



## Otro año record para el turismo mundial

Los resultados preliminares para el año 2006 confirman que la demanda turística ha seguido siendo muy flexible, pues el sector ha vuelto a registrar un crecimiento de las llegadas de turistas internacionales superior a la media (4,5%). No hay que olvidar, sin embargo, que tras los promedios regionales se esconden unos resultados bastante heterogéneos en las distintas subregiones y países. No obstante, los resultados globales muestran claramente que, pese a las dificultades y riesgos a los que se enfrentaba el turismo mundial a inicios de 2006 – en particular el terrorismo, las conmociones sanitarias ocasionadas por la gripe aviar y el aumento del precio del petróleo – el turismo, amparado en uno de los más largos periodos de expansión económica sostenida, disfrutó de un nuevo año de fuerte crecimiento, superando la tasa de 4,1 % prevista a largo plazo.

### Índice

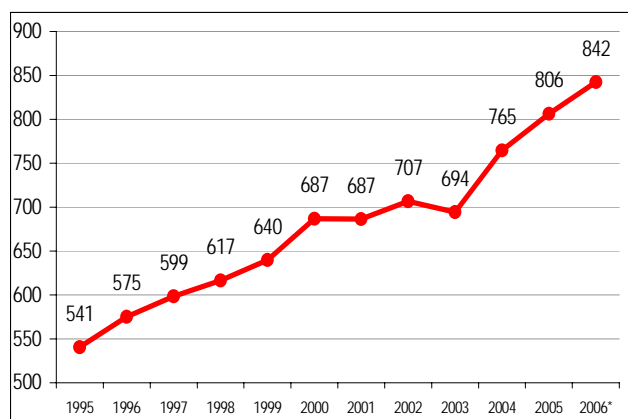
Datos sobre el turismo a corto plazo	3
A escala mundial	3
Resultados del turismo receptor	3
Perspectivas	4
Previsiones para 2007	5
Turismo emisor	6
Evaluación del <i>Grupo de Expertos en Turismo</i> de la OMT	8
De cerca	11
Miembros Afiliados de la OMT	11
Transporte	13
Hostelería	17
Distribución de viajes	18
Tecnología de la información y la comunicación	19
Regiones	21
Europa	21
Asia y el Pacífico	26
Américas	30
África y Oriente Medio	35
Coyuntura económica	39

Delivered by http://www.e-unwto.org  
 Lic. Sergio González (194-07-155)  
 martes, 30 de junio de 2009 8:52:06

Mundo: Turismo receptor

Llegadas de turistas internacionales

(millones)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

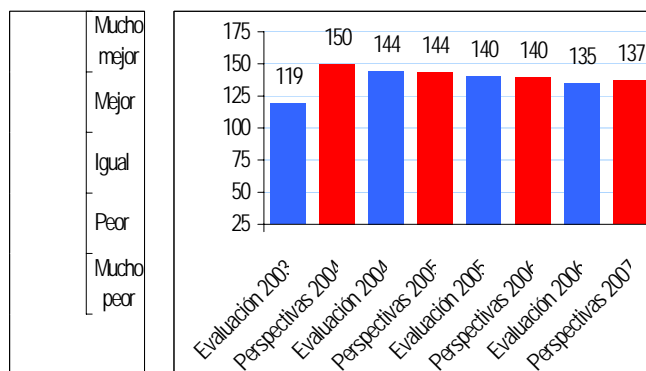
De hecho, en enero de 2006 se pronosticó un crecimiento del 4,6 % – sólo un 0,1 % por encima de la estimación actual para el año. Los 842 millones de llegadas de 2006 (según los cálculos actuales) suponen un incremento de 36 millones con respecto a los resultados de 2005 – una cifra similar al volumen total de llegadas de Italia – logrando un nuevo resultado anual sin precedentes para la industria. De estos 36 millones de llegadas adicionales, 17 corresponden a Europa, 12 a Asia y el Pacífico, 3 a África, 3 a las Américas y casi 2 a Oriente Medio (continúa en la página 3).

## Grupo de Expertos en Turismo de la OMT

*La confianza sigue siendo alta aunque empieza a debilitarse*

Los más de 250 expertos de todo el mundo que contribuyeron a este número del *Barómetro OMT del Turismo Mundial* valoraron generalmente de forma positiva las tendencias recientes, calificando los resultados de 2006 con 135 puntos – una calificación inferior en cinco puntos a la de 2005 y en nueve a la excepcional de 2004, cuando las llegadas de turistas internacionales en el mundo experimentaron un crecimiento superior al 10%. Las perspectivas para 2007 han obtenido una puntuación de 137, sólo tres puntos menos que la otorgada a las Perspectivas para 2006 a principios del año pasado (Continúa en la página 8).

### Grupo de Expertos en Turismo de la OMT



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

El *Barómetro OMT del Turismo Mundial* es una actividad realizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT). Al hacer un seguimiento regular de las tendencias del turismo a corto plazo, la OMT se propone facilitar información adecuada y actualizada a todos aquellos que participan directa o indirectamente en el sector turístico.

El *Barómetro OMT del Turismo Mundial* se publica tres veces al año (en enero, junio y octubre). Cada número consta de tres elementos permanentes: una visión general de los datos sobre las tendencias estadísticas del turismo a corto plazo de los países receptores y emisores y del transporte aéreo; los resultados de la última encuesta al Grupo de Expertos en Turismo de la OMT, que proporcionan una evaluación y un análisis prospectivo de los resultados del turismo a corto plazo; y datos económicos seleccionados en función de su relevancia para el turismo. El objetivo de las futuras ediciones del *Barómetro OMT del Turismo Mundial* será ampliar y mejorar gradualmente su cobertura.

La elaboración del *Barómetro OMT del Turismo Mundial* corre a cargo del Departamento de Estudios de Mercado y Técnicas de Promoción de la OMT, con la colaboración de la consultora Nancy Cockerell. La Secretaría de la OMT desea expresar su sincero agradecimiento a todos aquellos que han participado en la elaboración del *Barómetro OMT del Turismo Mundial*, en especial a todas las instituciones que han aportado datos y a los miembros del Grupo de Expertos en Turismo de la OMT, por su valiosa contribución.

Para obtener más información y consultar números anteriores, véase la sección «Datos y cifras» en la página web de la OMT, en la dirección <[www.unwto.org/facts/menu.html](http://www.unwto.org/facts/menu.html)>.

Acogemos favorablemente los comentarios y sugerencias que nos envíe a la dirección <[barom@unwto.org](mailto:barom@unwto.org)>, tel. +34 91 567 82 06 / fax +34 91 567 82 17.

#### Abreviaturas y signos usados

- = cifra o dato preliminar
- = cifra o dato (aún) no disponible
- mn: millón (1.000.000)
- T1: enero, febrero y marzo
- T2: abril, mayo y junio
- T3: julio, agosto y septiembre
- T4: octubre, noviembre y diciembre
- C1: enero, febrero, marzo y abril
- C2: mayo, junio, julio y agosto
- C3: septiembre, octubre, noviembre y diciembre

AHF: año en curso hasta la fecha, variación de los meses con datos disponibles comparado con el mismo periodo del año anterior. Los totales (sub) regionales son aproximaciones basadas en las tendencias de los países con datos disponibles.

#### Serie *Ilegadas de turistas internacionales*

- TF: Ilegadas de turistas internacionales a las fronteras (excluyendo los visitantes del día);
- VF: Ilegadas de visitantes internacionales a las fronteras (incluidos turistas y visitantes del día);
- TCE: Ilegadas de turistas internacionales a establecimientos turísticos colectivos;
- THS: Ilegadas de turistas internacionales a hoteles y establecimientos asimilados;
- NHS: pernoctaciones de turistas internacionales en hoteles y establecimientos asimilados;
- NCE: pernoctaciones de turistas internacionales en establecimientos turísticos colectivos.

#### Serie *ingresos y gastos por turismo internacional*

Todos los porcentajes son derivados de series no ajustadas temporalmente en moneda local, a menos que se indique lo contrario (\$: \$ EE.UU.; €: euro; sa: ajustado temporalmente).



WORLD TOURISM ORGANIZATION  
ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME  
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO  
ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
منظمة السياحة العالمية

La Organización Mundial del Turismo, organismo especializado de las Naciones Unidas, es la principal organización internacional en el ámbito del turismo. Constituye un foro mundial para debatir cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos especializados sobre turismo. La OMT está integrada por 157 países y territorios, así como por más de 300 Miembros Afiliados (gobiernos locales, asociaciones turísticas y empresas del sector privado como las compañías aéreas, los grupos hoteleros y los tour operadores).

© Organización Mundial del Turismo, 2007  
Calle Capitán Haya, 42  
28020 Madrid (España)

**Barómetro OMT del Turismo Mundial**  
ISSN: 1728-9254

Publicado e impreso por la Organización Mundial del Turismo, Madrid (España)  
Primera edición, 2007  
Reservados todos los derechos

Las denominaciones empleadas en esta publicación no implican, por parte de la Secretaría de la Organización Mundial del Turismo, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

Todas las publicaciones de la OMT están protegidas por derechos de autor. Por lo tanto, y salvo indicación en contrario, ninguna parte de la publicación podrá reproducirse, almacenarse en sistemas de recuperación de datos, ni utilizarse de ningún modo ni por ningún medio (sea electrónico o mecánico, por fotocopia, microfilmación o digitalización) sin autorización escrita previa. La OMT alienta la difusión de sus obras y estudia con interés todas las solicitudes de autorización, licencia y traducción relacionadas con sus publicaciones.

Para obtener la autorización de fotocopiar materiales de la OMT consulte la página web <[www.unwto.org/pub/rights\\_esp.htm](http://www.unwto.org/pub/rights_esp.htm)>.

El contenido de esta publicación puede citarse siempre que se indique su fuente de forma clara y precisa. Sólo podrá distribuirse o reproducirse íntegramente para uso privado o interno. Se ruega no publicar ejemplares de esta obra en sitios web accesibles públicamente, la OMT le propone que en lugar de ello incorpore un enlace hacia la sección Datos y cifras de su sitio web.

#### Organización Mundial del Turismo

Capitán Haya 42, 28020 Madrid (España)  
Tel. (34) 91 567 81 00 / Fax (34) 91 571 37 33  
[barom@unwto.org](mailto:barom@unwto.org)

**[www.unwto.org](http://www.unwto.org)**

La próxima edición del *Barómetro OMT del Turismo Mundial* se publicará en la segunda mitad de junio de 2007.

# Datos sobre el turismo a corto plazo

## A escala mundial

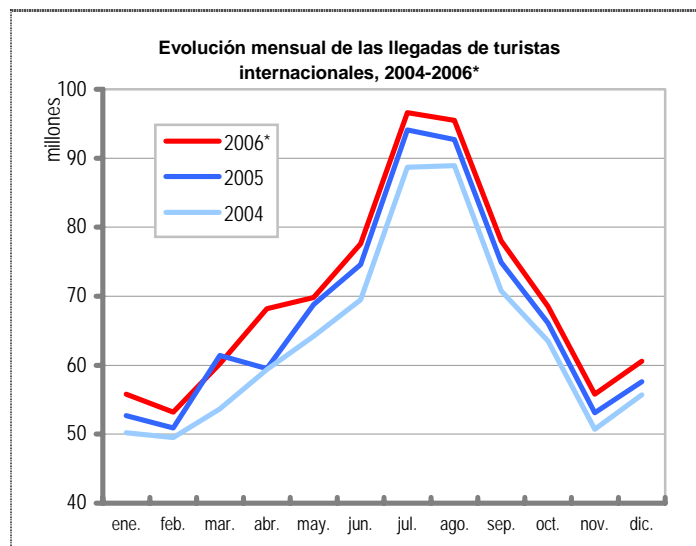
### Resultados del turismo receptor

(Viene de la página 1)

Como de costumbre, debe advertirse que éstas son sólo estimaciones preliminares, puesto que en ciertos casos las estadísticas de los distintos países sólo abarcan 9 ó 10 meses y que en regiones como África y Oriente Medio los datos proceden de un número bastante limitado de países. Por ello, aunque no se esperan grandes cambios en lo que a las tendencias se refiere, las cifras y las tasas de crecimiento concretas todavía podrían variar.

África volvió a ser la región que obtuvo los mejores resultados en 2006, logrando mantener una tasa de crecimiento anual de las llegadas de turistas del 8%. El África subsahariana fue la que más contribuyó a este resultado. Asia y el Pacífico mantuvo su tasa de crecimiento del año anterior – lo que se debió en gran parte a la recuperación de Tailandia y las Maldivas de los efectos del tsunami de diciembre de 2004, así como a los excelentes resultados de otros destinos emergentes de la región – compensando así una ligera desaceleración del crecimiento de las llegadas en destinos como China, Taiwán (prov. de China) o la República de Corea. Aunque algunos de sus destinos mejoraron a expensas de otros, Europa logró holgadamente cumplir con su objetivo el año pasado (+4%). En Oriente Medio, se estima que las llegadas de turistas internacionales

aumentaron en un 4% durante 2006, pese a la situación geopolítica en general y a la crisis entre Israel y El Líbano en particular, gracias a los buenos resultados de múltiples destinos. La región que registró los resultados más flojos fue las Américas, cuyo crecimiento estimado del 2% se situó muy por debajo de la meta prevista, debido en gran parte al estancamiento de las llegadas en América del Norte, y a pesar de los pingües resultados de buena parte de América Central y del Sur y de los dignos resultados del Caribe. Las causas de este lento crecimiento se tratan detalladamente en la sección del Barómetro dedicada a las Américas.



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

#### Llegadas de turistas internacionales por (sub)regiones

	Año completo				Cuota Datos mensuales o trimestrales (% variación sobre el mismo periodo del año anterior)															
	2005	2006*	05/04	06/05	2006*	2006*											2005*			
	(millones)		(%)	(%)	(%)	AHF	T1	T2	T3	T4	jul.	ago.	sept.	oct.	nov.	dic.	T1	T2	T3	T4
<b>Mundo</b>	806	842	5,4	4,5	100	4,2	2,6	6,3	3,2	4,6	3,0	3,5	4,1	3,6	5,2	5,2	7,4	5,1	5,2	3,8
<i>Europa</i>	441,0	458,0	4,0	3,9	54,4	3,0	-1,2	6,5	2,7	2,6	2,4	1,9	4,1	0,4	3,8	4,6	5,3	2,2	4,4	3,6
Europa del Norte	52,9	56,3	6,5	6,6	6,7	6,6	4,0	7,5	8,7	4,4	6,9	7,5	13,1	2,4	6,6	4,5	10,7	10,5	6,5	7,8
Europa Occidental	142,6	148,7	2,6	4,3	17,6	1,9	-3,2	7,2	0,4	2,9	1,1	-1,3	1,8	0,0	4,1	5,8	4,8	-1,3	4,4	2,3
Eur. Central/Oriental	87,1	88,0	1,4	1,0	10,4	0,4	-2,9	2,3	0,3	1,1	-0,4	-1,5	3,1	-1,5	2,4	3,1	3,2	1,5	-3,8	0,0
Eu. Meridional/Medit.	158,4	165,0	6,0	4,2	19,6	4,2	0,1	7,7	4,0	2,5	3,4	4,3	4,3	1,1	3,1	4,3	4,9	3,2	8,2	5,7
<i>Asia y el Pacífico</i>	155,4	167,1	7,7	7,6	19,8	7,6	8,7	7,8	6,3	7,6	5,6	7,6	5,5	8,5	7,4	6,9	10,4	8,5	7,2	5,4
Asia del Nordeste	87,6	94,0	10,3	7,4	11,2	7,4	6,6	7,2	7,3	8,3	5,5	8,8	7,5	9,7	8,0	7,1	16,3	10,9	8,3	6,7
Asia del Sudeste	49,3	53,8	4,8	9,0	6,4	8,5	13,1	9,0	5,4	6,7	6,4	6,8	2,9	6,9	6,9	6,2	3,6	5,8	5,9	4,3
Oceanía	10,5	10,5	3,7	0,3	1,2	0,3	-2,0	0,9	-1,4	3,9	-2,8	-1,0	-0,4	2,7	3,7	4,9	8,3	3,4	3,7	-0,1
Asia Meridional	8,0	8,8	4,8	10,1	1,0	14,1	19,0	18,0	10,1	10,3	12,9	9,5	7,3	10,9	9,0	11,1	1,6	5,8	7,2	6,6
<i>Américas</i>	133,5	136,3	6,0	2,1	16,2	2,9	1,3	6,0	1,0	3,7	-0,8	2,9	1,4	3,4	4,6	3,2	10,4	3,7	6,1	4,0
América del Norte	89,9	90,3	4,7	0,5	10,7	1,6	-1,9	3,9	0,1	4,3	-2,0	2,5	0,1	3,7	6,0	3,6	10,5	3,1	4,5	1,6
El Caribe	18,9	19,5	4,4	3,2	2,3	3,2	4,1	9,1	0,4	-1,1	0,5	0,4	0,2	-2,7	-1,6	0,2	5,0	1,5	3,8	6,7
América Central	6,5	6,9	13,4	6,1	0,8	8,0	7,9	12,6	7,1	4,8	5,2	9,8	6,3	6,9	5,4	3,0	16,5	10,8	17,5	8,8
América del Sur	18,3	19,6	12,2	7,2	2,3	7,2	7,6	11,7	5,5	4,9	3,5	5,6	7,9	5,8	4,9	4,2	13,7	7,0	16,1	11,1
<i>África</i>	37,3	40,3	8,5	8,1	4,8	8,4	7,9	14,2	6,7	5,9	6,1	6,1	8,2	9,0	5,5	3,6	11,9	5,8	7,1	5,9
África del Norte	13,9	14,7	8,9	5,8	1,7	5,8	3,4	11,7	3,3	6,1	2,4	3,7	4,7	11,8	5,9	0,1	8,4	13,1	5,3	5,3
África Subsahariana	23,4	25,6	8,2	9,4	3,0	10,0	9,7	15,8	9,9	5,8	10,6	8,6	10,4	7,6	5,3	4,9	13,4	1,6	8,9	6,1
<i>Oriente Medio</i>	39,2	40,8	8,4	3,9	4,8	4,1	9,6	-7,6	3,5	12,4	6,5	1,2	3,0	14,5	8,6	13,6	0,4	38,4	4,2	-4,0

