

CAMBIO GLOBAL Y TURISMO: REPERCUSIONES EN ESPACIOS EMERGENTES

*Ercolani, Patricia Susana
Visciarelli, Stella Maris
Dpto. de Geografía - UNS
ercolani@criba.edu.ar
smviscia@criba.edu.ar*

El turismo se ha convertido, en los últimos años, en una de las actividades que han experimentado un mayor crecimiento. Participa, por su magnitud y escala, en los procesos de globalización de la economía mundo.

Sin embargo, como señala Marchena Gomez " resulta excesivamente llamativo que si la tan mentada globalización y mundialización parece ser un vector imparable del proximo milenio, no se cuente en el análisis convencional con el turismo como una de las actividades que más aporta en el proceso de articulación de la economía mundo

Las estadísticas de la Organización mundial del turismo muestran que a partir de la segunda mitad del presente siglo, cuando el turismo se convierte en un fenómeno masivo la actividad ha crecido cada año con una tasa media anual del 7,1% pasando de 25 millones de llegadas de turistas a nivel mundial para 1950 a 657 millones para el año 1999.

Cuadro Nro.1: Llegada de turistas a nivel mundial

Años	Llegadas (miles)	Variación (%)
1950	25.282	-
1960	69.320	174,2
1970	165.787	139,2
1980	287.787	73,6
1990	458.357	59,3
1999	656.933	43,3

Fuente: elaboración propia en base a datos de la OMT.

Paralelamente a este crecimiento ininterrumpido a escala mundial también el turismo interno fue creciendo de una manera paulatina pero firme. De acuerdo con la opinión de expertos de la OMT en la década de los noventa se calcula que son mas de 5000 millones de personas por año que se desplazan dentro de sus territorios. Se ha convertido en el sector de punta de la economía legal mundial generando un 6% de PBM (en 1995 416 billones de dolares), si se incluyen los gastos indirectos el turismo genera el 10,2% del PBM a la vez que emplea a unos 130 millones de personas, un 6% de la población activa mundial.

Todas estas cifras son necesarias para darnos cuenta del peso creciente del turismo en la producción económica mundial de bienes y servicios. También comenzamos a percibir el impacto que tiene sobre los territorios creando patrones de instalación de comportamiento espacial diferencial. Desde la perspectiva espacial, el turismo incorpora el territorio mediante "la conversión de sus recursos en productos, la creación de atracciones y servicios y su promoción y comercialización". (Vera, y otros 1997)

Las actividades turísticas, al igual que toda actividad humana, tienen una inscripción en el espacio. Se trata de una verdadera producción de un espacio que interactúa en forma dialéctica con las actividades humanas que sostienen una relación mucho más estrecha con el territorio.(Hiernaux,1989).

En el contexto mundial, la espacialización del turismo nos permite observar flujos que revelan grandes asimetrías y contrastes entre los diferentes espacios turísticos. Areas tradicionales como Europa Occidental y América Septentrional concentran buena parte de las llegadas internacionales, y a su vez aparecen otros flujos secundarios que se corresponden con las denominadas "areas emergentes" con fuertes crecimientos en terminos relativos, en particular Caribe y America Latina.

El presente trabajo pretende examinar algunas de las características de la actividad, así como también sus repercusiones desde la perspectiva de los procesos de reestructuración turística a escala global a través del análisis de espacios emergentes en América Latina.

Evolución del turismo en América

Los inmigrantes europeos que se asientan principalmente en las regiones templadas de América trasladan la costumbre de vacacionar a orillas del mar con la consecuente aparición de las primeras manifestaciones espontáneas de turismo en esas zonas. En forma paralela surge también la alternativa de centros que crecen a partir de la segunda residencia como lugar de vacaciones, sin ningún tipo de planificación.

