

# *Tendencias del turismo internacional: El Mundo y las Américas*

*Representación Regional para las Américas*

**Organización Mundial del Turismo**

**2002**

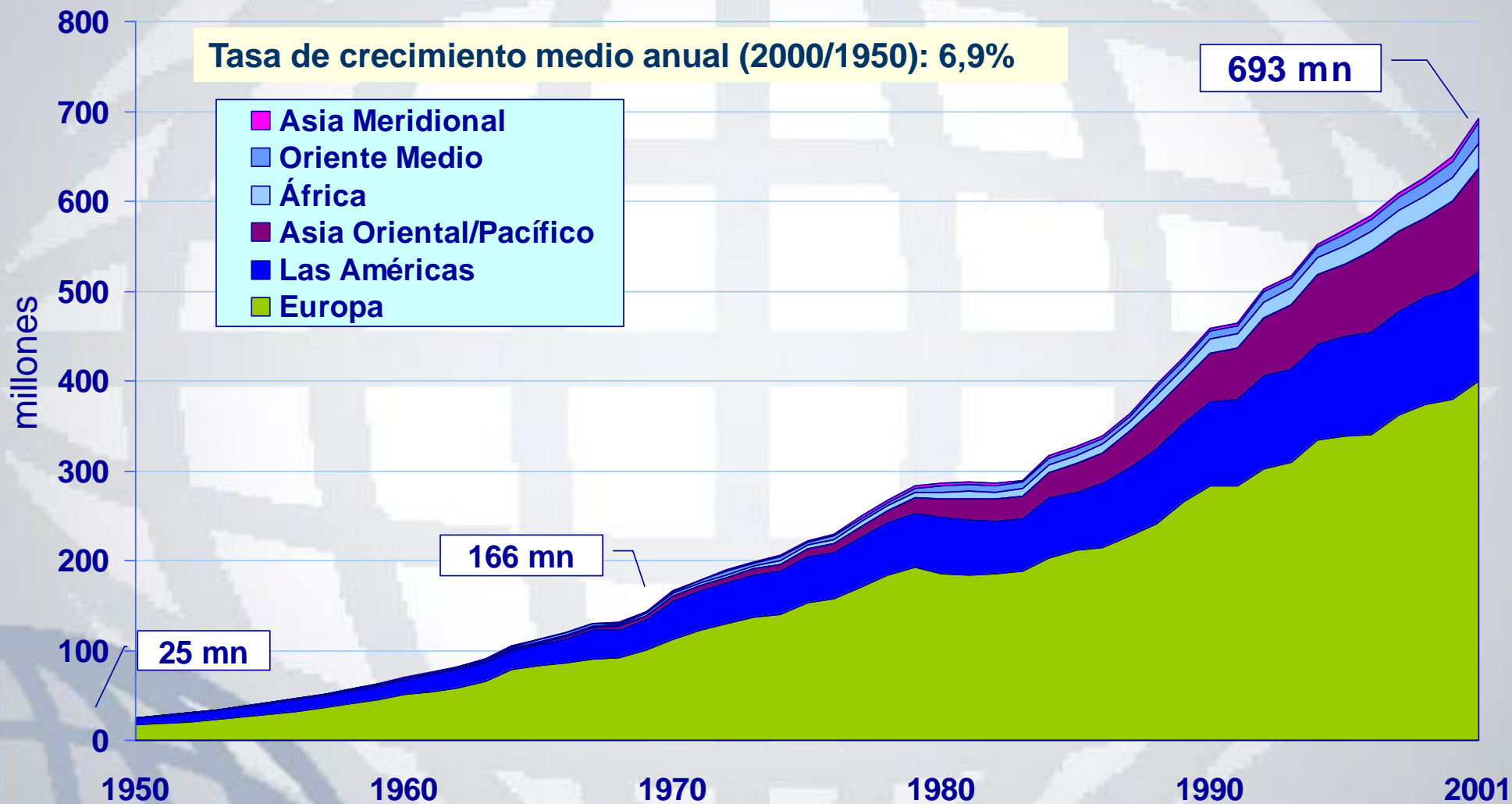
# Palabras clave del turismo internacional