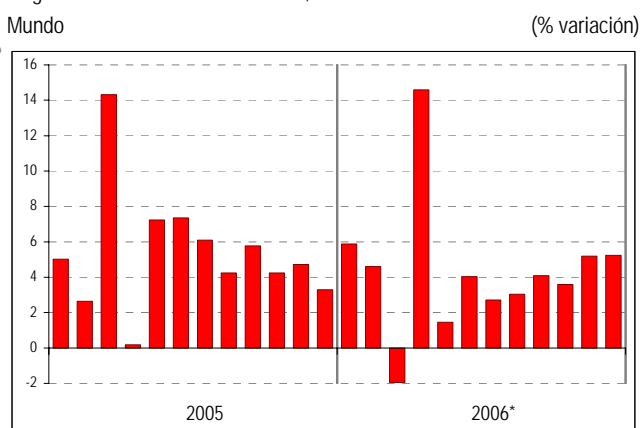
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, enero de 2007)

Delivered by http://www.e-unwto.org  
 Lic. Sergio González (194-07-155)  
 martes, 30 de junio de 2009 8:24

El análisis mes por mes de las llegadas de turistas internacionales en 2006 muestra que, más allá de la influencia de las vacaciones de Semana Santa en las tendencias de los dos primeros trimestres, el crecimiento fue bastante estable a lo largo del año, decayendo de abril a agosto y recuperándose a medida que el año tocaba a su fin. Pese a la continua inestabilidad de los precios del carburante aéreo durante gran parte del año, lo que provocó que las compañías aéreas impusieran recargos sobre el combustible, la férrea competencia se tradujo en una reducción de los precios reales del transporte aéreo. De hecho, la gente parece tan obnubilada por los atractivos precios de los vuelos que su deseo de viajar se impone a menudo sobre cualquier temor que las amenazas exteriores pudieran infundirle. Sobra decir que numerosos acontecimientos han socavado la confianza del turista, pero no le han impedido viajar sino que han provocado la modificación temporal de los flujos turísticos. Incluso en el plano local, donde las repercusiones de los diversos acontecimientos pueden ser graves, su efecto ha sido en general, y cada vez más, efímero. Aunque los análisis detallados de los resultados regionales figuran por separado, es interesante observar que ciertas tendencias se están generalizando en todas las regiones, lo que pone de manifiesto que la demanda natural de viajes y turismo es prácticamente similar en todo el mundo. En 2006 se asistió a una expansión y difusión continua de la actividad de las compañías aéreas de bajo coste, lo que impulsó la frecuencia de los viajes y la brevedad de las estancias y puso al alcance del sector nuevos destinos. El mercado de las largas distancias se está recuperando en las principales regiones y, con algunas excepciones, la mayoría de las regiones han experimentado un incremento de los viajes de negocios y el turismo de reuniones.

Llegadas de turistas internacionales, evolución mensual



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

## Los datos sobre los ingresos confirman el incremento de las llegadas

Los datos relativos a los ingresos por turismo internacional son aún muy incompletos, pues la mayoría de los países sólo ha aportado datos sobre los tres primeros trimestres del año. Las estimaciones mundiales y regionales completas se publicarán en el próximo número del

*Barómetro OMT del Turismo Mundial*, que saldrá en junio de 2007.

La información disponible sobre el ingreso por turismo internacional, expresada en moneda local y a precios corrientes (esto es, sin tomar en cuenta la inflación), de los principales destinos mundiales muestra una gran disparidad en los resultados. Si EE.UU., el país que más ingresos obtiene por turismo internacional, creció un 5 % durante los primeros once meses de 2006, tanto España como Francia (segundo y tercer países en cuanto a ingresos) parecieron estancarse. Por otra parte, Alemania (+12 %) parece haber aprovechado al máximo la oportunidad que brindaba la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA e Italia (+7 %) los Juegos Olímpicos de Invierno de Turín.

*Los resultados pormenorizados de las llegadas y los ingresos por país se encuentran en la sección «Regiones» (págs. 21-38).*

### Perspectivas

Una de las principales conclusiones que pueden extraerse de las respuestas del Grupo de Expertos de la OMT es que es poco probable que el tipo de tasa de crecimiento que el sector ha experimentado durante los últimos años se mantenga en el futuro previsible. Aunque esta actitud podría resultar de la mayor cautela del sector y los gobiernos, habida cuenta de las incertidumbres actuales en diversos ámbitos. Entre las más importantes figura, por ejemplo, la inquietud que despierta el cambio climático y la convicción de que ésta acabará acarreado medidas de contención de la excesiva demanda energética, como el aumento de los impuestos y los programas de compensación de las emisiones de carbono. Los temores de que se produzca una pandemia de gripe aviar humana en 2006 han resultado infundados, si bien la incertidumbre permanece. Se ha tenido noticia de varios casos de gripe aviar en diversas regiones y los científicos piensan que el virus H5N1 podría mutar desencadenando una epidemia masiva de gripe. Con el apoyo de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y otros organismos de las Naciones Unidas, la OMT ha estado ayudando a sus miembros a crear planes de emergencia para hacer frente a un brote potencial de esta pandemia, como la Red de Respuesta ante Emergencias Turísticas (TERN – [www.ternalert.org](http://www.ternalert.org)) que opera en estrecha colaboración con el Coordinador Superior del Sistema de las Naciones Unidas para la Gripe Aviar y la Gripe Humana, la OMS y otras agencias de las Naciones Unidas, comparte información e ideas en tiempo real y difunde notas de interés general claras, concisas y específicas desde el punto de vista geográfico. Existen asimismo otras problemáticas, como los debates en torno a las recomendaciones a los turistas y los visados que pueden ser (y han dado muestras de ser) graves obstáculos al crecimiento.



## Turismo emisor

### El gasto por turismo internacional sigue aumentando, aunque a un ritmo ligeramente inferior

Tres meses después de que la OMT publicara su pormenorizado cuadro sobre los gastos por turismo internacional – que es un indicador cada vez más importante, al tiempo que comparable, del turismo emisor y la demanda turística – las recientes estadísticas apuntan a una ligera desaceleración durante el segundo semestre de 2006.

Hay que reconocer que dicho cuadro presenta gran cantidad de lagunas debido a que la mayoría de los bancos centrales sólo presentaron resultados para los tres primeros trimestres del año. Por ello, cuando se disponga de datos para los doce meses y se hayan hecho las revisiones pertinentes puede que las tendencias generales varí en algo. Habida cuenta del marcado crecimiento de los viajes de larga distancia en ciertos mercados emisores europeos importantes, es posible que durante el invierno 2006-07 el crecimiento siga tendiendo al alza en el hemisferio norte, sobre todo si se tiene en cuenta que la escasez de nieve a inicios de temporada pudo haber disuadido a los europeos de tomar vacaciones para esquiar.

No obstante, las estimaciones del crecimiento interanual han descendido actualmente a su nivel de hace cuatro meses en más de los tres cuartos de los casi 50 países que gastaron cantidades superiores a los 1.000 millones de dólares estadounidenses en el extranjero durante 2005. De los que han registrado mejoras con respecto a los primeros meses del año cuatro son de Europa – Noruega, Bélgica, Países Bajos e Italia – si bien el crecimiento de Italia sigue siendo extremadamente modesto. Estados Unidos es también un caso aparte, pues el incremento de casi el 6 % de su gasto por turismo internacional durante los once primeros meses del año constituye un apreciado signo de recuperación del mercado para los destinos de todo el mundo.

Como se indicó en el *Barómetro OMT del Turismo Mundial* publicado en octubre de 2006, el crecimiento más acusado del gasto por turismo internacional se ha registrado en los mercados emergentes. Entre los 30 mercados principales, que concentraron el 60 % del gasto mundial total en 2005, los mejores resultados (incrementos superiores al 15 % a lo largo del año) se registraron en Polonia (+30 % hasta septiembre), India (+28 % durante el mismo periodo), Brasil (+22 % en todo el año), República de Corea (+19 %, durante los 11 primeros meses) y China (+16 % hasta junio).

Aunque los volúmenes absolutos del gasto por turismo internacional se expresan en dólares estadounidenses, las variaciones interanuales lo hacen en monedas locales a precios corrientes. Se reduce así el efecto de la fluctuación de los tipos de cambio, aunque no se tenga en cuenta la inflación. Como se indicó en el último número del Barómetro, las tendencias del gasto por turismo internacional en dólares estadounidenses, la unidad monetaria común utilizada en las clasificaciones de la OMT, deben no obstante analizarse con cautela.

Es preciso señalar que las tendencias interanuales expresadas en dólares estadounidenses se hallan fuertemente influidas por esta divisa: el tipo de cambio del euro ha sido, en los últimos años, claramente favorable a la moneda de la eurozona, habida cuenta de su apreciación con respecto al dólar

en casi un 40 % entre 2001 y 2004. La diferencia de la variación porcentual de 2004 a 2006 ha sido mucho menos pronunciada, dado que ambas monedas han mantenido más o menos el mismo tipo de cambio durante estos tres años.

### Gasto y volumen de viajes

La comparación del número de viajes al extranjero es un método de evaluación de los resultados relativos de los diversos mercados mucho menos fiable, puesto que los diferentes métodos utilizados para medir el volumen de viajes al extranjero no suelen ser rigurosamente comparables. Así y todo, pueden hacerse algunas observaciones de interés. En los mercados que disponían de este tipo de datos, por ejemplo, el gasto por turismo internacional experimentó en general un crecimiento más importante que el del volumen de viajes al extranjero en 2006.

China está consolidándose como el mercado turístico emisor más importante de Asia gracias a los 34,5 millones de chinos que viajaron al extranjero en 2006, según un informe publicado por el Ministerio de Seguridad Pública. Ello representa un crecimiento del 11 % con respecto a los resultados de 2005 – más modesto que el de años anteriores – y un incremento del gasto del 16 %. Mientras que las Américas y África registraron incrementos de viajeros chinos de entre el 20 % y el 30 %, si bien a partir de una base modesta, Asia y el Pacífico atrajo un 10 % más y Europa sólo experimentó un aumento del 4-5 %. Debe precisarse que los viajeros de la China continental pueden actualmente visitar 132 países y regiones (en 2001 sólo eran 18), incluidas las regiones administrativas especiales de Hong Kong y Macau, por lo que la competencia entre destinos se ha intensificado considerablemente.

Entre los demás mercados de Asia y el Pacífico destacan la República de Corea, con un crecimiento del gasto por turismo internacional del 19 % y un aumento estimado del volumen de viajes al extranjero del 13 %, y Japón, con incrementos del 4 % y el 1 % respectivamente. Los datos preliminares también apuntan a que el gasto en viajes al extranjero de los australianos aumentó el doble que el volumen de viajes – el 7 % frente al 3 %. Los resultados de Taiwán (prov. de China), sin embargo, constituyen una excepción a la tendencia general: frente al estancamiento del gasto, su volumen de viajes aumentó en casi un 6 %.

Los dos mayores mercados emisores europeos, Alemania y el Reino Unido, reflejan tendencias diferentes. En Alemania el gasto por turismo internacional aumentó cerca del 4 % hasta el mes de noviembre mientras que el crecimiento del volumen de viajes, según se estima, fue mucho más modesto (si realmente lo hubo). Por lo que respecta al mercado del Reino Unido, el aumento del gasto (+3,5 % durante los diez primeros meses) es proporcional al crecimiento anual previsto de los viajes al extranjero (el 3 %). Los datos de Rusia apuntan a un crecimiento muchísimo más importante de los viajes que del gasto.

Por último, en América del Norte el Ministerio de Comercio de los Estados Unidos señala un crecimiento de los viajes al extranjero del 4 % durante los tres primeros trimestres de 2006 – más del 5 % si no se consideran los viajes a Canadá y México – mientras que el gasto aumentó casi el 6 % hasta noviembre. Por el momento Canadá sólo dispone de datos para los primeros siete meses del año, pero el volumen de viajes creció más rápido (+7 %) que el gasto (+5,5 %) entre enero y julio.

