



VI REUNIÓN MINISTERIAL DE TURISMO

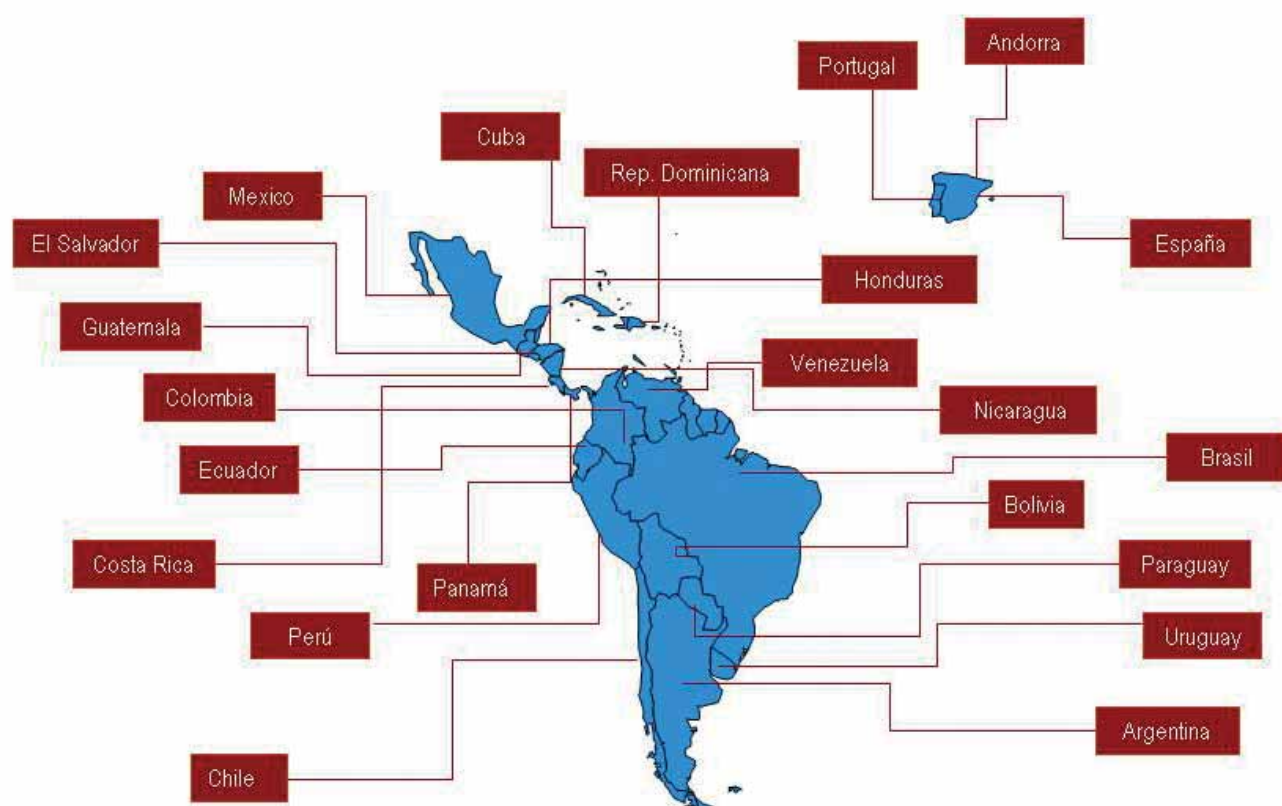
TURISMO en IBEROAMÉRICA

PANORAMA ACTUAL
EDICIÓN 2006



7 AL 9 DE SEPTIEMBRE DE 2006
COLONIA DE SACRAMENTO, URUGUAY

Turismo en Iberoamérica



Cifras clave

- Más de 122 millones de llegadas de turistas internacionales en 2005, esto es, el 15 % del total mundial.
- Cerca de 90 mil millones de dólares estadounidenses de ingresos por turismo internacional en 2005 (un promedio de 153 dólares per cápita frente a los 105 dólares per cápita del promedio mundial), lo que constituye un 13 % de los ingresos mundiales.
- Más de 40 mil millones de dólares estadounidenses de gasto turístico internacional.
- Un superávit de casi 50 mil millones de dólares estadounidenses en la balanza de pagos del turismo.

Preámbulo

El turismo es una de las actividades económicas que más crece en el mundo a la vez que influye decisivamente en el desarrollo de un país, estimulando directamente las economías nacionales y locales. En el año 2005, el turismo internacional generó 806 millones de llegadas y unos ingresos de 680 mil millones de dólares de los Estados Unidos.

El turismo tiene características particulares puesto que, por un lado, se trata típicamente de un servicio que impulsa un amplio espectro de sectores productivos pero, a la vez que es un generador de divisas, es además un factor de vital importancia para los países en desarrollo. En el mundo, el turismo internacional fue capaz de exportar casi 2 mil millones de dólares cada día del año 2005.

Esta publicación, parte integrante del acuerdo de cooperación entre la Organización Mundial de Turismo (OMT) y la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), intenta resaltar la importancia y el potencial que en materia turística representa el espacio iberoamericano. Es necesario poner en perspectiva los datos de este espacio para que todos los actores puedan visualizar su verdadera dimensión. En este sentido, los encargados de las políticas públicas del sector así como los representantes del sector privado podrán ubicar su realidad nacional en el contexto iberoamericano y mundial. De esa manera, podrán constatar la necesidad de perfeccionar la gestión del turismo con vistas a responder a los retos de un mercado cada vez más competitivo.

Iberoamérica tiene una cuota de mercado del 15 % de las llegadas de turistas en el mundo. Esta realidad se debe sin duda alguna a la formidable variedad de recursos con los que cuenta la región como así también a la calidad de los servicios ofrecidos. También con seguridad influye la posibilidad de combinar, en muchas oportunidades, diversidad de productos como el turismo cultural, con el de congresos y convenciones, con el de naturaleza, con el turismo « sol y playa » o con el de cruceros.

Tal vez una de las cuestiones más interesantes a resaltar en el panorama actual del turismo en Iberoamérica es la dinámica que viene registrando la región latinoamericana en los últimos quince años. Así, mientras el turismo a nivel mundial mostró un incremento del 4,1 %, los destinos iberoamericanos de América Central y del Sur mostraron crecimientos del 9 % y del 6 % respectivamente. Estos números dan una idea del potencial de desarrollo del turismo existente en este espacio y también animan a realizar el esfuerzo aún pendiente para poner esa potencialidad, lejos aún de ser plenamente alcanzada, al servicio de los ciudadanos de la comunidad iberoamericana.

Con seguridad, en los próximos años asistiremos al definitivo despertar de este gigante económico y turístico que ha comenzado a movilizarse para contribuir a la generación de valor y la lucha contra la pobreza. En ese proceso, tanto la Organización Mundial del Turismo como la Secretaría General Iberoamericana llevarán a cabo de forma conjunta las acciones necesarias para atender las necesidades específicas del conjunto iberoamericano y de cada país en el mejor espíritu de coordinación y eficacia que han querido asumir tras encontrar en la misión de cada una de ellas muchos valores y objetivos compartidos.

Organización Mundial del Turismo



Secretaría General Iberoamericana



Secretaría General
Iberoamericana

Secretaria-Geral
Ibero-Americana

Llegadas de turistas internacionales

En 2005, Iberoamérica recibió 122 millones de llegadas de turistas internacionales - es decir, llegadas de residentes en el extranjero que pernoctan en dichos destinos por todo tipo de motivos, como los viajes de ocio o negocios, o las visitas a parientes y amigos. Esta cifra constituye el 15 % de los 806 millones de llegadas en el mundo. Los 19 destinos iberoamericanos de América concentran el 39 % de las llegadas en todo el continente, mientras que los tres destinos de la Península Ibérica reúnen el 16 % del total de llegadas en Europa.

Además de turistas, la mayoría de los destinos reciben también un número considerable de visitantes internacionales del día (excursionistas). No obstante, el hecho de que varios países no den parte de estos datos hace imposible estimar la cantidad total. En México (75 millones), Andorra

(8,6 millones) y Paraguay (2,3 millones), por ejemplo, los excursionistas son entre tres y siete veces más numerosos que los turistas. España (37 millones) y Portugal (16 millones) también presentan cifras importantes en este sentido, si bien más próximas a las de las llegadas de turistas.