- ✓ **Crecimiento**
- ✓ **Vulnerabilidad**
- ✓ **Resistencia**



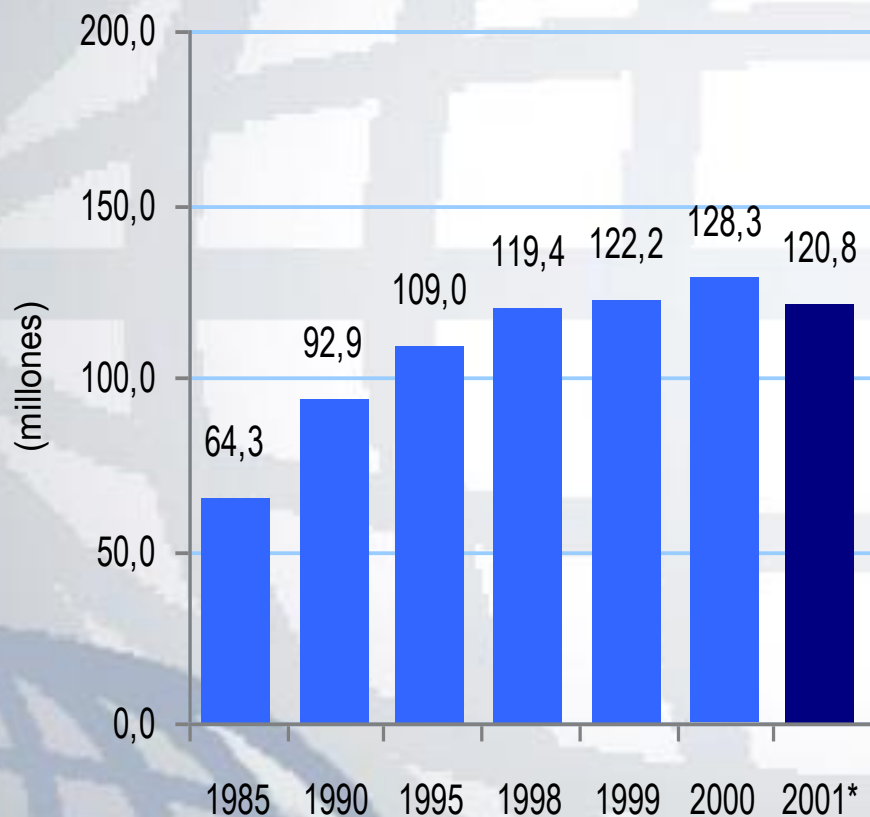
# Crecimiento

## Llegadas de turistas por región receptora, 1950-2001

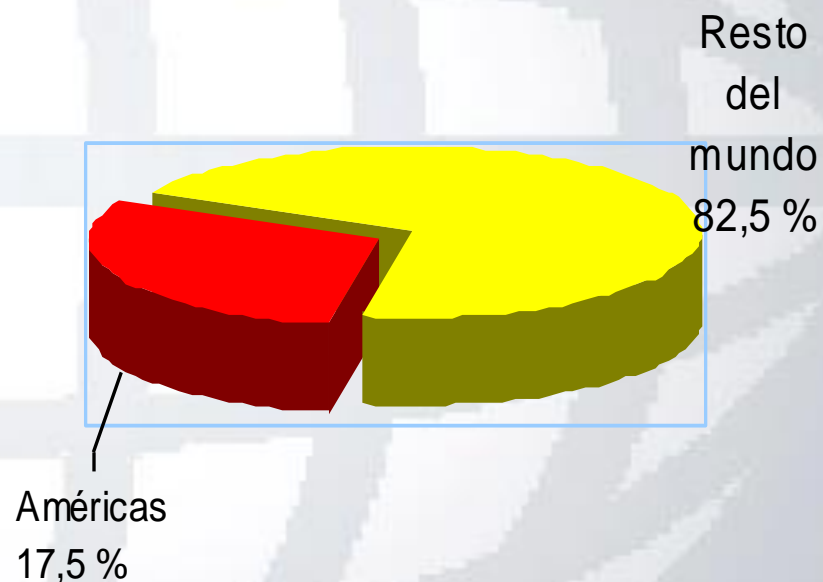


# Las Américas en 2001

## Llegadas de turistas internacionales



## Cuota de mercado mundial (%)



# Principales países de las Américas por llegadas de turistas internacionales

	2000	2001*	Variación %
	(millones)		2001/2000
Américas	128,3	120,8	-6,0
Estados Unidos	50,945	45,502	-10,6
México	20,641	19,811	-4,0
Canadá	19,663	19,653	-0,1
Brasil	5,313	4,773	-10,2
Puerto Rico	3,341	3,551	6,3
Rep. Dominicana	2,972	2,777	-6,6
Argentina	2,909	2,629	-9,6
Uruguay	1,968	1,892	-3,9
Chile	1,742	1,722	-1,1
Cuba	1,741	1,736	-0,3

## Principales países de las Américas por ingresos por turismo internacional

	2001	2000	Variación (%)
	( millones de \$ EE.UU)		
	2001/2000		
Estados Unidos	72,295	82,042	-11,9
Canadá	10,774	10,704	0,7
México	8,401	8,295	1,3
Brasil	3,701	4,228	-12,5
Puerto Rico	2,728	2,388	14,2
Rep. Dominicana	2,689	2,861	-6,0
Argentina	2,534	2,817	-10,0
Cuba	1,721	1,756	-2,0
Costa Rica	1,278	1,229	4,0
Jamaica	1,234	1,333	-7,4

# Condicionantes

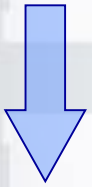
- Situación económica
- Transporte aéreo
- Operaciones militares
- Sector hotelero
- Comportamientos del viajero

# Transporte Aéreo

- Está reajustándose de una forma profunda.
- Afrontan ejercicios económicos difíciles.
- Algunas compañías registran pérdidas y no pueden hacer frente a sus compromisos financieros.