	Gastos por turismo internacional						Series																								
							\$EEUU		Monedas locales, precios corrientes (% sobre año anterior)																						
	1995	2000	2003	2004	2005	2006*	02/01	03/02	04/03	05/04	06/05					06/05	T1	T2	T3	T4	jul	ago	sep	oct	nov	dic					
	(miles de millones)																		AHF												
Mundo	411	482	535	635	683	..	-0,3	-1,7	9,3	3,3																					
1 Alemania	60,2	53,0	64,7	71,0	72,7	..	-4,3	3,0	-0,2	2,4	3,5	2,9	7,6	1,6	7,0	0,3	-1,3	3,1	0,9												
2 Estados Unidos	44,9	64,7	57,4	65,8	69,2	.. sa	-2,5	-2,2	14,5	5,2	5,5	2,1	6,0	5,6	6,8	4,5	5,4	7,3	12,5												
3 Reino Unido	24,9	38,4	47,9	56,5	59,6	.. sa	5,0	6,0	5,2	6,2	3,5	3,4	6,3	0,9																	
4 Japón	36,8	31,9	28,8	38,2	37,5	..	3,3	0,5	23,9	0,0	4,0	2,5	6,9	3,6	4,8	6,5	-0,3	2,6	3,1												
5 Francia	16,4	17,8	23,4	28,6	31,2	..	2,6	0,6	11,1	8,9	3,4	5,0	5,6	0,4	1,1	0,8	-1,0	2,0	4,6												
6 Italia	14,8	15,7	20,6	20,5	22,4	..	8,3	1,7	-9,3	9,0	0,7	-0,2	-3,2	4,4	-0,5	2,2	15,5	-3,3													
7 China	3,7	13,1	15,2	19,1	21,8	.. \$	10,7	-1,4	26,1	12,5	16,1	16,1	16,1																		
8 Canadá	10,3	12,4	13,4	15,9	18,4	..	-0,5	1,8	10,8	7,3	5,3	4,7	4,3	7,1																	
9 Fed. de Rusia	11,6	8,8	12,9	15,7	17,8	.. \$	30,6	11,8	14,7	11,1	4,7	9,4	9,2	-0,7																	
10 Países Bajos	11,7	12,2	15,3	16,4	16,2	..	1,8	-1,3	-2,1	-1,6	1,9	-0,1	-3,9	7,1																	
11 Corea, Rep. de	6,3	7,1	10,1	12,4	15,3	.. \$	33,1	-8,0	17,5	10,9	18,7	22,1	12,8	16,9	13,3	14,7	23,9	23,8	28,9												
12 España	4,5	6,0	9,1	12,2	15,1	..	5,4	4,2	22,0	24,1	10,2	18,2	6,2	5,6	10,8	5,2	0,7	15,5													
13 Bélgica	8,1	9,4	12,2	14,0	14,9	..	-1,7	0,7	4,3	5,9	14,7	7,4	12,8	20,2	8,0	30,2	25,9														
14 Hong Kong (China)	10,5	12,5	11,4	13,3	13,3	..	0,8	-8,0	15,9	0,1	4,2	1,6	8,0	3,2																	
15 Australia	5,2	6,4	7,2	10,2	11,3	..	-1,5	-0,3	25,2	5,8	7,2	2,0	9,9	5,9	5,7	7,9	4,5	13,0	13,8												
16 Austria	10,4	8,5	11,8	11,9	11,1	..	-1,1	4,8	-7,8	-7,4																					
17 Noruega	4,2	4,6	6,7	8,8	10,8	..	4,2	15,5	25,8	17,0	11,9	8,8	9,8	15,5																	
18 Suecia	5,4	8,0	8,2	10,2	10,8	..	-0,8	-6,1	12,3	7,8	4,9	8,3	4,8	2,3																	
19 Singapur	4,7	4,5	8,0	9,6	9,9	..	38,6	-4,7	16,4	1,3	-0,4	-1,8	-0,9	1,4																	
20 Suiza	7,4	6,3	7,5	8,8	9,3	..	-2,4	-2,4	8,7	5,9	9,6	11,7	11,2	7,3																	
21 Taiwan (pr. de China)	7,1	8,1	6,5	8,2	8,7	.. \$	-2,8	-7,2	22,4	2,3	-0,4	3,1	-0,5	-3,0																	
22 México	3,2	5,5	6,3	7,0	7,6	.. \$	9,8	15,3	16,4	5,5	6,6	2,4	11,6	5,9	16,4	7,7	-5,9	6,4	6,2												
23 Dinamarca	4,4	4,7	6,7	7,3	6,5	..	13,6	-4,7	0,0		5,4	6,2	5,7	4,5																	
24 India	1,0	2,7	3,6	4,8	5,9	..	2,4	14,9	30,7	19,7	28,2	36,1	12,2	35,3																	
25 Irlanda	2,0	2,5	4,7	5,2	5,8	..	23,0	6,2	-0,2	11,7	10,6	13,0	13,9	7,2																	
26 Emir. Arabes Unidos	..	3,0	4,0	4,5	5,3	..	10,0	8,4	13,0	17,5																					
27 Brasil	3,4	3,9	2,3	2,9	4,7	5,8 \$	-7,2	-0,6	20,7	36,8	22,1	43,7	16,2	12,2	23,9	10,8	16,5	9,2	34,0	9,4	29,4										
28 Polonia	5,5	3,3	2,8	3,8	4,3	..	-8,7	-16,6	29,0	-0,2	29,9	40,3	53,1	10,1																	
29 Kuwait	2,2	2,5	3,3	3,7	4,3	..	5,3	8,7	9,3	14,5																					
30 Irán	0,2	0,7	3,8	4,1	..	.. \$		21,5	10,9																						
31 Tailandia	4,3	2,8	2,9	4,5	3,8	..	8,9	-14,7	50,3	-15,6	12,5	15,0	12,5	10,6																	
32 Arabia Saudita	..	..	4,2	4,3	3,8	..		-43,5	2,3	-11,7	-49,0	-62,1	-4,7		-21																
33 Malasia	2,3	2,1	2,9	3,1	3,7	..	0,1	9,5	8,0	19,5	-2,0	-0,5	-11	5,3																	
34 Indonesia	2,2	3,2	3,1	3,5	3,6	.. \$	-12,4	-13,7	18,6	11,0	-0,3	-12,9	9,2	5,6																	
35 Sudáfrica	1,9	2,1	2,8	3,1	3,4	.. sa	18,8	13,3	-5,7	5,7	7,1	7,7	7,4	6,3																	
36 Portugal	2,1	2,2	2,4	2,8	3,1	..	-4,8	-5,2	4,4	11,2	7,0	9,4	13,3	3,2	6,5	3,2	0,0	7,3	-5,8												
37 Finlandia	2,3	1,9	2,4	2,8	3,1	..	2,3	1,5	5,7	8,2	10,2	18,3	7,6	6,8																	
38 Grecia	1,3	4,6	2,4	2,9	3,0	..		-16,2	8,2	5,9	-3,1	-4,4	-2,3	-4,7	-14	-3,6	7,1	0,5	-0,2												
39 Luxemburgo	1,1	1,3	2,4	2,9	3,0	..	24,7	5,0	9,6	2,0	4,6	4,7	5,3	4,1																	
40 Líbano	..	..	2,9	3,2	2,9	.. \$		9,7	7,7	-9,2																					
41 Hungría	1,5	1,7	2,6	2,9	2,9	.. €	11,4	1,6	0,6	2,0	-19,2	-43,5	-24	2,1																	
42 Israel	2,1	2,8	2,6	2,8	2,9	.. \$	-2,7	-3,6	7,9	3,7	2,8	7,8	3,1	0,0																	
43 Turquía	0,9	1,7	2,1	2,5	2,9	.. \$	33,1	11,9	13,5	7,2	-4,1	-16,3	10,2	7,3	19,3	7,6	-11,0	-17,2	-31,8												
44 Argentina	3,3	4,4	2,5	2,6	2,8	.. \$	83,2	2,2	4,5	7,5	11,7	14,2	13,3	7,0																	
45 Ucrania	0,2	0,5	0,8	2,5	2,8	.. \$	15,1	20,2	211	9,7	3,0	-4,6	5,3	6,2																	
46 Nueva Zelanda	1,3	1,4	1,8	2,2	2,7	..	0,4	1,4	9,6	13,6	3,7	4,8	4,6	2,2																	
47 Rep. Checa	1,6	1,3	1,9	2,3	2,4	..	-2,2	5,6	7,3	-1,1	4,3	1,3	6,6	4,3																	
48 Qatar	..	0,3	0,5	0,7	1,8	..	15,6	11,3	46,8	155																					
49 Egipto	1,3	1,1	1,3	1,3	1,6	.. \$	26,7	35,7	0,8	20,8	4,3	-17,2	18,8	15,6																	
50 Bulgaria	0,2	0,5	1,0	1,3	1,3	..	29,4	12,2	18,0	-3,2	13,0	8,8	15,3	10,2	3,2	12,4	14,2	32,0	9,4												

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, enero de 2007)

## Evaluación del Grupo de Expertos en Turismo de la OMT

El Índice de Confianza del Grupo de Expertos de la OMT refleja expectativas de desaceleración gradual del crecimiento

(Viene de la página 1)

Los más de 250 especialistas de 100 países y territorios que integran el Grupo de Expertos en Turismo de la OMT confirman los resultados positivos que registró el turismo internacional en 2006. Su evaluación de 2006 (135 puntos) es ligeramente inferior a la que obtuvo 2005 el año pasado (140) y a su evaluación de 2004 de hace dos años (144), si bien sigue superando con creces la valoración «neutra» (100). Su Evaluación de 2006 es, no obstante, más baja que las Perspectivas para 2006 formuladas a principios del año. Según sus expectativas, en 2007 proseguirá el actual ritmo de crecimiento (la puntuación otorgada a las Perspectivas para este año es de 137). Si hace dos años el Índice anunciaba la continuación de la tendencia alcista, numerosos son los expertos que actualmente se preguntan durante cuánto tiempo podrá seguir manteniéndose el elevado ritmo de crecimiento de los últimos tiempos, si bien aún no advierten signos concretos de desaceleración (véase el recuadro que figura en la siguiente página para una explicación sobre el modo de elaboración de este indicador).

### Evaluación de 2006 y perspectivas para 2007

Los representantes de los sectores público y privado valoran de forma análoga tanto los resultados del turismo en 2006 (136 y 134 respectivamente) como las perspectivas para 2007 (138 y 136), lo que contrasta significativamente con lo que ocurría a principios de 2004, 2005 y 2006, cuando los encuestados del sector público mostraban un entusiasmo mucho mayor con respecto a las perspectivas que los del sector privado.

Por regiones, las mejores puntuaciones en la Evaluación de 2006 procedieron de los expertos de África (143), Asia y el Pacífico (141) y Europa (138). Sin embargo, sólo en Europa la Evaluación de 2006 estuvo cerca de corresponder a las Perspectivas para 2006 o la Evaluación de 2005 formuladas hace un año. Los expertos de las Américas (124), África (143) y Oriente Medio (123) se quedaron sensiblemente cortos en sus Evaluaciones de 2005 hace un año y en las perspectivas que entonces plantearon para 2006. La Evaluación de 2006 de los expertos de Asia y el Pacífico (141) y los Operadores mundiales (150), por el contrario, fue superior a la que dieron a 2005.

Por actividades, las puntuaciones más elevadas para 2006 proceden de los sectores de Transportes (165) y Organismos de la industria en general y otros (142), siendo más bajas las concedidas por los representantes de Destinos (136), Alojamiento y restauración (127), Tour operadores y agencias de viajes (132) y Empresas de consultoría (131).

Las Perspectivas para 2007 siguen siendo mayoritariamente positivas (137). Por regiones, los más

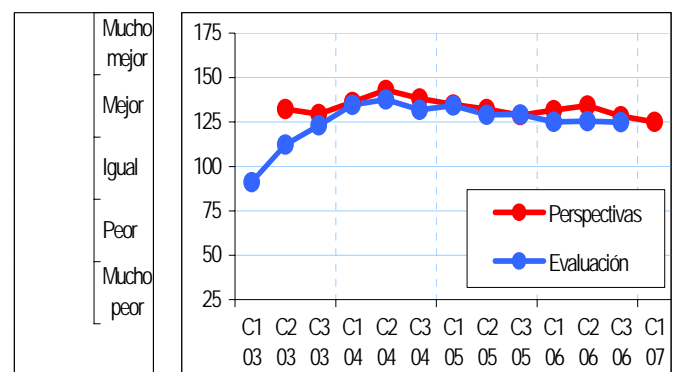
optimistas son Oriente Medio (con una puntuación en acusado aumento que pasa de 123 a 159), África (158) y las Américas (141). Los expertos de Asia y el Pacífico han revisado a la baja sus perspectivas (131), que casi coinciden con las de los expertos europeos (132), lo que parece reflejar la creencia ampliamente difundida en Asia y el Pacífico de que, siendo realistas, el crecimiento no puede seguir manteniendo unas tasas tan elevadas como las de los últimos años. Los Operadores Mundiales (128) siguen siendo relativamente pesimistas con respecto al futuro.

Por actividades, los pronósticos más optimistas proceden de los representantes del sector de los Transportes (155), los Tour operadores y las agencias de viajes (144) y los Destinos (140). Los del sector de las Empresas de consultoría (129) son mucho más bajos. En líneas generales, los sectores de Transportes, Alojamiento y restauración, Tour operadores y agencias de viajes y Organismos de la industria en general son más optimistas que hace un año. Las Empresas de consultoría (129) son mucho más pesimistas y los Destinos (140) y los Organismos de la industria en general (135) un poco menos optimistas.

### Cuatrimestre

Como de costumbre, además de evaluar los resultados del turismo mundial durante 2006 y las perspectivas para 2007, se pidió a los miembros del Grupo de Expertos en Turismo de la OMT que evaluaran los resultados del último cuatrimestre, de septiembre a diciembre de 2006, y analizaran las perspectivas para el próximo (de enero a abril de 2007).

Grupo de Expertos en Turismo de la OMT  
Mundo



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

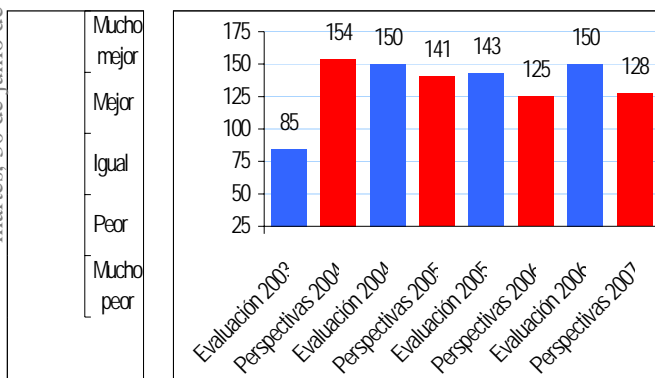
En general, puede deducirse que los expertos piensan que los resultados del sector turístico durante los últimos cuatro meses fueron peores que los del conjunto del año, puesto que su valoración fue 10 puntos inferior (125). De forma análoga, el Grupo otorgó al próximo cuatrimestre una

puntuación de 125 – 12 menos que las previsiones para todo 2007. En los principales destinos turísticos mundiales, situados en el hemisferio norte, este fenómeno puede explicarse por el hecho de que para ellos el invierno no es temporada alta para los viajes y el turismo y por la escasez de nieve a principios de temporada en múltiples destinos europeos.

Por regiones, las mejores puntuaciones para el cuatrimestre septiembre-diciembre de 2006 procedieron de los expertos de Asia y el Pacífico (132), África (131), Europa (129) y Oriente Medio (127), aunque todas ellas fueron inferiores a las otorgadas hace doce meses. Los expertos de los Operadores mundiales (122) y los de las Américas (112) fueron con mucho los menos optimistas. Las perspectivas para el próximo cuatrimestre (enero-abril de 2007) presentan marcadas diferencias de una región a otra. Los expertos más optimistas son los de Oriente Medio (155), África (138) y las Américas (129) y los menos los de Asia y el Pacífico (123) y Europa (118).

Por actividades, la evaluación media del cuatrimestre septiembre-diciembre 2006 va de un máximo de 140 (otorgada por los representantes del sector de Transportes) a un mínimo de 118 (por los del sector de Alojamiento y restauración). La evaluación de las perspectivas del turismo para el próximo cuatrimestre (enero-abril de 2007) es particularmente optimista entre los representantes del sector de Transportes (155), mientras que los pronósticos menos optimistas proceden de los representantes de los sectores de Alojamiento y restauración (121) y Empresas de consultoría (122).

Grupo de Expertos en Turismo de la OMT  
Operadores mundiales



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

### El Índice de Confianza del Grupo de Expertos en Turismo de la OMT

El *Índice de Confianza del Grupo de Expertos en Turismo de la OMT* se basa en los resultados de una encuesta realizada por correo electrónico por la Secretaría de la OMT a representantes seleccionados de organizaciones del sector público y privado que participan en el *Grupo de Expertos en Turismo de la OMT*. Esta encuesta se ha repetido cada cuatro meses desde mayo de 2003, con miras a realizar un seguimiento de los resultados reales y de las perspectivas a corto plazo del sector turístico. Esto permite comparar los resultados y las perspectivas con el tiempo, y facilitar una comparación entre los resultados reales de los últimos cuatro meses y las previsiones para el mismo período elaboradas cuatro meses antes. Los resultados también se desglosan por región y por sector de actividad, si bien este desglose debe interpretarse con cautela, ya que en algunos casos puede que sólo se basen en un número relativamente pequeño de respuestas.

*La Secretaría de la OMT se propone ampliar y mejorar permanentemente la representatividad del Grupo de Expertos por ello se invita a los expertos que estén interesados en participar en la encuesta, especialmente aquellos procedentes de países aún no incluidos en la lista de la página 10, a enviar un correo electrónico a la dirección <barom@unwto.org>.*

### Cómo interpretar estos datos

Con miras a establecer el *Índice de Confianza del Grupo de Expertos en Turismo de la OMT*, se pide a los miembros del Grupo de Expertos que respondan cada cuatro meses por correo electrónico a las dos sencillas preguntas:

- ¿Cómo evalúa los resultados del turismo en su destino/empresa para el cuatrimestre que acaba (o está a punto) de finalizar en comparación con lo que razonablemente cabría esperar para esta época del año?
- ¿Cuáles son las perspectivas turísticas de su destino/empresa para el próximo cuatrimestre en comparación con lo que razonablemente cabría esperar para esta época del año?

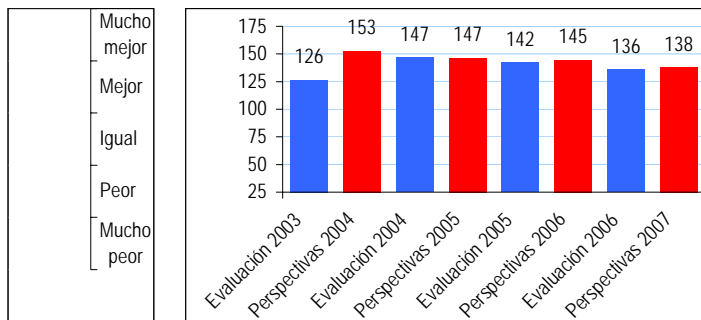
Los participantes deben elegir una de las cinco opciones siguientes: mucho peor [0]; peor [50], igual [100]; mejor [150] y mucho mejor [200]. Se calcula el promedio de los resultados y éstos se desglosan por región y por actividad. Un valor superior a 100 significa que el número de participantes que evalúan la situación como «mejor» o «mucho mejor» supera el número de participantes que la evalúan como «peor» o «mucho peor».

Asimismo, se invita a los participantes a incluir una evaluación cualitativa utilizando sus propias palabras. El análisis contenido en el *Barómetro OMT del Turismo Mundial* se basa en gran parte en sus observaciones.

