

Espacios del capital hotelero: los enclaves de playa del Caribe

Facundo Martín Hernández*

Resumen

Desde hace décadas, la mayoría de los países y territorios de la región Caribe registran un crecimiento sostenido de los flujos turísticos internacionales y de las inversiones extranjeras sectoriales. Tal proceso, en su mayoría orientado a las playas tropicales, reconfiguró espacios y sociedades. Buena parte de la bibliografía sobre la temática y el caso de estudio se ha dedicado a describir el fenómeno sin ahondar en las contradicciones que instala el desarrollo de enclaves turísticos. En base a esta caracterización, el artículo tiene por objetivo aportar al estudio crítico del fenómeno, centrándose en el análisis socio-espacial de las corporaciones hoteleras, sus formas de construcción y gobierno de los territorios, de los contrastes que incentiva y de las alianzas trazadas con los Estados nacionales y neocoloniales. Como hipótesis, se sostiene que el capital turístico en la región subordina los intereses de conjunto a las expectativas de los empresarios del sector. Metodológicamente, se combinaron métodos cualitativos y cuantitativos para dimensionar los aspectos materiales y simbólicos del caso. A modo de conclusión, se reflexiona sobre el problema del desarrollo turístico y qué desafíos se presentan en la región.

Palabras clave: Inversión extranjera, Desarrollo turístico, Territorio corporativo, Caribe, Sol y playa.

Spaces of hotel capital: the Caribbean beach enclaves

Abstract

For decades, most of the countries and territories of the Caribbean region have registered sustained growth in international tourist flows and sectoral foreign investment. This process, mostly oriented to tropical beaches, has reconfigured spaces and societies. Much of the literature on the subject and the case study have been devoted to describing the phenomenon without delving into the con-

° DOI: <https://doi.org/10.52292/j.rug.2022.31.1.0033.0055>

* Centro de Investigaciones Geográficas y Socio-Ambientales (CIGSA) – Departamento de Geografía – Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP), Argentina, fmhernandez12@yahoo.com.ar

traditions that result from the development of tourist enclaves. Based on this characterization, the article aims to contribute to the critical study of the phenomenon, focusing on the socio-spatial analysis of hotel corporations, their forms of construction and governance of the territories, the contrasts they encourage and the alliances built with national and neo-colonial states. As a hypothesis, it is argued that tourism capital in the region subordinates the interests of the whole to the expectations of entrepreneurs in the sector. Methodologically, qualitative and quantitative methods were combined to dimension materials and symbolic aspects of the case. In conclusion, we reflect on the problem of tourism development and the challenges ahead in the region.

Keywords: Foreign investment, Tourism development, Corporate territory, Caribbean, Sun and beach.

Introducción

El presente trabajo analiza cómo las firmas hoteleras internacionales construyen y controlan territorios en el Caribe con la finalidad de explotar el principal recurso turístico de la región, las playas tropicales, y así captar la mayor parte posible del gasto turístico. Tal objetivo, nos conduce a argumentar y demostrar que, para que se realice el proceso de apropiación y se active la acumulación de capital, los Estados de la región tienden a garantizar la rentabilidad de las inversiones empresariales mediante un conjunto de políticas sectoriales de fomento y estímulo al capital hotelero.

El predominio de la Inversión Extranjera Directa¹ (IED) en el sector hotelero caribeño condiciona la formación socio-espacial en los países y territorios de ultramar, y al mismo tiempo subordina los intereses nacionales, y de su entramado social, a las expectativas del empresariado foráneo. Tal situación, es un aspecto que revela la vigencia de la penetración neocolonial² en el Caribe, que se evidencia por la continuidad de una serie de históricas problemáticas y antagonismos socio-espaciales que en la actual coyuntura se derivan, en parte, de la fundación y desarrollo de enclaves turísticos en zonas de playa.

Otro aspecto a destacar respecto al accionar del capital hotelero es que, para la materialización del dominio, las empresas que operan en la región no sólo intervienen en el espacio físico, además, diseñan y reproducen imaginarios que aluden a lo paradisíaco a través de estrategias publicitarias. De esta forma, contribuyen, junto a las agencias turísticas de gobierno, a establecer un orden simbólico en los lugares intervenidos para la explotación turística.

Respecto al estado del arte sobre el tema, desde la década de 1970 hasta la actualidad, encontramos trabajos que tratan sobre las formas y contenidos específicos que asume, a escala mundial, el turismo como instancia de penetración capitalista en los territorios y su relación con el neocolonialismo cuando los destinos turísticos que se fundan en países semicoloniales o de la periferia mundial se internacionalizan (Turner y Ash, 1975; Britton, 1979; Britton, 1982 y 1991; Nash, 1989; Clancy,

¹ La IED se caracteriza por el “control de una actividad empresarial o activo real por parte de un inversor o entidad de origen nacional diferente a la del activo adquirido” (Díaz Vázquez, 2003: 1). La IED incluye acciones de capital, conocimientos técnicos y tecnología, gestión y administración (De Mello, 1997), que son incorporados a los estados contables de la firma o entidad que invierte y a través de los cuales se establece una expectativa de que la relación entre origen del capital y su destino geográfico sea duradera (Duce, 2003). en tanto genere ganancias y altas tasas de retorno.

² Como sostiene Macías Chávez (2015) el concepto neocolonialismo fue empleado inicialmente para definir el ejercicio de poder de un Estado sobre sus excolonias que otrora eran controladas y administradas como parte de su territorio soberano. No obstante, el término se comenzó a emplear para describir relaciones asimétricas entre actores de poder global y determinados territorios, sobre todo, aunque no únicamente, de condicionamiento y dominación económica ejercida por potencias militares, compañías multinacionales y organismos internacionales de crédito, sobre los pueblos de los países empobrecidos, anulando toda organización social que le resulta disfuncional (García Canclini, 2002).

2001; Gibson, 2009; Bandyopadhyay, 2011; Buades, 2014, entre otros). Sobre el estudio de caso, las referencias que destacamos son los trabajos de Smelch (2003), Cabezas (2008), Blázquez, Cañada y Murray (2011), Sinclair-Maragh y Gursoy (2015), los cuales aportan una mirada crítica al fenómeno en diferentes destinos turísticos del Caribe.

Es importante destacar que predominan las investigaciones abocadas a casos puntuales (Kermath y Thomas, 1992; Bandeira, 1996; Cabezas, 2008; Cruz, O'Connell Davidson y Sánchez Taylor, 2019; entre otros) sobre aquellas que analizan el fenómeno a escala regional (Stothart, 2013; Sprague-Silgado, 2017). Se observa que, si bien es nutrida la información sobre la economía y movilidad turística difundida por los organismos oficiales de turismo, nacionales e internacionales, hay una escasa producción cuantitativa en lo que se refiere a las inversiones hoteleras instaladas en el Caribe. Por tal motivo, uno de los aportes del trabajo es exponer y analizar los resultados obtenidos de las mediciones realizadas a través de indicadores seleccionados para los objetivos propuestos.

En los apartados finales, se mencionan las principales políticas de estado que sostienen el proceso estudiado y se efectúa un cierre con las principales problemáticas socio-espaciales que promueve y/o profundiza la reproducción del modelo turístico basado en el enclave, como implante de herencia colonial.

Materiales y método

El trabajo combina métodos cualitativos con cuantitativos. Respecto a los primeros, se relevaron los contenidos publicitarios difundidos por las oficinas de turismo y empresas hoteleras a través de imágenes y *slogans* que proyectan la metáfora del paraíso. A su vez, se seleccionaron para su análisis las políticas de promoción y estímulo a la inversión hotelera más significativas y frecuentes en los diferentes países de la región.

En lo que respecta a la cuantificación del fenómeno, se seleccionaron de las 300 principales corporaciones hoteleras del mundo³ aquellas que operan en la región estudiada con la finalidad de medir su desarrollo territorial por medio de una serie de indicadores que dan cuenta de su grado de inserción en las playas caribeñas⁴.

³ El ranking de las 300 cadenas hoteleras con mayor número de habitaciones del mundo fue extraído de la publicación de mayor reconocimiento en el negocio hotelero: *Hotels Magazine* (2019). Los grupos hoteleros cubanos administrados por el Estado no fueron incluidos debido a que el objetivo es trabajar con cadenas hoteleras que se expanden internacionalmente.

⁴ En el caso de San Juan (Puerto Rico), sólo se incorporaron al relevamiento los hoteles asentados en barrios y áreas ligadas al turismo de sol y playa. En el caso de Santo Domingo (República Dominicana), los hoteles no fueron incluidos, debido a que su patrimonio cultural es el principal atractivo. Esto, al margen que desde la capital dominicana puedan desplazarse los turistas a playas cercanas. Situación similar acontece en La Habana (Cuba) y Kingston (Jamaica) que tampoco han sido incorporadas al relevamiento. En el caso de la

Algunos de los indicadores utilizados son los que se reiteran en estudios sobre turismo: número de establecimientos hoteleros, cantidad de habitaciones y costo promedio de una habitación. Se agregan a estos, el país de origen de la cadena hotelera como dato que aporta a dimensionar el rol de la IED en la composición del capital hotelero de la región.

Por otro lado, teniendo en cuenta de que se trata de un estudio centrado en la playa como principal atractivo turístico, un indicador importante es si los hoteles tienen, o no, acceso directo a la playa⁵ o si forman parte del frente costero⁶. Esto último, tiene como finalidad corroborar la tendencia a la litoralización del desarrollo urbano-turístico en los principales destinos y la redefinición de patrones paisajísticos por el accionar conjunto del capital, abordados en el trabajo a través de la propuesta conceptual-metodológica de la Ecología de Paisajes. El método consistió en definir y medir, en imágenes satelitales correspondientes a áreas de playas turísticas caribeñas, los elementos que componen la estructura del paisaje: matriz, parche y corredor (Cushman, Evans y McGarigal, 2010). Esto, para exponer cómo las diferentes formas de ocupación del espacio costero en los distintos enclaves de playa responden al grado de desarrollo y acumulación del capital hotelero.

Uno de los indicadores más importantes que utilizamos es lo que entendemos como renta potencial hotelera (Rph) que se obtuvo como resultado del seguimiento de la tarifa diaria de las habitaciones en base doble (diferenciadas por categoría⁷) de cada hotel relevado durante el año 2019. Este relevamiento permitió calcular la media aritmética por día⁸. Con este valor, se calculó la media por cada mes, y a partir de este dato se obtuvo la media aritmética de los doce meses que, finalmente, se multiplicó por el número de habitaciones y así obtener la Rph por complejo hotelero⁹ (Fig. 1). Complementariamente, se calculó la plusvalía hotelera tomando como valor de referencia el salario (en dólares) básico e inicial de un trabajador del

capital cubana, el atractivo es La Habana Vieja y su malecón, y las playas del Este son un complemento. No obstante, desde la ciudad se realizan excursiones de un día a Varadero y Cayo Levisa.

- 5 El acceso directo a la playa, como indicador, está determinado por la localización geográfica del complejo hotelero en el área costera. Cuando decimos que un hotel tiene acceso directo a la playa es porque está emplazado sobre la misma o no hay ninguna infraestructura urbana que se anteponga entre el terreno ocupado por la edificación y la playa, es decir, son linderos. Esta organización espacial del capital permite, en algunos casos, que las firmas hoteleras controlen y restrinjan el acceso público a sectores de playas, transformándolas en privadas por concesión del Estado o privados o por sesión de títulos de propiedad.
- 6 El frente costero se refiere a la primera línea de edificación contigua a la línea de costa pudiendo o no estar separada por una infraestructura urbana (por lo general, una arteria vial costera). Lo importante del indicador de formar parte del frente costero es el acceso pleno, sin obstáculos, de las edificaciones a la postal turística que compone, en el caso de estudio, la costa marítima.
- 7 En todos los casos, la cantidad de habitaciones, plazas y categorías se informa en la página web del hotel.
- 8 Las tarifas de las habitaciones se obtuvieron a través de los sistemas de reservas de los hoteles y no de las páginas web de viajes y turismo. Se procedió a recabar el dato de las tarifas por día de las habitaciones y sus diferentes categorías con tres meses de antelación.
- 9 Cabe aclarar que los valores generados fueron redondeados en millones: la fracción mayor o igual a los 500mil se le agregó valor hasta para cerrar el número en millones redondos al valor calculado (por ejemplo: 23.620.000 se convierte en 24.000.000) y la fracción por debajo de los 500mil se le sustrajo valor hasta cerrar el número en millones redondos al valor calculado (por ejemplo; 23.420.000 se convierte en 23.000.000).

sector de limpieza para estimar la participación de sus ingresos en la Rph mensual de una habitación de hotel (calculada en base a los complejos relevados) del país o territorio en el que se desempeña.

$$\frac{y_1 + y_2 + y_3 + \dots +}{m} = \bar{x}_1 \frac{\bar{x}_1 + \bar{x}_2 + \bar{x}_3 + \dots +}{n_2} = \bar{x}_a \frac{\bar{x}_a + \bar{x}_b + \bar{x}_c + \dots +}{12} = \bar{x}_{hab} \cdot m = Rph$$

Donde: **m** **n2** **12**

y₁ costo diario de la habitación en un x hotel **\bar{x}_1** media aritmética del costo diario de una habitación en un x hotel **\bar{x}_a** media aritmética del costo mensual de una habitación en un x hotel **\bar{x}_{hab}** media aritmética del costo anual de una habitación en un x hotel

m cantidad de habitaciones del hotel x **n2** cantidad de días de x mes **12** doce meses **Rph** Renta Potencial Hotelera

Figura 1. Fórmula para calcular la Rph. Fuente: elaboración propia.

Como fuentes secundarias, se incorporaron las estadísticas turísticas de los organismos internacionales y nacionales (privados y públicos). También, fueron utilizadas estadísticas socio-económicas de diferentes organismos nacionales.

Elección del área de estudio: la región Caribe

La selección del caso de estudio se justifica por dos motivos. Por un lado, en las últimas cuatro décadas, los países y territorios insulares de la región Caribe¹⁰ han reordenado sus economías y redefinido territorios en función del turismo. En varios casos, sobre todo en la mayoría de las Antillas Menores, el turismo ha desplazado a las actividades primarias tradicionales (heredadas de la economía de plantación) como fuentes principales de ingresos en las cuentas nacionales. Prueba de esto último, es el crecimiento constante de los principales indicadores turísticos (Fig. 2). Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), en 1985 los arribos por turismo internacional en el Caribe eran de 7.976.000 y una década después se duplicaron (OMT, 2000). Para el 2010, las llegadas se aproximaron a 20 millones de arribos anuales (OMT, 2014); mientras que en el 2019 (último año no afectado por la pandemia por Covid-19) los valores superaron los 27 millones (OMT, 2020). Esto representa un crecimiento anual promedio del 7% en los últimos 34 años. En el mismo período, los ingresos generados por turismo, pasaron de 4.990 millones de U\$ en 1985 (OMT, 1994) a 34.800 millones de U\$

¹⁰ Se hará referencia a la región Caribe (lo mismo vale para playas caribeñas) al territorio conformado por el conjunto de islas que emergen en el Mar Caribe, las cuales integran países insulares independientes y territorios o regiones de ultramar dependientes de Francia, Países Bajos, Reino Unido y Estados Unidos. Están excluidas las islas que forman parte de países continentales de Centroamérica (Roatán, Cayo Ambergris, Bocas del Toro, entre otras) y Sudamérica (Islas de San Andrés, Margarita, Archipiélago Los Roques, entre otras). Por otro lado, Bahamas, Turcos y Caicos y Bermudas son incluidas al caso de estudio. Estas últimas, si bien no forman parte de la cuenca del Mar Caribe, por proximidad, ambiente, sociedad y cultura, son generalmente incorporadas como parte de la región por las instituciones internacionales. En total, son 31 unidades territoriales, de las cuales solo Montserrat (Reino Unido), Saba (Países Bajos) y San Eustaquio (Países Bajos) no tienen inversiones instaladas de las cadenas hoteleras internacionales relevadas.

en 2019, lo que representa un crecimiento anual promedio de 17.5%. Este dato pone en relevancia que los ingresos crecieron más del doble que el flujo de turistas como resultado de la diversificación y sofisticación en la oferta de servicios habitacionales y recreativos que se traducen en un mayor gasto promedio por turista.

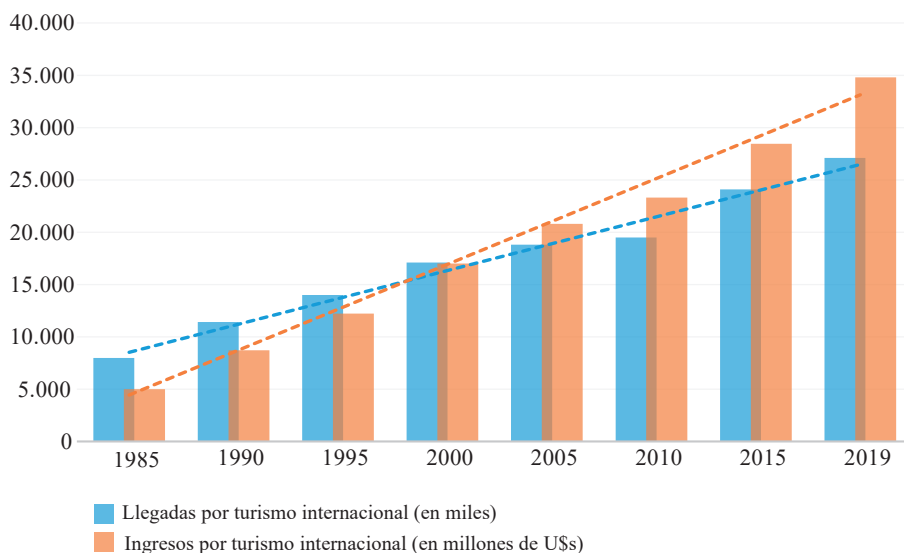


Figura 2. Evolución de las llegadas e ingresos por turismo internacional (1985-2019) en la región Caribe. Fuente: elaboración propia sobre la base de datos de la OMT (1994, 2000, 2014 y 2020).