A partir de la década del setenta se produce un desplazamiento desde las áreas templadas hacia las zonas tropicales fundamentalmente México y el Caribe en general. En estas últimas regiones se debe fomentar el turismo con fines económicos ya que no existía una demanda interna capaz de generar el surgimiento de centros turísticos espontáneos. El fomento vino de la mano de incentivos a las inversiones lo que trajo aparejado endeudamiento externo para el desarrollo de grandes centros turísticos que se iniciaron en éste período. Por tanto, las políticas de desarrollo turístico no han sido iguales en todos los casos, sino que tuvieron que adaptarse a las condiciones de cada región y desde luego a las posibilidades de cada país.

La década del setenta marca un nuevo período en el desarrollo del turismo, cuando la actividad es percibida como redituable desde el punto de vista económico por los centros receptores. La forma de estructurar al sector y a sus actores es congruente con la lógica del mercado de masas. Los gobiernos nacionales asumen papeles rectores en la organización y gestión de la actividad, inspirados también en la concepción e implementación industrial. Se dictan leyes de fomento y regulación y se crean organismos públicos encargados de establecer políticas nacionales para el desarrollo del turismo.

Mientras en Europa tomaba impulso la costa del sol en España, en Iberoamérica comienzan los esfuerzos para fomentar el turismo con el objetivo de lograr repercusiones socio-económicas en los países de la región. Es así que a partir de la década del setenta fueron surgiendo una serie de centros turísticos de características espontáneas y otros planificados. Estos últimos a partir de créditos gestionados por los Estados Nacionales ante Organismos Internacionales de desarrollo (BID y BM)

En el Caribe se puede mencionar Playa Dorada, al norte de República Dominicana con ayuda del Banco Mundial, Palmas del Mar en Puerto Rico planificado y desarrollado desde el ámbito privado. En México aparecen Cancún financiado por el BID e Ixtapa con financiamiento del Banco Mundial. La Isla Contadora en Panamá y el ingreso de Cuba como destino turístico internacional van conformando una región receptora de importantes flujos internacionales, donde el producto sol y playa se constituye en la principal oferta.

En América del Sur se observan dos procesos diferentes: por un lado la consolidación de centros turísticos y por otro el surgimiento de nuevos destinos no planificados. Cartagena se consolida como primer destino en Colombia; Isla Margarita en Venezuela a partir de la creación de una Zona Franca. En Brasil se incrementa notablemente la actividad turística con el desarrollo del litoral nordestino y el Paulista, la ciudad de Río de Janeiro, Foz de Iguazú en la frontera con Argentina y Paraguay, y Camboriú en el estado de Santa Catarina, éste último convertido para mediados de los ochenta en el centro turístico más importante del sur de Brasil.

Asimismo aparecen nuevos complejos vinculados a la práctica de deportes invernales en Argentina y el sur de Chile que incrementan los arribos internacionales; se consolida un centro de prestigio internacional como Bariloche (Argentina) y la expansión de Punta del Este en Uruguay (surge espontáneamente Barra de Maldonado). Los países andinos buscan el fomento de un turismo basado en la revalorización de su patrimonio histórico cultural para lo cual emprendieron proyectos con financiación del Estado, el BID y la Unesco entre los cuales cabe destacar el proyecto COPESCO iniciado por Perú.

La década del noventa en América Latina

A finales de la década del ochenta y sobre todo durante los noventa en América, se plantean nuevos requisitos para ser competitivos en mercados intensamente disputados: la diferenciación de los productos/servicios y también la desmasificación de los mercados o la alta segmentación, el comienzo de la personalización de los servicios, la descentralización de decisiones en las empresas y en el sector y el ecologismo que deriva hacia la estrategia de desarrollo sustentable. Todos ellos aparecen como referentes cruciales del nuevo modelo. Un nuevo modelo denominado posindustrial que se estructura a partir de los movimientos sociales y culturales en los cuales el desarrollo de nuevas tecnologías desempeña un papel cada vez más determinante que va a afectar el comportamiento de la demanda, el desempeño empresarial, la función del sector público, el papel de las comunidades locales y la estructura de los productos y servicios.