Delivered by http://www.e-unwto.org  
 Lic. Sergio González (194-07-155)  
 martes, 30 de junio de 2009 8:52:46

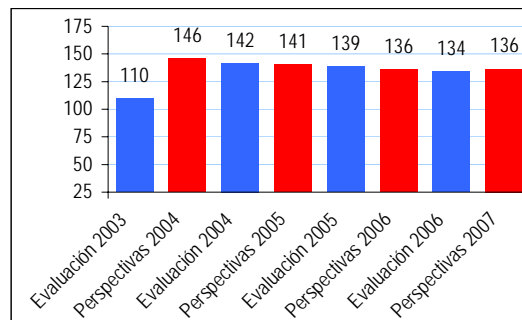
## Grupo de Expertos en Turismo de la OMT: evaluación anual

### Público



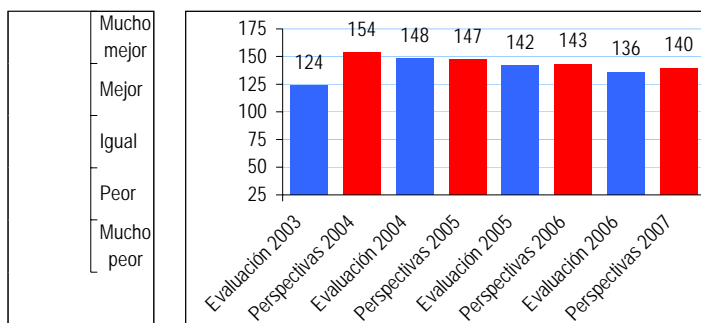
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

### Privado



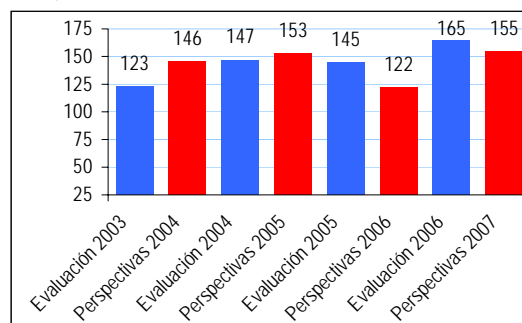
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

### Destinos



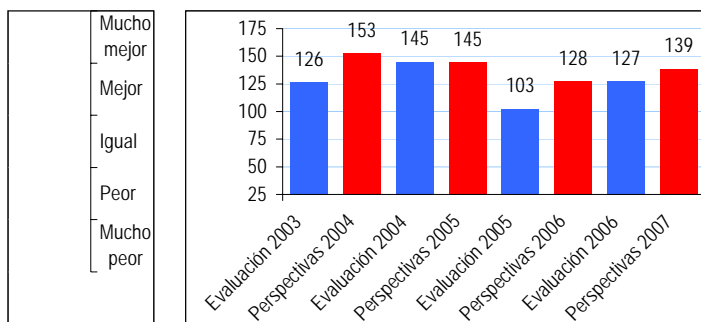
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

### Transporte



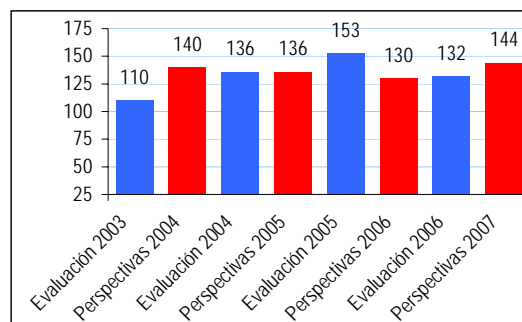
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

### Alojamiento y restauración



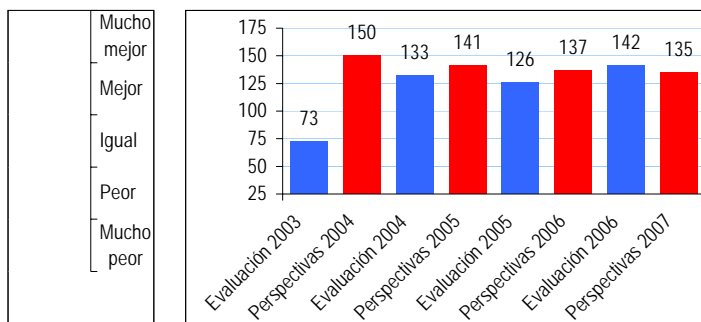
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

### Tour operadores y agencias de viaje



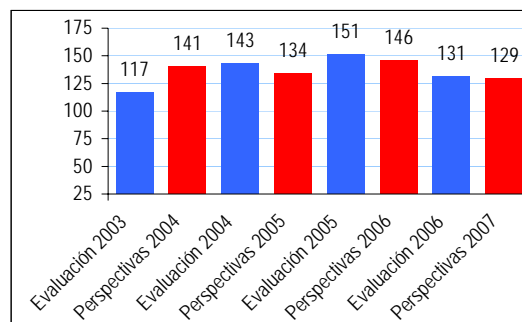
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

### Organismos de la industria en general y otros



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

### Consultoría, investigación y medios de comunicación



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Para el presente número se recibieron respuestas de expertos de Albania, Alemania, Andorra, Anguila, Antigua y Barbuda, Argentina, Armenia, Australia, Austria, Bahamas, Barbados, Belarrús, Bélgica, Belice, Bermudas, Bhután, Bolivia, Brasil, Bulgaria, Camboya, Canadá, Chile, China, Chipre, Colombia, Costa Rica, Croacia, Cuba, Dinamarca, Dominica, Dubai, Ecuador, Egipto, El Salvador, Emiratos Árabes Unidos, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Estonia, Federación de Rusia, Filipinas, Finlandia, Francia, Grecia, Guatemala, Guinea, Hong Kong (China), Hungría, India, Irán (República Islámica de), Irlanda, Islandia, Islas Marshall, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Malasia, Maldivas, Marruecos, Mauricio, México, Mónaco, Nueva Caledonia, Nueva Zelandia, Nicaragua, Nigeria, Noruega, Países Bajos, Pakistán, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Checa, República de Corea, República Dominicana, Reino Unido, Reunión, Rumania, Santa Lucía, Santo Tomé y Príncipe, Seychelles, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Swazilandia, Tailandia, Taiwán (provincia de China), Togo, Túnez, Turquía, Uruguay, Vietnam y Zambia.

## Enfoque

### Nueva sección centrada en el sector turístico

Uno de los objetivos de la Secretaría de la OMT es divulgar y enriquecer continuamente los análisis de las tendencias a corto plazo del turismo internacional tal como figuran en el *Barómetro OMT del Turismo Mundial*. Con el número de enero de 2007 el Barómetro da un paso adelante en este sentido incorporando la nueva sección «Enfoque», en la que se tratarán temas relativos a las diferentes ramas del sector turístico como el transporte, el alojamiento o los servicios de distribución de viajes. A tal fin, el *Barómetro OMT del Turismo Mundial* contará a partir del presente número con la colaboración asidua de los Miembros Afiliados de la OMT. Integrados por representantes del sector privado, instituciones docentes, asociaciones y autoridades locales de turismo, los Miembros Afiliados son agentes fundamentales de la promoción de alianzas de colaboración público-privadas en pro de los objetivos generales de la OMT: la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible universalmente y la contribución al desarrollo económico y el entendimiento internacionales, prestando especial atención a los intereses de los países en desarrollo.

Con este número, la OMT inicia asimismo una nueva línea de colaboración con otras empresas y organizaciones que, gracias a su conocimiento de áreas específicas, pueden contribuir a una comprensión más honda de los cambios y las tendencias a corto plazo que afectan al sector turístico. Para este número, la Secretaría ha tenido el placer de contar con la participación de Deloitte en la sección dedicada a la industria hostelera, que ha contribuido con el informe sobre desempeño hostelero HotelBenchmark™ de que es responsable. En los próximos números se procurará ampliar el alcance de esta nueva sección y extender la colaboración a otras organizaciones y ámbitos, como el turismo de reuniones, el sector de los cruceros, etc.

### Miembros Afiliados de la OMT

#### Carlos Vogeler

Vicepresidente de Relaciones  
Institucionales de RCI Global  
Vacation Network

Presidente de los Miembros Afiliados  
de la OMT



#### 1. ¿Cuáles son, en su opinión, los factores principales que contribuyeron al desarrollo del turismo en 2006?

El desarrollo del turismo durante el año pasado debe analizarse en el contexto del crecimiento mundial, pese a la subida del precio del petróleo, los atentados terroristas, las preocupaciones en el ámbito sanitario y los desastres naturales que han afectado a la economía. La evolución

positiva de la economía mundial, especialmente en importantes mercados emisores, ha impulsado por tercer año consecutivo el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales y del sector turístico en todo el mundo.

Más allá del crecimiento de la economía mundial, he de mencionar otros factores que también repercutieron en el turismo durante el año 2006, como el papel cada vez más destacado de los mercados emergentes, en particular China, India y Brasil, no ya como grandes destinos sino también como importantes mercados emisores; el crecimiento sostenido de los mercados emisores tradicionales; la evolución hacia una industria más orientada al consumo cotidiano gracias al aumento constante de la actividad turística vía Internet; la tendencia creciente a la reducción del número de agentes en algunos segmentos de la actividad turística, especialmente entre los tour operadores; y por último, la extraordinaria recuperación de la rentabilidad de las compañías aéreas pese al aumento del precio del petróleo y la competencia cada vez mayor de los transportistas de bajo coste.

Otro aspecto interesante es la gran flexibilidad que ha mostrado el turismo el año pasado. Habida cuenta de las incertidumbres que han debido afrontar nuestras sociedades y las importantes repercusiones de fenómenos como la amenaza del terrorismo internacional, las conmociones en el ámbito sanitario, los desastres naturales o los conflictos políticos en ciertas regiones del mundo, el turismo internacional ha dado muestras de un excelente estado de salud y el número de llegadas internacionales ha seguido aumentando. No cabe duda de que la actividad turística va a perdurar y que se ha convertido en parte esencial en la vida de las comunidades del mundo desarrollado.

#### 2. ¿Y cuáles son a su entender las perspectivas del turismo internacional para los próximos años?

Según las previsiones económicas de las Naciones Unidas para 2007, la economía mundial se desacelerará ligeramente a consecuencia del debilitamiento de los mercados inmobiliarios de Estados Unidos, Japón y Europa. Esta situación llevará a una ineludible desaceleración del crecimiento turístico internacional con respecto a los resultados del pasado año. Sin embargo, se prevé paralelamente una evolución muy positiva de varios países y economías en desarrollo como China e India, en donde la actividad turística seguirá creciendo.

No obstante, el turismo ha demostrado ser un sector de constante crecimiento a lo largo de los años. La OMT prevé un crecimiento anual del número de llegadas de turistas internacionales del 4,1 % durante los próximos 15 años, lo cual no deja de ser admirable. Este crecimiento sería aún más importante si se tomase en consideración el turismo interno, que no se contempla en estos análisis.

Habrán también importantes retos a los que hacer frente. La actividad turística y los destinos habrán de adaptarse rápidamente a los cambios y sortear las incertidumbres. Asistiremos probablemente a la transformación de ciertos modelos de negocios, a una mayor penetración de la distribución por Internet y a una competencia más dura entre los destinos y los negocios para captar cuotas de mercado.

### 3. ¿Qué papel piensa usted que deben tener las alianzas de colaboración entre los sectores público y privado en el desarrollo del turismo?

Los gobiernos, las empresas o la sociedad civil no pueden afrontar en solitario los retos que se plantean en el sector turístico. Numerosas son las empresas que se han dado cuenta de que hay grandes oportunidades que precisan de la puesta en común de competencias en alianzas de colaboración público-privadas de las que sus negocios saldrán claramente beneficiados. El fomento de estas alianzas es uno de los principales objetivos de la Secretaría de los Miembros Afiliados de la OMT. Además, la OMT es la única organización del sistema de las Naciones Unidas que provee el marco necesario para que se establezca esta estrecha colaboración.

Cada día hay más ejemplos de colaboración entre los sectores público y privado en diferentes ámbitos, particularmente en la promoción de destinos, que están resultando muy eficaces.

### 4. ¿Cuál cree que es la función de los Miembros Afiliados de la OMT?

En su calidad de organismo especializado de las Naciones Unidas, la OMT es la principal organización en el ámbito del turismo que sirve de foro mundial para tratar cuestiones de política turística y constituye una fuente concreta de conocimientos turísticos especializados.

Aun siendo ante todo una organización intergubernamental que cuenta con más de 150 países entre sus miembros, lo que diferencia a la OMT de las demás organizaciones de las Naciones Unidas es que en su seno también se acoge al sector privado, las instituciones docentes de las asociaciones y autoridades locales de turismo, que participan en calidad de Miembros Afiliados.

Los Miembros Afiliados han de promover alianzas de colaboración público-privadas que brinden apoyo a la consecución de los objetivos generales de la OMT – promover un turismo responsable, sostenible y universalmente accesible y contribuir al desarrollo económico y al entendimiento internacionales, prestando especial atención a los intereses de los países en desarrollo.

Su papel, como se resume en la declaración de objetivos de la Secretaría de los Miembros Afiliados, es ser la plataforma mundial de quienes desean forjar el futuro del turismo en interacción directa con la OMT, los gobiernos de sus Estados Miembros y la sociedad civil mundial.

Su calidad de Miembro Afiliado permite a estas entidades gozar de oportunidades como el acceso a las vastas redes de información de la OMT, la posibilidad de buscar socios para la realización de proyectos, la contribución a la elaboración de políticas y el Programa de Trabajo de la OMT, que realiza diversos proyectos y actividades, el aprovechamiento compartido del conocimiento y la experiencia y el trabajo en red con responsables de decisiones comerciales de primer orden e influyentes artífices de políticas.

## Evaluación de la importancia económica del sector de las reuniones

### Una extensión de la cuenta satélite de turismo



El sector de las reuniones se ha convertido en las últimas décadas en un elemento importante de la economía de un país. Percibimos que se trata de un componente significativo y en continuo crecimiento del turismo y otras ramas de actividad. Por eso, el objetivo de este informe es tratar de conocer mejor el sector de las reuniones en el mundo, prestando especial atención a la evaluación de la importancia económica del mismo. Ofrece, por lo tanto, un panorama general de la evaluación actual del sector de las reuniones y las lagunas inherentes y un resumen de los datos de la oferta y la demanda, además de examinar el uso de estos datos en el desarrollo de un modelo que permita evaluar la contribución económica del sector de las reuniones en términos macroeconómicos.

**Precio:** 30 €  
**Publicado:** Diciembre 2006  
**ISBN:** 978-92-844-1197-9

Para mayor información contacte:  
 OMT Departamento Publicaciones  
 Tel. (34) 91 567 8100  
 Fax: (34) 91 571 3733  
 e-mail: pub@unwto.org

El Barómetro OMT del Turismo Mundial se elabora como un servicio orientado a los Miembros de la OMT y se publicará tres veces al año en inglés, francés y español. Los Estados Miembros, Miembros Asociados y Miembros Afiliados recibirán una copia del Barómetro como parte de nuestros servicios prestados a los Miembros.

Si le interesa recibir el Barómetro OMT del Turismo Mundial y no es Miembro de la OMT, puede suscribirse a los tres próximos números por 60 € (envío electrónico en PDF) o 90 € (PDF más la versión impresa).

Para suscribirse, por favor consulte nuestra tienda virtual en [www.unwto.org/infoshop](http://www.unwto.org/infoshop) o póngase directamente en contacto telefónico con nosotros.



Para realizar su pedido:

 [infoshop@unwto.org](mailto:infoshop@unwto.org)

 (+34) 91 567 81 06

 (+34) 91 571 37 33

[www.unwto.org/pub](http://www.unwto.org/pub)

# Transporte

## Compañías aéreas

Amenazas terroristas y precios del petróleo elevados: en 2006 múltiples factores auguraban un mal año para la aviación. Sin embargo, tres años de sólido crecimiento económico acompañado de los recortes de capacidad y la mejor relación coste-beneficio que han ido aplicando las compañías aéreas desde el 11-S han ayudado a llenar los aviones. Los resultados del tráfico aéreo de los once primeros meses de 2006 que publicó la Asociación del Transporte Aéreo Internacional (IATA) apuntan a un 5,8 % de crecimiento interanual de los vuelos internacionales regulares de sus miembros (expresado en ingresos por pasajero y kilómetro). El coeficiente medio de carga de pasajeros siguió siendo elevado durante este periodo (el 76,1 %, frente al 75,1 % del año anterior). El crecimiento interanual del tráfico fue más lento con respecto a los asombrosos índices de 2004 y 2005, si bien estuvo en consonancia con la tasa media de crecimiento a largo plazo del sector y «ha sido un factor clave en la mejora de los resultados netos del sector», afirmó Giovanni Bisignani, Presidente y Director General de la IATA.