Por otro lado, en el año 2019, el turismo en la región alcanzó su máxima participación en la mayoría de las economías de las islas caribeñas. Según datos del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, 2020), en el último año antes de la irrupción de la pandemia, más de tres cuartas partes de los países del Caribe tenían una participación del turismo superior al 10,4% en el Producto Bruto Interno (PBI), lo que representa un valor por encima de la media mundial alcanzada en dicho año¹¹. Incluso, según datos de las cuentas nacionales recabadas por la WTTC (2020), en 14 países y territorios isleños del Caribe se registran valores por encima del 25% (Fig. 3). Si le sumamos los dos territorios no medidos por la WTTC (2020)) y que se supone que también superan esos valores (las colonias francesas de San Bartolomé y Saint Martín), resulta que el turismo en más de la mitad (55%) de los 29 países y territorios de la región genera un cuarto del valor monetario total de la producción de bienes y servicios. Alcanzado este punto, los

¹¹ Según la WTTC (2020) el año 2019 las ganancias por turismo en el mundo alcanzaron los 9.200 millones de dólares, lo que significa un aporte al PIB mundial del 10,4%.

países y territorios configuran administraciones públicas centradas en la promoción de los destinos turísticos y en la atracción de inversiones sectoriales.

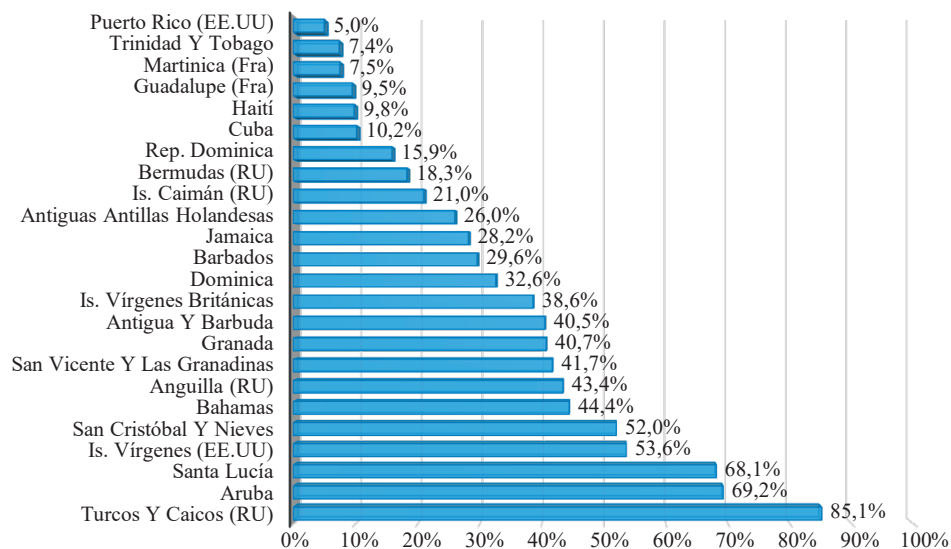


Figura 3. Participación del turismo y su efecto multiplicador en el PBI (2019) en países del Caribe¹². Fuente: elaboración propia sobre la base de datos de la WTTC (2020).

El segundo motivo de la elección del caso de estudio resulta de la observación de que, del total de la oferta hotelera en el Caribe relevada, la amplia mayoría se distribuyen en *resorts* emplazados en diferentes playas de la región. Por lo tanto, la tendencia a reproducir espacialidades turísticas en los litorales marítimos es otro rasgo de distinción geográfica. Esto se debe a que la mayoría de la oferta hotelera internacional está ligada al producto de sol y playa (Fig. 4).

Desarrollo turístico y enclaves turísticos en el Caribe

Uno de los aspectos centrales del desarrollo histórico del capital turístico es la evolución de la hotelería. Uno de los indicadores que refiere al crecimiento de las cadenas internacionales es su expansión en nuevas áreas de incidencia, en geografías diversas y distantes de la casa matriz, ampliando su territorio corporativo

¹² La WTTC incorpora en su estadística el término Antiguas Antillas Holandesas; en tal denominación incluye Curazao, Sint Marteen, Saba, San Eustaquio y Bonaire.

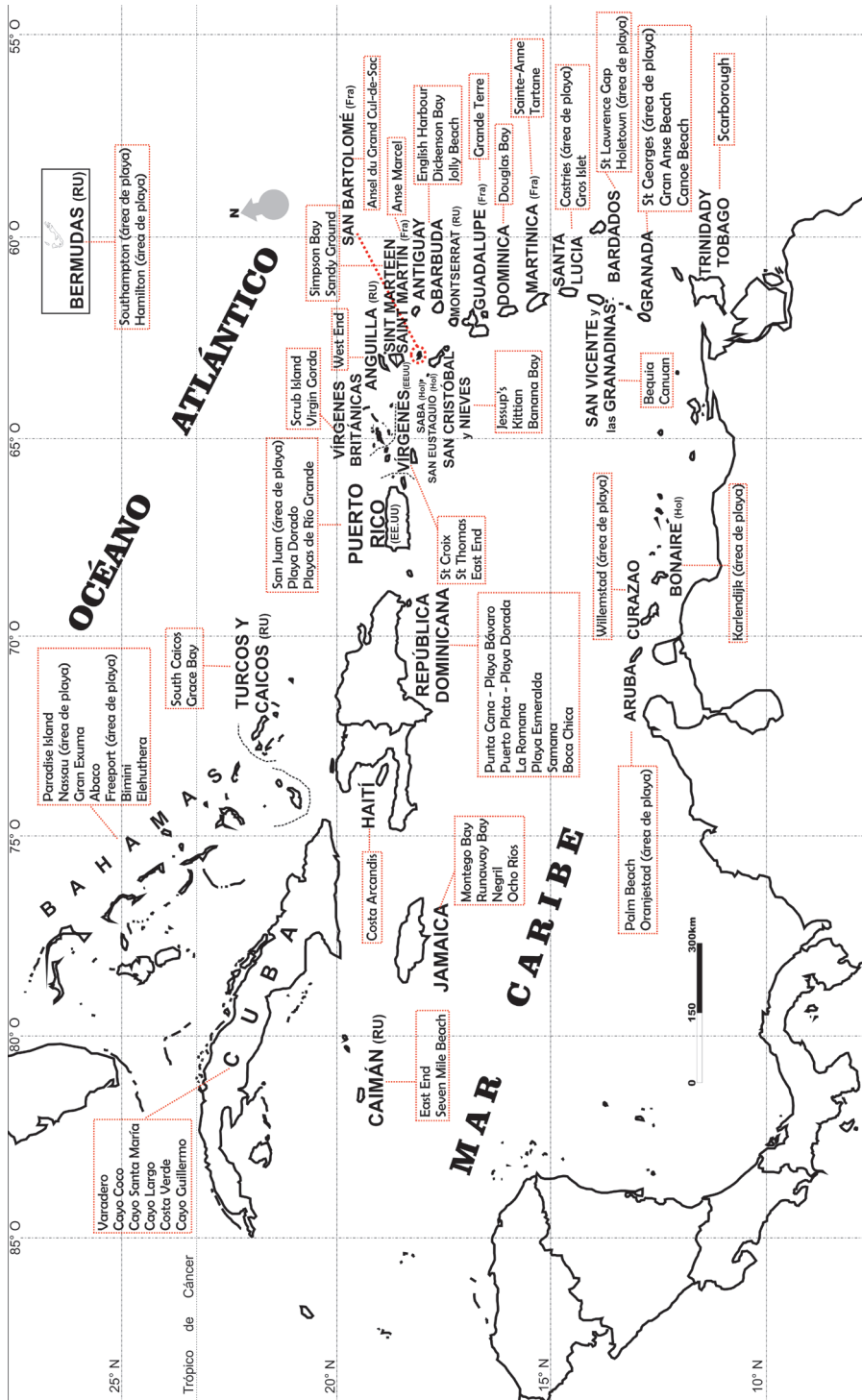


Figura 4. Región Caribe y los destinos de playa relevados por país y territorio. Fuente: elaboración propia.

de acción¹³. En buena medida, lo que permitió que empresas nacionales pudiesen explotar recursos turísticos en otros países fue la combinación entre la acumulación de capital alcanzada en sus respectivos mercados internos (por lo general, dinámicos y protegidos por los Estados nacionales), y las facilidades y estímulos otorgados por los Estados receptores de las cadenas que deciden expandirse e internacionalizarse con el fin de obtener nuevas fuentes de ganancias y acaparar nuevos mercados.

La expansión de la IED en el sector turístico del Caribe tiene un salto en la década de 1980 con el afianzamiento de la globalización capitalista y las reformas políticas de corte neoliberal en la región bajo la tutela de los gobiernos de EE.UU y los organismos internacionales de crédito. El grado de apertura y facilidades otorgadas por los Estados a las IED transformaron al Caribe en una de las principales regiones en las que se inaugura la inserción de una empresa hotelera fuera de sus límites nacionales (Tabla I). Por otro lado, el crecimiento de las IED sectoriales en Cuba, desde el período especial¹⁴, pone de manifiesto que la necesidad de expansión del capital hotelero y la vigencia del rol del Caribe como proveedor de destinos turísticos en la división internacional y territorial del trabajo (Santos, 2000), atraviesa todo tipo de regímenes políticos en la región.

Los factores que aportan al creciente anclaje de las cadenas hoteleras en geografías (desde la mirada occidentalista) paradisiacas, exóticas y lejanas, son el desarrollo del transporte aéreo, las redes globales de comunicación y la inmediatez en la difusión de la información. El proceso de compresión del espacio por el tiempo por medio de las innovaciones tecnológicas y organizacionales introducidas en el sistema aéreo de transporte, flexibiliza y relativiza las barreras geográficas, contribuyendo expandir y reproducir el capital turístico.

Otro factor a remarcar es que, en las últimas décadas, el uso masivo de las redes informáticas¹⁵ en las sociedades mundiales permite un mayor conocimiento sobre los destinos turísticos alejados de los principales centros emisores e, incluso, contratar con antelación todo tipo de servicios en forma remota. Esta funcionalidad de los sistemas de comunicación e información respecto al turismo contribuyen a generar una mayor confiabilidad en el producto distante¹⁶. Por otro lado, las pla-

¹³ El concepto de territorio corporativo lo entendemos en términos de Silveira (2007), como el espacio apropiado y resignificado por el accionar de las empresas las cuales construyen su base material o utilizan la que ya existe para cumplir los objetivos de su vida corporativa. Según dicha autora, cada empresa, al construir su territorialidad, combina de manera específica los objetos que necesita para el ejercicio de su acción y organiza las acciones para poner a funcionar tales objetos.

¹⁴ Es el período de crisis socioeconómica en Cuba que se abre en los 90' después de la caída de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) y la disolución del Consejo de Ayuda Mutua Económica (CAME).

¹⁵ Una red informática es "un conjunto de equipos conectados por medio de cables, señales, ondas o cualquier otro método de transporte de datos, que comparten información, recursos y servicios" (Faure-González y García-Zayas, 2012, p. 28). En la actualidad, las redes informáticas son fundamentales para la economía turística debido a que se contratan por medio de las mismas los principales servicios turísticos.

¹⁶ Se hace referencia a este adjetivo porque un turista imagina, planea y contrata servicios previamente a su

taformas de reservas *online* actúan economizando recursos humanos en la administración hotelera, al mismo tiempo que instalan (mediante foros y evaluaciones) competencias entre los diferentes oferentes por obtener mejores consideraciones de los clientes que les permita incrementar la reputación en el mercado hotelero.

| Firma | Año de internacionalización | Año de fundación | País | Localidad |
|-----------------------|-----------------------------|------------------|-------------------------|--------------|
| Hilton (EEUU) | 1949 | 1919 | Puerto Rico | San Juan |
| Barceló (España) | 1985 | 1954 | República Dominicana | Punta Cana |
| Sandals (Jamaica) | 1991 | 1981 | Antigua y Barbuda | Saint John |
| Riu (España) | 1991 | 1953 | República Dominicana | Punta Cana |
| Palladium (España) | 1992 | 1969 | República Dominicana | Punta Cana |
| Rosewood (EEUU) | 1993 | 1979 | Is. Vírgenes Británicas | Virgin Gorda |
| Iberostar (España) | 1993 | 1961 | República Dominicana | Punta Cana |
| Grupo Pñero (España) | 1995 | 1991 | República Dominicana | Punta Cana |
| Catalonia (España) | 1998 | 1983 | República Dominicana | Punta Cana |
| SireNis (España) | 2001 | 1970 | República Dominicana | Punta Cana |
| Blue Diamond (Canadá) | 2011 | 2011 | Cuba | Varadero |
| Senator (España) | 2018 | 1967 | República Dominicana | Puerto Plata |

Tabla I. Año de internacionalización de las 12 cadenas hoteleras de las 42 relevadas que construyeron su primer hotel en el extranjero en el Caribe. Fuente: elaboración propia sobre la base de datos suministrados por las firmas hoteleras.

Cuando un territorio se construye y reproduce, material y simbólicamente, por el accionar conjunto del capital hotelero internacional en un nicho espacial, hacemos mención a la formación de un enclave turístico. Esta formación socioespacial es la

llegada al destino. Hay una separación geográfica en el instante de quién decide ser un consumidor turístico y el lugar donde se realizará como tal. Las redes informáticas multiplican la información sobre los lugares y su funcionamiento como turísticos. Esto último, no sólo es suministrado por empresas y oficinas de gobierno, además es nutrido por la experiencia de usuarios de servicios que comparten en foros y demás espacios de intercambio virtuales.

suma de territorios corporativos contruidos por empresas hoteleras, y demás rubros dedicados a la explotación del turismo, en un mismo lugar de destino, separado por una distancia significativa, o por algún tipo de límite, de aquellos espacios próximos en los que se reproduce una existencia social cotidiana sin la circulación del turista y que, por lo general, contienen la fuerza laboral que se desplaza al enclave turístico que demanda trabajadores para su construcción y funcionamiento.

En base a lo enunciado en el párrafo anterior, lo que precisa la existencia específica de un enclave de playa es su patrón espacial definido por el conjunto de objetos contruidos para la realización de las prácticas turísticas ligadas, primariamente, a la permanencia en la playa y a los baños de sol y de mar. En este subtipo de enclave turístico prevalece como rasgo del paisaje el emplazamiento de complejos hoteleros en las costas para estar localizados próximos a las playas o tener acceso directo a las mismas. El patrón socioespacial de un enclave de playa difiere notoria y, necesariamente, del entorno natural por el cual adquiere atractividad, ya que los objetos naturales son cosificados y alterados con el propósito de mercantilizar la imagen que proyectan¹⁷. Al mismo tiempo, se oculta el paisaje próximo que exhibe las condiciones materiales de existencia de la mayoría de la población local. Esto último, con el fin de anular y negar aquello que no forma parte de las experiencias que se esperan vivenciar en destinos de playa.

Por otra parte, el 85,6% de los hoteles relevados que componen enclaves de playa en la región Caribe son *all inclusive*. Este sistema es característico de complejos que ofrecen una mayor variedad de servicios, estimulando la permanencia del huésped dentro de la propiedad del hotel para favorecer el consumo cautivo. De esta forma, estos sistemas crean enclaves hoteleros dentro de un enclave turístico. Esta idea de una experiencia recluida en el territorio corporativo expone la dificultad de que el efecto goteo o derrame (Harvey, 2001) se plasme y contribuya a distribuir las ganancias generadas por el gasto turístico hacia comunidades locales.

Por último, adquiere importancia para definir un enclave turístico la dimensión simbólica, sobre todo la imagen proyectada por un destino internacional en un mundo hiperconectado por redes virtuales e hipercompetitivo (Swaminathan, Sorescu, Steenkamp, O'Guinn y Schmitt, 2020). La estrategia comercial consiste en instalar globalmente el lugar turístico mediante el uso de imágenes, iconografías y lemas que influyan en el consumidor, sembrando el deseo de presenciar *in situ* aquello que se le está ofreciendo. Por otro lado, el local, para que "su" lugar tenga una buena reputación en el mercado, debe satisfacer la necesidad de experimentación del turista,

¹⁷ Hacemos uso del concepto de cosificación en base al significado que le asigna Luckas (2011) como producto de la reconstrucción simbólica que hace la sociedad en su existencia material dentro del sistema capitalista. La vinculación entre seres humanos es resultado de la racionalidad mercantil que fundamenta las relaciones sociales. Esto se extiende a todo objeto social o natural. Un paisaje paradisíaco tiene un costo para poder apreciarlo, al mismo tiempo que es el resultado del trabajo y de las técnicas empleadas en su elaboración, proyección y difusión. El paisaje de las playas caribeñas es cosificado como resultado de su mercantilización.

de su “emoción” y “curiosidad”. Para ello, las culturas tipificadas por el marketing como exóticas deben manifestarse como dicta el mercado, aunque no sea su forma cotidiana de hacerlo o su momento histórico. Este modelo conduce a una forma concreta de etnocentrismo en el proceso de intercambio desigual del capitalismo, de tipo neocolonial que, mediante la transnacionalización de la economía y la cultura, tiende a anular toda organización social que le resulta disfuncional (García Canclini, 2002) y recrea en forma distorsionada los aspectos naturales y culturales que le permiten generar y captar rentas monopólicas (Harvey, 2012).