En el marco de este nuevo modelo se generan productos competitivos con capacidad creciente de inserción en el mercado. La base tecnológica disponible puede considerarse como un elemento fundamental en su desarrollo, formando parte de un sistema más amplio -el sociotécnico- que comprende también a la fuerza de trabajo, la organización empresarial y la gestión.

En este amplio contexto el mercado turístico internacional ha estado y está cambiando a un ritmo y con una persistencia sin precedentes. Ello ha creado fuertes turbulencias que han desplazado de posiciones ventajosas en el mercado a empresas y destinos otrora de gran éxito y aceptación.

Los nuevos modelos de implantación turística

La región Caribe, imagen de destino de sol y playa exótico, y sugerente cultural y ambientalmente para la demanda internacional, esta especializándose paulatinamente en el turismo como actividad básica de su economía. (Marchena Gomez, M. Op.Cit.)

Según datos de la OMT el Caribe obtuvo la tercera tasa de crecimiento mas importante en llegadas turísticas de todas las subregiones americanas en 1997: 6,4% y casi 15,2 millones de llegadas. El aumento de los ingresos fue mas moderado: 4,6% y 13.600 millones de dólares.

A partir de la segunda mitad de los ochenta, el área se presenta como un destino turístico en fuerte proceso de crecimiento donde se observa la presencia de grandes compañías transnacionales quienes han polarizado sus estrategias en enclaves de sol y playa para los flujos internacionales que llegan a la región desde el cercano mercado emisor norteamericano y el europeo. Este aumento de flujos incentivan la creación y el desarrollo de nuevos centros turísticos a la vez que se observa una segregación muy selectiva de recursos turísticos de notable contenido elitista y conformados sobre la base de la calidad ambiental del mismo.

En este sentido, el turismo, como actividad humana, es la única que aprovecha el espacio tanto por su valor paisajístico como por las condiciones ambientales que prevalecen. "Es así como el territorio adquiere una importancia determinante en la mercantilización del tiempo libre, marcándose diferencias de interés sobre porciones distintas del territorio en función de los elementos de "atracción" que en ellas se encuentran como la presencia de playas y la calidad paisajística, entre otras, que son parte del patrimonio social de la humanidad" (Hiernaux, 1989).

Sin embargo hay que destacar que el turismo debería constituirse en una alternativa para el desarrollo de las sociedades caribeñas, las cuales se encuentran en los umbrales de pobreza mayores del mundo.

Algunos de los argumentos anteriores se pueden observar a través del análisis de dos espacios emergentes como Cuba y República Dominicana. Ambos casos sirven para explicitar formas diferentes de gestionar el espacio turístico donde a cada modelo le corresponderá una serie de impactos, de relaciones con el resto de las actividades humanas y con el territorio.

Dos modelos de gestión de espacio turístico. Sus repercusiones y características

El turismo en República Dominicana comienza a tomar auge a partir de la década del 70. Se ha desarrollado como un sector estratégico dentro del contexto de la economía nacional como lo revela el crecimiento promedio anual de 16,9% del valor agregado de la principal actividad relacionada (hoteles, bares y restaurantes) y de 18,5% de los ingresos por divisas provenientes del resto del mundo por este renglón.

Las expectativas de que sostenga su ritmo ascendente se consolidan al observar la oferta habitacional disponible que asciende para 1997, a 38.585 habitaciones, la primera en importancia en el Caribe.

Uno de los principales factores del crecimiento del turismo dominicano fue la estabilidad política. La estrategia de desarrollo de la actividad fue en principio la definición de cinco polos de desarrollo turístico, cuatro en las costas y uno en la montaña; así como la promulgación de una serie de leyes que reglamentaron la actividad en sus diferentes aspectos.

El gobierno dominicano que promueve el turismo a través de incentivos y beneficios, lleva adelante políticas de ordenamiento territorial para el logro de un crecimiento armónico de la actividad .

