



CONCEPTO DE PROYECTO

**SIMPOSIO REGIONAL SOBRE EL TURISMO DE CRUCEROS Y EL
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL EN EL GRAN CARIBE:
OPORTUNIDADES PARA LA MUJER**

Asociación de Estados del Caribe (AEC)

**XXVII Reunión del Comité Especial de Desarrollo de Comercio y de las
Relaciones Económicas Externas**

Puerto España, Trinidad y Tobago, 11 y 12 de julio de 2012

ASOCIACION DE ESTADOS DEL CARIBE (AEC)

**XXIII REUNION DEL COMITE ESPECIAL DE TURISMO SOSTENIBLE Y I
REUNION PREPARATORIA DE LA III REUNION MINISTERIAL DE
TURISMO DEL GRAN CARIBE (RMT-3)
Managua, Nicaragua, 28-29 de junio, 2012**

**CONCEPTO DE PROYECTO
SIMPOSIO REGIONAL SOBRE EL TURISMO DE CRUCEROS Y EL
FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL EN EL GRAN CARIBE: OPORTUNIDADES
PARA LA MUJER**

1. INTRODUCCION.

En la región del Gran Caribe, el turismo se está convirtiendo con rapidez en la industria más importante, estimulada por el progresivo declive de otros sectores como la agricultura y la manufactura. En muchos de los Estados Miembros y Miembros Asociados de la Asociación de Estados del Caribe (AEC), se persigue la actividad turística no solo por su contribución al desarrollo económico, sino también porque los países se han dado cuenta del potencial que tiene la industria para abordar los objetivos estratégicos relacionados al desarrollo comunitario, el espíritu empresarial, la inclusión social, la equidad de género, el empoderamiento de la juventud y otros vínculos sectoriales.

La industria del turismo ofrece oportunidades para diversificar las economías locales y promueve la formación de microempresas, además de empresas pequeñas y medianas. Estas empresas promueven mejores niveles de vida para los empresarios más pobres, particularmente en las áreas rurales, donde quizás las otras opciones en cuanto a medios de subsistencia sean muy pocas. El turismo tradicionalmente emplea también mayores proporciones de mujeres y jóvenes que la mayoría del resto de los sectores, debido a una elevada preponderancia de puestos de trabajo disponibles para la fuerza laboral no calificada o semi-calificada.

Dentro de la vasta y multifacética industria turística, el turismo de cruceros es uno de los sectores navieros y turísticos más dinámicos y representa una industria viable y creciente para los países de la región del Gran Caribe. Los ingresos generados por el turismo de cruceros comprenden los gastos de los visitantes del crucero, los gastos de la tripulación del crucero, las cuotas de agente y los impuestos portuarios. Lo que es aún más importante, el turismo de cruceros, con su influjo frecuente (casi diario) de curiosos entusiastas de la cultura, amantes de las aventuras en la naturaleza y los aficionados de la historia y las tradiciones patrimoniales, ha regido el crecimiento y el desarrollo de las micro, pequeñas y mediantes empresas (PYMES), muchas de las cuales son empresas de servicios especializados que pertenecen y son operadas por mujeres. Estas van desde servicios de entretenimiento relacionado a manifestaciones y expresiones culturales artísticas, hasta la producción de obras de arte y artesanía, cocina/arte culinario local y habilidades tradicionales como el trenzado del cabello y el arte de la cestería.

Primer Simposio Regional sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe

Las investigaciones indican que en la región del Gran Caribe es necesario fortalecer los vínculos entre el sector del turismo y las oportunidades para el comercio y el espíritu empresarial que este genera. El crecimiento en este sentido sigue sub-utilizado y se ha desenvuelto de manera informal y/o cuando mejor por ósmosis. Es por ello que se imponen intervenciones focalizadas para aprehender las oportunidades empresariales y otros beneficios que ofrece el turismo en general y el turismo de cruceros en particular, para las comunidades rurales y autóctonas, así como para otros grupos en condiciones menos ventajosas, específicamente las mujeres dentro de esas comunidades.