Resultados

Los enclaves de playa caribeños como paraísos imaginados e institucionalizados

Sin dudas, la postal turística más representativa y difundida del Caribe son las playas y mares tropicales¹⁸. La imagen publicitaria oficial proyecta elementos naturales que resaltan las cualidades del paraíso imaginado e institucionalizado: arenas claras, mares transparentes con tonos verdes o azulados, vegetación tropical, día soleado. Al publicitarse las playas en lugares opuestos a la geografía mercantilizada, lo que evocan es una utopía edénica, provocando en el observador que empatiza con la publicidad del destino turístico un momento ucrónico. Esto se comprueba, por ejemplo, en la cartelería que promociona una playa del Caribe expuesta en una avenida céntrica de cualquier centro urbano del mundo. De esta forma y de otras, se instala en la vida urbana alejada de las playas tropicales una ilusión, disruptiva de la cotidianidad.

El escenario y la escena turística instalada en contextos antagónicos, como estrategia comercial, es un aspecto importante de la teatralidad que promueve la dinámica socio-espacial del turismo. La escena publicitada, como acto de persuasión, puede ser la “naturaleza” del destino proyectada, sublimada, sin presencia humana alguna, o con objetos sugerentes a una presencia tácita; o con parejas o familias, casi siempre bajo un orden heteronormativo (Fig. 5), en un rol protagónico o compartido con el entorno natural, interactuando en forma pasiva o activa con el atractivo turístico.

La imagen edénica incorpora al paisaje la fantasía de lo virginal, de aquello que se mantiene en un aparente estado puro e ideal, sin alteraciones provocadas por el accionar de las fuerzas sociales. En la postal promocional reproducida por las cadenas hoteleras se agregan servicios, infraestructuras e intervenciones que se

¹⁸ En todo destino turístico, hay paisajes icónicos que son utilizados para promocionar el lugar y colocarlo en el mercado de destinos turísticos. Esto último es la **postal**, ese paisaje plasmado en un soporte que permita proyectar una imagen “que tiene como finalidad exponer visualmente lo que se considera la mejor composición para ofertar el destino turístico en el mercado” (Hernández, 2016: p. 14).

combinan con alguno de los elementos naturales puestos en valor por el mercado. El objetivo del diseño hotelero es que no se pierda calidad estética en el escenario turístico frente al propio accionar corporativo en el espacio. Un ejemplo de esto último, que se reitera en los *resorts*, son las grandes piscinas rodeadas de vegetación tropical (Fig. 5). Comúnmente, más aún en cadenas internacionales, se utiliza una arquitectura edilicia que adecua la intervención territorial de la empresa a ciertas cualidades del paisaje o lo sofisticada mediante formas innovadoras o paisajes preformativos, como las resort con marinas (Fig. 6).



Figura 5. Imágenes promocionales de Anguilla (arriba a la izquierda) con el slogan “Nosotros somos Anguilla”; de la cadena de hoteles caribeños Royalton Resorts de Blue Diamond (arriba a la derecha) y de las playas y piscinas del Hilton Aruba (abajo). Fuente: elaboración propia sobre la base de imágenes de Anguilla Tourist Board, Blue Diamond Resorts y Hilton Worldwide.

La búsqueda de integrar los objetos sociales con funciones turísticas a las condiciones ambientales preexistentes es una aproximación a la utopía de la preservación (Batista da Costa y Alvarado-Sizzo, 2019). Esta se enuncia en lemas promocionales frecuentes como “la naturaleza viva”, “paraíso oculto” o “tesoro escondido”, instalando una contradicción ineludible, ya que la propia intervención del capital hotelero en el paraíso lo despoja de sus condiciones naturales. Además, como una vivencia silvestre no puede ser asimilada por los turistas, adaptados a

una cotidianeidad regida por el acceso a servicios urbanos de todo tipo y calidad, los enclaves de playa en el Caribe son pretensiones de fundar un equilibrio entre determinadas cualidades naturales (indispensables para el mercado turístico) y el confort moderno satisfecho por medio de la infraestructura hotelera y los servicios sofisticados (*amenities*) que se ofrecen. Se trata de un proceso de hibridación entre técnicas de reproducción de la vida urbana abocadas a lo placentero, la naturaleza tropical como entorno y los tiempos dedicados al ocio y la recreación.

Por último, destacamos que, si bien las firmas hoteleras garantizan una estancia saludable (por ejemplo, a través de la oferta de servicios de *spa*, acondicionamiento físico, etc.), se distingue otra oferta de tipo mítica, inspirada en lo dionisiaco o báquico. Las playas de la región combinan el anhelo de un paraíso que suspenda los ritmos de la vida moderna con el deseo de ese otro paraíso en el que se experimenta lo festivo, más instintivo, rompiendo con el disciplinamiento de las conductas formales. En este último caso, el destino se transforma en un escenario donde el turista se siente habilitado para romper con la norma, desinhibirse sin el juzgamiento de la mirada moral de un otro. Lo festivo es una cualidad instalada en el imaginario respecto a la cultura caribeña, en la que se confunde el júbilo con la afabilidad. Respecto a esto, *slogans* oficiales que acompañan la postal turística de las oficinas de turismo destacan esta ideación del ser caribeño, por ejemplo, en Saint Martin: “*La isla amigable...*”; en Barbados: “*Los embajadores oficiales de cómo vivir la vida...*”; en Aruba: “*Una isla feliz...*”¹⁹, como se puede ver en la figura 6:



Figura 6. Imágenes promocionales del Scrub Island Resort, Spa & Marina en Islas Vírgenes Británicas (izquierda) y de Saint Martín con el *slogan* “La isla amigable” (derecha). Fuente: elaboración propia sobre imágenes de Marriot International y la Office de Tourisme de Saint Martin.

Las estadísticas del fenómeno a escala regional

Lo primero a destacar en los resultados cuantificables es que de las 300 cadenas hoteleras más grandes del mundo (en cantidad de habitaciones), 43 (14,3%) ope-

¹⁹ También, el cine, la música, los contenidos televisivos, el periodismo de viaje y los temas musicales, entre otros, han contribuido a fortalecer esa imagen.

ran en la región, de las cuales 12 han inaugurado su expansión internacional en el Caribe (Tabla 1). La región, junto a las Islas del Pacífico (Melanesia, Micronesia y Polinesia), son las únicas regiones insulares que, en una superficie reducida, concentran varias cadenas hoteleras internacionales. Esta densidad se debe a que el mercado pone en valor la condición de exclusividad y singularidad que se experimentan en la geografía de una isla, con ecosistemas y climas tropicales, y con culturas que la habitan calificadas como **exóticas** por la mirada etnocentrista occidentalista.

Las islas del Caribe, en una superficie de 251.700 km² (apenas un poco más grande que el Reino Unido²⁰), contienen 429 hoteles de las 43 firmas internacionales relevadas y ofertan 146.101 habitaciones capaces de alojar a 376.670 pasajeros²¹. Un segundo dato a destacar es aquel que evidencia la estrategia espacial de las cadenas hoteleras en la región para cumplir con los objetivos de su vida corporativa: de las 43 cadenas relevadas, todas tienen complejos en enclaves de playa. En las costas tropicales de la región, las corporaciones hoteleras relevadas han construido 132.132 habitaciones distribuidas en 356 *resorts* de playa que ocupan y fundan 71 diferentes enclaves de playa, correspondientes a 28 países y territorios de ultramar de los 31 que tiene la región Caribe. Las habitaciones en hoteles de playa representan el 90,4% del total relevado, dato que refleja la centralidad que tienen los litorales marítimos para la economía hotelera internacional que opera en la región.

Otro resultado obtenido en las mediciones, que refuerza la litoralidad de las cadenas hoteleras, es que del total de las habitaciones relevadas en los enclaves de playa, el 94,8% (125.241) corresponden a hoteles con acceso directo a playas y/o que integran el frente costero. Por tal motivo, la expansión y densificación de un sistema de objetos instalados por empresas hoteleras en las playas caribeñas es producto del uso intensivo de la costa marítima, incluso tapizando y sellando sectores de arena, desforestando y despejando de toda vegetación el área terrestre litoral para la construcción edilicia y de instalaciones complementarias, contribuyendo a que las estructuras urbanas penetren e impacten ecosistemas vulnerables (costeros y tropicales). Esto último, puede corroborarse en la figura 7 que corresponde a una imagen satelital de un área de 177 has en Playa Bávaro (Punta Cana, República Dominicana). En la imagen, correspondiente a uno de los casos de la región con mayor densidad en el uso del espacio litoral, prevalecen objetos urbano-turísticos que pueblan el litoral marítimo (la mayoría propiedad de la cadena española Meliá), transformándose los *resorts* (Meliá Punta Cana Beach Resort y Meliá Caribe Beach Resort en tonos amarillos, y Paradisus Palma Real Golf & Spa Resort en tonos rosados), en términos de la Ecología de Paisajes (Cushman, *et al*, 2010), en la matriz del paisaje. Las playas liberadas de la ocupación efectiva

²⁰ El Reino Unido tiene una superficie de 243.610 km².

²¹ El dato se desprende del relevamiento realizado en los 429 hoteles que operan en la región Caribe, incluidos aquellos que no son parte del producto sol y playa.

del capital turístico se disponen como corredores o elementos lineales del paisaje resultante, y la vegetación y cuerpos de agua no eliminados por la matriz urbana-turística son los parches. Estos últimos, son elementos relictuales y marginales del ecosistema primario que se los preserva con el fin de que sean testimonios de la naturaleza “virginal” que existía antes de las intervenciones en el territorio del capital turístico.



Figura 7. Imagen satelital de un área de Playa Bávaro (Punta Cana, República Dominicana) y porcentaje de ocupación del suelo de cada una de las categorías espaciales elaboradas en base a la Ecología de Paisajes. Fuente: elaboración propia sobre la base de Google Earth y estudios de campo.

La presión sobre el uso del recurso playa se puede deducir de la capacidad de alojamiento de los 356 hoteles relevados, los cuales pueden hospedar 341.470 pasajeros. Esto último, no es sólo un dato vinculado a las presiones ecosistémicas, hay que tener en cuenta que la región está signada por el problema habitacional crónico, que se deriva de una falta de acceso a la tierra y vivienda.

El dato concreto es que las cadenas hoteleras internacionales relevadas tienen la capacidad de dar alojamiento temporario, sólo en los enclaves de playas, a una población mayor a 18 países y territorios isleños de la región Caribe (Fig. 8). Mientras las habitaciones estándar de la hotelería internacional son confortables, espaciosas, de diseño y con todos los servicios modernos; el déficit habitacional en el Caribe está atravesado un urbanismo informal dado por los escasos o nulos servicios de saneamiento ambiental y de suministros en las viviendas de los sectores más vulnerabilizados (Mycoo, 2017). A esto se le suma la precariedad estructural de las construcciones en los barrios más empobrecidos y el hacinamiento debido a la elevada densidad demográfica producto de la población aglomerada en las ciudades primarias de la región (Mycoo, 2018).

| Origen del capital | Cantidad de habitaciones | % de participación | Cantidad de hoteles | Cantidad de firmas | Cantidad de países y territorios | Principal firma | Cantidad de habitaciones de la firma principal |
|--------------------|--------------------------|--------------------|---------------------|--------------------|----------------------------------|-----------------|--|
| España | 67.209 | 50.86 | 143 | 15 | 6 | Meliá | 18.879 |
| Ee.uu | 31.714 | 24.00 | 116 | 13 | 21 | Marriott | 10.907 |
| Canadá | 14.400 | 10.89 | 38 | 2 | 10 | Blue Diamond | 13.916 |
| Francia | 5.696 | 4.31 | 15 | 3 | 10 | Club Med | 3.516 |
| Jamaica | 5.239 | 3.96 | 18 | 1 | 7 | Sandals | 5.239 |
| Reino Unido | 1.944 | 1.47 | 6 | 1 | 5 | IGH | 1.944 |
| Indonesia | 1.409 | 1.06 | 2 | 1 | 1 | Archipiélago | 1.409 |
| México | 1.289 | 0.97 | 2 | 1 | 2 | Grupo Posadas | 1.289 |
| China | 1.181 | 0.89 | 9 | 3 | 9 | Jinjiang | 650 |
| Colombia | 887 | 0.67 | 4 | 1 | 2 | Decameron | 887 |
| Singapur | 768 | 0.58 | 2 | 1 | 1 | Banyan Tree | 768 |
| Alemania | 396 | 0.34 | 2 | 1 | 2 | Kempinski | 396 |

Tabla II. Oferta habitacional por país de origen de las firmas hoteleras internacionales. Fuente: elaboración propia sobre la base de datos suministrados por las 43 cadenas relevadas en los enclaves de playa de la región Caribe en el año 2019.

Lo señalado en el párrafo anterior es destacado en los informes del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y de la Comunidad del Caribe (CARICOM) que exponen la complicada situación habitacional de la región (Donovan y McHardy, 2016) y el incremento de los niveles de pobreza (Harrison, 2020). El texto final de la investigación del BID, a cargo de Donovan y McHardy (2016), revela que más de 1 millón de personas de seis países caribeños ocupan viviendas inhabitables. Uno de los motivos de esta situación y de los obstáculos para avanzar en su solución es el incremento del valor de la tierra por la especulación inmobiliaria, inducida en parte por el desarrollo del capital turístico, y su escasa disponibilidad, debido al acaparamiento del territorio que efectúan las corporaciones hoteleras combinado con el reducido tamaño de la mayoría de las islas.

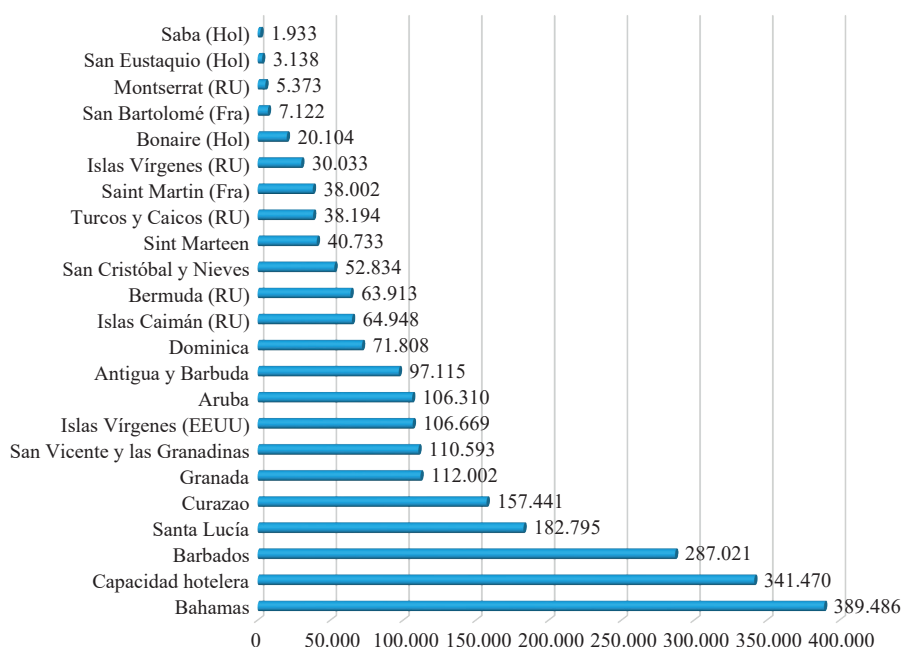


Figura 8. Países y territorios de la región Caribe con menos población que la capacidad de alojamiento de los hoteles de playa relevados. Fuente: elaboración propia sobre la base de datos del Banco Mundial (2021a) y los suministrados por las 43 cadenas relevadas en los enclaves de playa de la región Caribe en el año 2019.

Cada megaemprendimiento hotelero define un extenso territorio corporativo que se traduce en una pérdida sustancial para disponer de tierras para el planeamiento de una mejor distribución de la población en las zonas de mayor poblamiento: las costas. A su vez, el grado de desarrollo territorial alcanzado por el capital hotelero basado en grandes *resorts* de playa demanda una mayor necesidad de recursos públicos para su funcionamiento, agudizando los desequilibrios territoriales entre los enclaves de playa y las localidades satélites próximas habitadas por la población local.

El dato que refleja la reconfiguración socio-espacial en la región por el turismo internacional es que los asentamientos satélites de los enclaves de playa han crecido en las últimas décadas debido a la diáspora de la población de las zonas rurales de las islas por falta de empleos formales, acceso a servicios y demás estímulos que dificultan la reproducción social en tales espacios. Los satélites contienen la creciente fuerza laboral que se ofrece para la construcción y funcionamiento del turismo, definiendo una simbiosis socio-espacial con el enclave de playa signada por el contraste entre un espacio con edificios hoteleros modernos, confortables y de permanencia temporal, y un espacio con viviendas precarias y hacinadas para la existencia cotidiana.

Otro indicador para analizar es el cálculo de la Rph. Los 356 hoteles de playa relevados tienen la capacidad de generar 15.223 millones de U\$ en carácter de Rph (Fig. 9). Este valor representa el 94,1% de la Rph calculada en toda la región (16.178 millones de U\$). En primer lugar, para tomar dimensión de la potencial riqueza que genera el negocio hotelero en los enclaves de playa consideramos apropiado comparar la Rph con el PBI de los países y territorios del Caribe. En la figura podemos visualizar como la suma de la Rph de las 43 corporaciones hoteleras que operan en las playas de las islas caribeñas es mayor que el valor monetario de la producción de bienes y servicios de la mayor parte de los Estados dependientes e independientes de la región. El valor de la Rph es cercano al PBI de Jamaica (16.458 millones), que es una de las economías de mayor tamaño de las islas del Caribe, superada solo por Trinidad y Tobago (que tiene renta petrolera), Cuba, República Dominicana y Puerto Rico.