La oferta turística se basa en la existencia de un paisaje costero de calidad, buenas playas, aguas limpias y un entorno ecológico bien conservado.

Los principales mercados emisores son EEUU., Canadá y Europa Occidental que se sienten atraídos por la playa y por el clima.

En relación al número total de llegadas a la isla, el último informe de la OMT indica 2.185.000 de llegadas y una variación con respecto al período anterior del 13,5%, lo que coloca a este destino como uno de los más dinámicos del área caribeña.

Los ingresos turísticos ascienden a 2.106 millones de dólares con una tasa de variación sobre el año 1996 del 14,6%.

Las cadenas hoteleras instaladas en las costas bajo la forma de grandes complejos desarrollados tipo enclave, vinculados a redes globales y con poca relación con el espacio contiguo, ofrecen todos los servicios al turista. Estas empresas han desarrollado también parte de la infraestructura (aeropuertos, rutas, transportes), así como la organización de excursiones en la región y la formación de los recursos humanos.

Este modelo de implantación de la actividad turística trajo aparejado una repercusión ambiental negativa de muchos de los desarrollos turísticos. Los impactos más significativos corresponden a la actividad hotelera, fácilmente identificable sobre el terreno, a los cuales hay que sumar los impactos de tipo socioeconómico la arrabalización del entorno de los complejos hoteleros y el incremento de las desigualdades entre la realidad urbana de los núcleos del entorno de los hoteles (sin abastecimiento de agua ni luz) frente a la disponibilidad de estos recursos por parte de los mismos.

En el caso de Cuba, a partir de 1982 cuando se flexibilizaron los requisitos para la entrada y salida al país, y sobre todo a partir de 1989 cuando el país debe recomponer su estructura económica debido a la desaparición de los países de la Europa Oriental como socios comerciales, la actividad turística crece constantemente. En los últimos años se está produciendo una verdadera revolución en los patrones y modelos de desarrollo del espacio turístico especialmente en áreas litorales, lo que está acompañado por una mayor cultura y exigencia por el respeto de la naturaleza por parte de los turistas.

"El actual desarrollo del turismo en Cuba tiene sus fundamentos en la voluntad del Estado Cubano por propiciar su desarrollo como uno de los factores claves de la economía y por tanto, de consolidar un posicionamiento en diversos mercados con la competitividad requerida, asegurando que este resultado sea exitoso en términos económicos y sociales, sobre la base del desarrollo sostenible como paradigma"(Serrano Raffo, 1999).

Cuba ha recibido en los últimos años un fuerte proceso inversionista en este sector, lo que ha llevado a multiplicar por cinco su capacidad hotelera durante la década del noventa (de 10000 camas hoteleras en 1990 a 50000 en el 2000). Ha trabajado hasta el momento con instrumentos de la planificación y gestión del turismo adaptado de otras actividades, sin embargo hoy está a la búsqueda de formas y modelos de planificación específicos para los territorios turísticos.

La oferta turística cubana no se reduce solamente a las playas y la ciudad capital, La Habana, sino que cuenta con facilidades para el deporte, turismo de salud, turismo de convenciones y educativo. Actualmente se está promoviendo el desarrollo de otros centros turísticos vinculados a áreas productivas antiguas y actuales, a la historia y a la cultura como por ejemplo Santiago de Cuba, Cienfuegos y Trinidad lo que redundará en una ampliación y diversificación de la oferta actual.

En 1995 se habían establecido en Cuba 3000 empresas originarias de 98 países, siendo el turismo y el petróleo las áreas que concentran las mayores inversiones.

Las cadenas hoteleras europeas se hicieron cargo de las más importantes propiedades y se posicionaron para captar el crecimiento. Los proyectos hoteleros de joint venture con cadenas españolas como Grupo Sol Meliá, Iberostar, la cadena mexicana Posadas de México, reportan ganancias y rápidos retornos sobre las inversiones.