Hacia este fin, la Dirección de Turismo Sostenible (DTS) y la Dirección de Desarrollo del Comercio y las Relaciones Económicas Externas (DDCREE) de la AEC, proponen la celebración de un Simposio Regional que reúna a las partes relacionadas al Turismo, la Industria de Cruceros, el Comercio Internacional, las Organizaciones de Desarrollo Empresarial y los Grupos Interesados en la Mujer, como un evento de 3 días de diálogo, interrelación y vinculación dirigido a explorar las temáticas alrededor de la Industria de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe, con un énfasis específico en la maximización de las oportunidades para la mujer.

Esta iniciativa se suscribe como un enfoque innovador, regido por el mercado, que busca elevar la competitividad de las mujeres empresarias locales, al tiempo que vincula a los 26 países de la AEC, en un esfuerzo por crecer y/o fortalecer su sector del turismo de cruceros.

2. ANTECEDENTES.

2.1 El Turismo y el Turismo de Cruceros en el Gran Caribe – Situación de la Industria.

La contribución de la Industria del Turismo a los países de la región del Gran Caribe es significativa y va en ascenso. Un informe de la Organización Mundial de Turismo de las Naciones Unidas (OMT-ONU) indicó que para el periodo 2009, los Viajes y el Turismo contribuyeron en un estimado de un 14.8 por ciento del PIB de la región, aportando aproximadamente 2.4 millones de puestos de trabajo, todo ello pese al impacto de la recesión económica en Estados Unidos y los efectos posteriores al 9/11. Además, la OMT-ONU pronostica que se espera que estas cifras sigan creciendo. El informe plantea que el análisis de la contribución de los Viajes y el Turismo a la región revela que la sub-región del Caribe, con solo un 1% de la población mundial, atrae sistemáticamente un aproximado del 3% tanto de los arribos de turismo a escala global como de los gastos del turismo mundial (UNWTO, 2009).

La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT-ONU) reporta que el turismo de cruceros genera un estimado de \$18 billones al año en gastos de los pasajeros y ha sido el sector de más rápido crecimiento de la industria de viajes durante los últimos veinte años, con una tasa promedio de crecimiento anual de pasajeros de 7.4%. El turismo de cruceros ha aumentado en casi el doble de la tasa de crecimiento del turismo en general y se espera que este crecimiento siga su curso en el futuro (UNWTO, 2010). Según la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA), el Caribe es el destino de cruceros más popular del mundo, representando un **41.3%** de todos los

Primer Simposio Regional sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe

itinerarios en el **2010**, versus un 37.02% en el 2009, 37.25% en el 2008, 41.02% en el 2007 y un **46.69%** en el **2006**. La industria de cruceros de América del Norte sigue siendo el mercado emisor dominante, con un estimado de 11.1 millones de pasajeros que embarcan en los puertos de EE.UU., de los 15 millones de pasajeros de cruceros registrados en el 2010 (FCCA, 2010).

La región del Gran Caribe se beneficia con ciertas cualidades intrínsecas que han contribuido significativamente al crecimiento y sostenibilidad de la industria del turismo y del turismo de cruceros, en particular. La región es una de las más diversas del mundo en cuanto a idiomas, etnicidad, cultura y biodiversidad. Los principales idiomas: inglés, español, francés y holandés, son los más hablados del orbe. A ello se suma que la región ha pasado a ser reconocida por su relativa paz y por su estabilidad económica y política. Lo que es aún más importante, la región ofrece un clima tropical y templado todo el año, y se beneficia también con la gran proximidad, y en la mayoría de los casos, acceso directo, a la mayoría de los mercados emisores más importantes del mundo, factores estos que contribuyen todos a un sector del turismo competitivo y viable.