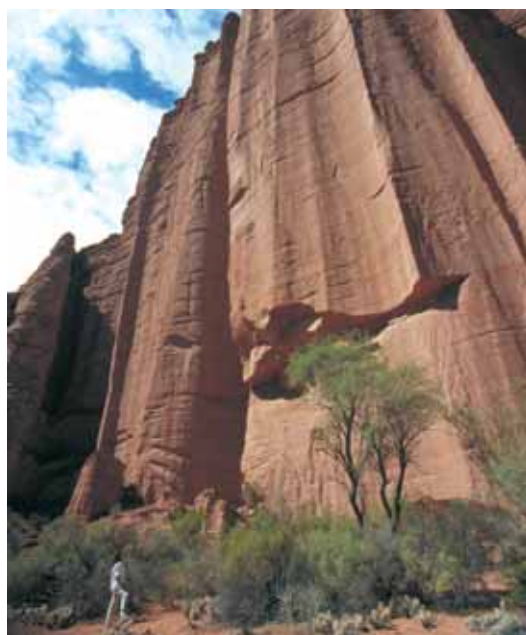
Para muchos destinos iberoamericanos, las visitas del día de los pasajeros de cruceros constituyen también una fuente importante de ingresos por turismo. Los cruceros son uno de los sectores turísticos más dinámicos, con un índice de crecimiento de aproximadamente el 10 % anual durante los últimos decenios. Los cruceros aparecieron por primera vez en el Caribe durante los años setenta y desde entonces se han extendido por el resto del mundo. México, en particular, ha logrado una expansión espectacular del mercado de cruceros, pasando de 143 mil llegadas de

Llegadas de turistas internacionales por categorías												
	Llegadas de visitantes			de las cuales			visitantes del día			de los cuales		
				Turistas (visitantes que pernoctan)						Crucelistas		
	2000	2004	2005*	2000	2004	2005*	2000	2004	2005*	2000	2004	2005*
Mundo				687.000	764.000	806.000						
Destinos iberoamericanos				107.475	114.233	122.208						
en América del Norte & Central, Caribe				29.510	31.517	34.180						
Costa Rica	1.278	1.771	...	1.088	1.453	1.679	...	...	...	190	318	...
Cuba	1.774	2.049	2.319	1.741	2.017	2.261	33	32	58	10	5	17
Rep. Dominicana	3.161	3.906	3.981	2.978	3.450	3.691	...	...	...	183	456	290
El Salvador	867	1.045	1.333	795	966	1.154	72	79	179	...	...	...
Guatemala	...	...	...	826	1.182	1.316	...	...	...	...	...	...
Honduras	689	1.057	1.194	471	595	749	...	385	445	218	267	...
México	105.673	98.659	102.545	20.641	20.618	21.915	81.565	72.139	74.524	3.467	5.902	6.062
Nicaragua	581	735	804	486	615	712	83	113	79	13	7	13
Panamá	600	1.004	1.070	484	621	702	117	383	368	25	290	255
en América del Sur				15.021	15.879	17.838						
Argentina	...	...	...	2.909	3.457	3.895	...	...	...	...	...	...
Bolivia	...	...	...	319	405	423	...	...	...	...	...	...
Brasil	...	...	...	5.313	4.794	5.358	...	...	...	...	...	...
Chile	...	...	...	1.742	1.785	2.027	...	856	...	...	...	...
Colombia	557	791	933	...	...	...	...	...	...	150	49	48
Ecuador	627	819	861	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Paraguay	3.924	2.589	2.648	289	309	341	3.635	2.280	2.307	...	...	...
Perú	...	...	...	828	1.277	1.486	...	...	...	4	7	8
Uruguay	2.236	1.871	1.917	1.968	1.756	1.808	268	115	109	...	...	...
Venezuela	604	618	841	469	486	706	135	...	...	...	132	135
en Europa Meridional/Medit.				62.944	66.838	70.191						
Andorra	10.991	11.668	11.049	2.949	2.791	2.418	8.042	8.877	8.631	...	...	...
Portugal	28.014	27.532 ^a	...	12.097	11.617	...	15.691	15.535 ^a	...	226	459	...
España	74.462	85.981	92.118	47.898	52.430	55.577	26.564	33.551	36.542	...	...	...

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, octubre 2006)

^a2003; * cifra o dato preliminar



La Rioja - Cañón de Talampaya, Argentina

cruceristas en 1980 a 890 mil en 1990, 3,5 millones en 2000, y hasta 6,1 millones en 2005.

Diferentes etapas de desarrollo

Una parte importante de los 122 millones de llegadas de turistas internacionales que recibió la

comunidad iberoamericana se concentró en cuatro destinos. España, Portugal, Andorra y México, destinos de gran madurez en lo que al desarrollo del turismo se refiere, recibieron en conjunto las tres cuartas partes de las llegadas internacionales de los 22 países de Iberoamérica.

El número de llegadas varía considerablemente según los destinos. En la actualidad, tres son los destinos que registran un número de llegadas de turistas internacionales superior a 10 millones: España (56 millones), México (22 millones) y Portugal (12 millones). Un segundo grupo de destinos presentan un número de llegadas de turistas internacionales superior a dos millones: Cuba, la República Dominicana, Argentina, Brasil, Chile, y Andorra. Otro grupo, con más de un millón de llegadas, comprende a Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Chile, Perú y Uruguay.

Llegadas de turistas internacionales, 1990-2005														
	Series	Llegadas de turistas internacionales (1000)					Cuota de mercado (%)			Variación (%)			% crecimiento medio anual	
		1990	1995	2000	2004	2005*	1990	2000	2005*	03/02	04/03	05*/04	90-00	00-05*
Mundo		439.000	540.000	687.000	764.000	806.000	100	100	100	-1,8	10,1	5,5	4,6	3,3
Destinos iberoamericanos		70.269	83.143	107.475	114.233	122.208	16,0	15,6	15,2	-0,7	6,0	7,0	4,3	2,6
en Am. Norte & Central, Caribe		20.552	25.239	29.510	31.517	34.180	4,7	4,3	4,2	-0,6	10,7	8,4	3,7	3,0
Costa Rica	TF	435	785	1.088	1.453	1.679	0,1	0,2	0,2	11,3	17,3	15,6	9,6	9,1
Cuba	TF	327	742	1.741	2.017	2.261	0,1	0,3	0,3	11,5	9,2	12,1	18,2	5,4
Rep. Dominicana	TF	1.305	1.776	2.978	3.450	3.691	0,3	0,4	0,5	16,8	5,1	7,0	8,6	4,4
El Salvador	TF	194	235	795	966	1.154	0,0	0,1	0,1	-9,8	12,7	19,5	15,1	7,7
Guatemala	TF	509	563	826	1.182	1.316	0,1	0,1	0,2	-0,4	34,2	11,4	5,0	9,8
Honduras	TF	290	271	471	595	749	0,1	0,1	0,1	11,1	-2,6	25,9	5,0	9,7
México	TF	17.172	20.241	20.641	20.618	21.915	3,9	3,0	2,7	-5,1	10,5	6,3	1,9	1,2
Nicaragua	TF	106	281	486	615	712	0,0	0,1	0,1	11,5	16,9	15,9	16,4	8,0
Panamá	TF	214	345	484	621	702	0,0	0,1	0,1	6,0	9,8	13,0	8,5	7,7
en América del Sur		7.612	11.582	15.021	15.879	17.838	1,7	2,2	2,2	8,4	16,8	12,3	7,0	3,5
Argentina	TF	1.930	2.289	2.909	3.457	3.895	0,4	0,4	0,5	6,2	15,4	12,7	4,2	6,0
Bolivia	TF	254	284	319	405	423	0,1	0,0	0,1	10,8	9,3	4,5	2,3	5,8
Brasil	TF	1.091	1.991	5.313	4.794	5.358	0,2	0,8	0,7	9,2	16,0	11,8	17,2	0,2
Chile	TF	943	1.540	1.742	1.785	2.027	0,2	0,3	0,3	14,2	10,6	13,6	6,3	3,1
Colombia	TF/VF	813	1.399/	557	791	933	0,2	0,1	0,1	10,3	26,6	18,0	-3,7	10,9
Ecuador	VF	362	440	627	819	861	0,1	0,1	0,1	11,4	7,6	5,1	5,6	6,5
Paraguay	TF	280	438	289	309	341	0,1	0,0	0,0	7,1	15,3	10,2	0,3	3,4
Perú	TF	317	479	828	1.277	1.486	0,1	0,1	0,2	7,2	19,4	16,4	10,1	12,4
Uruguay	TF	...	2.002	1.968	1.756	1.808	...	0,3	0,2	12,8	23,7	2,9	...	-1,7
Venezuela	TF	525	700	469	486	706	0,1	0,1	0,1	-21,9	44,3	45,2	-1,1	8,5
en Europa Meridional/Medit.		42.105	46.322	62.944	66.838	70.191	9,6	9,2	8,7	-2,5	1,7	5,0	4,1	2,2
Andorra	TF	...	...	2.949	2.791	2.418	...	0,4	0,3	-7,4	-11,0	-13,4	...	-3,9
Portugal	TF	8.020	9.511	12.097	11.617	...	1,8	1,8	...	0,5	-0,8	...	4,2	...
España	TF	34.085/	34.920	47.898	52.430	55.577	7,8	7,0	6,9	-2,8	3,1	6,0	3,5	3,0

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, octubre 2006)

/: cambio de serie; *Cifra o dato preliminar

Series:

TF: Llegadas de turistas internacionales a las fronteras (excluyendo los visitantes del día), VF: Llegadas de visitantes internacionales a las fronteras. (incluidos turistas y visitantes del día).



Hotel de Sal en el Salar de Uyuni, Bolivia

Crecimiento positivo con pérdida de cuota de mercado

A lo largo del decenio 1990-2000, el número de llegadas internacionales a los destinos iberoamericanos creció a una tasa media anual del 4,3 %. Durante el periodo comprendido entre 2000 y 2005, la tasa de crecimiento disminuyó hasta el 2,6 % anual, esto es, por debajo de la tasa media mundial de 3,3 %. Eso se debió en gran medida a los resultados de destinos como México (+1,2 %) que padecieron los efectos de los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001 sobre el mercado emisor estadounidense, o Brasil (+0,2 %) y Uruguay (-1,7 %), ambos con una caída de los resultados de 2001 y 2002 dada la situación del mercado emisor argentino.