De acuerdo con los informes de la OMT en 1997 totalizaron 1.152.000 llegadas (variación 15,3%) y los ingresos 1.338.000, (variación 8,7%). Canadienses y Alemanes constituyen el grupo mayoritario con el 25% cada uno, seguidos por españoles, italianos y argentinos.

Las estrategias de Cuba para posicionarse como importante destino caribeño preocupa a sus competidores más cercanos. Una forma de enfrentar esta situación es la propuesta Jamaicana de desarrollar programas de Joint Venture ofreciendo paquetes dos destinos.

Tan sorprendente como la afluencia turística es la dolarización de la economía cubana. Esta dualidad entre quienes tienen acceso a los dólares ya sea por medio de los turistas o de familiares que viven en el extranjero, contrasta con los que no tienen acceso, lo que ha creado una estructura de clases.

El turismo en Argentina

El importante auge de la Argentina como destino turístico en la década del 80 se produce con la recuperación de la democracia y la consecuente apertura al mundo. Si bien el crecimiento del turismo ha sido constante en los últimos años, durante la década del noventa se genera una desaceleración de las tasas de crecimiento y una modificación en las tendencias. Estimaciones de la OMT arrojan una cifra cercana a 6 millones de arribos internacionales para el año 1999 y un ingreso de alrededor de 5 mil millones de dólares. En cuanto al turismo interno se desplazan alrededor de 15 millones de personas y en relación al turismo receptivo los países limítrofes continúan siendo los principales protagonistas (más del 70%) seguidos por los mercados emisores de Estados Unidos y Europa.

Los cambios producidos en Argentina en la década del noventa a nivel económico, caracterizada por la desregulación de los mercados y un rápido proceso privatizador atrajo los flujos de capitales internacionales que participaron, entre otros sectores de la economía, en la construcción de hoteles principalmente de las grandes cadenas, sobre todo localizados en el principal centro urbano del país, la ciudad de Buenos Aires. Junto con este crecimiento aumenta en forma proporcional el personal ocupado en este sector.

En 1991 los sectores de hotelería y gastronomía ocupaban el 2,1% de la población empleada y, hasta 1997, el empleo sectorial creció un 32% (tres veces el crecimiento del empleo total) y contribuyó con el 7% del total de puestos creados. Buenos Aires se desarrolló muy por encima de otros destinos argentinos y en consecuencia el 60% de los extranjeros que arriban al país solo conocen la ciudad capital, lo que refuerza a la metrópoli como el principal centro de articulación y distribución de los flujos de visitantes.

La Secretaría de Turismo de la Nación elaboró macroproductos a partir de los cuales promociona Argentina en el exterior: Noreste argentino con Cataratas del Iguazú, Noroeste Argentino, Patagonia (Perito Moreno y Península Valdés) la Pampa y el Área Metropolitana cubren todas las regiones destacándose en cada una de ellas los recursos de principal jerarquía, contribuyendo a la consolidación de un modelo nuclear periférico tradicional y desarticulado.

Asimismo el turismo interno se distribuye tradicionalmente en función de unos pocos destinos que a su vez guardan relación con la distribución espacial de la población ya que los lugares turísticos más visitados se localizan próximos a los centros de emisión y en muchos casos se inscriben dentro de una misma región: la costa bonaerense, las sierras de Córdoba y la ciudad de Buenos Aires. Algunos de estos centros tradicionales muestran ya signos de decadencia y saturación.

Este modelo de desarrollo turístico se ha caracterizado por una fuerte concentración de la planta turística en las áreas litorales y de montaña.

Sin embargo, Argentina presenta una serie de recursos de calidad y jerarquía capaces de competir con otros destinos a nivel internacional. El territorio cuenta con espacios que albergan atractivos infrautilizados, capaces de captar diferentes mercados a nivel regional, nacional e internacional; en un contexto global acorde con las nuevas modalidades del turismo. Si bien esto se constituye en una ventaja comparativa a la luz de los nuevos requerimientos del turista actual, las distancias con los principales centros emisores tradicionales (EEUU y Europa Occidentales) el escaso desarrollo de la infraestructura y de la planta turística y los altos precios se presentan como aspectos a superar para un futuro desarrollo turístico.