- Severa reestructuración de sus costes de explotación.
- Buscan fórmulas para optimizar el uso de sus flotas



- Reducción de capacidades
- Ajuste de empleos
- Reestructuración de rutas y destinos
- Suspensiones de pago e incluso quiebras

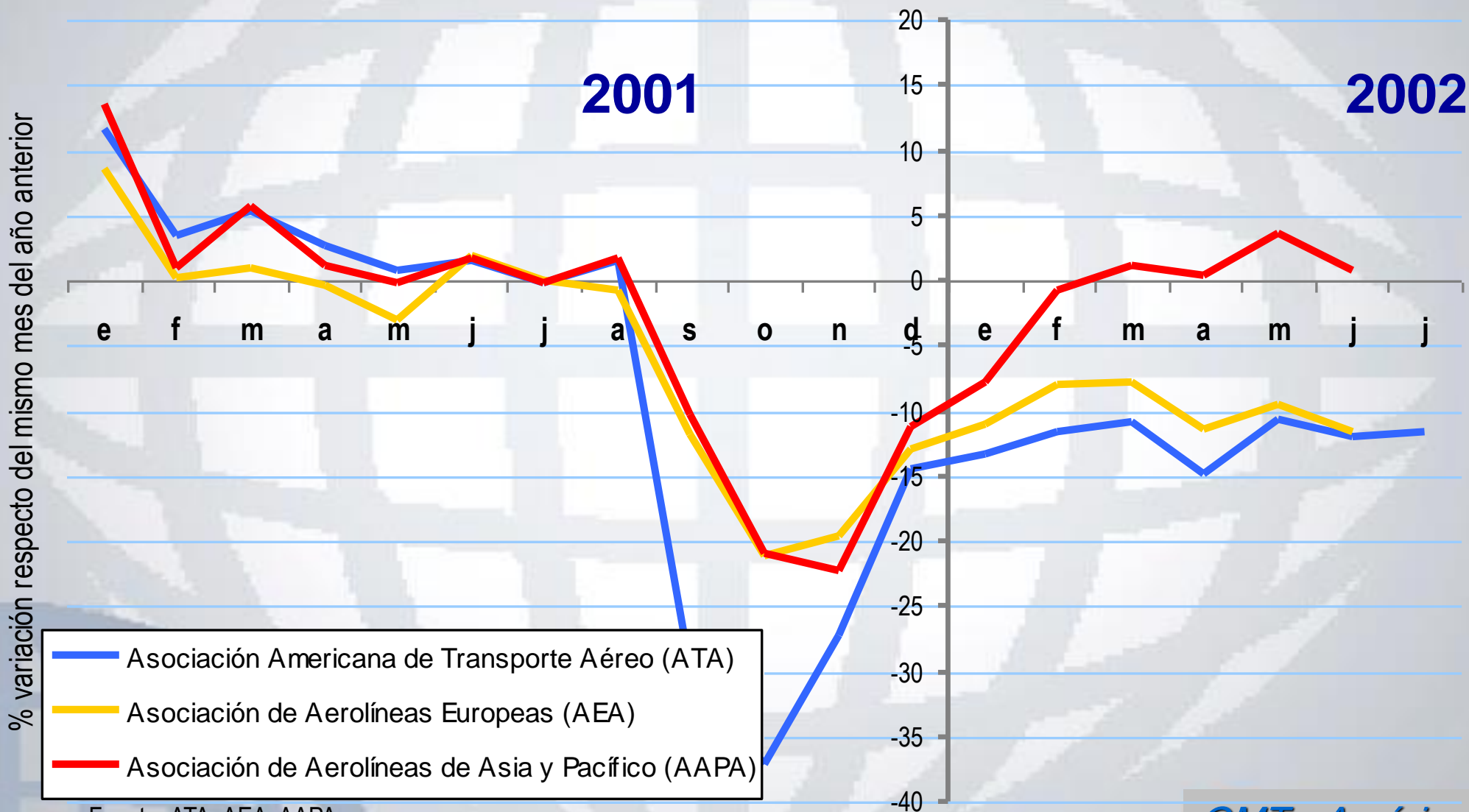
- En el mercado europeo y norteamericano ha habido un crecimiento de las **compañías de bajo coste**.
- Mayor cobertura geográfica y de mercado
- Aportan innovaciones en formas de gestión



- Utilización de tecnologías avanzadas
- Formas de gestión empresarial
- Formas de acceder al cliente y al mercado