Los resultados de los 22 países de Iberoamérica en 2005 han sido muy positivos. Las llegadas de turistas se incrementaron en un 7 %, situándose 1,5 puntos porcentuales por encima del promedio mundial. Los datos preliminares de 2006 muestran que la mayoría de los destinos han proseguido su evolución positiva durante el primer semestre, registrándose tasas de crecimiento superiores o iguales al 10 % en la República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Argentina, Chile, Colombia, Paraguay y Perú, y del 4% al 10% en España, Portugal, Cuba, Costa Rica, Honduras y Panamá.

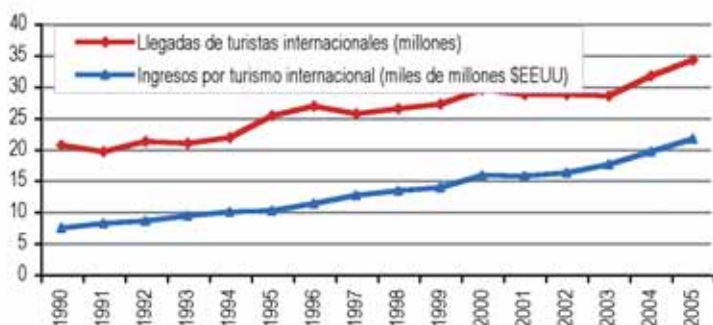
Recapitulando lo sucedido en estos últimos años, la buena nueva para, en particular, los países latinoamericanos es que muchos destinos están mostrando signos evidentes de un « clima » positivo para el turismo. Desde inicios de 2003 ha podido observarse una clara recuperación de las economías de la región que ha fortalecido los resultados turísticos. En 2005, con muy pocas excepciones, estos países registraron resultados positivos, con un crecimiento de entre el 10 % y el 20 %, consolidando así los buenos resultados de 2004 y 2003. Pese a los contratiempos experimentados en 2001 y 2002, las llegadas de turistas internacionales a los destinos de América del Sur aumentaron en casi tres millones entre 2000 y 2005, pasando de 15 millones a cerca de 18. Durante el mismo periodo, los destinos de América Central y el Caribe pasaron de 8,8 a 12,3 millones de llegadas y México de 20,6 a 21,9 millones.

Destinos iberoamericanos: Turismo receptor



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Destinos iberoamericanos en Am. del Norte, Central & Caribe



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

No obstante, considerando el último decenio, la evolución ha sido variable y globalmente no tan positiva como cabría esperar. El crecimiento no ha sido tan fuerte y rápido como en otras regiones emergentes, como Asia y el Pacífico u Oriente Medio. Mientras que entre 1990 y 2005 la cuota de mercado de Oriente Medio en lo que a las llegadas de turistas internacionales mundiales se refiere aumentó más del doble, pasando del 2,3 % al 4,8 %, y que la de Asia y el Pacífico aumentó del

12,8 % al 19,3 %, la cuota de los destinos iberoamericanos descendió ligeramente del 16 % al 15 %, lo que se debió en gran medida al retroceso relativo de los destinos más maduros y con crecimiento más lento de España y México, aunque tampoco hubo un crecimiento más rápido en los otros destinos que lo compensase. Así y todo, la mayoría de los destinos del Caribe, América Central y América del Sur lograron aumentar ligeramente sus cuotas, aunque partiendo de una base menor y a un paso más lento que muchos de sus homólogos de otras partes del mundo.

El subcontinente latinoamericano suele percibirse como un gigante adormecido, en vista de que su volumen y sus ingresos por turismo internacional siguen siendo comparativamente modestos con respecto a los recursos y a las oportunidades que ofrecen los diversos destinos. Por ello, la pregunta capital es cómo hacer para que despierte este gigante.

Destinos iberoamericanos en América del Sur



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Destinos iberoamericanos en Europa Meridional/Mediterránea



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©



Iguazú, Argentina, Brasil

Siguen predominando los viajes de ocio, aunque en diverso grado

Cerca del 70 % del total de las llegadas de turistas internacionales a los destinos iberoamericanos tienen por motivo principal del viaje el ocio y el recreo. Los propósitos del viaje para otro 14 % de los turistas son « visitar a parientes y amigos (VPA), la salud, la religión y otros motivos », mientras que los negocios constituyen la principal motivación en un 10 % de las llegadas. El motivo de la visita no se especifica en el 8 % de las llegadas.

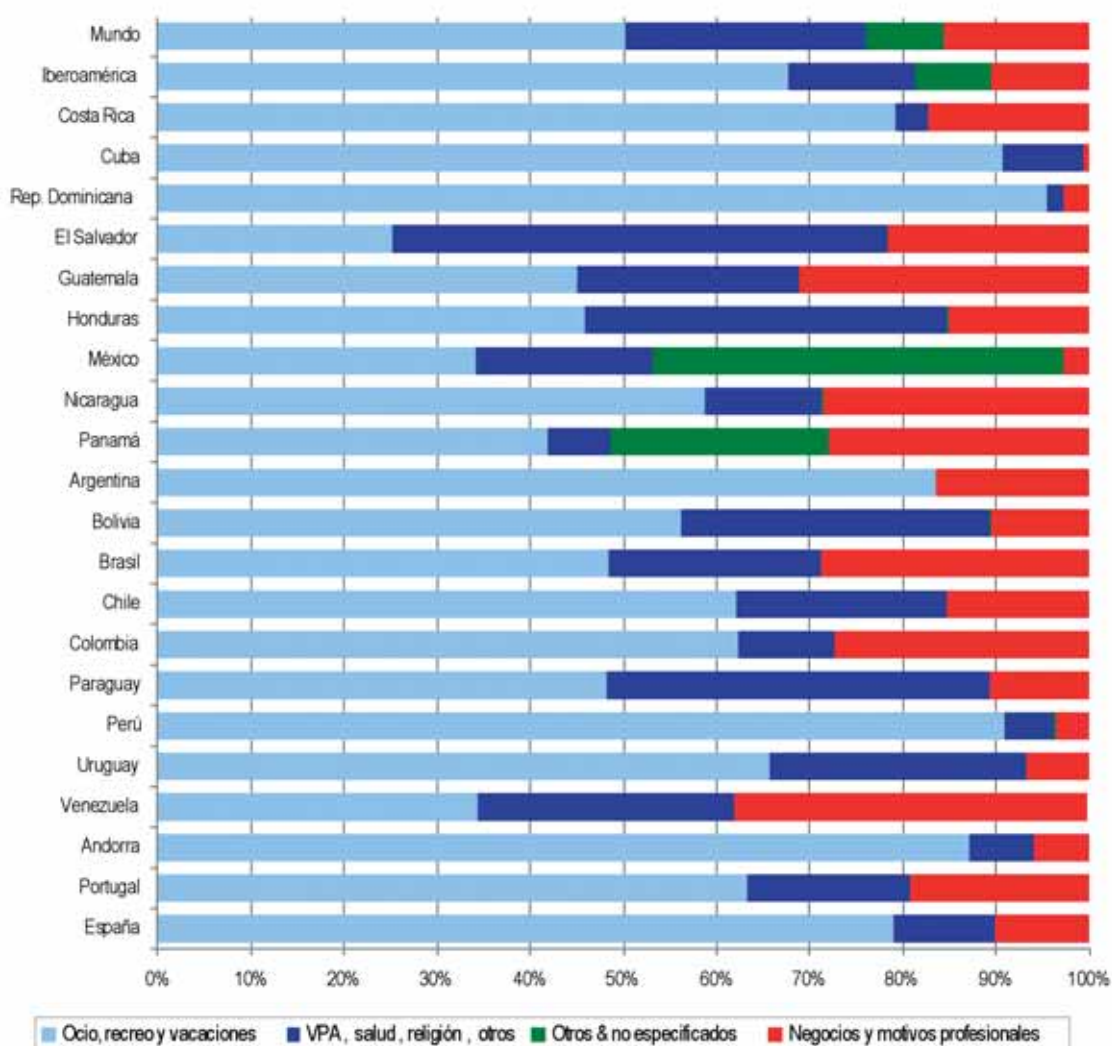
Si se considera la situación por países, la estampa es variopinta. Los viajes de recreo predominan en la República Dominicana, Cuba, Perú, Andorra, Argentina, Costa Rica y España, países en los que éste es el motivo de al menos el 80 % de las llegadas. Los viajes para visitar a parientes y amigos (VPA), o por razones de salud, religión y otros motivos representan por lo menos el 20 % del volumen total de llegadas a Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay, Uruguay, Venezuela, El Salvador (en el que alcanza el 53 %), Honduras, Guatemala y México.

El turismo de negocios es comparativamente más importante en Venezuela (en donde alcanza el 38 % del total de llegadas), Nicaragua, Panamá, Brasil y Colombia (en donde su cuota es del 30 % aproximadamente). Se desconoce el motivo del 44 % de las llegadas a México por la zona fronteriza.

Gran dependencia del tráfico intrarregional

Como ocurre en la mayoría de los destinos mundiales, la principal fuente de turistas internacionales en los destinos de la comunidad iberoamericana es el tráfico intrarregional y, en particular, las llegadas de países vecinos. Por lo que respecta a los destinos iberoamericanos de México, Centroamérica y el Caribe, las llegadas de turistas procedentes de las Américas constituyen un 80 %, correspondiendo el 66 % del total a llegadas de turistas procedentes de Estados Unidos y Canadá, si bien este resultado se ve afectado en gran medida por el importante volumen de llegadas de turistas procedentes de los Estados Unidos en México. En cuanto a las llegadas a América del

Llegadas de turistas internacionales por motivo de visita



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Datos de 2004, excepto Portugal (1999) y Guatemala (1997). No se dispone de datos de Ecuador.