Conclusiones

La actividad turística internacional es uno de los signos mas evidentes de la dinámica de globalización de la economía mundo. Su peso creciente en la producción de bienes y servicios, sus repercusiones sobre las comunidades locales y su fuerte componente territorial la convierten en motivo de interes para los investigadores.

La evidencia empírica nos muestra que son las áreas desarrolladas del planeta o aquellas que se hallan en un proceso de transformación productiva las que se encuentran especializadas en la producción turística.

Tanto en las áreas tradicionales desarrolladas como en los espacios emergentes, la globalización del turismo se observa a través de la creación de servicios nuevos y diversificados. La respuesta del sector es la integración multinacional y un mercado cada vez mas regido por la tecnología de la información. Los exponentes mas visibles de esta situación son : la expansión de las cadenas integradas, la creación de cadenas voluntarias e integración mediante contratos de franquicia y una centralización de los sistemas de comercialización.

Las áreas emergentes puestas a consideración en el presente trabajo, sin bien con productos diferentes, participan de procesos similares: competencia por la demanda, diversificación de la oferta, grandes inversiones de capital transnacional (básicamente en hotelería), reconocimiento del turismo como sector económico con más potencial de crecimiento.

A la par del crecimiento del turismo la cuestión ambiental está adquiriendo una extraordinaria importancia dado que la actividad no podría mantenerse si no se dan condiciones de calidad del medio ambiente . Una consecuencia de esto es el auge de la nuevas modalidades del turismo de bajo impacto

Asímismo el producto turístico está ligado al espacio donde se consume, por lo tanto se vuelven importantes las políticas de ordenación del territorio y la coordinación del área pública para resolver las competencias públicas y privadas en la gestión del mismo.

La actividad turística se ha convertido en uno de los exponentes más evidentes del mundo contemporáneo. Su relativa juventud como fenómeno masivo aporta amplias posibilidades disciplinares, dado que los determinantes básicos del turismo son espaciales, sociales, tecnológicos, económicos y políticos. El gran desafío actual estribará en articular un proceso que social y económicamente tienda a superar los desequilibrios actuales y aliente la cooperación.

Bibliografía:

- Acerenza, M.A. (1984): Administración del Turismo. Conceptualización y organización. Vol. 1, Editorial Trillas, México.
- Davies, E. (1997): El turismo como la salvación de Cuba. El capitalismo produce una recuperación económica. En Schluter, R. (Dir.):
- Hiernaux N., D.(comp..)(1989): Teoría y praxis del espacio turístico. UNAM, México.
- Instituto de Estudios Turísticos (1999): Cuenta Satélite de turismo.Banco Central de la República Dominicana. En Revista Estudios Turísticos, Nro. 140, pp.81-109, Madrid.

- Marchena Gomez, M. (1995): Los procesos de reestructuración de la industria turística a escala global: el caso de la región Caribe. Pontificia Universidad Católica de Chile, IEU, Santiago de Chile.
- Molina, Sergio (1998): El posturismo. De los centros turísticos industriales a las ludópolis. México.
- Serrano Raffo y otros (1999): Planeamiento del turismo y geografía. Desarrollo en Cuba en los últimos cuarenta años. Facultad de Geografía, Universidad de La Habana.
- Vaquero, M. del C. (1996): La Potencialidad turística de la región. En Cernadas de Bulnes, M. (comp.): Bahía Blanca de Ayer a Hoy. EdiUNS, Bahía Blanca..
- Vera, J.F. (coord.) y otros (1997): Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo. Ed. Ariel, S.A., Barcelona.
- OMT (Organización mundial del Turismo) (1998): Turismo: Panorama 2020. Avance actualizado. Impreso por la OMT, Madrid, España.