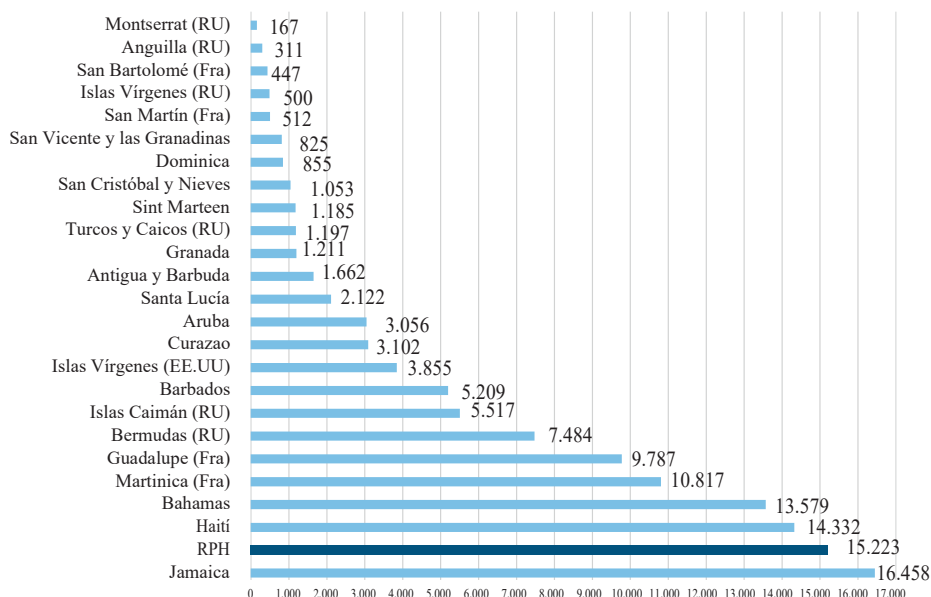


Figura 9. PBI de países del Caribe en comparación con la Rph correspondiente a los hoteles de playa relevados (en millones de U\$s). Fuente: elaboración propia sobre la base de datos del Banco Mundial (2021b) y los suministrados por las 43 cadenas relevadas en los enclaves de playa de la región Caribe en el año 2019.

El origen de las cadenas hoteleras internacionales

Es importante agregar como variable la nacionalidad de la casa matriz de las cadenas hoteleras, ya que el carácter internacional de estas empresas es lo que nos permite dimensionar el desarrollo de la IED sectorial en el Caribe y cómo esto contribuye a sostener mecanismos neocoloniales en el funcionamiento de las economías locales. Lo primero a destacar, respecto al origen del capital hotelero, es que de las 43 empresas que operan en las playas caribeñas 15 son españolas y 13 estadounidenses las cuales, en conjunto, controlan casi tres cuartas partes (74,9%) de la oferta habitacional (98.923) del total relevado en los enclaves de playas y concentran el 69,6% de la Rph, esto es, 10.593 millones de U\$ (Tabla II y Fig. 10).

Uno de los factores que explican la expansión de capitales hoteleros españoles en la región es la herencia del imperio español en las diferentes islas del Caribe, producto del dominio colonial que finalizó en 1898 con la firma del Tratado de París. La influencia española en términos idiomáticos, culturales, político-institucionales, urbanos, se combina con el hecho de que la mayoría de las cadenas hoteleras españolas, en su expansión global, se han orientado a la oferta de *resort* de playa, como consecuencia de la experiencia adquirida en las playas de su propio país.

Al ser el Caribe una región de playas tropicales, instaladas en el mercado mundial y con países de habla castellana, es previsible que sea la región de mayor asiento de las inversiones hoteleras internacionales de las cadenas españolas. En los dos principales países turísticos caribeños, República Dominicana y Cuba, la oferta habitacional relevada en los enclaves de playas es provista en mayor medida por firmas española: 76,8% y 65,4%, respectivamente. Además, las 57.884 habitaciones que poseen las 15 cadenas españolas relevadas en las playas dominicanas y cubanas representan el 86,1% de la oferta total de capitales españoles en los diferentes enclaves turísticos de la región. Esto explica el motivo por el cual los capitales españoles tienen una presencia menor en cantidad de países de la región en comparación de los estadounidenses, canadienses y franceses e incluso de otros con bajo volumen de inversión como lo son los chinos (Tabla II). Por último, destacamos dentro del grupo de cadenas españolas a Meliá International, la segunda cadena hotelera que más Rph capta en las playas de la región y la mayor en oferta habitacional (Fig. 11 y Fig.12). Tal empresa, concentra el 28% (18.879) de las habitaciones ofertadas por las 15 empresas españolas relevadas y el 32,7% (1.793 millones de U\$) de la Rph.

En el caso de las firmas estadounidenses, se destaca el predominio de Marriott International, la principal cadena en Rph en las playas del Caribe (Fig. 10). Se trata de la mayor corporación hotelera del mundo, el cual inserta su territorio corporativo en 134 países en los que distribuye 1.348.532 habitaciones correspondientes

a 7.163 hoteles (Hotels, 2020)²². Se trata de la única firma que opera en 14 países diferentes de la región Caribe²³ concentrando el 34,4% (10.907) de las habitaciones ofertadas por las 13 cadenas estadounidenses estudiadas y el 38,3% (1.927 millones de US\$) de la Rph.

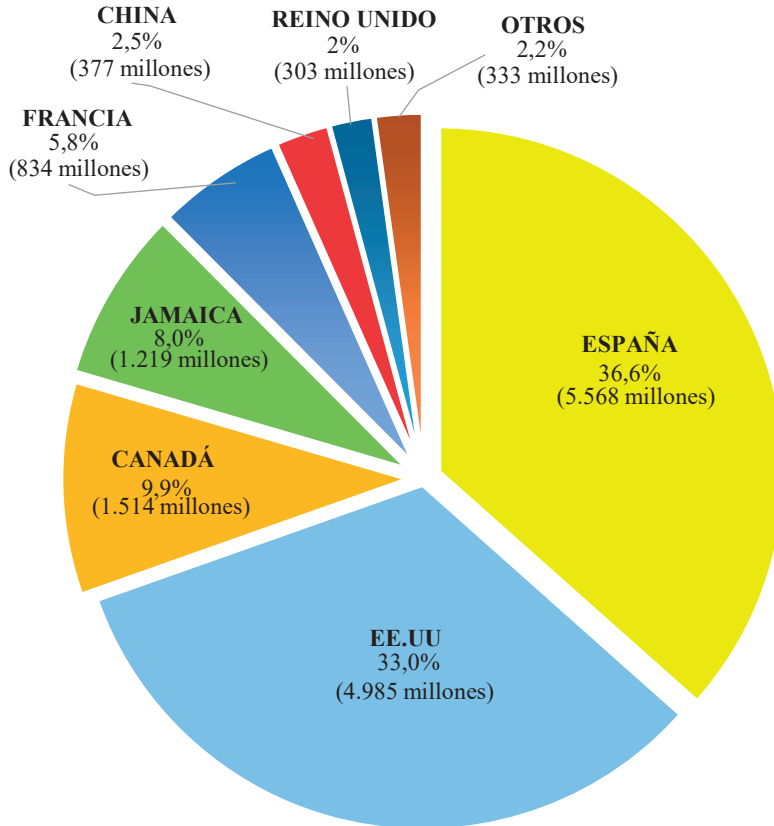


Figura 10. Porcentajes en la participación de la Rph por país de origen del capital hotelero. Fuente: elaboración propia en base a datos suministrados por las 43 cadenas relevadas en los enclaves de playa de la región Caribe en el año 2019.

²² En las últimas décadas, esta cadena internacional ha crecido por medio de la absorción de otras grandes cadenas hoteleras como The Ritz-Carlton Hotel Company en 1995, Renaissance Hotel Group en 1997, Starwood Hotels & Resorts Worldwide en 2015 (otra gran firma hotelera que había adquirido grandes firmas como Sheraton, Westin o la francesa Le Méridien).

²³ El resto de las principales cadenas hoteleras que tienen instalaciones en mayor cantidad de países de la región lo completan: Hyatt (EE.UU) en 10; Hilton (EE.UU) en 8; Blue Diamond (Canadá) y Sandals (Jamaica) en 7; y Accor (Francia) en 6.

Del resto de las 15 firmas hoteleras internacionales relevadas en la región, tres son francesas (Accor, Club Med y Warwick) que se caracterizan por su oferta de alojamiento en excolonias francesas (Saint Martin, Guadalupe y Martinica); dos son canadienses: Four Seasons y Blue Diamond que han instalado resorts de lujo en los enclaves de playa más exclusivos, lo que les permite promocionarse como destinos más selectivos y así obtener una mayor Rph por habitación²⁴. Finalmente, están la inglesa Intercontinental Hotels Group; la colombiana Decameron que se expandió en playas jamaicanas; la cadena mexicana del Grupo Posadas que edificó un resort de playa en República Dominicana y Cuba; la indonesia Archipiélago International y la malaya Banyan Tree que se están expandiéndose en las costas cubanas; y la alemana Kempinski con su complejo exclusivo en las playas de Douglas Bay (Dominica), en el ingreso al Cabrits National Park, y sus hoteles en los enclaves de playa cubanos.

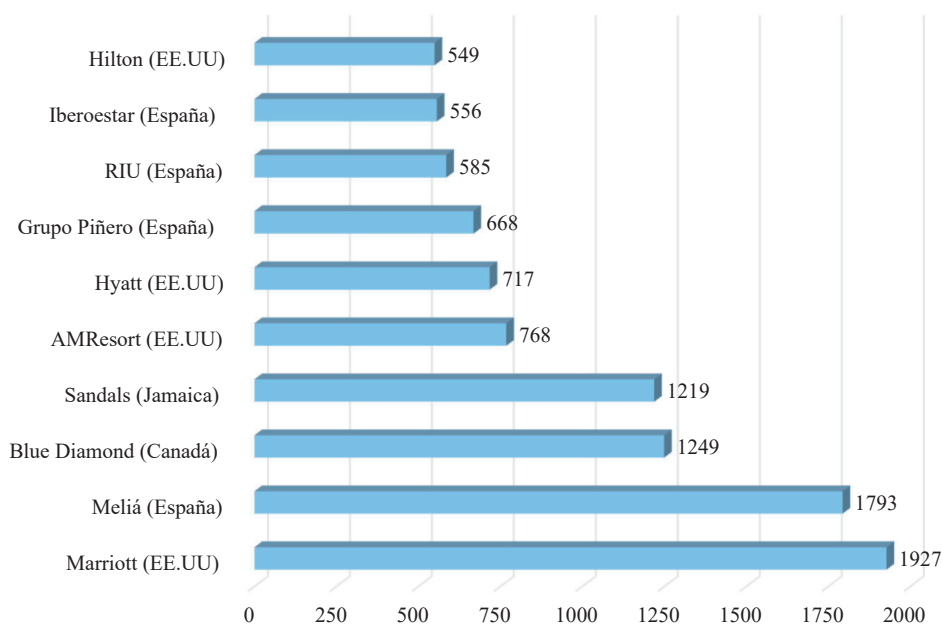


Figura 11. Las diez principales cadenas hoteleras internacionales que operan en las playas del Caribe según la Rph (en millones de US\$). Fuente: elaboración propia sobre la base de datos suministrados por las 43 cadenas relevadas en los enclaves de playa de la región Caribe en 2019.

²⁴ Mientras la Rph promedio de una habitación por día de los complejos hoteleros de origen canadiense relevados es de 288 US\$, las de origen español es de 226,9 US\$.

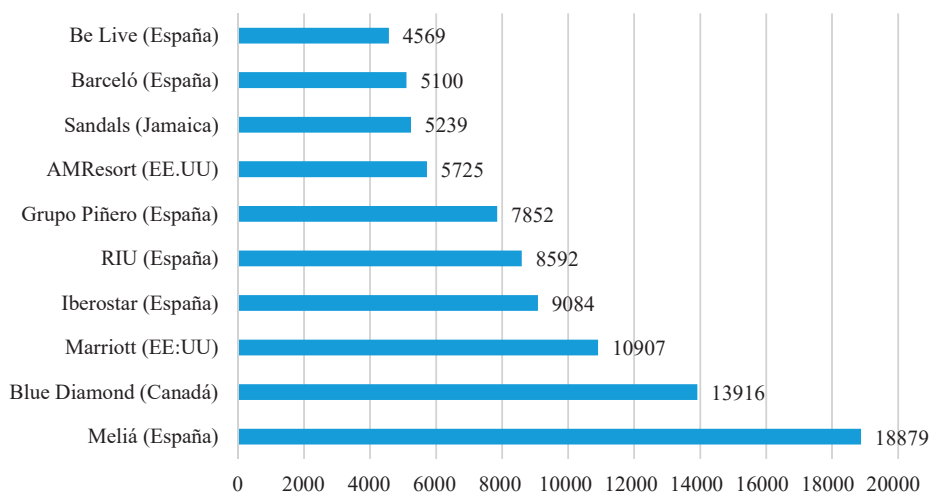


Figura 12. Las diez principales cadenas hoteleras internacionales que operan en las playas del Caribe según la cantidad de habitaciones. Fuente: elaboración propia sobre la base de datos suministrados por las 43 cadenas relevadas en los enclaves de playa de la región Caribe en 2019.

Mención aparte son los dos casos restantes. Por un lado, destacamos las tres firmas hoteleras chinas que se han territorializado en las playas de la región, construyendo *resort* de lujo en nueve países diferentes (Tabla II): Bahamas, San Vicente y las Granadinas, Islas Vírgenes Británicas, San Bartolomé (Francia), Granada, Bermudas (Reino Unido), Aruba, Barbados y República Dominicana. La internacionalización del capital hotelero chino radica en la explosiva tasa de crecimiento de su economía nacional, lo que les permitió explotar su mercado interno al ser el mayor receptor del turismo internacional con 108.1 millones de arribos en 2019 -incluido Hong Kong y Macao- (OMT, 2020). La expansión geográfica por fuera de sus fronteras convirtió, en sólo dos décadas, a las cadenas chinas en las de mayor crecimiento actual. En el año 1999, solo había una empresa hotelera entre las 20 más grandes, en el 2009 eran dos y 22 entre las 300 principales, y en el 2019 ya se registran 7 entre las 20 y 36 entre las 300 (Hotels, 2009 y 2019). La compañía de propiedad estatal Jinjiang International Co, al igual que Marriott, es una empresa que crece por medio de la absorción de otras firmas y hoteles para la expansión de su capital y desarrollo global (1.081.230 habitaciones, 10.028 hoteles en 120 países), estrategia que la ha colocado como la segunda cadena más grande del mundo.

Como único caso de cadena hotelera internacional de capitales de la región que está ranqueada entre las 300 más grandes del mundo, se encuentra la jamaiquina

Sandals Resorts International. Dicha firma hotelera se expande en el Caribe construyendo únicamente *resort* de playa con el lema *Love is all you need. Everything else is included* (Todo lo que necesitas es amor. Lo demás está incluido), efectuando una yuxtaposición metafórica entre la idiosincrasia asignada al movimiento espiritual rastafari, que tiene su origen en Jamaica, su ícono -Bob Marley- y el mecanismo de reproducción turística de los enclaves hoteleros. La totalidad de los 18 complejos de Sandals se distribuyen en siete países caribeños (Jamaica, Santa Lucía, Bahamas, Barbados, Granada, Antigua y Barbuda y Turcos y Caicos) ofertando 5.239 habitaciones capaces de generar 1.219 millones de U\$ en carácter de Rph (Fig. 11 y Fig.12), lo que posiciona a la firma como la cuarta cadena con mayor capacidad de renta hotelera en enclaves de playa del Caribe, después de la estadounidense Marriott, la española Meliá y la canadiense Blue Diamond.

Desarrollo del capital hotelero internacional por país y territorio

Por último, cerramos el análisis de los datos obtenidos en los relevamientos examinando y agrupando los resultados por país o territorio de ultramar (Fig. 13 y Fig. 14). Por un lado, está el grupo de países que componen las Antillas Mayores (a excepción de Haití²⁵): República Dominicana, Cuba, Jamaica y Puerto Rico. A estos, hay que sumar las Bahamas que, aunque no forme parte del grupo geográfico de islas del Mar Caribe, es por su superficie (13.880km²), conformada por más de 700 islas y cayos, un país de mayor extensión que Jamaica (10.992km²) y Puerto Rico (9.104km²). Tal cualidad, le permite contar con numerosas playas para la explotación turística. Este grupo de cinco países concentra la mayor parte de la oferta hotelera (83%) con 109.686 habitaciones y el 70,9% de la Rph (10.788 millones de U\$) relevada. Además, de los 71 enclaves de playa en los que operan algunas de las firmas hoteleras medidas, 29 forman parte del territorio de este grupo de países. Esto se debe, en parte, a la disponibilidad de playas tropicales y al estímulo que las administraciones públicas le confieren a la actividad turística por medio de facilidades y ventajas para el asentamiento de las IED sectoriales y de las garantías jurídicas y financieras.