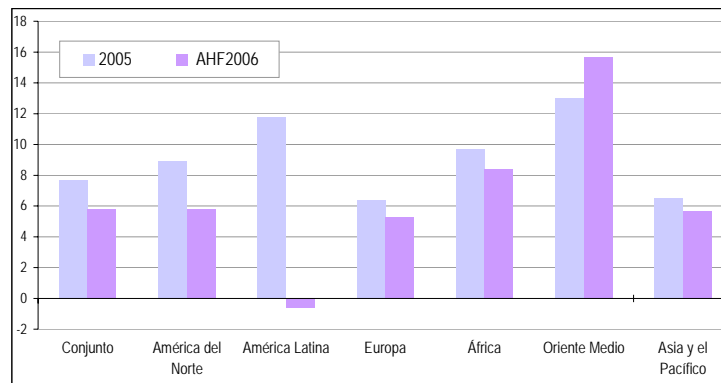
Oriente Medio siguió siendo en 2006 la región de más rápido crecimiento, registrando un incremento del 15,7 % entre enero y noviembre. África (Egipto incluido) obtiene el segundo puesto, con un índice de crecimiento del 8,4 %, seguida de América del Norte (+5,8 %).

Las positivas condiciones de rentabilidad ayudaron asimismo a reducir las pérdidas del sector, que fueron de 500 millones de dólares estadounidenses en 2006, una cifra muy inferior a los 1.700 millones previstos para dicho año recientemente (en septiembre de 2006). «Se prevé que el crecimiento del tráfico aéreo se desacelerará en 2007 – afirmó Bisignani – las compañías aéreas habrán de mantener unos coeficientes de carga elevados mediante una gestión escrupulosa de la capacidad aérea y la búsqueda de mayor eficacia para lograr los 2.500 millones de dólares de beneficios previstos para 2007».

Los datos ilustrados aquí se refieren al tráfico internacional de pasajeros en vuelos regulares cubierto por las líneas aéreas miembros de la IATA, desglosadas por región de registro de la compañía aérea, así como al tráfico de las compañías aéreas miembros de las cinco principales asociaciones regionales de compañías aéreas, desglosadas por rutas cubiertas. Se debería tener en cuenta que estos datos reflejan la mayor parte, pero no la totalidad del tráfico aéreo, ya que las compañías incluidas en las estadísticas son en su mayor parte compañías aéreas de servicios regulares y que el tráfico cubierto por las compañías aéreas chárter y de bajo costo sólo se refleja de forma muy limitada.

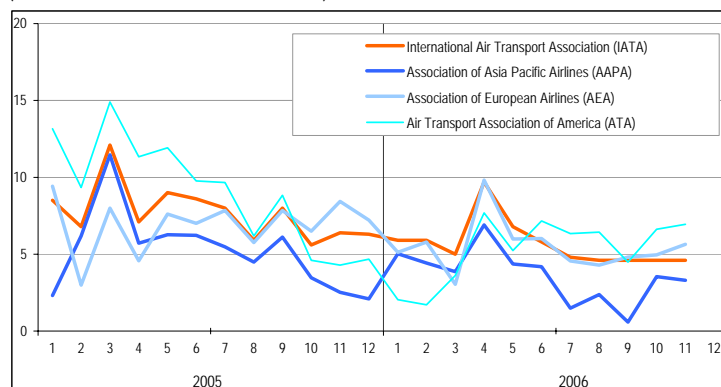
Los datos de las líneas aéreas son un indicador especialmente bueno de la evolución a corto plazo del tráfico de mediana y larga distancia. Sin embargo, en lo que respecta al tráfico de corta distancia, el transporte aéreo compite con medios de transporte alternativos (en particular el transporte terrestre, pero también marítimo y fluvial) y podría estar expuesto a los cambios de medio de transporte (en función del precio relativo, de la percepción de seguridad, etc.). Asimismo, el tráfico no se expresa aquí en número de pasajeros transportados, sino que se mide en función de los ingresos por pasajero-kilómetro (RPK: un RPK es un pasajero con billete pagado por kilómetro). Esto supone que cada pasajero que viaja a un destino lejano contribuye más al tráfico total medido en RPK que un pasajero que viaja a un destino cercano.

Tráfico internacional de los transportistas de la IATA por región de registro de la compañía aérea (% de variación)



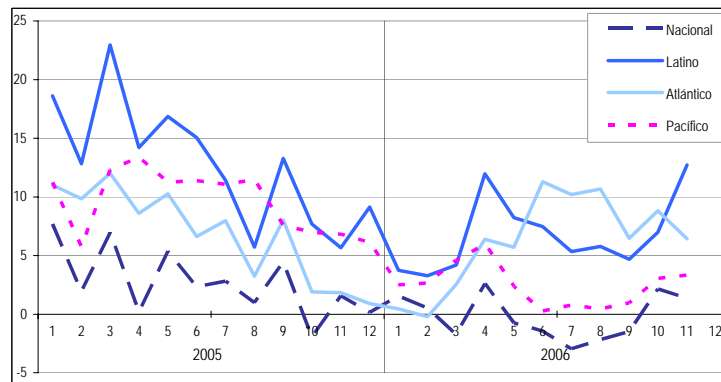
Fuente: compilado por la OMT a partir de datos de la IATA

Traffic aéreo en rutas internacionales por mes (RPK) (% cambio sobre el mismo mes del año anterior)



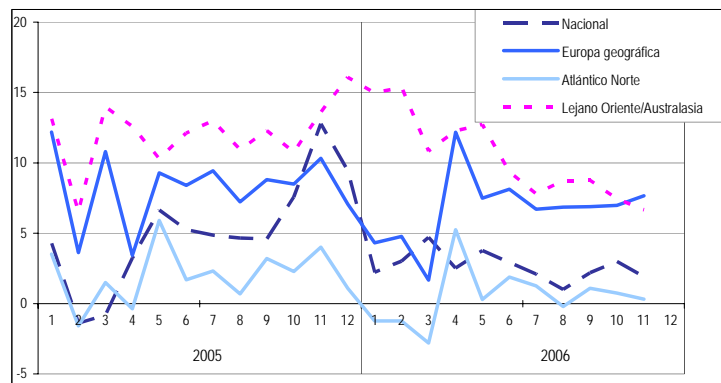
Fuente: compilado por la OMT a partir de datos de IATA, ATA, AEA y AAPA

ATA: Traffic aéreo en rutas seleccionadas por mes (RPK) (% cambio sobre el mismo mes del año anterior)



Fuente: compilado por la OMT a partir de datos de ATA

AEA: Traffic aéreo en rutas seleccionadas por mes (RPK) (% cambio sobre el mismo mes del año anterior)



Fuente: compilado por la OMT a partir de datos de AEA

Delivered by http://www.e-unwto.org  
 Lic. Sergio González (194-07-155)  
 martes, 20 de febrero de 2007 15:46

## Datos preliminares de transporte aéreo

	Ingresos pasajero/kilómetro (millones)										Capacidad		Factor carga		Pasajeros	
	2004	05/04	2006*								05/04	2006*	05/04	2006*	05/04	2006*
			AHF	jun.	jul.	ago.	sept.	oct.	nov.	dic.		AHF		AHF		AHF
	(billion)	(%)	(% sobre año anterior)													

## International Air Transport Association (IATA), Estadísticas Internacionales Mensuales

## Tráfico internacional por región de registro de la compañía aérea

Conjunto	2.000 <sup>1</sup>	7,7	5,8	5,8	4,8	4,6	4,2	5,3	6,7	6,4	4,6	75,1	76,1		
América del Norte		8,9	5,8	5,3	7,3	4,8	4,3	6,7	7,0	8,0	4,7	79,5	80,3		
América Latina		11,8	-0,6	-4,1	-5,3	-9,2	-8,8	-10,3	-2,4	9,6	-3,0	72,7	73,1		
Europa		6,4	5,3	6,4	3,9	3,8	4,6	4,7	6,1	4,5	4,5	76,4	77,2		
África (incl. Egipto)		9,7	8,4	12,2	11,6	9,7	11,2	7,0	7,5	9,2	8,8	68,4	68,3		
Oriente Medio (incl. Israel, Irán)		13,0	15,7	16,5	10,4	10,3	11,1	16,4	18,3	10,6	15,2	73,5	73,3		
Asia y el Pacífico		6,5	5,7	3,8	3,6	5,2	2,9	4,7	5,6	5,9	2,8	72,8	74,6		

## Air Transport Association of America (ATA) - Tráfico de pasajeros regulares - Compañías aéreas estadounidenses miembros de ATA

Vuelos regulares grandes líneas	1.053	4,4	1,3	1,0	-0,3	0,3	0,3	3,4	2,9	1,5	-0,6	78,5	80,1	2,5	-0,8
Interno (incl. EE.UU. y Canadá)	764	2,6	-0,3	-1,5	-3,0	-2,2	-1,5	2,1	1,4	-1,0	-2,7	78,0	80,1	1,6	-1,6
Internacional	290	9,0	5,4	7,2	6,3	6,4	4,5	6,6	7,0	8,4	4,7	79,7	80,3	9,4	5,4
Atlántico	134	6,7	6,8	11,3	10,2	10,7	6,5	8,8	6,4	6,3	8,5	82,1	81,0	6,9	6,0
Latino	68	12,7	6,6	7,5	5,3	5,8	4,7	7,0	12,7	8,9	2,3	72,9	75,9	12,3	5,9
Pacífico	88	9,6	2,4	0,3	0,8	0,5	1,0	3,0	3,3	11,2	1,2	82,2	83,2	7,6	3,5

## Asociación Latinoamericana de Transporte Aéreo (ALTA) - Tráfico de compañías aéreas miembros de ALTA

Total	113	13,2	-0,4	2,2	-9,1	-7,1	-8,3	-7,5	-3,8	9,3	-0,2	71,1	70,9	17,7	4,1
Interno	41	14,8	7,7	15,3	-0,2	3,0	1,1	-0,2	1,4	8,1	7,0	68,0	68,3	17,5	5,3
Internacional	71	12,4	-5,1	-5,4	-14,2	-12,8	-14,2	-12,2	-7,2	10,1	-4,7	73,1	72,8	18,3	1,8
América Latina	20	21,7	2,3	-1,9	-10,7	0,1	1,0	5,8	11,1	19,0	-0,7	68,4	70,3	26,8	6,8
Extra América Latina	51	8,6	-8,4	-6,9	-15,6	-18,3	-21,6	-21,0	-16,2	6,1	-6,7	75,4	74,1	11,0	-3,1
América del Norte	28	9,1	1,3	3,2	-3,8	-2,1	-4,0	-0,9	3,6	5,3	2,8	72,0	71,1	9,7	1,3
Europa	17	8,0	-18,9	-17,7	-35,9	-41,9	-43,8	-43,7	-40,4	7,0	-17,1	80,8	79,3	6,8	-21,1
Asia y el Pacífico	3	3,1	-43,9	-56,0	-41,7	-45,6	-43,0	-39,6	-32,4	6,9	-45,6	77,7	80,3	8,0	-32,7
Charter	3	13,5	-5,8	1,5	-9,3	-15,4	-6,6	-19,7	-21,8	8,4	-7,9	77,4	78,7	24,0	-0,2

## Association of European Airlines (AEA) - Tráfico de pasajeros de compañías miembros de AEA

Total regulares	655	6,3	5,2	5,8	4,4	4,0	4,6	4,8	5,3	4,3	4,3	76,0	76,7	4,4	4,5
Interno	54	4,1	2,7	2,9	2,1	1,0	2,2	3,0	1,9	3,8	0,3	66,2	67,3	2,9	1,8
Total internacional	601	6,5	5,4	6,0	4,6	4,3	4,8	5,0	5,6	4,4	4,8	76,9	77,7	5,1	5,8
Europa (zona geográfica)	145	7,5	6,8	8,1	6,7	6,9	6,9	7,0	7,7	2,8	4,4	67,5	69,8	4,7	6,2
África del Norte	7	7,3	10,7	8,2	7,1	27,3	18,4	5,8	8,0	10,0	7,6	67,0	69,3	7,4	8,9
Oriente Medio	21	7,0	5,7	8,6	3,1	1,3	-2,7	10,8	6,9	1,3	10,0	73,6	70,8	7,1	3,6
Total viajes a larga distancia entre ellos:	429	6,5	4,8	5,1	3,8	3,1	4,2	4,0	4,9	5,1	4,6	81,1	81,5	5,9	5,1
Atlántico Norte	183	7,3	0,6	1,9	1,3	-0,2	1,1	0,8	0,3	0,8	1,9	82,6	81,8	1,9	0,5
Atlántico Medio	45	6,7	2,5	4,9	-0,9	-0,7	0,0	-1,5	5,1	4,4	2,5	81,8	82,2	5,8	2,6
Atlántico Sur	33	13,1	12,7	13,4	12,9	8,7	12,0	14,5	13,9	13,4	7,3	82,7	86,4	13,7	15,7
Lejano Oriente/Australasia	120	19,3	10,3	9,4	7,8	8,8	8,8	7,4	6,7	9,7	8,9	79,7	80,9	12,3	11,8
África Subsahariana	48	4,9	2,6	2,3	1,8	1,3	1,4	3,1	7,7	4,7	2,6	77,9	77,8	4,9	3,9

## Association of Asia Pacific Airlines (AAPA) - Tráfico consolidado de pasajeros

Operaciones internacionales	505	5,1	3,6	4,2	1,5	2,4	0,6	3,5	3,3	4,4	0,8	73,4	75,4	5,0	4,1
-----------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	-----	-----

## Arab Air Carriers Organization (AACO) - Datos del tráfico de las líneas aéreas árabes

Total	148	11,1	6,1	9,6	4,0	2,8	0,7	13,5	6,1	10,6		70,3		14,8	
Dentro del mundo árabe	10	11,3	5,0	9,1	2,5	-1,0	-5,2	26,2	-3,6	5,9		70,6		18,2	
Interregional	138	8,2	6,7	9,8	4,9	5,2	4,1	8,0	11,1	18,6		70,3		13,8	

Fuente: compilado por OMT de IATA, ATA, ALTA, AEA, AAPA y AACO

<sup>1</sup> Todos los transportistas de la IATA



registraron el mayor crecimiento (+10,7 %), seguidas por las de la Europa geográfica (+6,8 %). Las rutas de larga distancia experimentaron un aumento del tráfico total del 4,8 %, de las que las de Extremo Oriente y Australasia (+10,3 %) han registrado resultados muy superiores a los de otras rutas de larga distancia de la AEA. El tráfico con el África subsahariana, por ejemplo, aumentó en un 2,6 %, el del Atlántico central en un 2,5 % y el del Atlántico Norte un modesto 0,6 %, lo que contrasta con los buenos resultados de las aerolíneas estadounidenses para las mismas rutas (+6,8 %). Se estima que los resultados a finales del año superarán en medio punto a los de 2005 – un margen inferior al de los dos años anteriores, lo que según la AEA no deja de constituir un resultado encomiable, pues los niveles previos siguen superándose.

## Asia y el Pacífico

Durante los primeros once meses del año pasado el tráfico internacional de pasajeros de los miembros de la *Association of Asia Pacific Airlines (AAPA)* creció un 3,6 % en cuanto a los ingresos por pasajero-kilómetro, aunque hubo signos de menor crecimiento en el segundo semestre del año. Este crecimiento relativamente modesto debe analizarse a la luz de la rápida expansión de los servicios aéreos de bajo coste, de lo que puede inferirse que el crecimiento del tráfico de las compañías tradicionales fue inferior a la media. Por otra parte, también debe tenerse en cuenta que una parte importante del tráfico internacional que tiene a Asia como destino o punto de partida es gestionado por compañías asentadas en otras regiones, que en algunos casos han obtenido mejores resultados. En el caso de Europa, por ejemplo, el tráfico de las rutas asiáticas de las compañías aéreas miembros de la AEA aumentó el 10 % hasta noviembre.

No obstante, el proyecto de AirAsia de convertirse en la segunda compañía aérea de larga distancia de Malasia – AirAsia X – con una filial de bajo coste con sede en el Aeropuerto Internacional de Kuala Lumpur, sentará precedentes en un momento crítico de la evolución de la aviación regional. Aunque su presencia es menor con respecto a las tendencias mundiales, a las compañías aéreas de bajo coste corresponde uno de cada diez pasajes aéreos en la región de Asia y el Pacífico, según los datos del Centro para la Aviación de Asia y el Pacífico con sede en Sidney. AirAsia X pretende iniciar operaciones desde Kuala Lumpur hacia tres destinos, uno en Europa (algún lugar del Reino Unido probablemente) y dos en China, Hangzhou y Tianjin, en julio de 2007. Después vendrán otros destinos como India, Australia entre otros.