Pese a estos atributos innatos, sin embargo, en el desarrollo del turismo en la región se han confrontado retos notables. Desde una perspectiva social y económica, ello incluye problemas con la titularidad extranjera de empresas turísticas (de ahí la repatriación de las ganancias) y la concentración y la monopolización de la cadena de valor del turismo por grandes firmas multinacionales, lo cual ha desembocado en elevadas importaciones y una ausencia de vínculos con otras industrias locales, por solo mencionar algunos aspectos. Además, muchos países se enfrentan a desafíos internos y externos que limitan su porción en el mercado del turismo y su potencial de crecimiento. Algunas naciones se ven limitadas por la falta de recursos para el marketing (particularmente para asistir a eventos claves de la industria) y poder mostrar y promover el destino y el acceso al mercado. Otras son relativamente nuevas en la arena turística y por lo tanto carecen de experiencia y know-how para navegar por los canales de la industria del turismo y crear vínculos vitales con el Comercio de Viajes internacional (Turoperadores, Aerolíneas, Líneas de Cruceros, Redes Globales de Distribución y agencias de viaje, etc.). A ello se suma que la falta de una estrategia cohesiva en materia de Relaciones Públicas, a nivel nacional y regional, dificulta la formación de asociaciones con medios de divulgación en el terreno de los viajes a escala internacional, elemento necesario para proyectar y mantener una imagen positiva y acogedora de los países y de la región.

Las estadísticas anteriores sobre los cruceros reflejan la realidad de que, a pesar del estatus de la región como la región #1 en la industria de cruceros, el porcentaje dentro del mercado ha venido disminuyendo lentamente. Un informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) destacaba que el desempeño de la región para el periodo 2010 (41.3%) fue menor al 46.69% registrado en el 2006 y menor incluso que el 56% registrado 8 o 10 años antes. La CEPAL atribuye este declive en parte al aumento de la competencia de regiones establecidas, como el Mediterráneo, así como destinos emergentes en Asia y otros lugares. El Informe resaltaba asimismo que los viajes en crucero a la región seguirán viéndose amenazados en la medida en que las líneas de cruceros se expanden a nuevas localidades y se idean nuevos itinerarios fuera de la región. Es por ello que es necesario adoptar estrategias nuevas e innovadoras para

Primer Simposio Regional sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe

el marketing, la publicidad y la diversificación del producto, a fin de mantener y hacer crecer con eficacia países individuales y, por extensión, la porción de la región en el mercado y la prominencia relativa en la arena del turismo. En este sentido, el desarrollo del concepto 'Sello Gran Caribe', ofrece una oportunidad para consolidar los esfuerzos de marketing y potenciar así las oportunidades para la promoción y, ulteriormente, la penetración en el mercado.

2.2 El Espíritu Empresarial y el Desarrollo de las PYMES en el Gran Caribe.

Las micro, pequeñas y mediadas empresas (PYMES) son consideradas como el motor del crecimiento económico y la generación de empleos en todo el mundo. Estas empresas representan el núcleo de la actividad económica a lo largo y ancho del Gran Caribe, son los pilares centrales para el éxito caribeño. Aunque no ha habido una decisión clara sobre una definición común de qué es lo que constituye una empresa pequeña y mediana, las PYMES siguen estando en el vértice del crecimiento sostenido en toda la región.

Las PYMES del Caribe se extienden a todos los sectores y han demostrado ser fuerzas rectoras económicas importantes. Estas (las PYMES) constituyen la mayoría de los puestos de trabajo existentes, y son las generadoras de la generalidad de los nuevos. En América Latina, las PYMES representan el 95% de los establecimientos creados en el sector de la manufactura, el comercio y los servicios. En el Caribe, el 45% de las compañías establecidas se clasifican también en esta categoría (PYME).

La facilitación del fomento de capacidad para las micro, pequeñas y mediadas empresas (PYMES) puede ser considerado como un enfoque viable para el desarrollo sostenible. Este sector moviliza los escasos recursos y con frecuencia equilibra los mercados y las economías locales en los países menos desarrollados. Es por ello que las PYMES han seguido siendo uno de los sectores más importantes para la mayoría de los países del Caribe. Las PYMES representan uno de los vehículos más realistas para enfrentar el reto del desempleo y la pobreza en muchos países, especialmente para los menos privilegiados – las mujeres y los jóvenes – ya que son ellas las que crean el vínculo que conforma el círculo completo entre las empresas y los sectores productivos, y ofrecen un mayor potencial para la innovación a escala local de los productos y servicios afines.