Los principales enclaves de playa de los cinco países mencionados son mundialmente reconocidos: Punta Cana-Playa Bávaro en República Dominicana, Varadero en Cuba, Montego Bay en Jamaica, los barrios de playa de San Juan en Puerto Rico y Paradise Island-Nassau en Bahamas. Estos son destinos turísticos que, a causa de su intenso crecimiento apoyado en las inversiones de las cadenas hoteleras internacionales, concentran la mayoría de la oferta habitacional en las playas de la región. Para dimensionar esta afirmación destacamos el hecho de que, de 71

²⁵ La excepción en el caso de las Antillas Mayores es Haití. Tal situación, es producto del estado de violencia e inestabilidad institucional y social que atraviesa el país desde hace décadas, lo cual, sumado a una serie de catástrofes socioambientales, han desencadenado una crisis humanitaria que funciona como obstáculo para el desarrollo material del capital turístico.

enclaves de playa medidos en el Caribe, los cinco juntos mencionados concentran el 54% del total de las habitaciones relevadas (71.309) en toda la región y el 51,9% de la Rph (7.898 millones de U\$). Como ya mencionamos respecto a Punta Cana-Playa Bávaro (Fig. 7), el paisaje resultante de este tipo de enclaves de playa es la combinación entre formas propiamente urbanas (densidad edilicia, construcciones en altura, arterias de rápido tránsito, etc.) y elementos geográficos del ecosistema costero tropical (palmerales, arenas calcáreas, lagunas costeras).

Finalmente, está el grupo integrado por las Antillas Menores y otras islas atlánticas no caribeñas (Turcos y Caicos y Bermudas) que forman parte la región. Este lo dividimos en dos subgrupos. El primero lo conforman países y territorios de ultramar caracterizados por el predominio de un accionar intensivo de la IED hotelera. Esto se traduce en una ocupación densa de objetos urbano-turísticos en los principales enclaves de las islas producto de una oferta hotelera numerosa en función del área de playa, lo que compone un paisaje urbano-turístico compacto. Forman parte de este subgrupo Aruba (Países Bajos), Curazao (Países Bajos), Islas Caimán (Reino Unido), Santa Lucía, Turcos y Caicos (Reino Unido), Barbados, Saint Martin (Francia), Sint Marteen (Países Bajos), Islas Vírgenes (EE.UU), y Bermudas (Reino Unido). Este subgrupo concentra un valor elevado de Rph (3.710 millones de U\$) para su reducida superficie total (3.403 km²), la cual resulta de las 17.783 habitaciones ofertadas por las cadenas hoteleras internacionales relevadas en los países y territorios del subgrupo.

Cabe aclarar que el subgrupo conformado por países y territorios con un desarrollo intensivo del capital hotelero corresponde a islas en las que hay uno o más del tipo de enclave de playa descrito, lo que no implica que no haya otros menos intervenidos e impactados. Lo que diferencia a los principales enclaves de playa de este subgrupo de destinos como Punta Cana-Bávaro o Varadero es, a priori, la extensión menor de sus áreas de playas puestas en producción para el turismo internacional. No obstante, los impactos del capital turístico son, a escala, comparables.

Recordemos que, en una primera instancia, estos destinos turísticos se fundaron con la participación de pocas firmas hoteleras. Sin embargo, en las últimas décadas, se registra un crecimiento abrupto en las IED sectoriales. Dicha situación, instala un proceso tendiente a la contradicción, ya que estimula una serie de transformaciones territoriales que reconfiguran las condiciones ambientales y paisajísticas iniciales que los propios destinos turísticos se valieron para su promoción y diferenciación respecto a la **urbanidad** que proyectan los enclaves de playa más grandes de la región.

Los casos más reconocidos que definen la pertenencia al primer subgrupo son: Palm Beach y Eagle Beach en Aruba (Países Bajos); Seven Mile Beach y West Bay en Islas Caimán (Reino Unido); Providenciales y Grace Bay en Turcos y Caicos (Reino Unido); Gros Islet en Santa Lucía; Saint Lawrence Gap en Barbados;

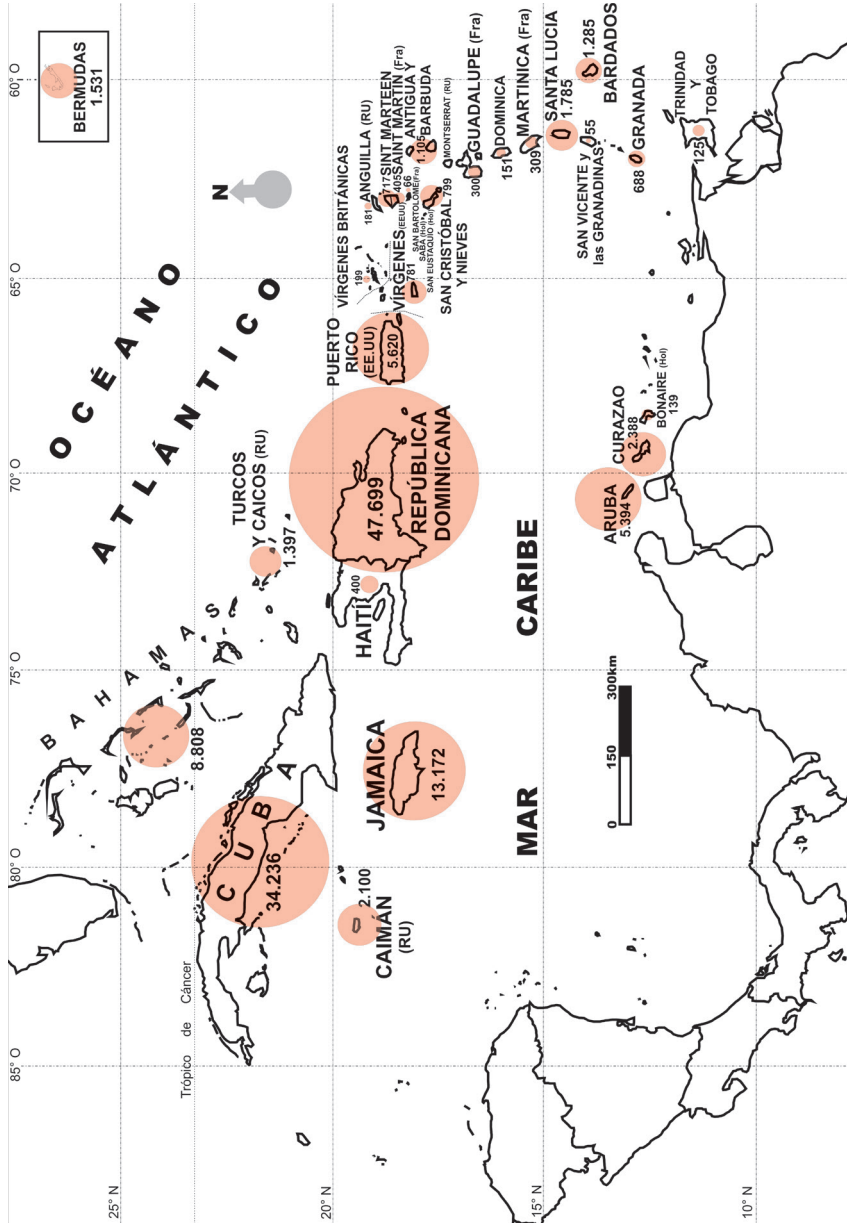


Figura 13. Cantidad de habitaciones instaladas por las cadenas hoteleras internacionales relevadas por país o territorio. Fuente: elaboración propia en base a datos suministrados por las 43 cadenas relevadas en los enclaves de playa de la región Caribe en el año 2019.

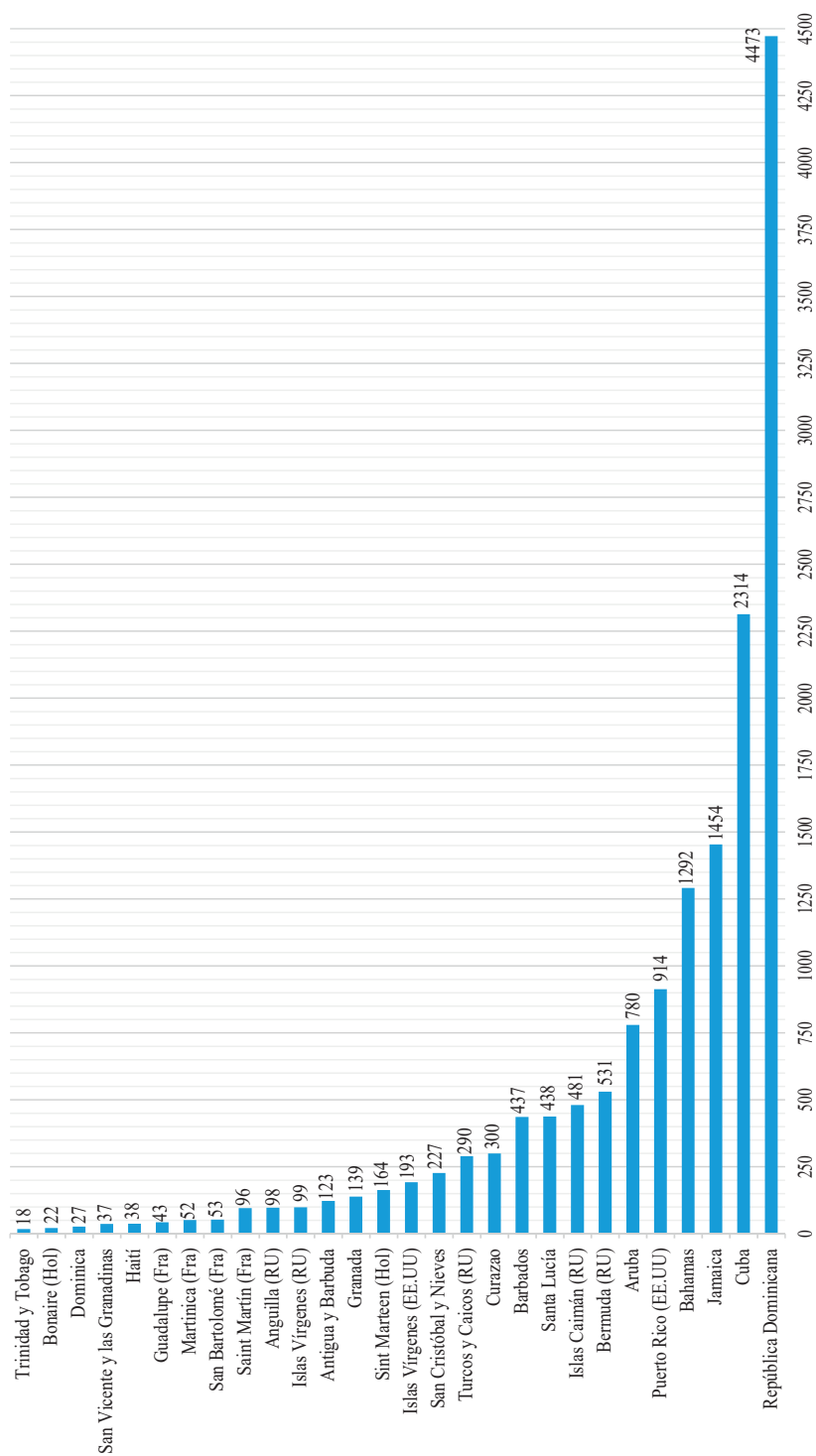


Figura 14. Rph por país o territorio en la región Caribe (en millones de US\$). Fuente: elaboración propia en base a datos suministrados por las 43 cadenas relevadas en los enclaves de playa de la región Caribe en el año 2019.

Sandy Ground en Saint Martin (Francia); Simpson Bay en Sint Marteen (Países Bajos); Saint Thomas en las Islas Vírgenes (EE.UU) y los enclaves de playa próximos a Willemstad en Curazao (Países Bajos) y Hamilton en Bermudas (Reino Unido). El desarrollo intensivo y denso de las IED hoteleras que caracteriza estos destinos se puede demostrar calculando en cada grupo la densidad de las plazas hoteleras relevadas por km². Este indicador expone que mientras que el grupo de las Antillas Mayores y las Bahamas tiene un promedio de 1,49 plazas por km², el primer subgrupo conformado por las Antillas Menores es de 5,22 por km².

El segundo subgrupo de las Antillas Menores está conformado por las islas en el que predominan enclaves de playa que están en una etapa en la que intervienen en su construcción y funcionamiento menos firmas hoteleras internacionales que en los anteriores casos. Esto se puede corroborar que mientras el primer subgrupo tiene 5,22 plazas por km², el segundo tiene solo 0,78 plazas por km². Si bien hay diferencias entre unos y otros países y territorios, componen este subgrupo la mayoría de las Antillas Menores: Islas Vírgenes Británicas, San Bartolomé (Francia), Anguilla (Reino Unido), Dominica, Antigua y Barbuda, Granada, Bonaire (Países Bajos), Martinica (Francia), Guadalupe (Francia) y San Vicente y las Granadinas. También hay un caso que queda por fuera de los agrupamientos: Trinidad y Tobago, debido a que es uno de los países caribeños más urbanizados e industrializados. No obstante, la oferta hotelera en playas para el turismo internacional está en la isla Tobago, la cual, a diferencia de la isla Trinidad, está menos poblada²⁶ y no están asentadas las industrias del país. Por tal motivo, la incorporamos al subgrupo pero sólo midiendo los enclaves de playa internacionales de Tobago.

A diferencia de los otros agrupamientos, el segundo subgrupo de países y territorios de las Antillas Menores presenta para las cadenas hoteleras mejores chances de captar de rentas de tipo monopólicas por dos motivos: 1- por la mejor preservación de las condiciones paisajísticas, en comparación con otros destinos turísticos de la región, y 2- por la disponibilidad de playas en que las firmas pueden ser pioneras y contar, por las condiciones geográficas, con un acceso exclusivo. Esto último, se traduce en un incremento de los costos de los servicios habitacionales convocando a un perfil de turista sofisticado, selecto y capaz de pagar elevados servicios habitacionales, atraído por las condiciones de mayor intimidad y menos concurrencia que se garantizan en dichos enclaves de playas. La consecuencia de este rol que tienen las playas de este subgrupo es la obtención de mayores ganancias por unidad habitacional, lo que contribuye a que la mayoría de los complejos hoteleros no tengan más de 100 habitaciones. El indicador que da cuenta de esto último es la Rph que genera una habitación promedio en cada uno de los grupos.

²⁶ Según el último Censo Nacional (realizado en el año 2011) la isla de Tobago tenía 60.874 habitantes, mientras que la isla de Trinidad 1.267.145 habitantes, lo que significa que estaba más de 20 veces más poblada (Central Statistical Office, 2012).

Mientras que en el grupo conformado por los enclaves de playa de las Antillas Mayores la Rph de una habitación promedio es de 95.700 U\$, en el grupo de las Antillas Menores, con menos firmas hoteleras intervinientes, es de 230.000 U\$.

Si cotejamos la geografía construida en la figura 7, que corresponden a 177 has de un sector de Punta Cana – Playa Bávaro, con la figura 15, que corresponden a 182has de un sector de Douglas Bay y del Cabrits National Park (Dominica), corroboramos la caracterización del párrafo anterior. En tal comparación, se proyecta un contraste geográfico entre ambas imágenes. En la figura 9 hay un estado de competitividad entre las firmas hoteleras por el suelo y los recursos turísticos, lo que induce un proceso de urbanización y una tendencia a poblar las playas de usuarios. Ambos factores, densidad hotelera y concurrencia en las playas, contribuyen a deprimir la cotización del alojamiento debido a la competencia entre varios oferentes. Caso contrario, la figura 15 muestra la escasa oferta hotelera en el enclave de playa Douglas Bay en Dominica, en el ingreso al Cabrits National Parks (sombreadados con azul el hotel de la cadena alemana Kempinski), lo que permite a la firma que allí opera sobrecoctizar los servicios.

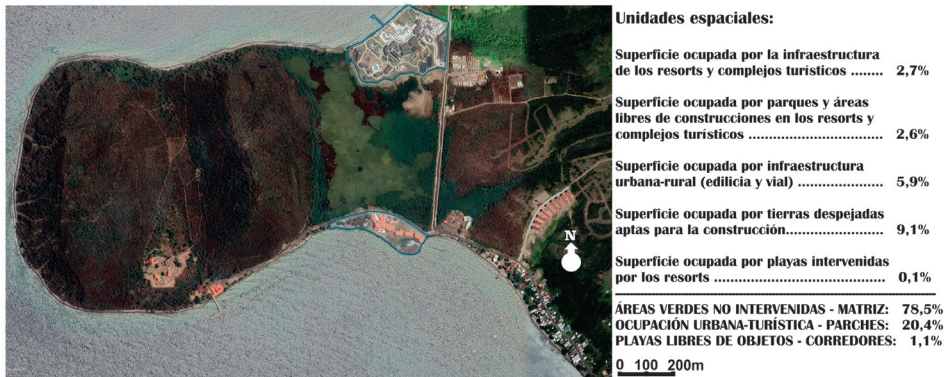


Figura 15. Imagen satelital de un área de Douglas Bay y del Parque Nacional Cabrits (Dominica) y porcentaje de ocupación del suelo de cada una de las categorías espaciales elaboradas en base a la propuesta conceptual de la Ecología de Paisajes. Fuente: elaboración propia en base a Google Earth y a estudios de campo.

Para cerrar este apartado subrayamos que el agrupamiento propuesto es dinámico y cambiante porque son radiografías del momento. Por tal motivo, no se trata de estados fijos en tiempo y espacio, sino que, por las propias leyes de acumulación y rotación del capital, la tendencia consolidada en las últimas décadas es a presionar sobre los propios recursos turísticos sobre los cuales se justifican y realizan las IED sectoriales. Incluso hay países y territorios que están más en los grises respecto a la pertenencia del primer o segundo subgrupo de las Antillas Menores, registrándose una tendencia en casi todas las islas a transformarse en lugares con

un desarrollo intensivo del capital hotelero internacional a causa del incremento de las inversiones.