## Oriente Medio

El tráfico de pasajeros creció el 6,1 % durante los primeros once meses de 2006, según datos de la *Arab Air Carriers Organization (AACO)*. El tráfico entre el mundo árabe y otras regiones creció el 6,7 % durante este periodo, y el

crecimiento fue superior en los últimos meses. Ello se debió en gran medida al gran aumento de capacidad y tráfico con Asia y Australasia. El tráfico de pasajeros dentro del mundo árabe registró un crecimiento más moderado (el 5 %), que declinó en noviembre a causa de la disminución del tráfico de pasajeros con la Península Arábiga y entre ésta y Oriente Próximo, según la AACO.

## El creciente número de pasajeros que se deciden por el transporte ferroviario augura buenos tiempos para el Eurostar

Eurostar, servicio ferroviario de alta velocidad para pasajeros que comunica el Reino Unido con Francia y Bélgica, ha registrado máximos históricos en sus ventas y número de pasajeros en 2006 al atraer a miles de viajeros más. Su volumen de facturación aumentó un 11,7 %, ascendiendo a 766,6 millones de euros y el número de pasajeros creció un 5 % (7,9 millones). Si los viajes de ocio registraron un crecimiento ligeramente inferior (el 4,5 %), los viajes de negocios aumentaron un 17 %, generando un crecimiento de las ventas por negocios del 18 %.

Es posible que el aumento de las medidas de seguridad en los aeropuertos desde el pasado verano y la nebulosidad en el Reino Unido antes de las navidades hayan hecho que los pasajeros prefiriesen el Eurostar a las compañías aéreas. Muchos de estos pasajeros viajaron en Eurostar por primera vez y se estima que desde entonces cada semana 1.000 clientes por motivos de negocios optaron definitivamente por el transporte ferroviario de alta velocidad en detrimento del aéreo. Eurostar también se benefició de la colaboración mundial con la película *El código Da Vinci*, ambientada en Londres y París, que impulsó el turismo en ambas capitales. A esta colaboración obedece el incremento de 10,6 % en las ventas internacionales.

Cada vez más pasajeros del Eurostar proceden de mercados diferentes de los tres países principales de la empresa, especialmente de toda Europa Occidental y en particular de los Países Bajos y Alemania. Por lo que respecta a las ventas internacionales, sin embargo, EE.UU. es el principal mercado de Eurostar y las ventas de Asia y el Pacífico están aumentando mucho.

Se prevé que 2007 será otro buen año; acontecimientos como el *Tour* de Francia en julio y la Copa del Mundo de Rugby en otoño ya están generando una fuerte demanda del mercado de grupos. La terminal del Eurostar en el Reino Unido se trasladará de la Estación Internacional de Waterloo y la inauguración de los servicios a partir de la Estación Internacional de St. Pancras a partir del 14 de noviembre de 2007 hará que los viajes entre el Reino Unido, Francia y Bélgica sean aún más rápidos.

## Hostelería

### El sector de hostelería registra índices de crecimiento del ingreso por cuarto disponible de dos cifras

Según los datos de finales de año del informe HotelBenchmark™ de Deloitte, 2006 ha sido un año excelente para el sector de la hostelería. La combinación de un sólido rendimiento económico, los destacados acontecimientos internacionales, la creciente popularidad de nuevos destinos turísticos emergentes y el deseo cada vez mayor de viajar y vivir nuevas experiencias ha sido decisiva a la hora de mejorar los resultados.

Por tercer año consecutivo, los hosteleros de Oriente Medio registraron un índice de crecimiento del ingreso por cuarto disponible (*RevPAR*) de dos cifras, que esta vez ascendió al 17 %. Aunque no tan importante como el de 2005, este crecimiento es impresionante habida cuenta de la agitación y los ataques terroristas de los últimos 12 meses. El precio medio de la habitación sigue marcando las pautas de la evolución hostelera en la región – dicho precio subió un 18 %, ascendiendo a los 143 dólares estadounidenses.

Para los hoteles de Europa 2006 fue un año memorable – el ingreso por cuarto disponible aumentó un 11 %, ascendiendo a los 97 dólares – creciendo casi el doble que en 2005. Además de unas mejores condiciones económicas, Europa albergó este año algunos de los espectáculos deportivos más prestigiosos, desde los Juegos Olímpicos en Italia a la Copa Mundial de Fútbol en Alemania. Los aficionados a la música y el arte también viajaron a la región para gozar de la obra de Rembrandt, Picasso y Mozart.

2006 también fue otro buen año para la hostelería de América Central y América del Sur. La región superó el promedio mundial de llegadas de turistas en 2006 y el sector de hostelería está cosechando los frutos. El ingreso por cuarto disponible en América Central y América del Sur aumentó un 10 % en 2006, como el precio medio de las habitaciones, que subió un 9 % situándose en los 118 dólares. En consonancia con los buenos resultados de la hostelería – el nivel de inversión en este mercado está aumentando a medida que múltiples cadenas hoteleras internacionales amplían su presencia en la región – ciudades como Buenos Aires, Caracas y Santiago registraron aumentos de su demanda turística durante 2006.

Asia y el Pacífico ha debido encajar duros golpes en 2006 – el terremoto de Yogyakarta, los atentados terroristas

en los trenes de Bombay y, más recientemente, las bombas en medio de las celebraciones del año nuevo – no obstante y pese a todo ello, el ingreso por cuarto disponible en la región ha vuelto a superarse aumentando el 10 %. Los mercados del sur están potenciando el crecimiento en la región – en particular India, cuyo ingreso por cuarto disponible aumentó el 30 %.

Las perspectivas para el sector de hostelería en 2007 son buenas, aunque es posible que el índice de crecimiento sea menor, en coherencia con los indicadores económicos y turísticos mundiales – que muestran una leve desaceleración durante este año. Por otra parte, mercados como Europa no acogerán en 2007 el mismo número de acontecimientos señalados que el año pasado.

*El informe HotelBenchmark™ de Deloitte es el mejor instrumento de seguimiento del desempeño hostelero mundial que existe en el mercado. Examina diaria y mensualmente los resultados de 7.000 hoteles de 420 mercados a través de 140 países. Para mayor información llame al +44 (0) 20 7007 3974 o visite la página <www.HotelBenchmark.com>.*

#### Actividad de los hoteles por región

		Ocupación (%)		
		2006	2005	cambio
<b>Oriente Medio y Africa</b>				
Egipto	Alejandro	72,8	73,4	-0,8
	Cairo	73,7	71,4	3,3
	Luxor	58,5	57,1	2,4
	Sharm El-Sheikh	65,1	70,9	-8,3
Jordania	Amman	57,4	70,6	-18,7
Líbano	Beirut	48,6	49,2	-1,2
Rep. Arabe Siria	Damasco	51,5	55,4	-7,1
Qatar	Doha	73,7	74,6	-1,2
Emir. Arabes Unidos	Dubai	83,1	83,6	-0,6
Arabia Saudita	Riyadh	71,9	65,4	9,9
Omán	Muscat	63,5	72,3	-12,3
Kenya	Nairobi	70,5	75,3	-6,5
Sudáfrica	Ciudad del Cabo centro	71,2	69,5	2,4
	Johannesburgo	73,4	69,6	5,5
<b>América Central y del Sur</b>				
Costa Rica	San Jose	69,4	70,3	-1,3
Perú	Lima	66,0	65,1	1,4
Brasil	Rio de Janeiro	64,4	62,3	3,4
	San Paulo	57,8	51,9	11,3
Argentina	Buenos Aires	73,8	73,5	0,3
Chile	Santiago	70,7	63,5	11,3

Fuente: Encuesta HotelBenchmark™ por Deloitte

© 2007 Deloitte & Touche LLP. Derechos reservados

#### Actividad de los hoteles por región

	Ocupación (%)			Tarifa media por habitación - \$EE.UU.			RevPAR - \$EE.UU.		
	2006	2005	cambio (%)	2006	2005	cambio (%)	2006	2005	cambio (%)
Europa	69,2	67,4	2,8	139	129	8,4	97	87	11,4
Europa (en euros)	69,2	67,4	2,8	110	104	5,6	76	70	8,5
Oriente Medio	68,8	69,5	-1,0	143	121	17,8	98	84	16,7
Asia y el Pacífico	71,8	71,8	0,0	121	110	10,0	87	79	10,1
América Central y del Sur	64,4	64,0	0,6	118	108	9,3	76	69	10,0

Fuente: Encuesta HotelBenchmark™ por Deloitte, © 2007 Deloitte & Touche LLP. Derechos reservados

## Actividad de los hoteles por región

		Ocupación (%)		
		2006	2005	cambio
<b>Europa</b>				
Islandia	Reykjavik	68,1	64,3	5,9
Noruega	Oslo	73,5	69,8	5,3
Suecia	Estocolmo	73,3	70,7	3,7
Dinamarca	Copenhague	74,9	72,6	3,1
Irlanda	Dublín	78,1	74,1	5,3
Reino Unido	Londres	82,4	76,2	8,2
Países Bajos	Amsterdam	78,9	76,6	3,0
Bélgica	Bruselas	70,9	67,6	4,9
Luxemburgo	Luxemburgo	69,4	68,9	0,7
Alemania	Frankfurt am Main	60,6	62,2	-2,5
	Berlín	67,6	63,6	6,3
Francia	París	74,4	70,7	5,1
Austria	Viena	75,6	72,6	4,1
Suiza	Ginebra	63,5	60,2	5,5
	Zurich	76,1	71,3	6,7
Rep. Checa	Praga	72,1	74,2	-2,9
Eslovaquia	Bratislava	65,5	72,2	-9,3
Hungría	Budapest	67,6	72,2	-6,3
Polonia	Varsovia	63,7	56,7	12,2
Fed. de Rusia	Moscú	71,2	71,9	-1,0
Portugal	Lisboa	63,1	55,1	14,6
España	Madrid	70,1	67,9	3,2
	Barcelona	69,9	70,4	-0,7
Italia	Milán	67,5	63,9	5,5
	Roma	77,1	73,7	4,7
Grecia	Atenas	65,9	61,3	7,4
Turquía	Estambul	71,2	74,6	-4,6
Israel	Tel Aviv	67,5	68,5	-1,4
<b>Asia y el Pacífico</b>				
China	Beijing	74,1	75,9	-2,4
	Shanghai	69,5	72,6	-4,3
Hong Kong (China)	Hong Kong	83,2	81,3	2,4
Taiwan (pr. de China)	Taipei	75,7	78,0	-3,0
Japón	Osaka	78,9	78,0	1,1
	Tokyo	77,8	78,4	-0,7
Corea, Rep. de	Seoul	69,5	71,5	-2,8
Vietnam	Hanoi	79,2	79,3	-0,1
Tailandia	Bangkok	73,7	76,0	-3,0
	Phuket	63,4	47,7	33,1
Malasia	Kuala Lumpur	72,6	73,1	-0,7
Singapur	Singapur	81,5	79,4	2,6
Indonesia	Jakarta	57,3	54,8	4,6
	Bali	54,6	57,9	-5,7
Filipinas	Manila	72,3	74,5	-2,9
India	Mumbai	75,5	71,8	5,1
	Nueva Delhi	73,8	77,9	-5,3
Australia	Sydney	78,1	76,7	1,8
Nueva Zelandia	Auckland	74,5	74,3	0,4

Fuente: Encuesta HotelBenchmark™ por Deloitte

© 2007 Deloitte &amp; Touche LLP. Derechos reservados

## Distribución de viajes

A las empresas turísticas les cuesta mucho adaptarse al nuevo entorno de actividad del sector de viajes y turismo – en el que en numerosos países hay comisión cero para los agentes de viajes. Sin embargo, ya hay signos claros de que los futuros destinos de éxito y otras partes interesadas del sector turístico se amoldarán a este nuevo entorno para abarcar todas las modalidades de distribución. Las tecnologías de la comunicación y la información (TIC) se han convertido en el factor clave.

En un informe realizado en noviembre de 2006 para la Feria Internacional del Turismo de Berlín basado en las conclusiones del Foro anual de Pisa, IPK International, Miembro Afiliado de la OMT y empresa fundadora del World Travel Monitor y su informe, mostró que la organización dinámica de viajes por Internet ha ido extendiéndose en 2006 conforme aumentaba el número de viajeros que preferían reservar sus viajes a través de este medio y confeccionar a su gusto su programa turístico. Los consumidores desean tener mayor control sobre la organización de sus viajes, sobre todo cuando se trata de viajes de ocio, y la tecnología les ha proporcionado el medio de asumir este control y personalizar sus proyectos de viaje. Esta tendencia se ha hecho patente también en China en donde, por lo que parece, los consumidores jóvenes e instruidos se están rebelando contra la rigidez de los paquetes turísticos preestablecidos y los viajes organizados. Cada vez menos viajeros están dispuestos a creerse las bondades de la publicidad comercial de las reseñas turísticas profesionales y, gracias a la democratización de la tecnología y a la difusión de Web 2.0, ya no tienen por qué hacerlo. Sólo el 38 % de los turistas estadounidenses leen las reseñas profesionales, según la Asociación Turística de EE.UU. (*Travel Industry Association of America, TIA*), mientras que uno de cada tres leen las reseñas sobre destinos que elaboran otros turistas y dos de cada tres leen los comentarios de otros viajeros sobre los hoteles.

El desarrollo de la banda ancha y los aparatos móviles también está estimulando la interacción de los consumidores, como muestra el informe de IPK International, incitando a que los viajeros compartan su experiencia de los destinos y los proveedores de servicios turísticos con los demás internautas. Varios de los principales especialistas en tecnologías del turismo, como PhoCusWright, confirman estas tendencias y prevén que el presente año en Estados Unidos más de la mitad (el 54 %) de las reservas de viajes se harán por Internet. En comparación, la proporción de reservas de viajes en línea será en Europa inferior al 40 % para 2008 – lo que supone, sin embargo, un enorme crecimiento con respecto a los últimos años. Proveedores de servicios como las compañías aéreas, los hoteles o las empresas de alquiler de vehículos han superado los resultados de las agencias de viaje en línea (como Expedia, Travelocity, Orbitz y Priceline) desde el año 2000, según afirma PhoCusWright, aunque también pronostica que los índices de crecimiento de ambos canales habrán convergido en 2008.

Durante años, los proveedores de servicios han jugado con ventaja con respecto a las agencias de viajes en línea, pues controlaban sus propios inventarios y podían captar clientes de Internet a través de sus canales tradicionales de forma relativamente económica. De hecho, la presión que los proveedores de viajes ejercen sobre los intermediarios ha provocado considerables cambios de propiedad en tres de los principales agentes del sector: primero la adquisición de acciones privadas de Cendant (ahora denominada TravelPort) y Sabre Holdings, y más tarde la compra de Worldspan por TravelPort. Pero la ventaja de los proveedores de servicios en línea está disipándose a medida que la mayoría de las transacciones turísticas empiezan a hacerse vía Internet. El mayor grado de adelanto del mercado turístico por Internet de EE.UU. hace que numerosas innovaciones, como la organización dinámica de viajes, las metabúsquedas o la movilización de contenidos generados por los usuarios, se gestan en EE.UU. antes de extenderse a otros mercados mundiales. Muchas de estas innovaciones hacen uso de nuevas posibilidades de Internet, lo que PhoCusWright ha denominado Travel 2.0 – la aplicación al sector turístico de los procedimientos de Web 2.0 para conceder autonomía al consumidor por Internet.

## Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

### *La revolución silenciosa que está transformando el sector turístico*

El mundo es cada vez más digital gracias a los avances continuos de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, las comunicaciones utilizan cada día más la tecnología digital y son más móviles y de más amplio alcance. De esta revolución está naciendo una nueva industria de viajes y turismo. Actualmente Internet forma parte por derecho propio de toda la cadena de distribución de viajes – desde la búsqueda de información y comentarios sobre viajes a la reserva de servicios – lo que está transformando el comportamiento de los consumidores. Según la empresa Internet Advertising Bureau, cada día se utilizan más los motores de búsqueda para obtener información, confiándose más en ellos que en la familia o los amigos. Paralelamente el Web 2.0 está constituyéndose en la principal fuente de «información de boca en boca virtual» y la tendencia a reservar viajes por Internet sigue afianzándose – en los EE.UU., por ejemplo, PhoCusWright estima que el año pasado el 46 % de los ingresos de alojamiento se obtuvieron por canales electrónicos (el 25 % procedieron de agencias de viajes en línea y el 21 % de páginas web con marca propia). Por ello no ha de sorprender que el consumo mundial de medios de comunicación se realice en la actualidad mayoritariamente por vía digital y que las personas menores de 55 años consagren más tiempo al consumo de medios

digitales que a los de cualquier otro tipo, incluidas la televisión y la radio tradicionales.