# Evolución del Tráfico Aéreo Internacional

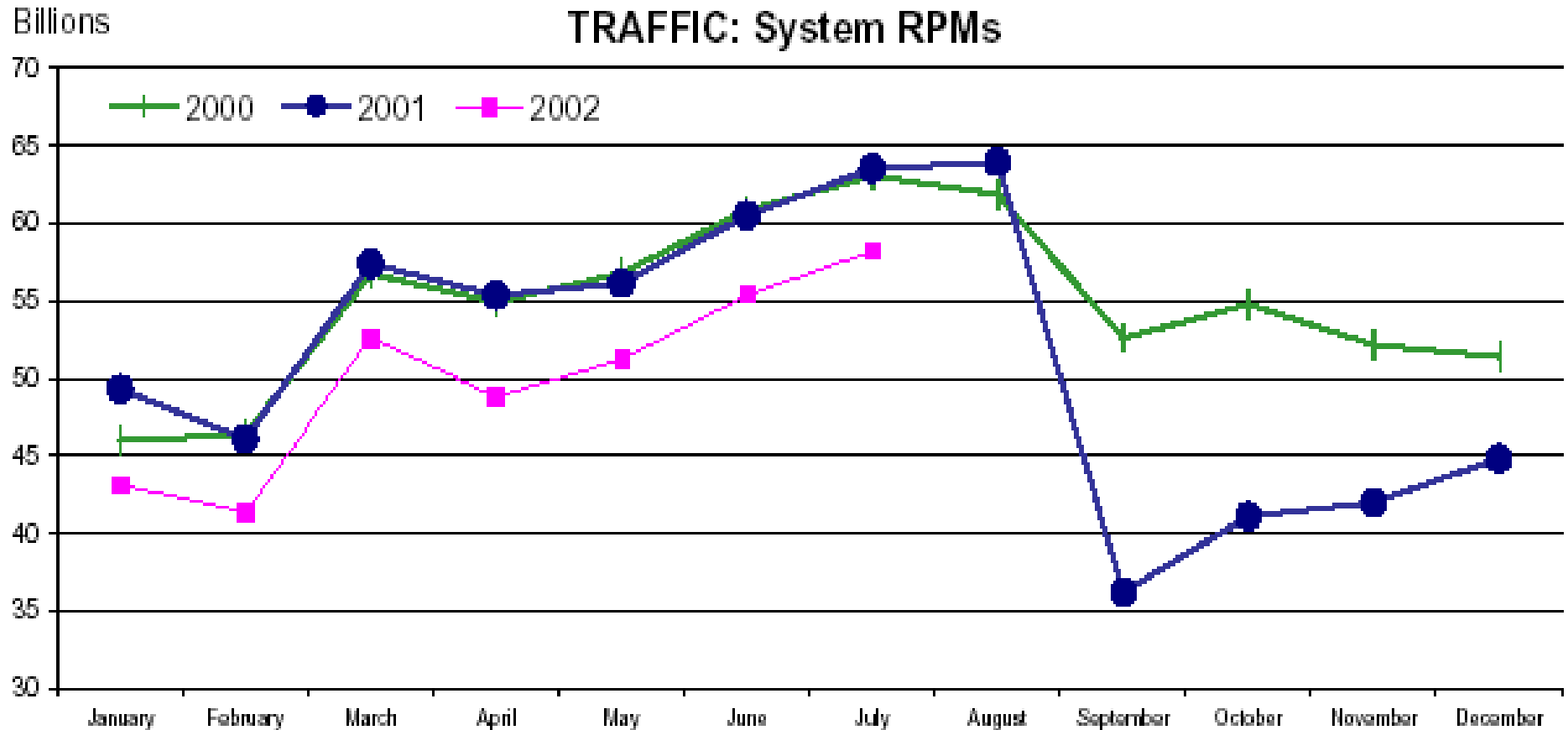
Ingresos pasajeros/kilómetros



Fuente: ATA, AEA, AAPA

# Asociación Americana de Transporte Aéreo (ATA)

## Ingresos pasajeros/kilómetros



# Operaciones militares

- Este tipo de acontecimientos en escenarios geográficos próximos a los ya afectados tras los acontecimientos del 11-S, hacen que algunos destinos empiecen a ser percibidos como sujetos a riesgo.
- El conflicto Israel-Palestina y el enfrentamiento India-Pakistán amenaza el desarrollo del turismo en algunos destinos de esas áreas.

# Sector hotelero

- Según valoraciones obtenidas por la International Hotels and Restaurant Association (IH&RA):
- En Europa se ha sentido la disminución de clientes de EE.UU., Asia y del Japón
- Los aumentos en la ocupación no implican mejoras en las tasas de rentabilidad
- Estímulos a la demanda a través de tarifas y ofertas.
- La demanda nacional ha tenido un papel importante para compensar, en parte, la caída de clientela internacional
- En todos los mercados son **positivas** las expectativas a mediano plazo.

