de información, es posible lograr explotar los atractivos turísticos de manera productiva con el objeto de obtener resultados para la región en su conjunto.

BIBLIOGRAFÍA

ALTES, C. (2006), *El turismo en América Latina y el Caribe*, Washington, BID-Departamento de Desarrollo Sostenible, Serie de informes técnicos.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO (BID) (2011), *Desarrollo, inclusión social e integración regional, Agenda final*, Fortaleza (Brasil), BID.

BOLAKY, B. (2011), “La competitividad del turismo en el Caribe”, en *Revista CEPAL*, núm. 104, Santiago de Chile, CEPAL.

CAMMARATA, E. B. (2006), “El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio”, en A. I. GERAIGES DE LEMOS, M. ARROYO y M. L. SILVEIRA, *América Latina: cidade, campo e turismo*, San Pablo (Brasil), Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).

COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES (CAN) (1969), *Acuerdo de Integración Subregional Andino (Acuerdo de Cartagena)*, en <<http://www.comunidadandina.org/Documentos.aspx>>.

----- (1971), *Decisión 36, Quinto Período de Sesiones, Ordinarias de la Comisión, 8 a 10 de marzo de 1971*, Lima (Perú), en <<http://www.comunidadandina.org/Documentos.aspx>>.

----- (1982), *Decisión 171, Trigesimosegundo Período de Sesiones Extraordinarias de la Comisión 14 al 17 de abril de 1982*, Lima (Perú), en <<http://www.comunidadandina.org/Documentos.aspx>>.

----- (1999), *Decisión 463, Régimen para el Desarrollo e Integración del Turismo en la Comunidad Andina*, Bogotá (Colombia), en <<http://www.comunidadandina.org/Documentos.aspx>>.

----- (2001a), *Decisión 498, Día del turismo andino*, Caracas (Venezuela), en <<http://www.comunidadandina.org/Documentos.aspx>>.

----- (2001b), *Decisión 503, Reconocimiento de documentos nacionales de identificación*, Caracas (Venezuela), en <<http://www.comunidadandina.org/Documentos.aspx>>.

----- (2001c), *Decisión 768, Sistema de Información de Estadísticas de Turismo de la Comunidad Andina*, Lima (Perú), en <<http://www.comunidadandina.org/Documentos.aspx>>.

----- (2011), *Acta XXXII. Reunión ordinaria del Comité Andino de Autoridades de Turismo (CAATUR)*, en <<http://www.comunidadandina.org/Documentos.aspx>>.

----- (2011-2013), *Estadísticas sectoriales de turismo*, en <<http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal/Tema.aspx?codtema=61>>.

----- (2011a), *Programa Regional Andino CAN-AECID, Plan de acción 2009-2011*, en <http://www.comunidadandina.org/cooperacion/AECID_INFORME.pdf>.

----- (2011b), *Cuenta Satélite de Turismo de los Países Miembros de la Comunidad Andina*, Lima (Perú), Secretaría General de la Comunidad Andina, en <http://www.comunidadandina.org/Upload/2012517165025cuentas_satelites.pdf>.

----- (2012), *Turismo europeo e intracomunitario en la Comunidad Andina 2002-2011*, en <http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal/contenidos/2300_8.pdf>.

COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL) (2001), *“Encadenamientos generados por el sector turismo”, Reunión de Expertos sobre el turismo en Centroamérica y el Caribe: Una visión conceptual*, México D. F., CEPAL.

CORDERO ULATE, A. (2006), *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: el caso del turismo*, Buenos Aires, CLACSO.

FUNDACIÓN EUROPEA PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD (EFQM) (2003), *Introducción a la Excelencia*, Bruselas, EFQM. Disponible en <<https://www.ucv.es/documentos/calidad/EFQM.pdf>>.

GETINO, O. (2009), *Turismo: entre el ocio y el negocio*, Buenos Aires, Ediciones Ciccus.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT) (1980), *Declaración de Manila sobre el Turismo mundial*, Manila, OMT.

SALAZAR, N. (2006), “Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generadas por el turismo”, en *Revista Tabula Rasa*, Red de revistas científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. julio-diciembre, pp. 99-128. Disponible en <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39600506>>.

SISTEMA ECONÓMICO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE (SELA) (2011), *Las asimetrías en los procesos de integración de América Latina y el Caribe*, Caracas (Venezuela), Secretaría Permanente del SELA.

VELLAS, F. (2004), *Economía y política del turismo internacional*, Madrid, Editorial Síntesis.

RESUMEN

El proyecto de integración al que aspiran los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) tiene un carácter exhaustivo, que excede el ámbito de los acuerdos comerciales. En este contexto, la integración en materia de turismo ha despertado un interés creciente entre los gobiernos de América Latina y el Caribe, por su capacidad de generar divisas y favorecer la inversión privada, la creación de empleo, la inclusión y el encadenamiento de empresas pequeñas y comunidades locales. Asimismo, la actividad turística puede contribuir a reforzar la identidad regional y subregional de los esquemas de integración. El turismo es uno de los rubros económicos más importantes para los países en desarrollo y, a su vez, se lo reconoce como un factor que contribuye a la reducción de la pobreza y al crecimiento económico. Por ello, se lo debe considerar como una oportunidad para el desarrollo de los países de la CAN, sobre todo porque los miembros del bloque andino cuentan con una oferta turística diversificada compuesta por recursos naturales y culturales de gran atractivo. En el presente trabajo se analiza la evolución del flujo de turistas en los países de la Comunidad Andina de Naciones y se esboza un estudio comparativo con el bloque del MERCOSUR. Luego, se elabora una matriz que permite observar, a primera vista, la magnitud del turismo emisivo intrarregional en ambos casos, así como determinar ciertas conclusiones a partir de los datos observados y comparados. Finalmente, se presentan algunas propuestas que los cuatro países de la CAN podrían desarrollar en el ámbito de la cooperación horizontal, en relación con la promoción conjunta y con la participación de las ciudades de la región en la red de Mercociudades.

PALABRAS CLAVE

TURISMO
INTEGRACIÓN REGIONAL
COMUNIDAD ANDINA
DE NACIONES
MERCOSUR

ABSTRACT

The Andean Community of Nations (CAN) aspires towards a comprehensive project of integration, exceeding the scope of trade agreements. It is within this context that Latin American and Caribbean governments have become increasingly interested in integration in the area of tourism due to this sector's ability to generate currency and encourage private investment, job creation, inclusion, and the formation of links between small businesses and local communities. At the same time, tourism can also help strengthen regional and subregional identities. Tourism is one of the most important economic sectors in developing countries and is recognized as a factor that contributes to the reduction of poverty and to economic growth. It should therefore be seen as an opportunity for development in the CAN nations, above all because the Andean bloc's member states boast a diverse range of tourist attractions comprising both natural and cultural resources of great appeal. This paper analyzes trends in the flow of tourists in the CAN countries and outlines a comparative study with the MERCOSUR bloc. It then presents a matrix that allows the scale of outbound intra-regional tourism in both cases to be observed at a glance, enabling conclusions to be drawn based on the data observed and compared. Finally, the paper makes several proposals that the four Andean countries could develop within the scope of horizontal co-operation in terms of joint promotion and the participation of regional cities in the Mercociudades network.

KEY WORDS

TOURISM
REGIONAL INTEGRATION
ANDEAN COMMUNITY
OF NATIONS
MERCOSUR