Sur, el tráfico intrarregional concentra el 69 %, aunque en este caso la cuota de llegadas de Estados Unidos y Canadá es mucho menor (14 %) y la de otros mercados emisores de América mucho mayor (55 %). En lo que concierne a los destinos de la Península Ibérica, las llegadas de turistas procedentes de Europa ascienden al 94 %.

No obstante, Cuba, la República Dominicana, Brasil, Bolivia y Venezuela han logrado penetrar en los mercados emisores europeos de larga distancia, consiguiendo que las llegadas de Europa supongan entre un tercio y más de la mitad del total. En términos absolutos, España, Portugal y Andorra generan un flujo de 1,6 millones de llegadas a los destinos americanos, siendo Brasil (531 mil), la República Dominicana (290 mil), Cuba (223 mil) y México (204 mil sólo de España) los mayores beneficiarios. Con excepción de Brasil, donde predomina el mercado emisor de Portugal, la mayoría de estas llegadas corresponden al mercado emisor español. Otros 6,8 millones de llegadas proceden de otros mercados emisores europeos,

predominantemente a Brasil (1,6 millones), República Dominicana (1,1 millones), Cuba (825 mil), México (783 mil) y Argentina (634 mil, España, Portugal y Andorra incluidos). En la dirección opuesta, hay un flujo de 1,2 millones de llegadas de los mercados emisores latinoamericanos a España y 123 mil a Portugal (sólo de Brasil, puesto que no se especifican los otros mercados latinoamericanos). En términos de pernoctaciones e ingresos, las llegadas de turistas de larga distancia constituyen por lo general una parte del total proporcionalmente más importante dado que estos turistas suelen permanecer más tiempo y alojarse en establecimientos de categoría más elevada.

Los visitantes de otras regiones del mundo - Asia y el Pacífico, África y Oriente Medio - representan menos del 1 % de las llegadas a los destinos iberoamericanos. Sin embargo, éstos representan entre el 4 % y el 5 % de las llegadas en los casos de Bolivia, Brasil, Chile y Perú, y entre el 2 % y el 3 % en los casos de Cuba, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Colombia y Ecuador. La mayor cantidad (260 mil) se registra en Brasil.

Llegadas por país de origen, 2005															
Series	Desde (1000)							Desde (%)							
	Total	EEUU/ Canadá	otros Américas	España/ Portugal/ Andorra	otros Europa	otros mundo	Nacionales residentes en el extranjero/ no especificado	Total	EEUU/ Canadá	otros Américas	España/ Portugal/ Andorra/	otros Europa	otros mundo	Nacionales residentes en el extranjero/ no especificado	
Mundo	806.000	96.123	40.997	23.010	426.018	196.221	23.631	100	11,9	5,1	2,9	52,9	24,3	2,9	
Destinos iberoamericanos	122.208	26.590	15.863	10.936	63.354	1.008	4.457	100	21,8	13,0	8,9	51,8	0,8	3,6	
en Am. Norte & Central, Caribe	34.180	22.691	4.649	828	3.168	267	2.577	100	66,4	13,6	2,4	9,3	0,8	7,5	
Costa Rica (2004)	TF n	1.453	708	506	42	173	17	7	100	48,7	34,8	2,9	11,9	1,2	0,5
Cuba	VF r	2.319	640	576	223	825	55	1	100	27,6	24,8	9,6	35,6	2,4	0,0
Rep. Dominicana	TF r	3.691	1.416	295	290	1.081	2	607	100	38,4	8,0	7,8	29,3	0,1	16,4
El Salvador	TF n	1.154	253	859	9	22	11		100	22,0	74,4	0,8	1,9	0,9	
Guatemala	TF n	1.316	312	837	22	118	26	1	100	23,7	63,6	1,7	9,0	2,0	0,1
Honduras (2004)	TF n	672	190	424	8	41	8	0	100	28,2	63,1	1,2	6,2	1,3	0,1
México	TF n	21.915	18.581	320	204	783	114	1.913	100	84,8	1,5	0,9	3,6	0,5	8,7
Nicaragua	TF n	712	165	454	10	49	13	21	100	23,2	63,7	1,4	6,9	1,9	2,9
Panamá	VFª r	576	180	327	11	42	17		100	31,2	56,8	1,9	7,2	2,9	
en América del Sur		17.838	2.513	9.841	824	3.629	515	516	100	14,1	55,2	4,6	20,3	2,9	2,9
Argentina	TF n	3.895	371	2.681	0	634	210	100	9,5	68,8		16,3			5,4
Bolivia (2004)	TF n	391	46	181	12	131	20		100	11,8	46,3	3,1	33,6	5,2	
Brasil	TF r	5.358	869	2.129	531	1.567	260	3	100	16,2	39,7	9,9	29,2	4,9	0,1
Chile	TF n	2.027	217	1.336	64	321	83	5	100	10,7	65,9	3,2	15,8	4,1	0,3
Colombia (2004)	VF n	791	224	395	47	109	17	0	100	28,3	49,9	5,9	13,8	2,2	0,0
Ecuador	VF n	861	205	478	40	112	26	0	100	23,8	55,5	4,6	13,0	3,0	0,0
Paraguay	TF n	341	15	297	5	18	6		100	4,4	87,1	1,4	5,4	1,8	
Perú	TF n	1.486	324	737	61	284	80	1	100	21,8	49,6	4,1	19,1	5,4	0,1
Uruguay	VF n	1.917	70	1.428	33	87	12	288	100	3,6	74,5	1,7	4,5	0,6	15,0
Venezuela	TF n	706	163	145	29	353	8	7	100	23,1	20,5	4,2	50,0	1,2	1,0
en Europa Meridional/Medit.		70.191	1.386	1.373	9.284	56.557	227	1.364	100	2,0	2,0	13,2	80,6	0,3	1,9
Andorra	TF r	2.418			1,763	656			100			72,9	27,1		
Portugal (2004)	TF r	11.617	372	123	5.404	5.350	44	324	100	3,2	1,1	46,5	46,1	0,4	2,8
España	TF r	55.577	1.003	1.239	2.041	50.085	181	1.028	100	1,8	2,2	3,7	90,1	0,3	1,9

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) [®]

(Cifras procedentes de la OMT, octubre 2006)

^a total de visitantes ingresados a Panamá, por el aeropuerto internacional de Tocumen y la frontera de Paso Canoas según domicilio permanente.

Series:

TF: llegadas de turistas internacionales a las fronteras (excluyendo los visitantes del día), VF: llegadas de visitantes internacionales a las fronteras. (incluidos turistas y visitantes del día),

r= por país de residencia, n= por nacionalidad

Capacidad y ocupación hoteleras

En 2005, los destinos iberoamericanos disponían de unos 2,8 millones de habitaciones en hoteles y alojamientos similares, lo que correspondía al 14 % del total mundial. La mayor capacidad corresponde, con mucho, a España (767 mil habitaciones en 2004), seguida de Brasil (575 mil) de México (con 536 mil). Argentina, Perú y Portugal superan las 100 mil habitaciones, mientras que un número importante de destinos disponen de una capacidad hotelera que oscila entre las 20 y las 70 mil habitaciones. El Salvador (con 6 mil), Paraguay y Nicaragua (con 5 mil, cada uno) disponen de capacidades hoteleras más pequeñas.

Los datos relativos a las pernoctaciones pone de relieve la importancia del turismo interno. Sobre todo en los países más grandes, México, Argentina, Brasil, Chile y Perú, el número de pernoctaciones de turistas internos es de dos a tres veces superior a las de

los visitantes internacionales. Esto contrasta con los casos de España y Portugal, donde el número de pernoctaciones de visitantes internacionales en hoteles y alojamientos similares supera el generado por los visitantes nacionales. En la práctica, sin embargo, el turismo interno podría sobrepasar al internacional en muchos casos, dado que los turistas nacionales suelen consagrar una parte proporcionalmente más importante de su gasto a alojamientos extrahoteleros como el alquiler de apartamentos, casas de campo, chalés y residencias secundarias privadas (que no se toman aquí en consideración), o ir a casas de parientes o amigos.

Por lo que respecta a las tasas de ocupación, la República Dominicana presenta la más elevada (74 %) y Perú (25 %) y Bolivia (21 % en 2004) las más bajas.