Las tecnologías digitales han transformado radicalmente los modos de hacer negocios y los estilos de vida individuales. Hoy en día, la gente utiliza cada vez más los medios digitales para comunicar y realizar transacciones, ya se trate de enviar o recibir correo electrónico, hablar por teléfonos móviles o participar en un foro social en red, comprar música o reservar unas vacaciones por Internet. Esta revolución digital pasa actualmente por una fase de transición entre las redes de baja velocidad a las de alta velocidad. Las redes de banda ancha han progresado mucho en el ámbito de las líneas fijas: a finales de 2005 había unos 216 millones de usuarios de banda ancha distribuidos por 166 economías, lo que equivale a casi la mitad del total de contratantes de Internet y la quinta parte de todas las líneas fijas. De forma lenta pero segura, esta transición también se está dando en el ámbito de las redes móviles gracias a la llegada de la banda ancha móvil (por ej. los sistemas de telefonía móvil de tercera generación). A finales de 2005 había unos 62 millones de usuarios de teléfonos móviles de banda ancha con servicios disponibles en unos 60 países. Por otra parte, las redes inalámbricas de área local o urbana (del tipo Wi-Fi o WiMax) están empezando a cobrar importancia.

Como puede imaginarse, la contribución de las TIC a la economía general ha aumentado rápidamente, a pesar de la caída de los precios. El mercado de las TIC en el mundo valía más de tres billones de dólares en 2005.

### Se dispara la publicidad por Internet

A medida que el mundo se digitaliza, el gasto publicitario en Internet aumenta cada vez más. Zenith Optimedia, grupo empresarial especializado en los medios de comunicación, ha señalado el impresionante aumento del gasto publicitario en Internet. Sólo fueron necesarios once años para que el gasto en Internet superase al de dos soportes publicitarios tradicionales: el cine (al que superó en 1997) y la publicidad de exteriores (que superó el año pasado) y se prevé que para 2009 el gasto publicitario en Internet superará al de la radio. Y sigue habiendo un enorme potencial de crecimiento. La penetración de Internet está alcanzando cimas cercanas al 70 % en los mercados más maduros, pero la media mundial sólo es del 17 %. Aun así, incluso en los mercados más desarrollados, la parte de los presupuestos publicitarios que se gastan en Internet es muy inferior en proporción a la cantidad de tiempo que los consumidores dedican a este medio. En 2005, los consumidores de Estados Unidos, Japón y Reino Unido (los tres mercados más importantes) gastaron el 22 % del tiempo que dedican a los medios de comunicación en Internet, y sin embargo los anunciantes de estos tres mercados sólo gastaron en este medio el 6,8 % de sus presupuestos – un cociente consumo-gasto de más de 3:1. Según los pronósticos de ZenithOptimedia, Internet copará cerca del 9 % del gasto mundial en 2009. Internet ya atrae más del 10 % del gasto publicitario total en tres mercados (Noruega, Suecia y Reino Unido).

20 principales economías clasificadas según el número de suscriptores al 31 de diciembre de 2005

Total de suscriptores banda ancha fija (millones)				Total de suscriptores de los cuales, de los cuales, penetración (por 100 habitantes)				
Rango	país	penetración (por 100 habitantes)	como % de suscriptores Internet	Rango	país	total de suscriptores banda ancha móvil (millones)	penetración (por 100 habitantes)	
Mundo	215	3,3	56,2	Mundo	2.168	60,2	33,5	
1	Estados Unidos	49,4	73,9	1	China	393,4	*	29,9
2	China	37,5	51,2	2	Estados Unidos	201,7	4,4	67,6
3	Japón	22,4	55,0	3	Federación de Rusia	120,0	*	83,6
4	Corea, Rep. de	12,2	100,0	4	Japón	94,7	17,8	74,0
5	Alemania	10,7	53,4	5	India	90,0	*	8,2
6	Reino Unido	9,5	63,1	6	Brasil	86,2	0,2	46,3
7	Francia	9,5	75,3	7	Alemania	79,2	2,3	95,8
8	Italia	6,8	38,5	8	Italia	72,2	10,3	124,3
9	Canadá	6,7	90,1	9	Reino Unido	61,1	4,5	102,2
10	España	5,0	90,0	10	Francia	48,1	1,6	79,4
11	Taiwan (pr. de China)	4,6	61,2	11	Mexico	47,5	..	44,3
12	Países Bajos	4,1	58,6	12	Indonesia	46,9	..	21,1
13	Brasil	3,3	41,8	13	Turquía	43,6	*	59,6
14	Mexico	2,3	58,0	14	España	41,3	0,9	96,8
15	Australia	2,1	35,2	15	Corea, Rep. de	38,3	12,5	79,4
16	Bélgica	2,0	90,3	16	Sudáfrica	34,0	0,2	71,6
17	Suecia	1,8	55,8	17	Filipinas	32,8	*	39,5
18	Suiza	1,7	71,6	18	Polonia	29,2	0,1	75,7
19	Hong Kong (China)	1,7	62,8	19	Tailandia	27,4	*	43,0
20	Turquía	1,6	70,6	20	Taiwan (pr. de China)	22,2	0,1	97,4

Fuente: digital.life 2006, International Telecommunication Union

\*Banda ancha y «Banda ancha móvil» es igual o mayor a 256 kbit/s en una o ambas direcciones ; \* 3G no disponible comercialmente, al 31 de diciembre 2005

Delivered by http://www.e-unwto.org  
Lic. Sergio González (194-07-155)  
martes, 30 de junio de 2009 8:52:46

# WTOelibrary

Una de las mejores fuentes de información turística creada por la OMT

La librería virtual WTOelibrary tiene una colección de más de 1.000 libros en español, inglés, francés, ruso y árabe que se actualiza a diario y ofrece la búsqueda de publicaciones y su acceso en sus respectivos idiomas.

- La WTOelibrary ofrece nuevas oportunidades para instituciones académicas para incrementar su eficacia y minimizar gastos administrativos.
- La WTOelibrary es un recurso de educación competitivo y moderno para el estudio a distancia, programas de Master y uso profesional.
- Encuentre toda la información necesaria gracias a un sistema de búsqueda avanzada.
- Obtenga acceso a toda la información estadística más reciente a través del *Tourism Factbook*.



[www.WTOelibrary.org](http://www.WTOelibrary.org) donde el conocimiento ya no es una cuestión de distancias

Conecte su universidad o su acceso individual al mundo de información turística

Para mayor información por favor contáctenos:

Organización Mundial del Turismo

Capitán Haya, 42 • 28020 Madrid • España

Tel.: (+34) 91 567 82 51 • Fax: (+34) 91 571 37 33 • email: [WTOelibrary@unwto.org](mailto:WTOelibrary@unwto.org)

## Regiones

### Europa

#### Resultados

El turismo en Europa recibió un gran impulso del conjunto de acontecimientos que tuvieron lugar el año pasado, como los Juegos Olímpicos de invierno en Turín, la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA en Alemania, la Copa Ryder en Irlanda y un gran número de eventos culturales – como el cuarto centenario del nacimiento de Rembrandt, los 250 años del de Mozart y los 125 del de Picasso. La continua expansión y propagación de los servicios aéreos de bajo coste en la región también espoleó la demanda, en detrimento a veces de destinos que no gozan de la cobertura de dichos servicios y cuya competitividad resultó dañada en consecuencia. El crecimiento estimado del 4 % en las llegadas de turistas internacionales puede parecer modesto en comparación con otras regiones del mundo. Pero viene a culminar una base amplísima y representa un aumento de casi 17 millones de turistas internacionales en Europa. El crecimiento de los últimos años ha sido constante y en 2006 el número de llegadas de turistas internacionales ascendió a 458 millones, lo que corresponde a más del 54 % del total mundial.



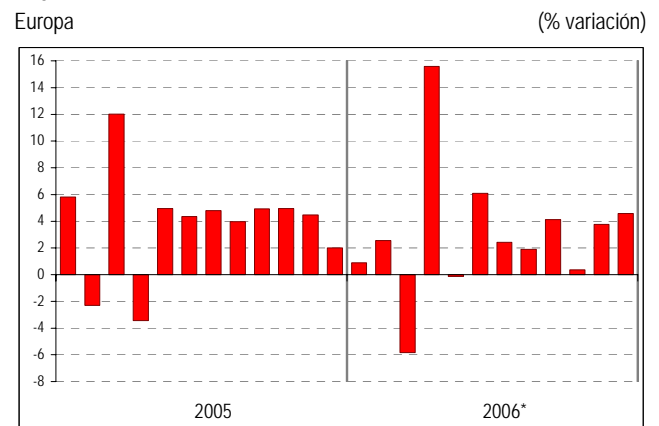
Aunque algunos de los temores que gravitaban sobre el sector turístico europeo no se hicieron realidad el año pasado – como la epidemia de gripe aviar – la región tuvo que afrontar diversos retos. Entre ellos se encuentran las renovadas amenazas terroristas que fueron la causa del endurecimiento de los controles de seguridad en los aeropuertos, unos patrones climáticos irregulares y las inundaciones en varias partes de Europa, por no mencionar la subida del precio del petróleo que provocó el encarecimiento de las tarifas aéreas mediante el aumento de los impuestos y los sobrecargos al combustible.

Como es habitual, la interpretación de cada dato en particular debe hacerse con cautela, pues muchos son los países que no disponen todavía de resultados finales. En algunos casos, los resultados de los diversos periodos del año pasado se han extraído del conjunto de los indicadores disponibles – las pernoctaciones en cualquier forma de

alojamiento homologado o sólo en hoteles, por ejemplo – lo que no siempre es reflejo cabal de las tendencias en materia de llegadas de turistas. Francia es un buen ejemplo a este respecto.

Los datos sobre los ingresos por turismo internacional son aún muy elementales y no parecen reflejar un patrón específico para toda Europa. Entre los principales destinos turísticos de la región, ni Francia ni España parecen haber experimentado cambios significativos desde 2005, en tanto que en Italia, cuyos resultados globales en 2006 fueron excelentes, los datos del año hasta la fecha muestran un crecimiento de las llegadas superior al de los ingresos (el 11 % frente a sólo el 6,6 %). Ello resulta sin duda alguna del aumento superior a la media de los viajes cortos de los europeos a destinos de Europa. En el Reino Unido el aumento de las llegadas coincidió con un crecimiento similar de los ingresos (7 % y 7,4 % respectivamente). Lo mismo ocurrió en Alemania, donde el crecimiento de los ingresos (+11,6 % durante los 11 primeros meses) es comparable al de las llegadas (+9,5 %).

Llegadas de turistas internacionales, evolución mensual



Al 4 % de crecimiento medio en toda Europa de las llegadas de turistas internacionales corresponde la gran diversidad de resultados en las subregiones. La enorme demanda contenida de los destinos de Europa Central y Oriental de los últimos años parece actualmente haber tocado fondo – tras el 1,4 % de 2005, se estima que el crecimiento de la subregión en 2006 es del 1 % – si bien ciertos países de la subregión siguen obteniendo resultados especialmente buenos, en particular Armenia, Bulgaria, Eslovaquia, Letonia, Lituania y República Checa. Europa Occidental (+4 %) por fin se ha recuperado tras dos años de crecimiento inferior al promedio mundial, mientras que los resultados de la Europa del Sur y Mediterránea, con un crecimiento medio cercano al 4 %, fueron excelentes para esta subregión que recibió más de 165 millones de turistas en 2006. Ambas, no obstante, obtuvieron resultados muy inferiores a los registrados por la subregión que durante los últimos tres años ha mostrado el mejor desempeño: Europa del Norte (+7 % en 2006).

Dentro de Europa del Norte, Islandia, Finlandia e Irlanda fueron los países que, según los datos disponibles, registraron el mayor crecimiento: todas ellas superior al 10 %. Tras los buenos resultados de 2004 y 2005, Reino Unido también

registró un saludable crecimiento del 7 %. En el caso de Islandia (+14 %), el tipo de cambio favorable fue el factor decisivo, que también redundó en el crecimiento del volumen de facturación del sector turístico, según las respuestas del Grupo de Expertos de la OMT. SAS y British Airways también reanudaron vuelos de invierno que no existían desde hacía varios años. Finlandia (un incremento de las pernoctaciones del +11 % hasta octubre) muestra unos índices de crecimiento excepcionales en los últimos meses de 2006, de entre el 11 % y el 16 % dependiendo del mercado emisor. El principal factor que puede explicar el fenómeno es el rápido crecimiento económico de Rusia y China y el gran aumento de visitantes procedentes de estos mercados,

aunque también estimularon el crecimiento el turismo procedente de Japón e India. La presidencia finlandesa de la Unión Europea también ha potenciado los viajes de negocios. Los datos en materia de pernoctaciones de Noruega (+3 %) y Suecia (+4 %) también reflejan el importante crecimiento del turismo emisor de Rusia y otros mercados emergentes. En el caso de Noruega, los buenos resultados de los mercados emergentes de larga distancia compensaron la disminución de fuentes importantes como Alemania, Dinamarca y Suecia. Es interesante observar que sólo Dinamarca (-0,3 % de las pernoctaciones) registró un aumento del turismo procedente del mercado estadounidense.