En el Caribe, las empresas pequeñas y medianas pueden encontrarse en los siguientes sectores, los cuales aparecen relacionados de mayor a menor:¹

1. Servicios.
2. Distribución.
3. Procesamiento de alimentos.
4. Turismo y Hostelería.
5. Materiales de construcción y maquinaria y manufactura.
6. Agroindustria y pesca.
7. Contabilidad, informática y servicios financieros.
8. Impresión, publicidad, empaquetado y etiquetado.

¹ Brewster, E. (2006). Finance for small and medium-sized enterprises in the Caribbean. Commonwealth Secretariat, p. 5. (Finanzas para las pequeñas y medianas empresas).

Primer Simposio Regional sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe

9. Fabricación de madera y metales.
10. Actividad naviera y almacenaje.
11. Alfarería, joyería y artes manuales.
12. Textiles.

El vínculo entre el turismo y la iniciativa empresarial/desarrollo de las PYMES es innegable, ya que un gran porcentaje de los negocios que se pueden hallar dentro de la industria del turismo, pueden ser clasificados como PYMES. Esto se extiende también a la industria del turismo de cruceros, donde no solo los negocios se categorizan como PYMES, sino que las mujeres constituyen un elevado porcentaje de la cadena de producción. En la medida en que el turismo siga creciendo con rapidez en toda la región, la conexión entre las PYMES/el Espíritu Empresarial y el Turismo de Cruceros se hace incluso más importante para el crecimiento y la sostenibilidad económica. El potencial para mejores vínculos sectoriales, respaldado por un puente de la industria turística depende en gran medida, por lo tanto, de la habilidad de los países para hacer realidad la capacidad y sacar el máximo a las oportunidades.

Para apoyar el crecimiento y el potencial de las microempresas y de las empresas pequeñas y medianas en el Gran Caribe, se necesita de un mayor conocimiento sobre su funcionamiento en los diferentes sectores/escenarios, y acerca de las limitaciones que estas enfrentan. Se impone al propio tiempo sacar conclusiones de las limitantes actuales y desarrollar nuevas ideas en aras del mejoramiento de los marcos político, normativo y de apoyo. Con la finalidad de lograrlo, se requiere de la realización de un análisis apropiado del sector en una amplia sección de países del Caribe y proponer soluciones para abordar algunas de las limitaciones de los sistemas.

2.3 Turismo, Espíritu Empresarial y Competitividad del Destino.

La cultura local en sus variadísimas formas y expresiones, es un elemento importante de la singularidad y el atractivo de un destino, lo cual con frecuencia diferencia un destino de otro. Esta diferenciación adquiere cada vez mayor importancia, dado el incremento de la competencia a escala global, así como el carácter cambiante en los patrones del consumidor, lo cual tiene un impacto en la oferta y la demanda en el turismo, realidad que exige una rápida respuesta de los destinos, tratando de mantener y hacer crecer su porción en el mercado. Entre las expresiones más directas y tangibles de la cultura están los patrimonios locales, como las Artes y la Artesanía, la Música, la Danza y la Cocina, que con frecuencia son específicos para un país en particular, comunidad o grupo social. Para los artistas culturales y los productores de artesanías, muebles, jabones, alimentos especializados y otros productos hechos a mano, el mercado del turismo puede ofrecer oportunidades ilimitadas, con una gama diversa de lugares de venta y un influjo anual de visitantes ansiosos por obtener productos creados localmente y ligados a la cultura de la localidad.