# Tendencias generales de la demanda

- Reducir la estancia de las vacaciones.
- Mayor fragmentación de las vacaciones.
- Mayor demanda de vacaciones a medida.
- Vacaciones como experiencia: Se busca una vivencia más participativa con el destino.



Esto origina una serie de comportamientos  
del viajero a corto plazo

## Comportamientos de los viajeros a corto plazo

- Actitud de ver y esperar



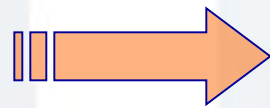
- Reservas tardías -> problemas de flujos de caja
  - Antes, con 6 a 9 meses de anticipación. Ahora, dos meses antes del viaje.
- Sensibilidad al precio / descuentos en líneas aéreas
  - Esperan mucho tiempo antes de la compra para encontrar el descuento más barato.



- Se mantiene la tendencia de reducir el radio de los desplazamientos



- Viajes en el propio país, a países limítrofes y de la propia región, especialmente de la misma cultura



**Aumento del Turismo Interior  
e Intrarregional**

- Tendencia en alza de los viajes de corta estancia, los de fuerte motivación y las visitas a familiares y amigos.

- Las encuestas suelen cifrar en valores nulos, residuales o muy pequeños el miedo a viajar.
- Se ha visto favorecido el viaje a través de sistemas de transporte terrestre.
- **Internet** está incidiendo en la forma de seleccionar los viajes y en la compra de servicios turísticos a los mejores precios (principalmente en países desarrollados).
- La **distribución** sigue dependiendo de los **canales tradicionales**: operadores y agencias de viajes.

- Reacción positiva de la demanda por viajes postergados
  - En Estados Unidos, algunos tour operadores venden paquetes turísticos a precios únicos para una familia.
  - Aumento de los viajes de grupos con características o intereses comunes (iglesias, organizaciones sociales) porque brinda más seguridad al turista.

# Américas: Llegadas de turistas internacionales 2002

<i>DESTINO</i>	<i>VARIACIÓN % 2002/2001</i>	<i>PERÍODO</i>
Canadá	-2,1	Enero - Mayo
Estados Unidos	-12,2	Enero - Marzo
México	-4,2	Enero - Junio
Hawai	-8,8	Enero - Junio
Bahamas	-7,6	Enero - Marzo
Cuba	-13,2	Enero - Junio
Jamaica	-11,7	Enero - Abril
Puerto Rico	-3,2	Enero - Marzo
República Dominicana	-13,6	Enero - Junio
Costa Rica	-6,2	Enero - Junio
El Salvador	18,1	Enero - Junio
Guatemala	3,3	Enero - Junio
Nicaragua	-7,6	Enero - Junio
Panamá	2,8	Enero - Julio
Argentina	4,4	Enero - Junio
Brasil	-10,6	Enero - Junio
Chile	-27,5	Enero - Junio
Perú	2,0	Enero - Julio
Uruguay	-43,0	Enero - Junio

## Destinos europeos

<b><i>DESTINO</i></b>	<b><i>VARIACIÓN % 2002/2001</i></b>	<b><i>PERÍODO</i></b>
Alemania	-3,3	Enero - Mayo
Croacia	6,0	Enero - Junio
Dinamarca	-1,8	Enero - Junio
España	0,1	Enero - Junio
Hungría	-4,3	Enero - Junio
Italia	-1,1	Enero - Mayo
Noruega	-0,9	Enero - Junio
Polonia	-25,3	Enero - Abril
Portugal	-3,2	Enero - Abril
Reino Unido	0,0	Enero - Junio
Suecia	-1,8	Enero - Junio

# Destinos del Mediterráneo, Oriente y Oceanía

<b>DESTINO</b>	<b>VARIACIÓN % 2002/2001</b>	<b>PERÍODO</b>
Turquía	4,8	Enero - Julio
Egipto	-22,4	Enero - Julio
Marruecos	-13,5	Enero - Junio
Túnez	-13,0	Enero - Junio
Sudáfrica	6,7	Enero - Mayo
Indonesia	1,2	Enero - Marzo
Malasia	-8,4	Enero - Junio
Singapur	-1,9	Enero - Mayo
Tailandia	7,8	Enero - Mayo
Vietnam	10,1	Enero - Junio
China	16,3	Enero - Junio
Hong Kong	13,4	Enero - Julio
Japón	6,6	Enero - Abril
Nueva Zelanda	4,8	Enero - Junio
Australia	-5,0	Enero - Junio

# Turismo emisor desde Norteamérica

- El turismo emisor desde Norteamérica parece mostrar una clara predilección por los mercados de la subregión, el Caribe y algunos de Europa Occidental
- Se están produciendo caídas importantes en destinos de largo recorrido a casi cualquier región, incluidos los del norte de África y de Oriente Medio.