Capacidad en hoteles y establecimientos asimilados, pernoctaciones de turistas internacionales y residentes y tasas de ocupación												
	Hoteles y establecimientos asimilados									Tasas de ocupación		
	Habitaciones			Pernoctaciones								
				de turistas internacionales			de turistas internos					
				(1000)			(1000)			(%)		
	2000	2004	2005*	2000	2004	2005*	2000	2004	2005*	2000	2004	2005
Mundo	17.130.000	19.146.000	19.856.000									
Destinos iberoamericanos	2.424.539	2.787.304	2.833.436									
en Am. Norte & Central, Caribe	593.390	717.911	747.077									
Costa Rica	29.497	36.299	...	...	...	...	...	...	...	60	55	...
Cuba	38.072	45.270	45.644	10.323	13.358	14.572	3.262	2.529	2.548	74	64	64
Rep. Dominicana	51.916	58.932	59.870	32.849	23.795	...	...	...	...	70	74	74
El Salvador	4.899	4.766	5.757	3.133	4.832	6.926	...	...	...	61	53	60
Guatemala	16.230	17.570	19.357	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Honduras	13.943	19.519	20.453	...	...	...	...	...	...	...	47	...
México	421.850	515.904	535.639	33.970	30.227	33.623	58.288	64.355	64.607	55	51	52
Nicaragua	3.320	4.753	5.335	300	441	446	96	118	124	...	...	...
Panamá	13.663	14.898	15.700	1.161	1.165	1.453	...	...	...	40	44	49
en América del Sur	1.040.202	1.176.857	1.169.810									
Argentina	170.935	182.444	187.425	...	...	9.482	...	...	28.569	...	...	42
Bolivia	15.795	20.876	...	991	1.030	...	1.293	1.523	...	24	21	...
Brasil	...	...	574.927	46.650	39.085	41.905	186.705	133.096	123.726	61	55	...
Chile	47.204	53.794	...	2.181	2.086	...	3.926	4.751	...	31	32	...
Colombia	47.104	66.576	71.247	...	...	...	...	...	...	43	49	49
Ecuador	36.726	38.029	41.342	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Paraguay	4.894	4.899	5.058	755	...	...	...	...	...	45	40	44
Perú	114.581	128.253	132.019	2.702	4.409	4.827	11.828	14.975	15.958	27	24	25
Uruguay	16.052	19.151	14.729	2.565	2.673	2.620	...	...	...	...	...	...
Venezuela	76.016	84.607	68.819	5.338	...	...	...	...	...	...	56	...
en Europa Meridional/Medit.	790.946	892.536	916.550									
Andorra	...	19.155	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
Portugal	97.709	106.429	112.890	24.102	22.421	23.391	9.693	10.901	11.370	42	39	37
España	677.134	766.952	...	143.762	134.654	139.194	83.382	100.044	106.367	59	53	54

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, octubre 2006)

* cifra o dato preliminar

Efectos económicos del turismo internacional

Según datos preliminares, se estima que los ingresos de los destinos iberoamericanos por turismo internacional ascendieron a casi 90 mil millones de dólares estadounidenses (73 mil millones de euros) en 2005, lo que corresponde al 13 % del total mundial (680 mil millones de dólares). Los destinos europeos registran los mayores ingresos (56 mil millones de dólares), mientras que los destinos americanos ingresan 34 mil millones de dólares. España es, con mucho, el destino que mayores ingresos obtiene (48 mil millones de dólares), seguida a distancia por México (12 mil millones de dólares) y Portugal (8 mil millones de dólares). La República Dominicana y Brasil ingresan más de 3 mil millones de dólares por turismo internacional, Argentina 2,8 y Costa Rica, Cuba, Chile, Colombia y Perú reciben de 1 a 2 mil millones de dólares. El ingreso por turismo internacional del resto de los destinos es inferior a mil millones de dólares. El ingreso medio por llegada de turista en Iberoamérica es de 740 dólares y, con

respecto a la población, supone 153 dólares per cápita. El ingreso per cápita es más alto en España (1.187 dólares) y Portugal (751 dólares) y, dentro de los destinos americanos, en Costa Rica (391 dólares) y la República Dominicana (388 dólares).

Los ingresos por turismo internacional se han incrementado casi 30 mil millones de dólares desde el año 2000. Los ingresos de los destinos de América del Norte, América Central y el Caribe aumentaron en 6 mil millones de dólares durante los últimos cinco años, los destinos de América del Sur lo hicieron en más de 3 mil millones y los de la Península Ibérica ingresaron 20 mil millones de dólares más. Sin embargo, este último caso constituye ante todo el reflejo de la debilidad del dólar con respecto al euro durante este periodo. En euros, el incremento es mucho menos pronunciado: de 38 mil millones en 2000 a 45 mil millones en 2005.

Ingresos por turismo internacional (excluido transporte internacional de pasajeros)														
	Ingresos por turismo internacional (millones \$EEUU)					Cuota de mercado (%)			Variación (%)		Ingresos por llegada ¹ \$EEUU	Población	Ingresos per capita \$EEUU	
	1990	1995	2000	2004	2005*	1990	2000	2005*	04/03	05*/04		2005		
Mundo	270.000	411.000	481.000	633.000	680.000	100	100	100	18,8	7,4	845	6.451	105	
Destinos iberoamericanos	34.290	47.338	60.029	83.310	89.900	12,7	12,5	13,2	15,1	7,9	740	586	153	
en Am. Norte & Central, Caribe	7.360	10.158	15.739	19.710	21.673	2,7	3,3	3,2	11,8	10,0	635	165	131	
Costa Rica	275	681	1.302	1.358	1.570	0,1	0,3	0,2	13,3	15,6	935	4,0	391	
Cuba	243	963	1.737	1.915	1.920	0,1	0,4	0,3	3,7	0,3	850	11,3	169	
Rep. Dominicana	900	1.571	2.860	3.152	3.508	0,3	0,6	0,5	0,8	11,3	950	9,0	388	
El Salvador	18	85	217	441	543	0,0	0,0	0,1	15,1	23,2	470	6,7	81	
Guatemala	185	213	482	776	869	0,1	0,1	0,1	25,0	12,0	660	12,0	72	
Honduras	29	107	260	429	472	0,0	0,1	0,1	22,7	10,0	630	7,2	66	
México	5.526	6.179	8.294	10.796	11.803	2,0	1,7	1,7	15,3	9,3	540	106	111	
Nicaragua	12	50	129	192	207	0,0	0,0	0,0	20,0	7,9	290	5,5	38	
Panamá	172	309	458	651	780	0,1	0,1	0,1	11,3	19,8	1.110	3,1	248	
en América del Sur	4.892	7.097	9.079	10.506	12.405	1,8	1,9	1,8	23,4	18,1	695	370	34	
Argentina	1.131	2.222	2.904	2.235	2.753	0,4	0,6	0,4	11,4	23,2	705	39,5	70	
Bolivia	55	55	68	192	205	0,0	0,0	0,0	15,1	7,0	485	8,9	23	
Brasil	1.492	972	1.810	3.222	3.861	0,6	0,4	0,6	30,0	19,8	720	186	21	
Chile	540	911	819	1.149	1.256	0,2	0,2	0,2	30,1	9,3	620	16,0	79	
Colombia	406	657	1.030	1.058	1.218	0,2	0,2	0,2	18,5	15,1	1.305	43,0	28	
Ecuador	188	255	402	462	486	0,1	0,1	0,1	13,8	5,0	565	13,4	36	
Paraguay	128	137	73	70	82	0,0	0,0	0,0	9,4	17,2	240	6,3	13	
Perú	217	428	837	1.142	1.308	0,1	0,2	0,2	21,4	14,6	880	27,9	47	
Uruguay	238	611	713	494	594	0,1	0,1	0,1	43,3	20,2	330	3,4	174	
Venezuela	496	849	423	481	641	0,2	0,1	0,1	45,9	33,2	910	25,4	25	
en Europa Meridional/Medit.	22.039	30.083	35.211	53.094	55.822	8,2	7,3	8,2	14,8	5,1	795	51	1.095	
Andorra	...	...	...	...	...							0,071		
Portugal	3.555	4.831	5.243	7.846	7.931	1,3	1,1	1,2	18,6	1,1	675	11	751	
España	18.484	25.252	29.968	45.248	47.891	6,8	6,2	7,0	14,1	5,8	860	40	1.187	

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, octubre 2006)

¹Último año con dato disponible; * cifra o dato preliminar



Panamá. Instituto Panameño de Turismo

Turismo internacional en la balanza de pagos

Para los países de destino, los ingresos por turismo internacional se cuentan como ingresos de exportación y comprenden los ingresos procedentes de todo tipo de transacciones relativas al consumo de bienes y servicios por los visitantes extranjeros (por ejemplo, servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, transporte dentro del país, combustible, servicios recreativos, compras, artesanía, etc.). Esto se aplica a las transacciones tanto de los excursionistas como de los turistas. Los ingresos devengados por los excursionistas pueden ser cuantiosos, especialmente en los casos de países limítrofes en los que los visitantes transfronterizos compran grandes cantidades de bienes y servicios. En la balanza de pagos estos ingresos se asientan en el rubro « viajes ». En ésta no se recogen, no obstante, los ingresos de los transportes internacionales contratados por residentes en otros países a empresas afincadas en el país de destino, que se registran por separado bajo otro rubro (transporte internacional de pasajeros). Asimismo, los gastos en turismo internacional de los residentes de un país se consideran como gastos de importación y se incorporan como débito a la balanza de pagos.

A fin de explorar más hondamente las repercusiones económicas del turismo, en el siguiente cuadro se ha reunido una serie de indicadores correspondientes al año 2004, en el que los ingresos por viajes en los destinos iberoamericanos ascendieron a 83 mil millones de dólares, además de los 9 mil millones de dólares

que, según se estima, se ingresaron por concepto de transporte internacional de pasajeros. Paralelamente, ese año se gastaron 34 mil millones de dólares en viajes y 8 mil millones en transporte internacional, dejando un saldo positivo de 49 mil millones de dólares por viajes y de mil millones por transporte de pasajeros. El ingreso neto por viajes (38 mil millones) y transporte de pasajeros (3 mil millones) es particularmente importante en España y Portugal. Dentro de los países americanos, México y los destinos de América Central y del Caribe registraron ingresos netos por viajes de 11 mil millones de dólares, mientras que los de América del Sur sólo llegaron a los 379 millones. En ambos casos, la balanza del transporte de pasajeros es negativa. Además de ser el país que obtiene mayores ingresos, España es también el que más gasta (12 mil millones de dólares en 2004). No obstante, el saldo final es positivo (33 mil millones de dólares). Los ingresos netos son también considerables en Portugal (5,1 mil millones de dólares), México (3,8 mil millones de dólares) y la República Dominicana (2,8 mil millones de dólares). Los países con gastos netos más importantes son Venezuela (595 millones de dólares) y Argentina (369 millones de dólares).