A pesar de este potencial, la investigación de mercado llevada a cabo por Aid to Artisans (ATA), que es una organización internacional sin fines de lucro en función del sector de las artes y las artesanías, indica que la región en gran medida no ha podido capitalizar las oportunidades de crecimiento económico que crea la industria del turismo y, por

Primer Simposio Regional sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe

ende, el potencial económico de este comercio sigue sin hacerse realidad. Esto se hace más evidente en el mercado de los souvenirs, en el cual, en este momento, la mayoría de los productos disponibles para su compra proceden de China y otras naciones asiáticas. La ATA informa que es común ver los mismos souvenirs, fruslerías y parafernalia 'LOCAL' personalizada con el nombre del país, su bandera u otra insignia, mientras que sin tapujos muestra el logo de 'Hecho en China'. La capacidad de los suministradores internacionales, y en particular China, Indonesia y las Filipinas, para suministrar a las instalaciones turísticas, tiendas de regalos y las propias calles y vendedores de playa, productos genéricos baratos, ha disminuido la competitividad de los Artesanos y Productores Locales pequeños e incluso de gran escala quienes, según la ATA, están afectados por la limitada información acerca de los intereses del comprador, los estándares del consumidor y las prácticas de compra, así como por la falta de capital y asistencia necesaria para poder desarrollar el producto, expandir la producción y el marketing para un sector de suministro fragmentado y globalizado.

Esta falta de originalidad y autenticidad se hace más evidente para los visitantes de cruceros conocedores del destino. Estos visitantes, que se distinguen de otros turistas porque visitan más de un país durante la excursión en crucero de 3 a 14 días, están limitados por el tiempo en cada destino, y con frecuencia son visitantes repitentes en el destino, restringidos por la variedad de itinerarios que ofrece el crucero.

Es por ello que existe la oportunidad de prestar la asistencia que se necesita a estos empresarios, muchos de los cuales son mujeres, ya sea mediante el desarrollo de habilidades, como la capacitación para desarrollar y/o diversificar sus operaciones y ofrecer acceso a facilidades de micro-crédito, asegurando así la viabilidad de sus negocios.

3. PAPEL DE LA AEC.

El ***Simposio sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe*** que se propone complementa los respectivos Programas de Trabajo de la Dirección de Turismo Sostenible y la Dirección de Desarrollo del Comercio y las Relaciones Económicas Externas de la AEC. Esta iniciativa cumple además con los mandatos emitidos por el Consejo de Ministros de fortalecer la cooperación y la colaboración intra-AEC entre las Direcciones, y está a tono con la misión general de la Asociación de servir como una Plataforma para la **consulta**, la **cooperación** y la **acción concertada** para los países del Gran Caribe, en medio de los esfuerzos dirigidos al desarrollo sostenible de la región.

La AEC, mediante su Dirección de Turismo Sostenible, se ha sumergido en varias iniciativas encaminadas a apoyar el desarrollo sostenible del turismo en los países del Gran Caribe. En este momento, el Programa de Trabajo en la esfera del Turismo Sostenible está respaldado por cuatro Áreas Programáticas principales, dentro de las cuales se identifican y ejecutan varios proyectos, dentro del marco conceptual de una cartera de proyectos que conformaría la base del establecimiento del Caribe como una Zona de Turismo Sustentable.

Primer Simposio Regional sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe

Las cuatro Areas Programáticas en la esfera del Turismo Sostenible de la AEC son las siguientes:

- I. Establecimiento de la Zona de Turismo Sustentable del Caribe (ZTSC).**
- II. Promoción del Turismo Multidestino.**
- III. Promoción de los Idiomas y las Culturas del Gran Caribe.**
- IV. Establecimiento de la Red Regional de Seguridad y Protección al Turista.**

El Simposio complementaría el Programa para la Promoción del Turismo Multidestino y apoyaría al propio tiempo los esfuerzos para promover los Idiomas y las Culturas del Gran Caribe.