El hecho objetivo es que, para el mercado, un destino turístico exitoso es aquel que logra crecer sostenidamente, al menos en una primera etapa, con una demanda que se aproxime, alcance o supere a la oferta. De esta manera, se proyecta confiabilidad para futuras inversiones y la sostenibilidad en las ganancias. El desarrollo material de las fuerzas productivas del turismo, sobre todo el capital hotelero, se reproduce y acumula hasta alcanzar un punto de saturación definido por límites de distinta naturaleza socioespacial o físico-ambiental. Esta necesidad de expansión promueve un desarrollo concentrado y contradictorio tendiente a afectar las amenidades del paisaje y el lugar. Esta presión se ejerce demandando, para los fines corporativos de las firmas hoteleras, políticas y recursos públicos que garanticen el retorno de las inversiones. De esta forma, la propia dinámica del capital instala formas de desarrollo desequilibrados en el territorio, reproduciendo un proceso que llamamos, en forma genérica, paradoja de la acumulación de capital turístico.

Estímulos y ventajas a la IED sectorial en la región

En este último apartado, ponemos en debate las herramientas políticas que la administración pública utiliza en la región para estimular la territorialización de las cadenas hoteleras internacionales. Desde nuestra perspectiva, el objetivo explícito de las iniciativas asumidas por los Estados independientes y dependientes del Caribe devela los intereses que representan y el carácter neocolonial que subyace a la explotación de los recursos turísticos de la región.

En primer lugar, destacamos que son múltiples las medidas impulsadas por los estados de la región que, desde hace cuatro décadas, contribuyen a la atracción y consolidación de las IED sectoriales. Entre estas mencionamos la liberación de trabas contractuales; la enajenación y concesiones de tierras públicas para la instalación del capital turístico; facilidades para adquirir y monopolizar la explotación turística de islas; otorgamiento de habilitaciones para cercar playas y disponer de acceso privado a las mismas; construcción de aeropuertos internacionales, terminales de cruceros y redes viales de rápido acceso a los principales enclaves de playa; garantías y seguridad jurídica ante procesos políticos cambiantes o catástrofes socioambientales; préstamos de los bancos centrales y privados a tasas preferenciales; programas de obtención de ciudadanía por volumen de capital invertido; excepciones en las normativas referidas al ordenamiento territorial y preservación ambiental; entre otras.

Dentro de la lista de iniciativas que abonan al asentamiento del capital turístico foráneo, dos son las que consideramos que tienen un rol medular en lo que se refiere a las cadenas hoteleras internacionales: 1) las ventajas fiscales otorgadas a

las IED y 2) las políticas laborales que regimientan, flexibilizan y reducen el costo del trabajador empleado para la construcción y funcionamiento de los enclaves de playa. En los párrafos subsiguientes expondremos en forma breve y con ejemplos las dos herramientas con las que cuenta el Estado para favorecer los intereses del capital hotelero internacional.

La exención de las cargas impositivas a la IED sectorial es una de las iniciativas más efectivas que promueven los diferentes estados para atraer a las firmas hoteleras internacionales. Esto se refleja en el informe efectuado por Valls (2008) para el Observatorio de la Empresa Multinacional Española (OEME) que indaga en los motivos por los cuales se han internacionalizado varias firmas hoteleras españolas²⁷. En dicho trabajo, se revela que la principal razón es la rentabilidad mayor que se obtiene en el extranjero, sobre todo por las facilidades en el acceso a la tierra y los menores costos en la construcción y puesta en funcionamiento de los establecimientos. A su vez, en el mismo informe, el 80% de las firmas consultadas destacó el Caribe como principal región para expandirse. Más de una década después del informe del OEME, los datos corroboran la importancia que las playas caribeñas tienen en lo que se refiere a la internacionalización de las cadenas hoteleras españolas. Prueba de esto último es que la corporación más importante, Meliá, tiene instalada en los enclaves de playa de la región el 23% del total de su oferta habitacional; en el caso de Iberostar el 25,4%; Catalonia 19,9%; RIU 18% y H10 16,9%. Otros grupos españoles, como Piñero y Globalia, tienen en las playas cubanas y dominicanas la mayor oferta habitacional de la empresa (54,1% y 52%, respectivamente), más que en su propio país de origen.

Las medidas de estímulo fiscal a las IED hoteleras se diseñan en base a una relación directamente proporcional ya que, a mayor volumen de inversión, hay una mayor supresión de aportes al erario público por unidad de capital invertido, lo que la transforma en una herramienta fiscal de tipo regresiva. Esta ventaja otorgada al capital hotelero se fundamenta por medio de otra relación directamente proporcional: a mayor inversión, más empleo, lo que promueve un factor progresivo. Por lo tanto, lo regresivo de la política fiscal se compensa con el aspecto progresivo de la IED hotelera como generadora de fuentes de trabajo. Como la inversión necesaria para construir los grandes *resort all inclusive*, que predominan en los enclaves de playa del Caribe, es una facultad que tienen las firmas internacionales más capitalizadas, es lógico suponer, salvo pocas excepciones, que hay limitaciones para estructurar un empresarialismo hotelero nacional que opere y compita en los principales destinos internacionales de la región. Por lo tanto, las medidas de estímulo fiscal contribuyen a la reproducción del capital foráneo y a la dependencia de los países y territorios respecto a los mismos.

²⁷ En el informe citado fueron consultadas 14 firmas hoteleras líderes de España.

Un ejemplo de las ventajas fiscales a la IED sectorial como política de estado es República Dominicana. En dicho país, a través de la Ley de Fomento al Desarrollo Turístico (Nº 158/01), se promueve la inversión hotelera otorgando ventajas a las cadenas internacionales, argumentando que esta política es necesaria producto de la “competitividad del mercado global” (Ley 158/01). En efecto, en los considerandos de la ley se plantea que “existe una marcada competencia en los mercados internacionales por atraer la inversión de empresas en sectores importantes de la economía, y muy especialmente en la región del Caribe”, a lo que se agrega que “la industria turística en el país es el más dinámico de todos los sectores y subsectores de la economía y una de las generadoras de empleos más importantes, tanto directos como indirectos”.

Las leyes de fomento y estímulo de las inversiones turísticas en la región demuestran lo que señala Santos (2000: p. 210) respecto a lo que denomina “guerra de lugares”, enunciando que la misma “adquiere tono dramático cuando está en juego el problema del empleo”. En efecto, la ley dominicana citada afirma que es “un deber fundamental del Estado promover la creación de plazas de trabajo” y que para cumplir con tal compromiso “declara de especial interés (...) el establecimiento en territorio nacional de empresas dedicadas a las actividades turísticas”. Todos los fundamentos expuestos en la norma son para reglamentar que “todas las empresas que se acojan a los incentivos y beneficios de la presente ley, quedan exoneradas del pago de los impuestos en un 100%” (*ibid.*). La necesidad de justificar este tipo de medidas es consecuencia de que los países del Caribe conforman una región con agudas desigualdades sociales y que frente a este cuadro es (al menos) controversial estimular ventajas fiscales para empresas foráneas que construyen complejos hoteleros para estadias de lujo. En el caso dominicano, según datos oficiales del Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo, el 23,4% de la población se encontraba en el año 2020 por debajo de la línea de pobreza monetaria (Comité Técnico Interinstitucional de Pobreza, 2020).

Otros ejemplos sobre las ventajas al capital hotelero y cómo las mismas se encuadran dentro de la guerra de lugares (Santos, 2000) son las políticas de recaudación fiscal de Jamaica y Barbados (Trepelkov y Verdi, 2018)²⁸. En ambos Estados, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) tiene una tasa reducida en los que se refiere a las operaciones comerciales en hoteles. En el caso de Jamaica, la tasa del IVA es del 16,5% en general, y en hotelería hay una quita del 6,5%, quedando una tasa del 10% que implica una reducción porcentual del 39,4%. En el caso de Barbados, la reducción es mayor aún, ya que es del 57,1%, porcentaje que resulta de que el IVA es del 17,5% en general, y la tasa para hoteles es de 7,5%. Mientras que el consumo para la canasta básica de alimentos en los países está gravada por la totalidad del IVA, el que realizan los hospedados en los complejos hoteleros tie-

²⁸ Para más detalle sobre el tema ver el trabajo de investigación de Trepelkov y Verdi (2018) realizado para las Naciones Unidas titulado *Design and assessment of tax incentives in developing countries*.

nen una menor carga fiscal. Al ser destinos internacionales, la situación se agrava debido a la sobrecotización de diferentes bienes de consumo por la posibilidad de comerciarlos con el turista extranjero, dificultando el acceso de la población trabajadora local a los productos.

También, hay estímulos fiscales que se vinculan al régimen de precios y cotizaciones de la tierra y la vivienda, como lo es la reducción de los impuestos a la propiedad destinada a la inversión y el acceso a líneas de crédito bancario con pocos intereses e incluso a tasas negativas para financiar adquisiciones. Un ejemplo de esto son los proyectos inmobiliarios-turísticos en Aruba, los cuales se ofertan a futuros inversores por los beneficios impositivos promocionados como las cargas fiscales más bajas “en comparación con otras Islas Caribeñas” (Azure Beach Residences, 2019). La normativa fiscal del país determina que inversores y propietarios de origen estadounidense y canadiense se beneficien con una tasa preferencial de gravamen del “0,4% del valor de la propiedad” (Azure Beach Residences, 2019). Además, acceden a préstamos bancarios “de hasta el 60% del valor de la propiedad”. La política propagandística de fomento a la IED en Aruba refleja la dependencia respecto a la misma y la tendencia a que los beneficios estén direccionados a inversores que provengan de la mayor potencia económica mundial. Esto último se corrobora en frases como “Aruba goza de buenas relaciones con EE.UU”, confirmando la vigencia del período abierto por la Doctrina Monroe en 1823.

Un último caso a destacar, en lo que se refiere a políticas de estímulo fiscal, es Cuba ya que se trata de una República Socialista, condición que le confiere singularidad en la región. En dicho país, en el año 2014, la Asamblea Nacional del Poder Popular²⁹, con mayoría absoluta de integrantes del Partido Comunista de Cuba aprobó la Ley de Inversiones Extranjeras (N° 118). Tal norma, tiene entre sus objetivos incentivar la IED en el sector hotelero, reconociendo, en su Artículo 17 inciso c, el derecho a la propiedad en suelo cubano de los desarrollos con fines de explotación turística³⁰. Además, se instruye para reducir las cargas fiscales sobre el sector turístico y flexibiliza el impuesto por el contrato de servicio de fuerza de trabajo, con las reformas introducidas en el sistema tributario (Ley N° 113), e incluso lo elimina (Artículo N° 39) en los contratos de asociación económica internacional³¹, los cuales son celebrados por varias cadenas hoteleras territorializadas en el país.

²⁹ La Constitución cubana eleva a la Asamblea como el principal órgano de gobierno (Asamblea Nacional del Poder Popular, 1976 y 2019).

³⁰ “Artículo 17.1: de conformidad con las modalidades establecidas en la presente Ley, pueden realizarse inversiones en bienes inmuebles y obtener su propiedad u otros derechos reales: c) desarrollos inmobiliarios con fines de explotación turística”.

³¹ “Artículo 39: se exime del pago del impuesto por la utilización de la fuerza de trabajo a las empresas mixtas y a los inversionistas nacionales y extranjeros partes en contratos de asociación económica internacionales”.

Recordemos que antes de la reforma monetaria del año 2021, la existencia de un sistema bimonetario conformado por el CUC (utilizado en operaciones turísticas y cotizado en paridad con el dólar) y el devaluado Peso Cubano (con el que se abonaban los salarios a través de las entidades públicas empleadoras) representó una ventaja comparativa para las empresas extranjeras respecto a otros países de la región. Es decir, las políticas de centralización de la economía cubana contribuyeron a incrementar la ganancia capitalista foránea debido a que la fuerza laboral local empleada en hoteles es la de menor costo en toda la región. Estas medidas, no sólo profundizaron las consecuencias propias que trae aparejada la paradoja de la acumulación de capital turístico, ya que al tratarse de un Estado socialista se consolidó una contradicción en el modelo económico e ideológico adoptado desde el triunfo de la Revolución de 1959.

Lo destacado en el caso cubano respecto a la búsqueda de las cadenas hoteleras internacionales de tener bajos costos laborales es común a toda la región. En efecto, se trata de uno de los motivos por los cuáles se expanden en el Caribe las principales firmas hoteleras. El informe citado del OEME da cuenta de lo ventajoso que son los bajos salarios para las corporaciones hoteleras, ya que para el 60% de las cadenas hoteleras de origen español uno de los motivos para internacionalizarse es la mano de obra barata que se puede contratar en otros países que tengan atractivos turísticos que puedan ser colocados en el mercado mundial.

Para que el paraíso caribeño sea un destino al que puedan acceder desde las clases altas de todos los países del mundo hasta amplios sectores de las clases medias de los países más privilegiados dentro del sistema capitalista global, es necesario que el costo de construir y poner en funcionamiento los enclaves de playa sea bajo. Para ello, es clave que el Estado pueda estimular y regimenter, mediante políticas laborales flexibilizadoras, un proletariado de servicios³² que economice los costos operativos de las corporaciones hoteleras y organice la actividad como si se tratase de una industria. El desfasaje en la región entre los salarios en los hoteles y el costo de vida, afectado por la propia dinámica que introduce el turismo en la economía doméstica, puede comprobarse en todos los destinos de la región. Si tomamos como ejemplo uno de los países del Caribe con mejor sueldo en dólares para el sector hotelero, Bahamas, corroboramos que los ingresos iniciales en los trabajos más numerosos del sector distan de aproximarse al costo de vida promedio. Mientras que un trabajador bahameño empleado para la limpieza y aseo de las habitaciones de un hotel tenía un salario inicial promedio de 896 US\$ en el año 2016, el costo de vida promedio (en el mismo año) era de 4.000 US\$ mensuales para una familia. Esto significa que para satisfacer todas las necesidades ligadas a la vivienda, alimentación, salud y transporte de una familia tipo, un trabajador que

³² Dicho término lo propone Svampa (2004) para conceptualizar la fuerza laboral de servicios que se desplazan hacia *countries* y barrios privados para el funcionamiento, cuidado y mantenimiento de los nichos urbanos y de quienes lo habitan.

se inicia en la limpieza de hoteles en Bahamas necesita ocuparse en cuatro trabajos (32hs) por día (24hs). La expresión de la desigualdad es que ni empleándose las 24hs un trabajador que se inicia en las tareas de limpieza de un hotel puede alcanzar el costo de vida para una familia.

Un cálculo que permite poner en números la existencia de una plusvalía hotelera es estimar la participación en la Rph de un trabajador del sector. Esto se puede cuantificar por medio del cálculo, en cada país o territorio de la región, de la Rph promedio, por mes, de una habitación de todos los hoteles relevados y compararlo, en términos porcentuales, con el ingreso inicial de un trabajador de hotel establecido en las escalas salariales que acuerdan y publican los gremios afines, las asociaciones empresariales y/o los ministerios de economía. Para efectuar la estimación, se seleccionó el salario inicial del sector de limpieza o servicio de cuarto, ya que en los complejos hoteleros de la región es la fuerza laboral más numerosa que es movilizada.

En la figura 16, pueden apreciarse los resultados obtenidos en diferentes países y territorios en los que se consiguió información sobre los salarios iniciales del sector medido. El resultado más importante a destacar son los bajos valores de participación del salario en todos los casos. El caso de mayor participación fue registrado en Puerto Rico, el cual dio como resultado que con sólo un poco más de la décima parte de la Rph que puede generar una sola habitación en un mes, se cubre el salario básico de un trabajador inicial que la limpia y aseca en forma diaria. En los demás países, el valor es inferior al 10%. En el extremo, además de Cuba (0,6%), está República Dominicana con 2,9%. Ambos países concentran el 44,8% de la Rph y el 62,3% de la oferta habitacional, por lo tanto, son los que más fuerza laboral emplea en hoteles internacionales y que más plusvalía hotelera generan en beneficio de las empresas. La baja participación en República Dominicana implica que con lo que genera de ganancia una sola habitación en un complejo hotelero de playa podría abonarse más de 34 salarios de las cualidades seleccionadas. En el caso de los enclaves de playa con menos oferta hotelera y mayores precios por los servicios (como Islas Vírgenes Británicas o Saint Martín), la participación en las ganancias de los trabajadores sigue siendo muy baja debido a que, si bien es cierto que los salarios son mayores, la Rph por habitación también es mayor y la plusvalía que se genera también lo es.