El turismo contribuye de manera importante a la economía de numerosos países de Iberoamérica. Para este grupo de 22 destinos, los cerca de 93 mil millones de dólares de ingresos por turismo internacional y transporte de pasajeros generados en el 2004 representan en torno al 11 % del

importe total de las exportaciones de bienes y servicios y el 3 % del valor del Producto Interior Bruto (PIB) de Iberoamérica. La incidencia en las exportaciones y en el PIB es comparativamente mayor en España y Portugal y menor en los destinos de América del Sur. Por país, cabe señalar que los ingresos por turismo internacional suponen el 34 % de los ingresos derivados de la exportación en República Dominicana y más del 10 % de los de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Uruguay, Portugal y España.

Varios países disponen de los datos sobre la parte del PIB correspondiente al turismo estimados en la Cuenta Satélite de Turismo (CST). Se trata de un indicador mucho más exhaustivo pues



San Ignacio, México

también contempla el turismo interno, la inversión, las fugas por importación, etc. Según los datos disponibles de la CST, la parte del turismo en las economías nacionales oscila entre el 11 % en España y el 3,3 % en Perú.

La importancia económica del turismo													
	Turismo internacional en la balanza de pagos						Exportaciones de mercancía y servicios			Producto Interior Bruto (PIB)			Turismo en PIB según
	Exportaciones (ingresos)		Importaciones (gastos)		Saldo		de las cuales			ingresos			Cuenta Satélite del Turismo (CST)
	viajes	transporte pasajeros	viajes	transporte pasajeros	viajes	transporte pasajeros	ingresos viajes	ingresos transporte pasajeros	ingresos viajes/ PIB	transporte pasajeros/ PIB			
(\$EEUU millón)		(\$EEUU millón)		(\$EEUU millón)		(\$EEUU 1000 millón)	(%)	(\$EEUU 1000 millón)	(%)	(%)			
2004	2004	2004	2004	2004	2004	2004		2004		2004		2004	
Mundo	633.000	99.000	633.000	99.000	0	0	9.689	6,5	1,0	41.253	1,5	0,2	
Destinos iberoamericanos	83.310	9.187	33.971	8.179	49.339	1.008	843	9,9	1,1	3.228	2,6	0,3	
en Am. Norte & Central, Caribe	19.710	1.527	8.922	1.663	10.788	-136	242	8,1	0,6	823	2,4	0,2	
Costa Rica	1.358	126	404	75	954	51	8,6	15,8	1,5	18,5	7,3	0,7	
Cuba	1.915	...	...	...	...	...	...	...	...	34,4	5,6	...	7,3
Rep. Dominicana	3.152	...	310	138	2.842	...	9,3	34,0	...	18,4	17,1	...	7,3
El Salvador	441	295	302	81	139	214	4,3	10,2	6,9	15,8	2,8	1,9	
Guatemala	776	30	391	65	385	-35	4,6	16,8	0,7	26,0	3,0	0,1	
Honduras	429	7	227	59	202	-52	3,1	14,0	0,2	7,4	5,8	0,1	6,2
México	10.796	813	6.959	1.075	3.837	-262	202,0	5,3	0,4	683,5	1,6	0,1	7,7
Nicaragua	192	4	89	65	103	-61	1,7	11,6	0,2	4,6	4,2	0,1	
Panamá	651	252	239	105	412	147	8,6	7,6	2,9	14,2	4,6	1,8	
en América del Sur	10.506	1.701	10.126	3.259	379	-1.558	279	3,8	0,6	1.185	0,9	0,1	
Argentina	2.235	427	2.604	600	-369	-173	39,7	5,6	1,1	152,0	1,5	0,3	7,2 ^a
Bolivia	192	89	192	65	0	23	2,5	7,5	3,5	8,8	2,2	1,0	
Brasil	3.222	167	2.871	881	351	-714	109,1	3,0	0,2	603,8	0,5	0,0	
Chile	1.149	463	977	304	172	159	38,0	3,0	1,2	94,1	1,2	0,5	5,0 ^b
Colombia	1.058	308	1.108	358	-50	-50	19,5	5,4	1,6	96,8	1,1	0,3	
Ecuador	462	2	391	186	72	-184	8,7	5,3	0,0	30,3	1,5	0,0	
Paraguay	70	17	71	50	-1	-33	3,4	2,1	0,5	6,9	1,0	0,2	
Perú	1.142	90	643	201	499	-111	14,5	7,9	0,6	68,6	1,7	0,1	3,3
Uruguay	494	85	194	87	300	-2	4,0	12,3	2,1	13,3	3,7	0,6	
Venezuela	481	54	1.076	527	-595	-473	39,8	1,2	0,1	110,1	0,4	0,0	6,4
en Europa Meridional/Medit	53.094	5.959	14.923	3.257	38.172	2.702	322	16,5	1,9	1.220	4,4	0,5	
Andorra	...	...	...	...	...	...	...	...	...	1,7			
Portugal	7.846	1.164	2.767	597	5.079	567	52,0	15,1	2,2	177,6	4,4	0,7	4,9 ^c
España	45.248	4.795	12.156	2.660	33.093	2.135	269,5	16,8	1,8	1.041,0	4,3	0,5	11,0

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)®, Fondo Monetario Internacional (FMI),

(Cifras procedentes de la OMT, octubre 2006)

Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).

^a La Cuenta Satélite del Turismo de Argentina está en proceso de elaboración. La Cámara Argentina de Comercio (CAT) estima que la aportación del turismo a la economía argentina es del 7,2% del PIB.

^b Dato para el año 1996

^c Dato para el año 2001

Perspectivas de futuro y previsiones a largo plazo

En la mayor parte de los destinos iberoamericanos, el desarrollo del turismo ha sido positivo y consistente durante los últimos años. El reto consiste en saber utilizar el impulso actual para lograr un mayor desarrollo. Con voluntad política, mediante la aplicación de las políticas adecuadas y llevando a cabo la inversión necesaria se podrá liberar el potencial turístico de Iberoamérica, como sucedió en Asia y Oriente Medio.

Conforme a la tendencia de crecimiento augurada por la OMT en su previsión a largo plazo *Turismo: Panorama 2020*, se prevé que las llegadas a los 22 destinos de la comunidad iberoamericana sobrepasarán los 200 millones en 2020.

En todo el mundo se prevé que las llegadas de turistas internacionales se dupliquen en los próximos 15 años, pasando de los 806 millones actuales a 1.600 millones en 2020. También se espera que los destinos iberoamericanos en América del Norte, Central y el Caribe dupliquen su número actual de llegadas para esta fecha. Se prevé que los destinos de América del Sur crecerán a un ritmo aún más rápido, consiguiendo aumentar sus cifras de 2005 en más del doble para 2020, mientras que los destinos más maduros de la Península Ibérica tendrán, según las previsiones, una tasa de crecimiento más modesta.

Oportunidades y desafíos

Como ponen de manifiesto el panorama del turismo en Iberoamérica previo, cuando se aborda el desarrollo del turismo en este grupo de 22 destinos sobresalen dos realidades bien diferenciadas:

■ *Los destinos relativamente consolidados y tradicionales* de España, Portugal, Andorra y México, que concentran las tres cuartas partes de las llegadas de turistas internacionales y de los ingresos por turismo internacional de Iberoamérica, y cuyo desarrollo turístico se halla comparativamente en una fase de

madurez. El principal desafío que deben afrontar estos destinos se encuentra en ámbitos como la diversificación de los mercados, de los destinos y de los productos, la mejora de la calidad, el aumento de la eficacia de las actividades de comercialización y promoción, el conocimiento del mercado y la formación de los recursos humanos.

■ *Los destinos comparativamente emergentes*, en particular los de Centroamérica y América del Sur, que siguen teniendo un enorme potencial inexplorado y que en los últimos años han dado signos de una nueva dinámica de crecimiento.

En la 5ª Conferencia Iberoamericana de Ministros de Turismo se reconoció que el turismo figuraba entre los principales puntos de mira de la Conferencia Iberoamericana - la creación de un proyecto de cooperación como herramienta de desarrollo económico y social de la comunidad iberoamericana.

La siguiente evaluación DAFO, una herramienta de análisis comercial de uso frecuente, pretende poner de relieve los posibles ámbitos de progreso en materia de desarrollo, cooperación e intercambio turísticos en la comunidad iberoamericana. El análisis se centra en los destinos de Latinoamérica, pues en términos turísticos pueden considerarse un gigante adormecido, con un volumen y unos ingresos que siguen siendo modestos comparativamente, sobre todo en relación a los recursos y las oportunidades que ofrecen sus diversos destinos.

Corn Island, Nicaragua



Análisis DAFO

Fortalezas

- La riqueza y la diversidad de unos recursos sin igual: el espacio, la geografía, la naturaleza, la historia, la cultura, la gente y la autenticidad;
- El orden de estaciones inverso con respecto a los grandes mercados emisores de América del Norte y Europa;
- La proximidad geográfica de mercados emisores importantes como Estados Unidos y Canadá;
- Los lazos históricos, sociales y culturales con mercados emisores europeos, en particular España, Portugal, Italia, Reino Unido, Francia, Alemania y los Países Bajos;
- La mejora global de la imagen y la imagen consolidada de algunos productos y destinos: por ejemplo, el turismo de sol y playa y de cruceros en México y el Caribe, el turismo de naturaleza y el ecoturismo en Costa Rica, el turismo cultural en México y América del Sur, etc.
- La mayor dedicación de los gobiernos nacionales al desarrollo del turismo.