La Dirección de Desarrollo del Comercio y las Relaciones Económicas Externas está enfocada en el desarrollo de una cultura comercial económicamente sostenible. La Dirección de Comercio sigue trabajando por la creación y la mejora de un espacio económico ampliado para los actores económicos y las contrapartes de la región del Gran Caribe. El Programa de Trabajo de la Dirección de Desarrollo del Comercio y las Relaciones Económicas Externas tiene como sus metas específicas centrales las siguientes:

- **Reducción y Eliminación Gradual de los Obstáculos al comercio y la inversión en el Gran Caribe.**
- **Promoción y facilitación del Trato Especial y Diferenciado para las Pequeñas Economías en el Gran Caribe.**
- **Promoción y estímulo a las relaciones comerciales en el Gran Caribe y desarrollo de iniciativas para integrar la región de la AEC a otras iniciativas regionales en materia de convergencia e infraestructura comercial.**
- **Promoción y estímulo a las negociaciones comerciales internacionales y capacitación en las temáticas comerciales.**

Esta actividad formaría parte vital del mandato de la Dirección de Comercio para fortalecer el entorno empresarial y el espacio para la inversión dentro de la región. La Dirección de Comercio entiende el papel jugado por las PYMES en el desarrollo económico y social de los países. Esta investigación se extiende también al examen del impacto del sector de las PYMES en la mujer dentro de la sociedad y su contribución al desarrollo económico en la región.

4. RESUMEN DE LAS OPORTUNIDADES.

4.1 Metas y Objetivos.

El principal propósito o meta de esta iniciativa es profundizar la conciencia sobre las potencialidades y ofrecer información, herramientas y estrategias para sacar el máximo a las oportunidades empresariales para la mujer que genera el turismo en general y el turismo de cruceros en particular.

Primer Simposio Regional sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe

Las actividades estarán dirigidas hacia la profundización de la conciencia y el desarrollo de herramientas básicas para la formulación política, su fortalecimiento y adopción, e incluirá análisis de estudios de caso, presentación de las mejores prácticas y discusiones centradas en las recomendaciones sobre enfoques políticos para alcanzar los siguientes objetivos centrales:

- (i) Resaltar la importancia del turismo, más específicamente el turismo de cruceros, como motor impulsor de un mayor comercio y del desarrollo socioeconómico de la mujer.
- (ii) Transferencia de conocimiento y recursos para contribuir a la promoción, la adopción y la implementación de estrategias en el fomento de capacidad enfocadas hacia el fortalecimiento empresarial de la mujer con las PYMES en la industria del turismo.
- (iii) Promover la región del Gran Caribe, mostrando los productos y las atracciones turísticas de los países de la región.
- (iv) Mejorar el acceso al mercado para los destinos del Gran Caribe mediante la facilitación de la interacción con los medios de divulgación en el campo de los viajes y los intermediarios en esta misma esfera que operan en la industria de cruceros.
- (v) Mostrar las PYMES propiedad de mujeres para generar interés, darlas a conocer y exponer las oportunidades para una mayor actividad comercial.

4.2 Formato del Evento.

Duración: 3 días.

Ubicación: Organizado por los Estados Miembros o Miembros Asociados de la AEC.

Fecha: septiembre/octubre 2012.

El Simposio comprenderá lo siguiente:

- Seis (6) sesiones plenarias temáticas con expertos de la región y del resto mundo.
- Cuatro (4) talleres que se efectuarían al margen de las plenarias, que incluirán una actividad para estimular la vinculación e interacción de los participantes.
- Una Feria de Turismo/Mercado de Destino complementada con un ejercicio de interacción, utilizando un proceso y una metodología desarrollada por la Dirección de Comercio.

El evento culminará con una reunión del Grupo de Trabajo Ad Hoc creado para avanzar en el establecimiento de la Asociación de Destinos de Cruceros del Caribe (ADCC), iniciativa que está siendo implementada por la Dirección de Turismo Sostenible.

Los resultados específicos de esta actividad serán la formulación de un documento con recomendaciones sobre directrices políticas e indicadores para el fortalecimiento de las PYMES que pertenecen y son operadas por mujeres en la industria del turismo en los países del Gran Caribe, y el desarrollo de subsecuentes intervenciones en materia de fomento de capacidad a escala nacional y/o regional.

Primer Simposio Regional sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe

Como **Anexo 1** se adjunta un proyecto de Agenda del evento, con información detallada sobre las actividades y los ponentes del mismo.