Otro punto a destacar respecto a las ventajas comparativas que obtienen las corporaciones hoteleras en la explotación turística de la región es que mientras los servicios son cotizados en dólares o euros, los salarios son acordados en monedas locales devaluadas respecto a las primeras. De los 28 países y territorios isleños en el que hemos relevado la presencia de algunas de las corporaciones hoteleras internacionales seleccionadas, sólo 11 tienen una relación de paridad estable con el dólar o el euro debido a que la mayoría usan tales monedas en forma oficial, por

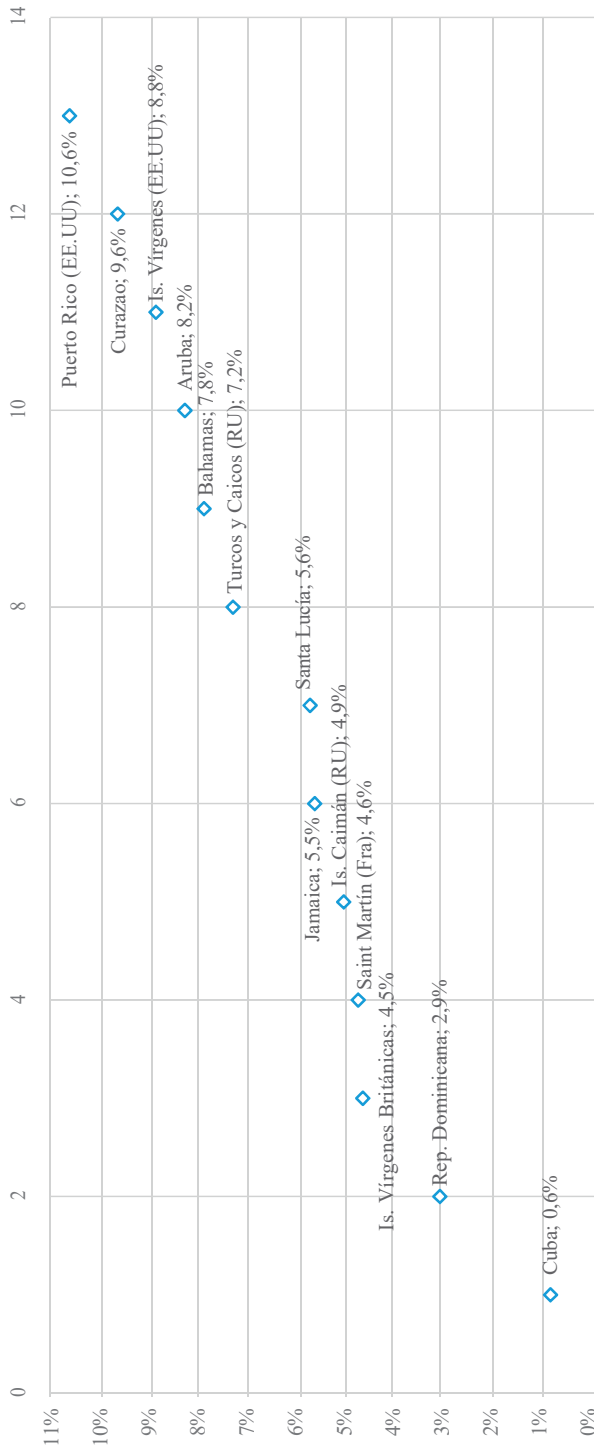


Figura 16. Porcentaje que representa la participación del salario básico inicial de un trabajador de limpieza de hoteles sobre la Rph mensual promedio de una habitación. Fuente: elaborado por Facundo M. Hernández en base a datos suministrados por sindicatos, asociaciones hoteleras y las 43 cadenas relevadas en los enclaves de playa de la región Caribe en el año 2019.

tratarse de Estados dependientes. Los tres países de la región con mayor volumen de IED hoteleras (República Dominicana, Cuba y Jamaica) y que concentra el 54,3% de la Rph concentran y el 72,1% de las habitaciones relevadas, son los que más devaluadas están sus monedas respecto al dólar³³. Este desfase entre la moneda para comercializar los servicios hoteleros internacionales y con la que se abona el salario, habilita la posibilidad de ampliar el margen de ganancia del empresariado hotelero.

Si bien la devaluación es un factor importante en la reproducción y acumulación de capital de las cadenas hoteleras internacionales no es determinante. En un país como Bahamas, con una paridad monetaria desde más de medio siglo con el dólar, un trabajador de un *resort* exclusivo como Baha Mar (propiedad de la firma francesa Accor) no tiene el mismo salario que percibe, por las mismas funciones y jornadas, un empleado de un hotel de la misma firma en el país matriz. Mientras que el salario promedio inicial de un trabajador de limpieza de hotel de lujo en Francia era de 10,45 U\$³⁴ la hora en el año 2016, en Bahamas era menos de la mitad (4,7 U\$³⁵). Estos mecanismos de generación de mayor plusvalía por bajos costos laborales y baja participación de los trabajadores en las ganancias, estimula la expansión geográfica de las corporaciones hoteleras. En definitiva, la combinación de políticas monetarias y salariales desfavorables para los trabajadores de la región contribuye a la generación y consolidación de enclaves de playa que se proyectan a escala internacional por el accionar empresarial y del Estado, transformándose en fuentes de ganancias para las principales firmas hoteleras del mundo.

Para cerrar este apartado, cabe destacar que en la región, como en buena parte de los países del mundo, hay una tendencia a promocionar una serie de políticas y reformas laborales que actúan sobre los convenios colectivos, flexibilizando las condiciones y contratos de trabajo, reduciendo los aportes patronales, entre otras características, con el argumento de que las modificaciones introducidas incrementan la competitividad del mercado laboral y siembran una mayor confianza en los inversores. En el caso del turismo, al presentar cierta variedad estacional en la actividad y en la movilidad, las normativas laborales operan en beneficio del sector empresarial al reglamentar el trabajo estacional, comprometiendo la estabilidad laboral. Un tema que es motivo de estudios en profundidad aparte, es el uso de la mujer como asalariada en el sector hotelero. Por lo general, son incorporadas en tareas de limpieza, engrosando el proletariado de servicios en el que se perciben salarios inferiores al promedio y al de los hombres³⁶.

³³ Según datos oficiales de los bancos centrales de cada uno de los tres países, en República Dominicana, a Julio de 2019, el peso dominicano tuvo una cotización promedio de 50,9 por cada dólar; en Cuba el peso cubano cotizó en el mismo período 24; y en Jamaica fue de 131 dólares jamaicanos por cada par estadounidense.

³⁴ Datos de la Confédération Générale du Travail - Hôtels de prestige et économiques (CGT-HPE).

³⁵ Datos del año 2016 del Department of Labour. The Government of The Bahamas.

³⁶ Desde hace años, la OMT reconoce como uno de las principales problemáticas del desarrollo turístico la explotación de la mujer. En el Informe mundial sobre las mujeres en el turismo, el organismo internacional planteó que los mecanismos de explotación y abuso de las patronales puede adoptar formas diferentes: “malos

Conclusiones

Como resultado de cinco años de investigación en la región, el presente trabajo concluye que el desarrollo turístico en el Caribe mediante la formación y reproducción de enclaves de playa profundizan los antagonismos socio-espaciales. Para demostrar tal situación, hemos trabajado en detalle las necesidades y características materiales y simbólicas de las *IED* hoteleras, y cuantificamos el grado de inserción de las principales cadenas hoteleras internacionales que operan en las playas tropicales de la región y lo hemos cruzado con diferentes variables sociales y ambientales. Lo que queda de relieve en el análisis general efectuado del modelo descripto, es la imposibilidad de que el efecto goteo (Harvey, 2001), que se espera de la oferta de geografías paradisíacas, se derrame hacia el entramado social más vulnerabilizado de la región Caribe.

En los países que forman parte de la periferia capitalista y que presentan condiciones para ofertar un paraíso turístico en la división internacional del trabajo, el patrón socio-espacial descripto y analizado se reitera. Por otro lado, en el caso estudiado, el sector turístico se transformó en el principal oferente de empleos privados. Según la WTTC (2020), en el año 2019 el turismo empleó en la región Caribe al 15,4% de la población económicamente activa, lo que representa a más de 2,3 millones de trabajadores. Incluso, de los 25 países estudiados e informados por la WTTC (2020), en nueve³⁷ más de la mitad de la población se emplea en el sector turístico, y en 16 países el porcentaje es mayor al 25%³⁸.

Las proyecciones de los organismos internacionales (OMT, WTTC, Banco Mundial) coinciden en que la región avanza a una mayor dependencia del turismo y de las *IED* del sector. En su informe anual, el Fondo Monetario Internacional (FMI) divide los países del Caribe en “economías dependientes del turismo”³⁹, que son la mayoría, y las “economías exportadoras de materias primas” que sólo integra Trinidad y Tobago (FMI, 2021). El freno en la movilidad turística por la irrupción del virus Sars-Cov-2 a escala mundial demostró el grado de dependencia respecto al turismo internacional de las economías caribeñas y, al mismo tiempo, la vulnerabilidad que instala esa condición debido a la volatilidad que tienen los

salarios, condiciones de trabajo peligrosas, discriminación sexual, acoso sexual, prostitución, esclavitud y trata de personas” (OMT, 2019: 10).

³⁷ Según datos de la WTTC (2020), los nueve países y territorios que tienen en el turismo el generador de más del 50% de los empleos en el 2019 son: Antigua y Barbuda (90,4%), Aruba (85,6%), Santa Lucía (79,7%), Islas Vírgenes de Estados Unidos (71,3%), Islas Vírgenes Británicas (68,8%), San Cristóbal y Nieves (58,6%), Anguilla (51,1%) y Bahamas (50,2%).

³⁸ Además de los nueve mencionados con un porcentaje de participación del turismo mayor al 50% de los empleos formales, con más del 25% se suman siete: Barbados (46,3%), San Vicente y las Granadinas (44,8%), Granada (42%), Islas Caimán (36,8%), Dominica (35,9%), Jamaica (29,4%) y Antiguas Antillas Holandesas (28,6%).

³⁹ Las economías nacionales (países independientes) dependientes del turismo según el organismo son: Antigua y Barbuda, Aruba, Bahamas, Barbados, Dominica, Granada, Haití, Jamaica, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía y San Vicente y las Granadinas.

flujos turísticos, que se expresó en forma extrema con la pandemia por Covid-19. En tal escenario, las administraciones públicas se comprometen en dar más ventajas que amorticen costos y amplíen la tasa de beneficio de las empresas que operan con el turismo, y así reducirles el riesgo de inversión. La expectativa con las medidas de reimpulso a la actividad turística es superar la crisis sectorial que es, en definitiva, una crisis regional.

La consolidación de verdaderos “Estados turísticos” instala en el eje político de los países y territorios de la región a las corporaciones hoteleras internacionales amalgamando a gobiernos locales con empresarios del sector. Prueba de ello es la presencia de líderes de gobierno en cada una de las inauguraciones de los *resorts* de lujo (Fig. 17). La combinación entre empresas que buscan ganancias por el lado de la reducción en los costos de construcción y puesta en funcionamiento de sus propios enclaves hoteleros, con regímenes políticos que accionan para que las corporaciones alcancen sus objetivos gananciales, no ha aportado a un desarrollo distributivo. El argumento de que el derrame son los empleos que demanda el sector no es válido, debido a que los bajos salarios que se abonan quedan por debajo de la canasta familiar. Además, la paradoja es que el costo laboral forma parte de las ventajas comparativas y competitivas para el desarrollo del capital hotelero internacional en detrimento de las condiciones materiales de existencia de los trabajadores y sus familias.

Por otro lado, los contrastes socio-espaciales se han agudizado entre los enclaves de playa caribeños, que aportan al turista a una experiencia segura, confortable, recreativa y de lujo; y los populosos barrios de las ciudades de la región en los que la mayoría de la población vive hacinada y en viviendas precarias. La economía turística de enclave se nutre de la desigualdad socio-espacial, separando el lujo y el confort del contexto de empobrecimiento y descomposición socioambiental del cual se aíslan.

El ingreso de dólares o euros por turismo internacional tampoco contribuye sustancialmente a una matización de los contrastes observados, esto debido a que las divisas obtenidas no se utilizan para un plan de desarrollo integral y equilibrado sino para el pago de onerosas deudas públicas que pesan sobre las economías nacionales de la región. Según el último informe anual del FMI (2021), la totalidad de los países del Caribe tienen una deuda pública bruta superior al 60% del PBI, a excepción de Haití. Otro dato a destacar del informe del organismo internacional de crédito es que en siete países la deuda compromete a más del 100% del PBI (FMI, 2021). Esto representa una asfixia económica y un obstáculo para la autonomía. La política de renegociación que se acuerda con los organismos internacionales y tenedores privados complica el panorama en todos los plazos temporales debido a que se trata de economías pequeñas que no pueden afrontar el incremento de la deuda y de las tasas de intereses.



El primer ministro de San Cristóbal y Nieves, Timothy Harris (Partido Laborista del Pueblo) en la inauguración de un resort de playa de la cadena estadounidense Ramada (Wyndham).
Fecha: 4 de Diciembre de 2021.



El ex gobernador de Puerto Rico, Alejandro García Padilla (Partido Popular Democrático) en la inauguración de un hotel de la cadena estadounidense Hyatt.
Fecha: 25 de enero de 2016.



El Presidente de República Dominicana, Luis Abinader (Partido Revolucionario Moderno) en la inauguración de un resort de playa de la cadena española Senator en Puerto Plata.
Fecha: 16 de diciembre de 2021.



El Presidente de Cuba, Miguel Díaz-Canel (Partido Comunista de Cuba) en la inauguración de un resort de playa de la cadena española Meliá en Varadero.
Fecha: 19 de septiembre de 2019.

Figura 17. Diferentes líderes políticos de la región en la inauguración y presentación de hoteles y resort internacionales. Fuente: elaboración propia en base a Associates Times, Deco News, Hosteltur y Cinco Días.

Ante un diagnóstico marcado por las desigualdades socio-espaciales que contribuye a reproducir la acumulación del capital de las cadenas hoteleras internacionales se instala, necesariamente, el problema sobre el qué hacer para acordar un modelo de desarrollo que tienda a equilibrar las condiciones socio-territoriales. Una de las respuestas más elementales ante el dilema es por el lado de demandar un mayor aporte de las IED sectoriales al erario público por los beneficios obtenidos por la explotación de playas de calidad escénica. Si se elevaran los aportes de las cadenas que operan en la región, se podría solucionar parte de las problemáticas más acuciantes de la población, sobre todo las referidas a la vivienda y a los servicios públicos, ya que la propia dinámica del capital turístico ha encarecido el precio de la tierra, limitando el acceso a la misma. Lo mismo ocurre con los servicios, que están distribuidos y funcionalizados para que la prioridad en el suministro sean los enclaves turísticos. No obstante, los regímenes políticos de la

región argumentan que una mayor carga impositiva repele las inversiones y sus ofertas de empleo. Esto contrasta con el dato de que la mayoría de las principales corporaciones hoteleras (menos las chinas) tienen la mayoría de sus establecimientos en EE.UU y Europa Occidental donde obtienen ganancias aún con más cargas fiscales y salarios más elevados en monedas “fuertes”.

A modo de ejercicio, proponemos especular en qué pasaría si se aplicase un aporte del empresariado hotelero internacional relevado que sea del 5% del valor comercial de cada habitación (lo mismo decir de la Rph) construida en la región Caribe para un fondo de viviendas. Incluso, una política redistributiva así diseñada puede ser trasladada en costos al turista que viaja al Caribe y que se aloja en los lujosos resorts que hemos medido. Potencialmente, una iniciativa fiscal progresiva como la que describimos puede aportar 806,9 millones de dólares anuales, como máximo (lo que representa el 100% de la ocupación de las habitaciones). Si tomamos el precio del m² en materiales para la construcción de viviendas en el país con mayor ofertar hotelera, República Dominicana (260 U\$⁴⁰), se podrían edificar como máximo 38.923 casas de 80 m² por año. Al ser una superficie óptima para un hogar constituido por cuatro personas, 155.692 habitantes en la región podrían solucionar su problema de vivienda cada año. Desde una perspectiva orientada a reducir los contrastes socio-espaciales, sería coherente que el mismo Estado que promueve políticas que estimulen la estadía confortable de casi 300.000 turistas en los resorts internacionales relevados, pueda impulsar una política de viviendas para más de 150.000 habitantes.

Por otro lado, si las cadenas hoteleras internacionales que desarrollan grandes resorts de playa son las que proveen la mayoría de los empleos privados del sector, hay que repensar las propuestas de los organismos internacionales y el rol de los **Estados turísticos**. Es válido preguntarse si, en el mejor de los casos, en vez de estimular proyectos de baja escala para familias emprendedoras, como proponen los organismos de crédito y la OMT⁴¹ mediante microcréditos, no podrían desarrollarse emprendimientos de mayor escala en base al trabajo cooperativo con participación directa del Estado y de los trabajadores en la administración y en las ganancias. Esto significaría que la administración pública, en vez de ceder tierras para inversiones foráneas, sería garante de una forma colectiva y sociabilizada de iniciar emprendimientos hoteleros. De esta forma, los excedentes podrían utilizarse para la ampliación de servicios básicos para la población, sin que prime el lucro del capital por sobre las necesidades del conjunto social.

⁴⁰ Dato oficial publicado en el año 2017 por la Dirección General de Edificaciones (Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones de República Dominicana).

⁴¹ El caso más reconocido de financiamiento a proyectos de desarrollo turístico en comunidades vulnerabilizadas es la iniciativa “Sustainable Tourism - Elimination of Poverty” (ST-EP) de la OMT presentada en el año 2002 en la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible de Johannesburgo (OMT, 2002).

Estos procesos de transformación dependen, desde nuestra perspectiva, de la organización de los trabajadores, ya que alcanzado el actual estadio de desarrollo del capital turístico, el actor con el poder y la capacidad para modificar un orden socio-espacial injusto es el proletariado de servicios (Svampa, 2004) y de la industria de la construcción que, en su labor colectiva, hacen funcionar la economía turística en los enclaves, permitiendo a las empresas embolsar las ganancias que resultan de la edificación de sus complejos y de la atención al turista. Si esta es una caracterización válida, los sindicatos ligados al sector pasan a tener una función decisiva, ya que organizan a los trabajadores de un sector clave de la región.