Amenazas

- El aumento de la competencia internacional de destinos muy activos en el ámbito del desarrollo turístico (inversión, legislación y promoción);
- Precios poco competitivos;
- Las amenazas sanitarias, de seguridad, los desastres naturales y otros riesgos: es importante establecer mecanismos de alerta y cooperación en el ámbito de la gestión de riesgos;
- El aumento de los precios del petróleo;
- El aumento de reglamentos fronterizos en los Estados Unidos;
- La saturación de los sitios del patrimonio natural y cultural.

Debilidades

- La persistencia de problemas de accesibilidad y comunicación en ámbitos como:
 - las infraestructuras,
 - la existencia y la regularidad de los enlaces aéreos,
 - los trámites fronterizos y las políticas de visados;
- La gran concentración de la demanda en un número limitado de destinos dentro de cada país;
- La persistente debilidad de los mercados emisores de la región y el escaso desarrollo del mercado intrarregional debido en muchos casos a las dificultades de acceso;
- La falta de una imagen consolidada: el escaso conocimiento de los recursos de la región;
- Los recursos humanos;
- La inversión comparativamente baja en actividades de promoción y comercialización;
- Insuficiente, y en algunos casos, no actualizada, reglamentación para apoyar el desarrollo de los recursos turísticos.

Oportunidades

- El turismo como herramienta clave del desarrollo;
- El crecimiento de las economías regional y mundial;
- La mayor integración económica;
- Los tipos de cambio y la ventaja en precios: un dólar débil y un euro fuerte animan a los americanos a viajar por su propio continente y ofrecen una ventaja competitiva en los mercados emisores europeos;
- El despunte de las compañías aéreas de bajo coste puede impulsar considerablemente el turismo intrarregional;
- El crecimiento del mercado de los viajeros pudientes y con tiempo de la tercera edad;
- La percepción de la seguridad y la protección ha mejorado comparativamente, entre otras razones por el deterioro de la percepción de seguridad de otros países a causa del terrorismo, etc.;
- La recuperación del transporte aéreo abre el camino al desarrollo del turismo de larga distancia, en particular el procedente de Europa;
- La diversificación de los destinos y las razones que incitan a los consumidores a buscar nuevos destinos y experiencias;
- Los nuevos modelos de viaje: el viaje individual, el uso de las tecnologías de la información y comunicación para informarse y reservar, la reserva directa y los canales de distribución que permiten una mayor independencia con respecto a los operadores turísticos;
- El crecimiento de la demanda de productos como las vacaciones en crucero, el turismo de naturaleza y el ecoturismo y el de bienestar, productos para los cuales estos destinos disponen de recursos excepcionales;
- El potencial de desarrollo de una serie de productos diferentes;
- La creación de productos e itinerarios multidestino y de programas para su comercialización (por ejemplo *CentroAmérica*);
- El aumento de alianzas de cooperación entre los sectores público y privado.



Plaza e Iglesia San Pedro, Cartagena de Indias, Colombia

Factores clave del desarrollo turístico

Según el análisis DAFO anterior existen varios factores clave que deben tomarse en consideración a la hora de abordar la evolución futura del turismo en los destinos americanos de Iberoamérica.

de Desarrollo, el Banco Centroamericano de Integración Económica, el MERCOSUR, la Comunidad Andina, la Unión Europea, etc.

1. La cooperación

- En la esfera pública, entre los ministerios y demás instituciones que intervienen en ámbitos de importancia capital para el turismo: la economía, la cultura, el transporte, la inmigración, la seguridad, la infraestructura, etc.
- Entre los sectores público y privado.
- Entre las partes interesadas a la escala nacional, regional y local y las instituciones públicas.
- En el ámbito subregional, de lo que las labores de cooperación que llevan a cabo actualmente los destinos centroamericanos bajo la marca única *Centroamérica* (www.visitcentroamerica.com), o las realizadas por la Organización de Turismo del Caribe (www.doitcaribbean.com), constituyen excelentes ejemplos.
- A la escala internacional con organizaciones como la OMT y otras instituciones que pueden desempeñar un papel crucial en el ámbito del desarrollo del turismo, como la Secretaría General Iberoamericana, el Banco Interamericano

2. El marco institucional y jurídico -

fomentar la creación de un entorno propicio, estable, efectivo, despejado y fluido para la inversión y los negocios. Mejorar y flexibilizar los controles fronterizos.

3. La infraestructura -

fomentar la creación de infraestructuras y mejorar las ya existentes en los ámbitos del transporte (hacia los países destinatarios y dentro de ellos), del alojamiento y de las instalaciones claves para el desarrollo de productos como turismo cultural, de naturaleza, de reuniones, turismo de cruceros, etc.

4. La diversificación de los destinos y el desarrollo de productos -

los productos de especial interés, como los itinerarios naturales y culturales, el turismo de cruceros, el turismo de aventura o de bienestar, generan una demanda creciente a escala internacional. Los destinos latinoamericanos poseen ventajas competitivas únicas para desarrollar estos productos y posicionarse muy favorablemente en el mercado turístico.

5. Más y mejores actividades de comercialización y promoción - la

planificación, los estudios de mercado, la creación y gestión de marca, la segmentación, la evaluación de las actividades de promoción y una mayor integración de las tecnologías de la información son ámbitos que deben absolutamente tenerse en cuenta en aras de la mejora de la promoción turística.

6. La ampliación de los mercados emisores y de los segmentos - lo que comprende:

- el mercado interno, que constituye a menudo una base sólida sobre la que el sector puede asentarse e impulsar su actividad.
- el mercado regional de corta y media distancia:
 - liberar el potencial de los emergentes mercados emisores intrarregionales y sacar partido del aumento de los viajes entre las cada vez más abundantes clases medias de otros mercados emisores americanos, como sucedió en Asia y Oriente Medio.

Salto del Limón, República Dominicana



Capoeira, Brasil (Christian Knepper / Embratur)

- atraer a los viajeros de Latinoamérica para que visiten países vecinos.
- los mercados de larga distancia como América del Norte y Europa tienen excelentes perspectivas de expansión en la actualidad gracias al cambio de percepción de las cuestiones de seguridad y a un euro fuerte, mientras que los mercados emergentes de Asia pueden abordarse a través de productos especializados y de una estrategia de diversificación del mercado.
- comunidades específicas, como por ejemplo nacionales residentes en el extranjero o hispanohablantes en Estados Unidos.

7. La formación y el perfeccionamiento de los recursos humanos - la

competitividad cada vez mayor de los mercados exige que se ponga especial atención en diversos factores que inciden en ella, entre los cuales los recursos humanos son de todo punto prioritarios.

8. La evaluación y gestión de riesgos - la

cantidad y la diversidad de los riesgos que pueden entorpecer la actividad turística ha aumentado considerablemente en los últimos años, redundando en una necesidad creciente de adoptar medidas de prevención y preparación ante posibles desastres, incluyendo una eficaz estrategia de comunicación. Para ello se deberá tener en cuenta la información disponible y las prácticas idóneas que surgieren las experiencias exitosas de Iberoamérica; la necesidad de fomentar la solidaridad y cooperación internacionales; la necesidad de enfoques que permitan la



Parque Nacional Conguillo, Región de Araucanía, Chile (Norberto Seebach)

movilización coordinada de los organismos gubernamentales implicados y demás partes interesadas dentro y fuera del sector turístico; la exigencia de un sólido compromiso político con el turismo y del reconocimiento de su contribución económica y social; y la necesidad de prestar apoyo a los países menos desarrollados para que fortalezcan sus mecanismos de preparación y su capacidad de reacción ante posibles crisis.

9. El desarrollo del turismo sostenible

- debería concebirse el turismo como un sector que puede desempeñar una función capital en la estructura económica y social del país. Para que la labor sea fructífera a largo plazo, la planificación y la gestión turísticas deberán realizarse de acuerdo a los principios del desarrollo sostenible.

10. La investigación, el conocimiento y la información sobre el sector

- incluyendo la Cuenta Satélite de Turismo (CST), son elementos clave para mejorar la planificación y gestión del desarrollo turístico de los destinos.

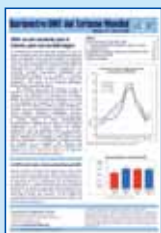
De este análisis pueden extraerse varios elementos que pueden servir de ayuda para concentrarse en los puntos fuertes, superar las debilidades, mitigar las amenazas y sacar el mayor partido posible de las

oportunidades de desarrollo turístico en Iberoamérica. Esto supone el fortalecimiento de la cooperación y la gestión e intercambio de conocimientos en ámbitos como:

- La legislación;
- El perfeccionamiento de los recursos humanos;
- La creación de productos y la gestión del patrimonio;
- La comercialización y la promoción;
- La evaluación y gestión de riesgos;
- La investigación, el conocimiento y la información de mercado.

Algunos de estos ámbitos ya se especificaron en el Plan de Acción de la 5ª Conferencia Iberoamericana de Ministros de Turismo de Septiembre de 2005. Actualmente se necesita acometer labores complementarias para su aplicación y la creación de un conjunto de programas de cooperación concretos.