4.3 Audiencia a la que está dirigido.

- **Estados Miembros y Miembros Asociados de la AEC:** Ministros de Turismo, Gestores de Destino y/o Funcionarios de alto nivel en la esfera del Turismo; Ministros de Comercio y/o Funcionarios de alto nivel de los Ministerios de Comercio y Agencias de Viaje; representantes de alto nivel y funcionarios políticos de los Grupos de Intereses de la Mujer y Asociaciones Nacionales y Regionales de Comercio e Industria.
- **Industria del Turismo y Sector de Cruceros:** Representantes de las líneas de cruceros, Asociaciones de Cruceros, Turoperadores, Agentes de Viaje, medios de divulgación en el terreno de los viajes.
- **Organizaciones Regionales e Internacionales:** Caribbean Community (CARICOM); Caribbean Alliance for Sustainable Tourism (CAST); Caribbean Tourism Organization (CTO); Comisión Interamericana de Mujeres (CIM); Banco Interamericano de Desarrollo (BID); Fundación Global Democracia y Desarrollo (FUNGLODE); IFC; IICA; Caribbean Association of Industry and Commerce (CAIC); Organización de Estados Americanos (OEA); Organización de Estados del Caribe Oriental (OECS); Programa de Turismo de la OCDE, Centre for Entrepreneurship (CFE) (Centro de Iniciativa Empresarial) y Programa de Desarrollo Económico y de Empleo Local (LEED); SICA; SICTA, Banco Mundial; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL-ONU); Organización Mundial del Comercio de las Naciones Unidas (OMC); Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT-ONU), Organización ONU Mujeres (PDT).
- **Académicos:** Profesores y Representantes de Universidades Regionales.

4.4 Beneficios y Resultados Previstos.

Los principales beneficios de esta iniciativa son los siguientes:

- (i) Profundización de la conciencia sobre el producto turístico de los distintos países, incluyendo las actividades, sitios y atracciones que serían de interés para la industria del turismo y los visitantes de cruceros en particular.
- (ii) Fomento del crecimiento socioeconómico mediante el apoyo al desarrollo de las empresas pequeñas y medianas, y la creación de medios de subsistencia alternativos.
- (iii) Apoyo a la creación de empleos y las oportunidades comerciales para la mujer.
- (iv) Mejora de la competitividad y el fortalecimiento del destino de la industria turística regional mediante la promoción del Sello Gran Caribe y la adopción de prácticas favorables a los pobres y el turismo sostenible.

Entre los resultados que se prevén como fruto de la ejecución exitosa de esta iniciativa están:

- Apoyo a los Estados Miembros en sus esfuerzos para desarrollar una industria turística fuerte y viable, particularmente en lo relativo al diseño e

Primer Simposio Regional sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe

implementación de estrategias beneficiosas para las comunidades locales, que hagan énfasis, entre otros aspectos, en la creación de un entorno propiciador para el crecimiento y sostenibilidad del sector de cruceros.

- Promoción de iniciativas que apoyen el crecimiento del desarrollo y la productividad de las PYMES en el sector del turismo, más específicamente las que pertenecen y son operadas por las mujeres, como una estrategia para la generación de empleos y la reducción de la pobreza.
- Mejora de los esfuerzos de marketing de los países para la industria de cruceros y el mercado internacional de viajes, mediante la generación de interés y conciencia entre los distintos intermediarios, facilitando los vínculos entre estos grupos blanco y los destinos.
- Promoción del concepto 'Sello Gran Caribe' y apoyo a la cooperación y la integración regional en ese sentido.