# Turismo emisor desde Estados Unidos

<i>DESTINO</i>	<i>VARIACIÓN % 2002/2001</i>	<i>PERÍODO</i>
Canadá	0,6	Enero - Mayo
Australia	-7,9	Enero - Junio
República Dominicana	-10,9	Enero - Junio
Costa Rica	-6,6	Enero - Junio
Chile	-11,6	Enero - Junio
Guatemala	0,1	Enero - Junio



# Turismo emisor desde Argentina

DESTINO	VARIACIÓN % 2002/2001	PERÍODO
Cuba	-81,6	Enero - Junio
Chile	-45,6	Enero - Junio
Costa Rica	-39,6	Enero - Junio
Estados Unidos	-62,4	Enero - Marzo
Guatemala	-21,3	Enero - Junio
Uruguay	-48,8	Enero - Junio
República Dominicana	-81,4	Enero - Junio

# Turismo emisor desde Europa

- El turismo emisor de los países del **occidente europeo** están privilegiando algunos destinos de Europa Central y Oriental (Bulgaria, Croacia, Rumania), así como del mediterráneo europeo oriental (Turquía, Grecia).
- Se tiende a reducir el ritmo de crecimiento de los viajes a Estados Unidos.

# Turismo emisor desde Alemania

<i>DESTINO</i>	<i>VARIACIÓN %</i> <i>2002/2001</i>	<i>PERÍODO</i>
Cuba	-15,7	Enero - Junio
Guatemala	3,1	Enero - Junio
Canadá	-18,5	Enero - Mayo
Estados Unidos	-16,4	Enero - Marzo
República Dominicana	-35,5	Enero - Junio
Chile	-21,3	Enero - Junio
Costa Rica	-6,4	Enero - Junio

# Turismo emisor desde Reino Unido

DESTINO	VARIACIÓN % 2002/2001	PERÍODO
Cuba	0,3	Enero - Junio
Canadá	-11,9	Enero - Mayo
Chile	-15,5	Enero - Junio
Costa Rica	-7,6	Enero - Junio
Estados Unidos	-1,8	Enero - Marzo
Guatemala	16,0	Enero - Junio
República Dominicana	3,3	Enero - Junio

# Turismo emisor desde Italia

DESTINO	VARIACIÓN % 2002/2001	PERÍODO
Cuba	-20,6	Enero - Junio
Chile	-26,0	Enero - Junio
Costa Rica	-12,1	Enero - Junio
Estados Unidos	-23,6	Enero - Marzo
Guatemala	-20,4	Enero - Junio
República Dominicana	-17,9	Enero - Junio

# Turismo emisor desde Europa

- El turismo emisor desde países del **Este de Europa** y en especial de la Federación de Rusia parecen privilegiar destinos próximos, incluidos los de Oriente Medio y algunos europeos.
- Por ejemplo: Croacia, donde son más fáciles de acceder dada la reducción de trámites en fronteras.
- Las inundaciones en el centro de Europa (República Checa, Hungría, Alemania) están afectando tanto al turismo receptor como al emisor en esos países.

## Tendencias a mediano plazo

- Reorganización y liberalización del mercado del tráfico aéreo
- Incremento de la competencia
- Viajeros más maduros y experimentados
- Cambio de poder desde los productores a los consumidores (desde los vendedores hacia el mercado de compradores)
- Reglamentación y limitación de acceso a sitios congestionados
- Desarrollo sostenible del turismo
- Incorporación de nuevas tecnologías

## Tendencias a mediano plazo

- Las estrategias empresariales se orientan hacia políticas de alianzas, adquisiciones y fusiones.
- Adaptación de las empresas a las variaciones del mercado, asegurando niveles de calidad.
- Cooperación entre todos los actores para reestablecer la confianza del turista.



## Estrategias a seguir

- Mejora de la seguridad
- Incremento de la promoción
- Comunicación proactiva
- Cambios en las estrategias de empresas
  - Ajuste cuantitativo y geográfico de la oferta
  - Mayor énfasis en rentabilidad y menor en volumen
  - descuentos -> aplicarlos cuidadosamente
  - Conformación de alianzas estratégicas