Frente a este desafío, es necesario que en los países de la región exista democracia sindical y que las bases y conducciones estén concientizadas sobre la importancia de desarrollar un pliego de reivindicaciones que promueva la justicia socio-espacial, concepto que define un programa amplio e integral, desde lo salarial hasta lo habitacional. Caso contrario, el turismo seguirá contribuyendo a una economía de enclave que bloquea la posibilidad de distribuir las riquezas generadas por el **paraíso**. Una política orientada a estas metas quebraría el **espejismo** creado por el turismo, al develar que el cambio es necesario por el fracaso de un modelo que desarrolló una postal turística “edénica”, con alojamientos confortables y modernos, pero que en el espacio de lo cotidiano, separado del enclave, siguió afianzándose la idea de “patio trasero”.

Referencias

Asamblea Nacional del Poder Popular. (1976). *Constitución de la República de Cuba*. Recuperado de: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2525/51.pdf>

Asamblea Nacional del Poder Popular. (2019). *Constitución de la República de Cuba*. Recuperado de: <http://media.cubadebate.cu/wp-content/uploads/2019/01/Constitucion-Cuba-2019.pdf>

Banco Mundial. (2021a). *Población por país*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.TOTL>

Banco Mundial. (2021b). *PIB (U\$s a precios actuales) por país*. Recuperado de: <https://data.worldbank.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD>

Bandeira, L. (1996). Cuba: do socialismo dependente ao capitalismo. *Revista Brasileira de Política Internacional*, 39 (1), pp. 5-18.

Batista da Costa, E. y Alvarado-Sisso, I. (2019). Heterotopía patrimonial: concepto para estudios latinoamericanos. *Scripta Nova*, 23 (620), pp. 1-31. doi: <https://doi.org/10.1344/sn2019.23.22329>

Blázquez, M., Cañada, E. y Murray, I. (2011). Búnker playa-sol. Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en el Caribe y Centroamérica. *Scripta Nova*, 15 (368). Recuperado a partir de <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-368.htm>

Britton, R. (1979). The image of the Third World in tourism marketing. *Annals of Tourism Research*, 6 (3), pp. 318-329. doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90106-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90106-3)

Britton, S. (1982). The political economy of tourism in the third world. *Annals of Tourism Research*, 9 (3), pp. 331-358. doi: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90018-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90018-4)

Britton, S. (1991). Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D: Society and Space*, 9 (4), pp. 451-478. doi: <https://doi.org/10.1068/d090451>

Bandyopadhyay, R. (2011). A Photo Ethnography of Tourism as Neo-colonialism. *Annals of Tourism Research*, 38 (2), pp. 714-718. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.12.003>

Buades, J. (2014). *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*. Barcelona: Alba Sud Editorial.

Cabezas, A. (2008). Tropical blues: tourism and social exclusion in the Dominican Republic. *Latin American Perspectives*, 35 (3), pp. 21-36. doi: <https://doi.org/10.1177/0094582X08315765>

Central Statistical Office. (2012). *Trinidad and Tobago 2011 Population and Housing Census*. Ministry of Planning and Sustainable Development: Puerto España.

Clancy, M. (2001). *Exporting paradise: tourism and development in Mexico*. Oxford: Pergamon Press.

Comité Técnico Interinstitucional de Pobreza. (2020). *Boletín de Estadísticas Oficiales de Pobreza Monetaria 2020. N°8, Año 6*. Santo Domingo: Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo.

Cruz, K.; O'Connell Davidson, J. y Sánchez Taylor, J. (2019). Tourism and sexual violence and exploitation in Jamaica: contesting the 'trafficking and modern slavery' frame. *Journal of the British Academy*, 7 (1), pp. 191-216. doi: <https://doi.org/10.5871/jba/007s1.191>

Cushman, S.; Evans, J. y McGarigal, K. (2010). *Landscape Ecology: past, present, and future*. En: S. Cushman y F. Huettmann (Eds.), *Spatial Complexity, Informatics, and Wildlife Conservation* (pp. 65-82). Recuperado de: https://doi.org/10.1007/978-4-431-87771-4_4

De Mello, L. (1997). Foreign Direct Investment in developing countries and growth: a selective survey. *Journal of Development Studies*, 34 (1), pp. 1-34. doi: <https://doi.org/10.1080/00220389708422501>

Díaz Vázquez, R. (2003). Territorial inequalities in allocating Foreign Direct Investment in the 90's: the Spanish case. *International Business and Economics Research Journal*, 2 (2), pp. 17-30. doi: <https://doi.org/10.19030/iber.v2i2.3762>

Dirección General de Edificaciones. (2017). *Tarifas para tasación de presupuestos*. Santo Domingo: Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones.

Donovan, M. y McHardy, P. (2016). *The State of Social Housing to Six Caribbean Countries*. Nueva York: BID.

Duce, M. (2003). Definitions of Foreign Direct Investment (FDI): a methodological note. *Banco de España*, 6, pp. 43-49. Recuperado de: <https://www.bis.org/publ/cgfs22BDe3.pdf>

Editorial (2016, enero, 25). Inauguran cuarto Hyatt en Puerto Rico. *Deco News*. Recuperado de: <https://deconews.info/new/5963/>

Editorial (2021, diciembre, 4). PM Dr Harris inaugurated Ramada hotel. *Associates Time*. Recuperado de: <https://associatestimes.com/pm-dr-harris-inaugurated-ramada-hotel/>

García Canclini, N. (2002). *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Grijalbo.

Gibson, C. (2009). Geographies of tourism: critical research on capitalism and local livelihoods. *Progress in Human Geography*, 33 (4), pp. 527-534. doi: <https://doi.org/10.1177/0309132508099797>

Faure-González, I. y García-Zayas, Y. (2012). Instalaciones de Redes. Vía para fortalecer el aprendizaje de las Redes Informáticas. *EduSol*, 12 (39), pp. 29- 35. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5822866>

Fondo Monetario Internacional. (2021). *Perspectivas económicas- Las Américas: un largo y sinuoso camino hacia la recuperación*. Washington: International Monetary Fund Publication Services.

Galdo, M. (2021, diciembre, 16). Senator Hotels & Resorts re inaugura su hotel en Puerto Plata. *Hosteltur*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/027911_senator-hotels-resorts-re-inaugura-su-hotel-en-puerto-plata.html

García Canclini, Néstor. (2002). *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Grijalbo.

Harrison, P. (2020). Population and housing census in the Caribbean Community – Key challenges. *Statistical Journal of the IAOS*, 36 (1), pp. 195-200. doi: <https://doi.org/10.3233/SJI-190589>

Harvey, D. (2001). *Spaces of Capital: Towards a Critical Geography*. Edinburgh: Edinburgh University.

Harvey, D. (2012). *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*. London: Verso.

Hernández, F. (2016). El estudio social del paisaje a través de la “postal turística”. *Revista Universitaria de Geografía*, 25 (2), pp. 11-48. Recuperado de: http://bibliotecadigital.uns.edu.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1852-42652016002200002

Hotels. (2009). Special Reports: Hotels’ 325. *Hotels Magazine*, 45 (8), pp. 21-35.

Hotels. (2019). Special Reports: Hotels’ 325. *Hotels Magazine*, 53 (6), pp. 20-39.

Kermath, B. y Thomas, R. (1992). Spatial dynamics of resorts: Sosúa, Dominican Republic. *Annals of Tourism Research*, 19 (2), pp. 173-190. doi : [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90076-2](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90076-2)

Ley 113 de la República de Cuba (2012). *Ley tributaria*

Ley 118 de la República de Cuba (2018). *Ley de inversión extranjera*.

Ley 158/01 de la República Dominicana de 2001. *Ley de Fomento al Desarrollo Turístico*.

Lukács, G. (2011). *Ontologie de l’être social. Le travail*. Paris: Delga.

Macías Chávez, K. (2015). El Neocolonialismo en nuestros días: la perspectiva de Leopoldo Zea. *Universitas Philosophica*, 32 (65), pp. 81-106. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4095/409543046004.pdf>

Molina, C. (2019, septiembre, 19). Díaz-Canel respalda a Meliá en la apertura de su último hotel en Cuba. *Cinco Días*. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/09/19/companias/1568899518_304045.html

Mycoo, M. (2017). A Caribbean New Urban Agenda post-Habitat III: Closing the gaps. *Habitat International*, 69, pp. 68-77. doi: <https://doi.org/10.1016/j.habitat-int.2017.09.001>

Mycoo, M. (2018). Beyond 1.5 °C: vulnerabilities and adaptation strategies for Caribbean Small Island Developing States. *Regional Environmental Change*, 18, pp. 2341–2353. doi: <https://doi.org/10.1007/s10113-017-1248-8>

Nash, D. (1989). *Tourism as a form of imperialism*. En V. Smith (Ed.). *Hosts and guests: The anthropology of tourism* (pp. 37-52). doi: <https://doi.org/10.9783/9780812208016.37>.

Organización Mundial de Turismo. (1994). *Tendencias de los mercados turísticos. Américas (1985-1994)*. Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2000). *Datos esenciales 2000. Segunda Edición*. Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2002). *Tourism and poverty alleviation*. Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2014). *World Tourism Barometer. Volume 12*. Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2019). *Global Report on Women in Tourism*. Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo. (2020). *World Tourism Barometer. Volume 18. Issue 4*. Madrid: OMT.

Parliament of Antigua and Barbuda. (2016). *Citizenship by Investment (Amendment) Act, N° 2 2016*. Government Print Office: Saint John.

Parliament of Saint Lucia. (2014). *Citizenship by Investment Act N° 14*. National Printing Corporation: Castries.

Santos, M. (2000). *A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção*. San Pablo: Editora da Universidade de São Paulo.

Silveira, M. (2007). Los territorios corporativos de la globalización. *Geograficando*, 3(3), pp.1-15. Recuperado a partir de <https://www.geograficando.fahce.unlp.edu.ar/article/view/GEOv03n03a0>

Sinclair-Maragh, G. y Gursoy, D. (2015). Imperialism and tourism: The case of developing

island countries. *Annals of Tourism Research*, 50, pp. 143–158. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.12.001>

Smelch, G. (2003). *Behind the smile: the working lives of Caribbean tourism*. Bloomington: Indiana University Press.

Sprague-Silgado, J. (2017). The Caribbean Cruise Ship Business and the Emergence of a Transnational Capitalist Class. *Journal of World-Systems Research*, 23 (1), pp. 93–125. doi: <https://doi.org/10.5195/jwsr.2017.623>

Stothart, S. (2013). Caribbean sex tourism and the international political economy. *The Maastricht Journal of Liberal Arts*, 5, pp. 29-40. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/096922910037624>

Svampa, M. (2004). *La Brecha Urbana. Countries y Barrios Privados*. Buenos Aires: Capital Intelectual.

Swaminathan, V.; Sorescu, A.; Steenkamp, J; O’Guinn, T. y Schmitt, B. (2020). Branding in a Hyperconnected World: Refocusing Theories and Rethinking Boundaries. *Journal of Marketing*, 84 (2), pp. 24-46. doi: <https://doi.org/10.1177/0022242919899905>

Trepelkov, A. y Verdi, M. (2018). *Design and assessment of tax incentives in developing countries*. Nueva York: Naciones Unidas. Recuperado de: https://www.un.org/esa/ffd/wp-content/uploads/2018/02/tax-incentives_eng.pdf

Turner, L. y Ash, J. (1975). *The golden hordes: international tourism and the pleasure periphery*. New York: St Martin’s Press.

Valls, J. (2008). La internacionalización del sector hotelero. El caso Español. En: AA. VV Primer informe anual del Observatorio de la Empresa Multinacional Española (OEME). *La expansión de la multinacional española: estrategias y cambios organizativos* (pp. 149-165). Madrid: OEME.

World Travel and Tourism Council. (2020). *Economic Impact Reports for country*. Recuperado de: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>

Páginas web consultadas

Azure Beach Residences. (Noviembre de 2019). *Aruba: The best place to invest in the Caribbean!* <https://www.azure-aruba.com/news/aruba-the-best-place-to-invest-in-the-caribbean/>

Banco Central de Cuba. (Diciembre de 2019). *Tipo de cambio*. <https://www.bc.gob.cu/>

Banco Central de la República Dominicana. (Diciembre de 2019). *Mercado monetario*. <https://www.bancentral.gov.do/a/d/2538-mercado-cambiarío>

Bank of Jamaica. (Diciembre de 2019). Foreign exchange rates. <https://boj.org.jm/>

Cayman Islands Monetary Authority. (Diciembre de 2019). *Exchange market*. <https://www.cima.ky/>

Central Bank of The Bahamas. (Diciembre de 2019). *Exchange Rate*. <https://www.centralbankbahamas.com/exchange-rate>

Centrale Bank van Aruba. (Diciembre de 2019). *Exchange Rates*. <https://www.cbaruba.org/getExchangeRates.do?dispatch=daily>

Centrale Bank van Curaçao en Sint Maarten. (Diciembre de 2019). *Exchange Rates*. <http://www.centralbank.cw/>

Confédération Générale du Travail - Hôtels de prestige et économiques. (Abril de 2019). *Classification et grilles de salaires*. <http://www.cgt-hpe.fr/>

Department of Labour. The Government of The Bahamas. (Abril de 2019). *Occupations & wages in the hospitality sector*. <https://www.bahamas.gov.bs/>

Eastern Caribbean Central Bank. (Diciembre de 2019). *Daily indicative exchange rates to the ec dollar*. <https://www.eccb-centralbank.org/>

Editor. (2016, 26 de Enero). *Inauguran cuarto Hyatt en Puerto Rico*. Deco News. <https://deconews.info/new/5963/>

Editor. (2019, 19 de Septiembre). *Díaz-Canel respalda a Meliá en la apertura de su último hotel en Cuba*. Cinco Días. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/09/19/companias/1568899518_304045.html

Editor. (2021, 4 de Diciembre). *PM Dr Harris inaugurated Ramada hotel*. Associates Times. <https://associatetimes.com/pm-dr-harris-inaugurated-ramada-hotel/>

Editor. (2021, 16 de Diciembre). *Senator Hotels y Resorts reinaugura su hotel en Puerto Plata*. Hosteltur. https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/027911_senator-hotels-resorts-re-inaugura-su-hotel-en-puerto-plata.html

European Central Bank - European Union. (Diciembre de 2019). *Exchange rates*. <https://www.ecb.europa.eu/>

Official tourism site of Anguilla. (Junio de 2020). <https://ivisitanguilla.com/>

Official tourism site of Saint Martin. (Junio de 2020). <https://www.st-martin.org/>

Páginas webs consultadas para el relevamiento hotelero

Accor: <https://www.accorhotels.com/es/>

Aimbridge: www.aimbridgehospitality.com/

Aqua Aston: <https://www.aquaaston.com/>

AMResort: www.amresorts.com/

Archipelago International: <https://www.archipelagointernational.com/>

Banyan Tree: <https://www.banyantree.com>

Barceló: <https://www.barcelo.com/>

Be Live: <https://www.belivehotels.com/>

Benchmark: <https://www.benchmarkresortsandhotels.com/>

Best Western: <https://www.bestwestern.com/>

Blue Bay: <https://www.bluebayresorts.com/>

Blue Diamond: <https://www.bluediamondresorts.com/>

Catalonia: <https://www.cataloniahotels.com/>

Choice: <https://www.choicehotels.com/>

Club Med: www.clubmed.com/

Decameron: <https://www.decameron.com/>

Four Seasons: <https://www.fourseasons.com/>

Grupo Piñero. <https://www.grupo-pinero.com/>

Grupo Posadas: www.posadas.com/

H10: <https://www.h10hotels.com/>

Hard Rock: <https://www.hardrockhotels.com/>

Hilton: <https://www.hilton.com/>

Hyatt: <https://www.hyatt.com/>

Iberostar: <https://www.iberostar.com/>

IGH: <https://www.ihg.com/>

Jin Jiang International: <http://www.jinjiang.com/>

Kempinski: <https://www.kempinski.com/>
Lopesan: <https://www.lopesan.com/>
Magnuson: <https://www.magnusonhotels.com/>
Mandarin Oriental: <https://www.mandarinoriental.es/>
Marriott: <https://www.espanol.marriott.com/>
Meliá: <https://www.melia.com/>
NH: <https://www.nh-hotels.com/>
Palladium: <https://www.palladiumhotelgroup.com/>
Princess: <https://www.princess-hotels.com/>
Pyramid Group: www.pyramidhotelgroup.com/
RIU: <https://www.riu.com/>
Rosewood: <https://www.rosewoodhotels.com/>
Senator: <https://www.playasenator.com/>
Sirenis: <https://www.sirenishotels.com/>
Sonesta: <https://www.sonesta.com/>
Warwick: <https://warwickhotels.com/>
Wyndham: <https://www.wyndhamdestinations.com/>

Instituciones consultadas por teléfono o e-mail:

Association des Hôteliers de Saint-Martin; Bond di Trahadónan di Hotel Restaurant i Caf di Curacao; British Virgin Islands Chamber of Commerce and Hotel Association; Bustamente Industrial Trade Union (Jamaica); Cayman Islands Tourism Association; Federacion di Trahadornan di Aruba; Federación Nacional de Trabajadores de la Industria de la Alimentación, Hoteles, Bebidas y Tabaco (República Dominicana); Saint Lucia Hospitality and Tourism Association Inc; Sindicato puertorriqueño de trabajadores y trabajadoras; The Bahamas Hotel, Catering and Allied Workers; Turks and Caicos Hotel and Tourism Association; y U.S. Virgin Islands Hotel & Tourism Association.

Fecha de recepción: 30/05/22

Fecha de aceptación: 03/05/23

© 2023 por los autores; licencia otorgada a la Revista Universitaria de Geografía. Este artículo es de acceso abierto y distribuido bajo los términos y condiciones de una licencia Atribución-NoComercial 2.5 Argentina de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/ar/deed.es_AR