5. REQUERIMIENTOS DE FINANCIAMIENTO.

5.1 Estimado de Presupuesto.

Fecha (sept./oct., 2012)		
<i>Renglón</i>	<i>Descripción</i>	<i>Estimado de Costos (USD)</i>
Preparación de la Reunión	Desarrollo de los materiales, comunicación y acercamiento para promover el evento.	5,000
Conferencia/ Talleres	Logística de la reunión y Viajes, Viáticos y Gratificaciones para los Ponentes, Panelistas y facilitadores.	20,000
Feria de Turismo	Cabinas, Tecnología de multimedia y logística.	30,000
Reunión ADCC-GT-4	Gastos de la reunión, incluyendo tecnología multimedia y otros gastos incidentales.	5,000
Equipo AEC	Coordinación, viajes y viáticos.	5,000
TOTAL		65, 000

ANEXO 1 – PROYECTO DE AGENDA

Primer Simposio Regional sobre el Turismo de Cruceros y el Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial en el Gran Caribe: Oportunidades para la Mujer

PRIMER DIA

8:30am - 9:00am	INSCRIPCION
9:00am - 10:00am	CEREMONIA DE APERTURA: <ul style="list-style-type: none">• Representante del País Sede.• Representante de la Secretaría de la AEC.• Orador del Discurso de Tónica – Comercio y Turismo – Oportunidades para el Crecimiento.
10:00am -10:15am	RECESO
10:15am -11:15am	1ra. SESION PLENARIA: Situación del Sector del Turismo de Cruceros en la región del Gran Caribe <ul style="list-style-type: none">○ (CTO)○ (SITCA)
11:15am -12:15pm	2da. SESION PLENARIA: <ul style="list-style-type: none">• Perspectiva Regional de la Iniciativa Empresarial y el Desarrollo de las PYMES en la región del Gran Caribe.
12:15pm - 1:30pm	ALMUERZO
1:30pm - 2:30pm	3ra. SESION PLENARIA: <ul style="list-style-type: none">• Desarrollo del Turismo de Cruceros en el Gran Caribe – Oportunidades y Retos. (FCCA)• Iniciativa Empresarial y Desarrollo de las PYMES en el Gran Caribe – Oportunidades y Retos.
2:30pm - 4:00pm	TALLERES: <ol style="list-style-type: none">1) Acogida en el Destino: Intercambio de experiencias, opiniones y las mejores prácticas.2) Innovación y Diferenciación del Producto para la competitividad de las PYMES en el Gran Caribe.3) Estrategias de Marketing: Desde el Pasajero de Crucero hasta el Visitante que Regresa.
4:00pm - 5:00pm	PLENARIA: <ul style="list-style-type: none">• Informe sobre los resultados de los Talleres.
7:00pm - 9:00pm	<i>Cóctel de Bienvenida y Apertura de la Feria y Mercado de Turismo Sostenible.</i>

SEGUNDO DIA

9:00am - 10:00am	4ta. SESION PLENARIA: <ul style="list-style-type: none">• Exploración de los Vínculos Entre la Iniciativa Empresarial/Desarrollo de las PYMES y el Turismo de Cruceros.
10:00am - 10:15am	RECESO
10:15am -12:00pm	DISCUSION PANEL PLENARIA <ul style="list-style-type: none">• Estrategias para el fortalecimiento de las capacidades de las mujeres empresarias.
12:00pm - 1:30pm	ALMUERZO
1:30pm - 3:00pm	TALLERES: Recomendaciones sobre Enfoques Políticos para: <ul style="list-style-type: none">• Fomento de Capacidad de las Mujeres Empresarias.• Fortalecimiento de la Iniciativa Empresarial y Desarrollo de las PYMES.• Sociedad Pública/Privada para el Desarrollo del sector de Cruceros.
3:00pm - 4:00pm	PLENARIA: <ul style="list-style-type: none">• Reporte sobre los resultados de los Talleres.•
4:00pm - 5:00pm	CEREMONIA DE CLAUSURA

TERCER DIA

9:00am - 12:00pm	<ul style="list-style-type: none">• Reunión ADCC-GT-4.• Interacción de la Feria y Mercado de Turismo Sostenible.
12:00pm - 1:30pm	ALMUERZO
1:30pm - 4:30pm	<ul style="list-style-type: none">• Sesión Final Reunión ADCC-GT-4.
4:30pm - 5:00pm	CLAUSURA DE LA FERIA Y MERCADO DE TURISMO SOSTENIBLE