# Estrategias a seguir

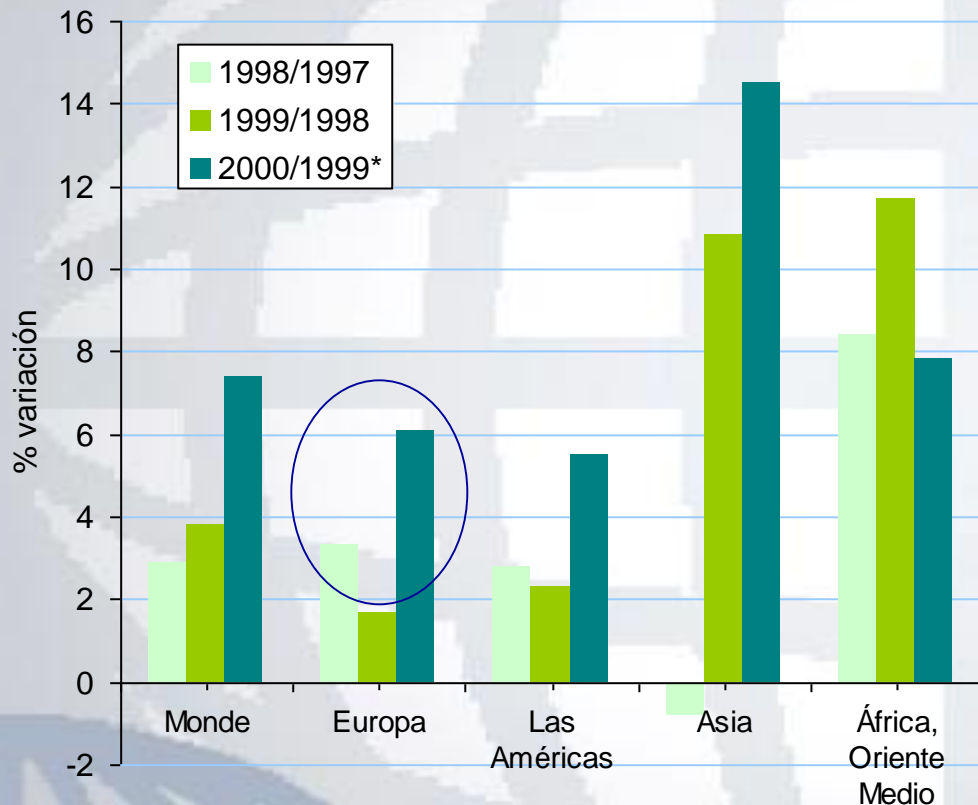
- **Desarrollar productos únicos**
  - Diferenciación de productos y segmentos de mercado
- **Calidad:**
  - Crear valor agregado
  - Cambiar la orientación del servicio hacia la experiencia
  - Ofertas creativas a cambio de dinero
- **Precio:**
  - Aumentar la escala y reducir costos -> concentración