De hecho, existe gran terreno e importantes oportunidades para la cooperación y el intercambio de experiencias dentro de la comunidad iberoamericana, especialmente si se piensa en el enorme potencial de destinos menos desarrollados de América Central y América del Sur que siguen creciendo a un ritmo comparativamente más lento en relación a, por ejemplo, los destinos emergentes de Asia y el Pacífico.



Barómetro OMT del Turismo Mundial

El Barómetro OMT del Turismo Mundial ofrece un panorama único de las tendencias del turismo internacional a corto plazo, actualizado tres veces al año. Esta publicación de la OMT se prepara con el fin de proporcionar puntualmente unas estadísticas y un análisis adecuados y actuales a todos quienes tengan interés directo o indirecto en el turismo. Cada número contiene tres secciones permanentes: un panorama de las tendencias del turismo a corto plazo con datos de las llegadas de turistas internacionales, de los ingresos y gastos del turismo en más de 100 países, y del transporte aéreo en las rutas principales, una evaluación retrospectiva y prospectiva de los resultados del turismo por el Grupo de Expertos en Turismo de la OMT, y una selección de datos económicos de interés para el turismo.



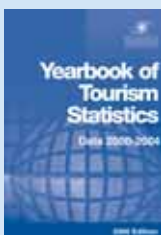
Turismo: Panorama 2020

Estos informes se preparan en ejecución del programa de la OMT en el ámbito de los estudios de previsión. La serie consta de un volumen mundial sobre previsiones y perfiles de segmentos de mercado a escala mundial, y seis volúmenes regionales (África, las Américas, Asia Meridional, Asia Oriental y el Pacífico, Europa y Oriente Medio). Cada volumen regional está dividido en tres partes. En la parte primera se examina la evolución del turismo en la región en la primera mitad del decenio de los años 90, y se analizan especialmente los factores esenciales que determinaron las perspectivas de la región. La segunda parte se ocupa de los diversos determinantes que inciden en la previsión hasta el año 2020, mientras que la tercera presenta las previsiones mismas y estudia también distintas zonas dentro de cada región.



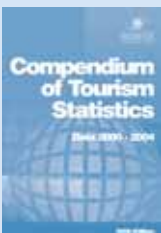
Tendencias de los mercados turísticos, 2005

Tendencias de los mercados turísticos es una serie regular de informes de la OMT en los que se ofrece un análisis completo y actual de las tendencias del turismo internacional en el mundo y en las diversas regiones, subregiones y países. La serie examina el desarrollo del turismo a corto y a medio plazo y analiza información estadística sobre un conjunto de indicadores, entre los que figuran las llegadas de turistas internacionales, los ingresos por turismo internacional, las llegadas por región de origen, el motivo de la visita y el medio de transporte, el volumen de viajes al extranjero, el gasto en turismo internacional, etc.



Anuario de estadísticas de turismo

La edición de 2006 del Anuario de estadísticas de turismo ofrece datos relativos a 206 países y territorios, sobre los que facilita los totales de llegadas y estancias con pernотaciones de turismo receptor, desglosados por países de origen, en el periodo 2000-2004. Los títulos de los cuadros sólo existen en inglés, aunque las notas aparecen en español, francés e inglés. Los nombres de países, regiones y subregiones, así como la clasificación incluida en los cuadros existen también solamente en inglés, y los países aparecen clasificados por el orden alfabético de sus nombres en ese idioma.



Compendio de estadísticas de turismo

El Compendio está destinado a facilitar una guía sintética y de consulta rápida sobre los principales indicadores estadísticos de turismo de cada país. En la edición de 2006, se ofrece información estadística sobre el turismo en 209 países y territorios de todo el mundo en el periodo 2000-2004. El Compendio se publica solamente en inglés, y los países aparecen clasificados por el orden alfabético de sus nombres en ese idioma. Para facilitar la consulta en alemán, árabe, español, francés y ruso, se proporciona en una cartulina suelta el texto de los indicadores esenciales y de las referencias básicas en esos idiomas.



Estructura y presupuestos de las organizaciones nacionales de turismo, 2004-2005

Estructura y presupuestos de las organizaciones nacionales de turismo (ONT) es una herramienta de referencia para la evaluación comparativa en el ámbito de la promoción del turismo receptor internacional. El informe compila y analiza información actualizada y comparable sobre los presupuestos que destinan las ONT a la promoción del turismo receptor internacional así como sobre su estructura, funciones y formas de trabajo, con el fin de ilustrar diferentes modos de organizar una ONT y de actuar en la esfera de la promoción del turismo receptor internacional. La primera parte del informe se centra en la estructura y el funcionamiento de las ONT e incluye un análisis comparativo. La segunda parte presenta un panorama global del presupuesto de las ONT de alrededor de 50 países, donde se incluyen, entre otras cosas, datos sobre presupuestos generales y promocionales, fuentes de financiación y asignación de presupuestos por mercados emisores, productos e instrumentos de promoción.



Evaluación de las actividades promocionales de las ONT

La evaluación de las actividades promocionales de las ONT es la primera guía exhaustiva para las oficinas nacionales de turismo (ONT) sobre cómo evaluar la eficacia de sus actividades de marketing. A partir de los resultados de una encuesta sobre las prácticas de evaluación actuales de las ONT, el estudio compara distintas metodologías en cuanto a prácticas acertadas y presenta un análisis extenso de la investigación realizada sobre el tema. Como resultado, surge esta guía para la evaluación de las actividades de marketing de las ONT en la que se señala una serie de pasos útiles.



La actividad de los cruceros turísticos en el mundo

En el último decenio, los cruceros han sido el subsector del turismo de mayor crecimiento. La OMT preparó este informe con el objeto de analizar más detenidamente las influencias de ese sector. En él se estudian las actividades de cruceros marítimos y se presta especial atención a los mercados estadounidense y canadiense a los que corresponde una cuota de dos tercios del mercado mundial. A lo largo de sus ocho capítulos, el estudio analiza temas como la demanda actual de cruceros, las especificidades del producto de los cruceros, sus aspectos financieros, y la sostenibilidad del entorno marino. También dedica un capítulo a las macro-tendencias a medio plazo y estudia las oportunidades más recientes.

La forma más fácil de pedir publicaciones de la OMT:
www.unwto.org

Si desea más información, puede dirigirse a:
Departamento de Publicaciones de la OMT
Tel. (34) 91 567 8100 - Fax: (34) 91 571 3733
e-mail: pub@unwto.org

La Organización Mundial del Turismo y la Secretaría General Iberoamericana agradecen a las siguientes organizaciones por la utilización de sus imágenes.

Andorra - Ministerio de Turismo y Cultura del Gobierno de Andorra • Argentina - Secretaría de Turismo de la Nación • Bolivia - Embajada de Bolivia en España • Brazil - EMBRATUR • Chile - Corporación de Promoción Turística de Chile • Colombia - Proexport Colombia • Costa Rica - Instituto Nacional de Turismo • Cuba - Oficina de Turismo de Cuba • Ecuador - Dirección General de Promoción Cultural - Ministerio de Relaciones Exteriores • España - Turespaña • Uruguay - Ministerio de Turismo y Deporte • Guatemala - Instituto Guatemalteco de Turismo • Honduras - Instituto Hondureño de Turismo • Mexico - Consejo de Promoción Turística • Panamá - Instituto Panameño de Turismo • Paraguay - Secretaría Nacional de Turismo • Perú - Promperú • Portugal - ITP - Instituto de Turismo de Portugal • Republica Dominicana - Ministerio de Turismo • Venezuela - Ministerio de la Producción y el Comercio - Viceministerio de Turismo • Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) por las imágenes de Costa Rica, El Salvador y Nicaragua.

Portada: 1 - Playa en el Algarve, Portugal (José Manuel) • 2 - Perito Moreno, Argentina • 3 - Fachada del invernadero del Jardín Botánico, Curitiba, Brasil (Christian Knepper / Embratur) • 4 - Laguna Colorada, Bolivia • 5 - Portal de los Dulces, Cartagena de las Indias, Colombia • 6 - Volcán Irazú, Costa Rica • 7 - Plaza Catedral, Habana, Cuba • 8 - Niñas de la Comunidad Q'eros, Cuzco, Perú (Mylene D'auriol / Promperú) • 9 - Panamá • 10 - Museo Guggenheim, Bilbao, España • 11 - Ometepe, Nicaragua • 12 - Tazumal, Chalchuapa, Santa Ana, El Salvador • 13 - Tulum, Quintana Roo, Mexico
Contraportada: 1 - Iglesia de Santo Domingo, Quito, Ecuador • 2 - Playa, Panamá • 3 - Machu Picchu en Cusco, Perú (Carlos Sala / Promperú) • 4 - Puente de la Barra de Maldonado, Uruguay • Playa Venezuela • 6 - Playa Bávaro, Republica Dominicana • 7 - Ciudad de las Artes y las Ciencias, Valencia, España • 8 - Laguna Verde, Apaneca Ahuachapan, El Salvador • 9 - Atardecer en rano Raraku, Región de Valparaíso, Chile (Norberto Seebach) • 10 - Cascata, Paraguay • 11 - Esquiador, Andorra • 12 - Costas de Maldonado, Uruguay • 13 - Honduras • 14 - Detalle de casa en Cascais, Portugal (José Manuel) • 15 - Los Hatisses, Republica Dominicana • 16 - Guatemala.