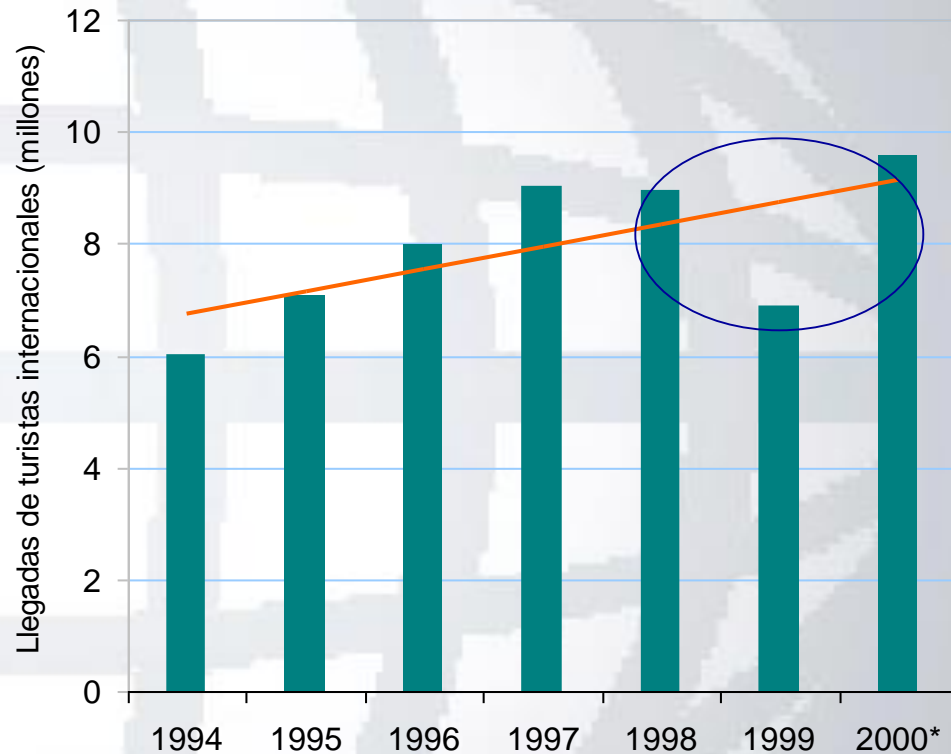
# Vulnerabilidad / resistencia

## (algunos ejemplos)

**Conflicto de Kosovo (marzo-junio 1999)**  
**Llegadas de turistas internacionales 1998-2000**



**Turquía (1999)**

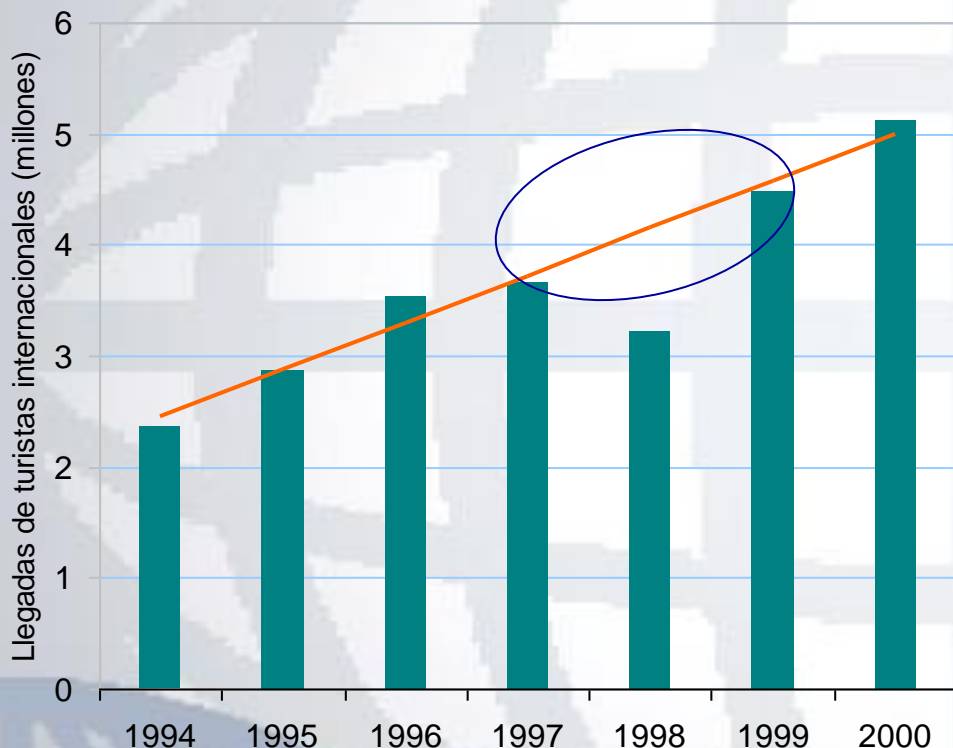




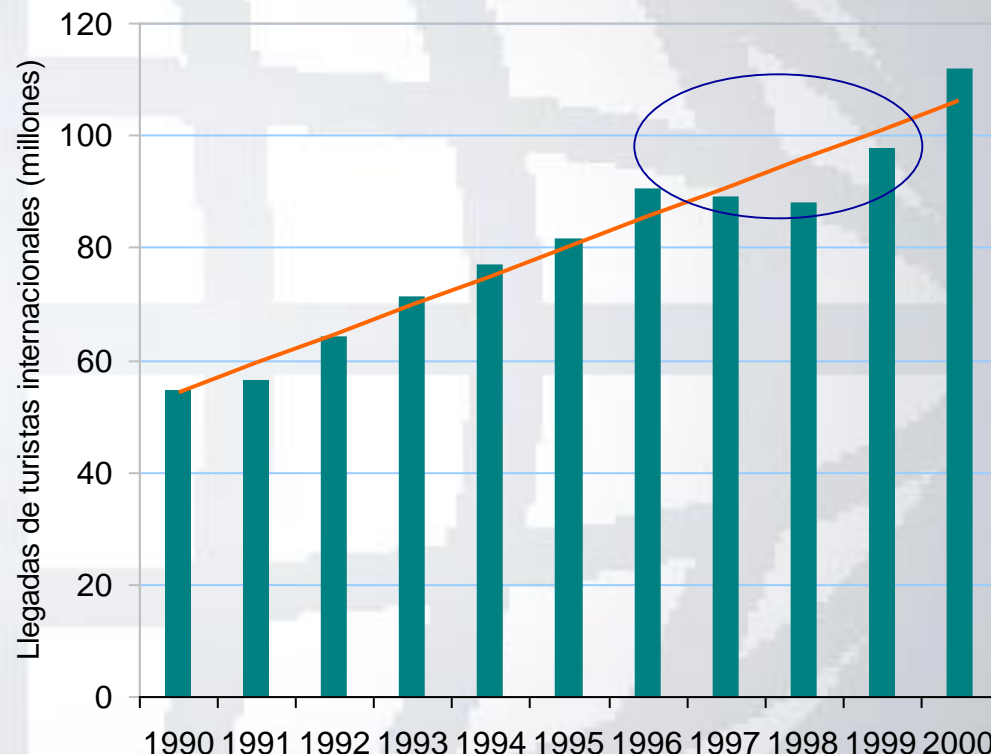
# Vulnerabilidad / resistencia

(algunos ejemplos)

Egipto: atentados de Luxor (noviembre 1997)



Asia: crisis financiera (1997-1998)





# Crecimiento / resistencia

## Llegadas de turistas por región receptora, 1950-2020