## Llegadas de turistas internacionales por países de destino

Series	Año completo					Datos mensuales o trimestrales (% variación sobre el mismo periodo del año anterior)																
	2005	2006	04/03	05/04	06/05	Series	2006*	2005														
	(1000)	(1000)			(%)	AHF	T1	T2	T3	T4	jul.	ago.	sept.	oct.	nov.	dic.	T1	T2	T3	T4		
<b>Europa</b>	440.960	457.973	4,3	4,0	3,9		3,0	-1,2	6,5	2,7	2,6	2,4	1,9	4,1	0,4	3,8	4,6	5,3	2,2	4,4	3,6	
<i>Europa del Norte</i>	52.868	56.334	8,4	6,5	6,6		6,6	4,0	7,5	8,7	4,4	6,9	7,5	13,1	2,4	6,6	4,5	10,7	10,5	6,5	7,8	
Dinamarca	TCE	4.562	..	5,4	..	NHS(1)	-0,3	-2,2	4,1	-2,2	..	-0,4	-4,3	-2,4	-1,2	-0,3	..	3,1	-5,6	-2,8	5,6	
Finlandia	TF	3.140	..	3,0	10,6	..	NHS(2)	10,8	15,1	7,6	8,3	..	9,3	0,7	20,5	20,2	..	-5,5	15,1	-0,5	8,6	
Islandia	TCE	871	..	8,4	4,2	..	THS(2)	13,9	10,3	13,3	14,1	..	11,7	12,9	21,8	10,3	32,6	..	-0,2	9,7	7,0	1,6
Irlanda	TF	7.333	..	2,8	5,5	..	TF	10,6	7,7	17,0	8,6	..	7,4	5,7	13,8	5,5	..	6,5	2,4	6,2	10,3	
Noruega	TF	3.859	..	11,0	6,4	..	NHS	3,0	-3,5	3,7	4,4	..	4,1	3,8	7,0	9,0	14,4	..	1,7	3,7	3,0	9,3
Suecia	TCE	3.133	..	1,7	4,3	..	NCE(3)	3,8	5,1	3,9	2,8	..	3,7	6,1	-4,2	2,5	7,2	..	7,0	3,3	6,7	9,8
Reino Unido	VF	29.970	..	12,3	8,0	..	VF	7,1	3,2	6,4	12,5	..	9,4	12,2	16,7	0,1	5,9	..	13,3	12,0	4,2	4,3
<i>Europa Occidental</i>		142.598	148.678	2,2	2,6	4,3		1,9	-3,2	7,2	0,4	2,9	1,1	-1,3	1,8	0,0	4,1	5,8	4,8	-1,3	4,4	2,3
Austria	TCE	19.952	20.256	1,5	3,0	1,5	TCE	1,5	-4,3	11,6	1,2	2,4	0,8	-3,9	9,4	-1,5	2,9	5,0	11,1	-9,2	1,2	6,8
Bélgica	TCE	6.747	..	0,3	0,6	..	TCE	4,1	4,4	6,8	..	..	3,9	-3,5	..	..	..	..	-2,1	-2,3	1,6	4,9
Francia	TF	75.910	..	0,1	1,1	..	NHS	-2,6	-8,5	2,6	-2,9	..	-2,6	-2,4	-4,0	-6,3	-0,1	..	1,6	-1,7	5,0	-1,1
Alemania	TCE	21.500	..	9,4	6,8	..	TCE	9,5	7,1	14,5	7,4	..	8,3	2,6	11,9	9,2	8,0	..	6,1	6,1	7,2	7,4
Liechtenstein	THS	50	..	-1,0	2,6	..	THS	10,1	7,5	14,8	7,2	..	3,7	0,0	19,3	10,7	14,9	..	8,2	-6,2	3,3	6,9
Países Bajos	TCE	10.012	10.900	5,1	3,8	8,9	TCE	10,2	4,5	17,8	6,9	..	10,9	1,3	9,6	..	..	..	14,3	-3,1	3,2	5,9
Suiza	THS	7.229	..	..	..	..	THS	8,3	7,0	10,6	7,2	..	5,5	6,4	10,3	10,5	6,5	..	..	..	..	..
<i>Eur. Central/Oriental</i>		87.106	87.999	10,0	1,4	1,0		0,4	-2,9	2,3	0,3	1,1	-0,4	-1,5	3,1	-1,5	2,4	3,1	3,2	1,5	-3,8	0,0
Armenia	TCE	319	..	27,6	21,3	..	TF	18,3	15,3	12,0	22,8	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Bulgaria	TF	4.837	5.158	14,4	4,5	6,6	TF	6,6	1,1	3,2	7,9	13,1	10,1	9,1	2,7	0,0	15,9	26,8	3,7	6,6	7,4	-5,1
Rep. Checa	TCE	6.336	..	19,4	4,5	..	TCE	3,8	-1,2	6,6	4,3	..	..	..	..	..	..	..	10,5	2,8	1,3	7,1
Estonia	TF	1.917	1.960	19,7	9,5	2,2	TCE	-2,0	-5,8	-1,0	-2,2	..	-3,2	-0,5	-2,9	-0,9	2,3	..	29,9	8,1	1,9	-3,5
Hungría	TF	10.048	..	..	-17,7	..	TF	-8,3	-16,1	-7,7	-4,2	..	..	..	..	..	..	..	-17,7	-8,9	-26,1	-12,6
Letonia	TF	1.116	..	11,2	3,4	..	VF	22,7	28,2	21,6	26,7	13,7	26,0	20,9	36,3	14,0	10,9	16,0	28,6	28,4	18,5	13,4
Lituania	TF	2.000	..	20,7	11,1	..	TCE	8,1	15,5	7,8	..	..	3,0	..	..	..	..	..	16,6	24,7	7,9	18,8
Polonia	TF	15.200	..	4,2	6,4	..	VF	-0,1	-1,0	5,3	-3,4	..	-4,3	-3,9	-1,7	-4,1	2,6	..	12,3	0,3	4,8	2,1
Rumania	TCE	1.430	..	23,0	5,2	..	TCE	-6,4	12,1	-7,3	-12,9	..	-15,8	-13,2	-8,9	..	..	..	14,9	3,7	3,1	4,7
Eslovaquia	TCE	1.515	..	1,0	8,1	..	TCE	8,2	10,0	14,3	3,6	..	..	..	..	..	..	..	10,1	10,4	2,3	16,3
<i>Eu. Meridional/Medit.</i>		158.387	164.962	1,9	6,0	4,2		4,2	0,1	7,7	4,0	2,5	3,4	4,3	4,3	1,1	3,1	4,3	4,9	3,2	8,2	5,7
Andorra	TF	2.418	2.227	-11,0	-13,4	-7,9	TF	-7,9	-12,2	0,2	-9,4	-7,8	-11,7	-10,7	-4,7	-6,0	-9,0	-8,1	-17,6	-13,7	-11,1	-9,5
Croacia	TCE	8.467	..	6,8	7,0	..	TCE	2,1	-13,4	6,0	0,9	..	0,3	-2,0	9,6	4,6	19,4	..	18,2	3,5	7,7	10,0
Chipre	TF	2.470	2.401	2,0	5,2	-2,8	TF	-2,8	-15,1	2,6	-2,6	-4,9	0,7	-6,5	-2,1	-3,2	-8,7	-6,1	10,0	4,5	6,9	0,2
Ex Rep.Y.Macedonia	TCE	197	..	4,8	19,3	..	TCE	2,4	-5,8	8,3	8,9	..	3,6	9,5	14,1	-11,4	-4,6	..	21,1	17,9	21,1	17,5
Grecia	TF	14.276	..	-4,7	7,2	..	NHS	3,7	-10,8	5,0	..	..	..	..	..	..	..	..	14,9	1,8	6,8	-1,5
Israel	TF	1.903	1.822	41,6	26,4	-4,2	TF	-4,2	25,1	20,1	-32,9	-18,9	-25,4	-36,9	-37,5	-11,1	-29,0	-16,6	25,2	28,9	23,0	28,8
Italia	TF	36.513	..	-6,4	-1,5	..	TF	10,8	4,6	14,1	11,9	..	10,0	14,0	11,6	8,8	..	..	-5,9	-7,7	3,5	4,0
Malta	TF	1.171	1.124	3,4	1,3	-4,0	TF	-4,0	-4,3	-1,7	-6,6	-2,1	-2,9	-7,8	-8,7	-10,0	2,7	15,0	2,9	0,7	1,5	0,6
Portugal	TF	..	..	-0,8	..	..	NHS	7,5	-0,3	11,7	8,1	..	7,8	8,6	7,9	6,7	8,5	..	6,6	-0,2	8,6	4,7
Serbia	TCE	725	..	20,6	25,0	..	TCE	2,7	3,8	1,2	3,6	..	-4,3	11,6	4,0	2,3	..	..	..	..	..	..
Eslovenia	TCE	1.555	1.615	9,2	3,7	3,9	TCE	3,9	0,7	4,8	2,0	9,3	2,7	-0,5	4,8	1,3	15,8	16,9	13,6	0,6	0,6	8,6
España	TF	55.916	58.451	3,1	6,6	4,5	TF	4,5	1,1	9,6	3,7	2,5	3,0	3,3	4,9	3,6	1,4	1,8	8,2	4,6	8,1	5,4
Turquía	TF	20.273	18.916	26,1	20,5	-6,7	TF	-6,7	-10,9	-6,9	-3,7	-10,2	-3,1	1,4	-10,3	-20,1	-5,7	7,5	29,7	26,2	18,0	12,8

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, enero de 2007)

Véase el cuadro de la página 2 de abreviaturas y signos usados

(1) Se incluye viviendas de vacaciones

(2) Únicamente hoteles

(3) Hoteles de ciudad, hoteles de resorts, villas de vacaciones y alberges juveniles

La renovada bonanza de la eurozona, así como la continua ampliación de la cobertura de las compañías aéreas de bajo coste y la mejora de los enlaces aéreos con la próspera India fueron factores decisivos del crecimiento de Reino Unido (el 7 % durante los 11 primeros meses de 2006) que compensaron eventos negativos como el trastorno de los horarios aéreos que, de mediados de agosto a inicios de septiembre, resultó del endurecimiento de las medidas de seguridad provocado por la amenaza terrorista al londinense Aeropuerto de Heathrow.

Otro factor positivo fue la disminución paulatina de los recargos sobre el carburante (aunque la duplicación del impuesto sobre los pasajes aéreos a partir de febrero de 2007 quizás contrarreste su efecto). Irlanda (+11 % hasta octubre) asistió a un fuerte y prolongado crecimiento de todos sus mercados principales durante el último cuatrimestre de 2006 – en particular los de Estados Unidos, Gran Bretaña y la Europa continental (sobre todo Italia, Austria, Francia, los países nórdicos, Bélgica, España y los mercados emergentes de Europa Oriental). El turismo interno obtuvo buenos resultados y hubo un repunte de segmentos de productos especializados como el golf, el senderismo, la pesca con caña y las actividades ecuestres. La Copa Ryder, que se celebró en Irlanda en septiembre, también potenció la demanda.

Como era de prever, la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA también aportó considerables ganancias a Alemania – las llegadas internacionales aumentaron un 9,5 % durante los 11 primeros meses del año. Los aficionados al fútbol dispararon los índices de crecimiento de las llegadas de ciertos mercados durante los meses de junio y julio – por citar sólo algunos ejemplos, las llegadas de Portugal aumentaron un 110 %, las de Brasil un 256 % y las de América Central y el Caribe un 405 %. En cifras absolutas, Reino Unido fue el mayor mercado emisor, generando 293.000 llegadas adicionales durante ambos meses, según el Consejo Nacional de Turismo de Alemania (DZT), mientras que a los EE.UU., con 211.000 visitantes más, corresponde el segundo puesto. Los datos del DZT también muestran que el único motivo de visita del 73 % de los visitantes que viajaron a Alemania durante ese periodo fue la Copa Mundial de Fútbol.

Para los Países Bajos (+10 % hasta septiembre), 2006 fue un año excelente, en el que las celebraciones del cuarto centenario del nacimiento de Rembrandt constituyeron el principal factor de aumento de las llegadas procedentes de mercados europeos. Aun así, también se registraron fuertes incrementos de mercados de larga distancia como Brasil (+25 %), China (+17 %) y Australasia (+18 %), así como de Rusia (+32 %). Los resultados del mercado emisor japonés (-4 %) fueron, sin embargo, decepcionantes. De igual modo, Suiza (+8 % hasta noviembre) registró un crecimiento de las llegadas de mercados de corta y larga distancia y gracias a los servicios aéreos de bajo coste también se intensificaron las estancias breves en ciudades por motivos de negocios. Los destinos urbanos obtuvieron resultados particularmente buenos.

Aún es demasiado pronto para evaluar los resultados de Francia, pues las estadísticas disponibles sólo cubren las pernoctaciones en hoteles. Con todo, Francia parece haber

sufrido menos que otros destinos de deportes de invierno la falta de nieve a finales de 2006 gracias a sus centros turísticos situados a gran altitud.

Austria padeció un verano lluvioso, pero inició la temporada de invierno con resultados positivos pese a la falta de nieve y cerró el año con un crecimiento de casi el 2 %. Viena y Salzburgo registraron resultados superiores a la media debido a las celebraciones del 250 aniversario del nacimiento de Mózart, así como al continuo aumento de los vuelos de compañías aéreas de bajo coste y de las estancias breves en ciudades. Los que tradicionalmente han sido los principales mercados emisores de Austria (Alemania, los Países Bajos e Italia) parecen estar de capa caída, mientras que los países escandinavos, Polonia y Rusia están creciendo.

Europa Central y Oriental parece haber cerrado 2006 con un crecimiento del 1 %. Los datos de que se dispone hasta el momento muestran que, a excepción de Armenia, Bulgaria, Eslovaquia, Letonia, Lituania y República Checa, los demás países de la subregión han arrojado unos resultados más bien flojos (cabe señalar que no se dispone de datos sobre las llegadas de destinos importantes como Rusia y Ucrania, si bien los datos sobre los ingresos de los tres primeros trimestres – +27 % en Rusia y 11 % en Ucrania – parecen indicar que el año ha sido bueno). Los buenos resultados de Letonia y Eslovaquia, mejores que los de 2005 en ambos casos, se deben en gran medida a los servicios aéreos de bajo coste. Los dos mercados principales de Estonia, Finlandia y Alemania, se han reducido, pero ello se ha compensado parcialmente con el aumento de turismo procedente de Rusia y Letonia – tanto en pernoctaciones como en llegadas. La simplificación de los procesos de obtención de visados ha entrado en vigor para los ciudadanos rusos en enero de 2006. La recesión de Hungría (-8 % durante los tres primeros trimestres de 2006) se atribuye a varios factores diferentes, todos los cuales tuvieron graves consecuencias según el Grupo de Expertos de la OMT. Durante las vacaciones de Semana Santa hubo inundaciones en Budapest, si bien las manifestaciones que tuvieron lugar durante el otoño quizás hayan tenido mayor efecto en la demanda pese a que, al menos en lo que a los turistas se refiere, no había nada de qué preocuparse. Entretanto, la difícil situación económica ha provocado el aumento de los impuestos.

Europa del Sur y Mediterránea (+4 %) padeció una desaceleración de su crecimiento el año pasado, que se vio agravada por la disminución de las llegadas a Turquía (-7 %). Obviamente, ello puede atribuirse parcialmente al aumento de las tensiones políticas derivado de la crisis entre Israel y El Líbano, aunque Turquía también ha padecido amenazas y atentados terroristas, por no citar la agitación provocada por el incidente de las caricaturas publicadas en Dinamarca a principios de año. El desplazamiento de los flujos turísticos de las costas orientales del Mediterráneo a los más que probados destinos de las costas occidentales, como los de España (+4,5 %), Italia (+11 % hasta octubre) o Portugal (+7,5 % de las pernoctaciones hasta noviembre) prosiguió en 2006 – también por influencia de la crisis en Oriente Medio. Ello también puede explicar las recesiones o desaceleraciones de países como Chipre (-2,8 %). Uno de los

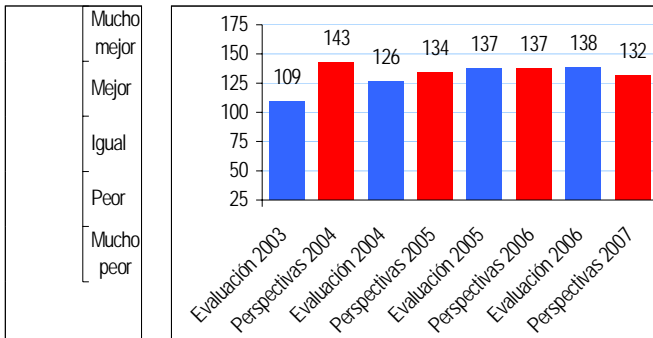


Perspectivas

El Grupo de Expertos en Turismo de la OMT otorgó a 2006 una puntuación de 138, prácticamente idéntica a los 137 puntos con que hace doce meses calificó tanto el año 2005 como las perspectivas para 2006. No obstante, ya sea por razones válidas o por la convicción de que el crecimiento no puede prolongarse indefinidamente al mismo ritmo, el Grupo se muestra más prudente con respecto a las Perspectivas para 2007 (132 puntos)

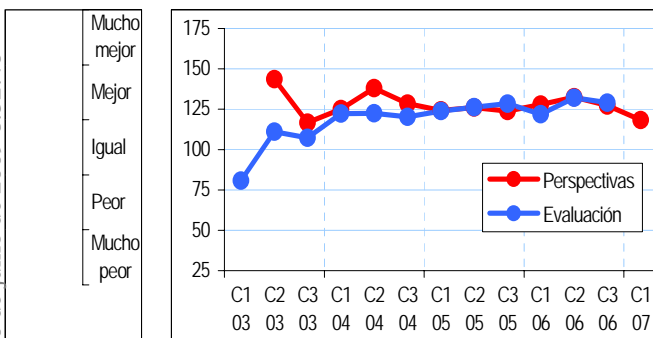
Grupo de Expertos en Turismo de la OMT

Europa



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Europa



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

No cabe duda de que durante el presente año habrá muchos menos macroeventos que atraigan multitudes – sólo la Copa Mundial de Rugby en Francia y la Copa de América en Valencia (España). Obviamente, también debe destacarse el Tour de Francia, que por primera vez en su historia partirá del Reino Unido. Además, los tipos de interés han subido en ciertos mercados emisores importantes y muchos centros de esquí en Europa han padecido la gran escasez de nieve. Hay también que mencionar varias cuestiones que preocupan cada vez más a la comunidad mundial y que, de forma directa o indirecta, repercutirán probablemente en la demanda turística futura. El cambio climático, por ejemplo, es una cuestión fundamental – motivo, para muchos, de la escasez de nieve este invierno – que ha dado lugar al régimen de comercio de los derechos de emisión de la Unión Europea, un dispositivo que la UE ha propuesto aplicar a la aviación civil. Es probable que los gobiernos impongan cada vez más «impuestos ecológicos», a ejemplo del Reino Unido.

La solidez del euro (o, más precisamente, la debilidad del dólar estadounidense) es también motivo de creciente inquietud, como lo son las incertidumbres en materia del gasto de los consumidores – en razón de los elevados tipos de interés y el precio de la vivienda. Tampoco se tiene claro cuáles serán las repercusiones del aumento del impuesto sobre el valor añadido (IVA) en Alemania. Cabe señalar que en Islandia el IVA que grava el alojamiento disminuirá del 24,5 % al 7 % en marzo de 2007 y el que se impone sobre los alimentos pasará del 14 % al 7 %. Aun así, salvo imprevistos, los aspectos positivos siguen superando a los negativos. Los viajes con compañías aéreas de bajo coste están sólidamente afianzados en Europa, y la frecuencia de los viajes está aumentando, especialmente los viajes cortos de fin de semana.

Como ya se ha señalado, la Copa de América, el más prestigioso acontecimiento del mundo de la vela, se celebrará en Europa por primera vez en 150 años ([www.americascup.com](http://www.americascup.com)). Aficionados de todo el mundo acudirán en masa a Valencia, en la costa mediterránea de España (se prevé que vengan unos 6 millones) para contemplar a los mejores navegantes del mundo, procedentes de diez países, luchando por arrebatar el trofeo al equipo suizo de Alinghi. No cabe duda de que todo ello dará un espaldarazo al turismo de España.

«Explore Your Senses in Greece» (Dé rienda suelta a sus sentidos en Grecia) es el lema de la nueva campaña de promoción para 2007 que ha costado 40 millones de euros al Ministerio de Cultura y Turismo de Grecia y cuyo propósito es poner de relieve el patrimonio y los atractivos y experiencias que ofrece el país, más allá del «mero» sol y playa. Portugal, mientras tanto, sigue impulsando sus centros de golf para incrementar su número de visitantes. A principios de este año, el Gobierno ha aprobado un plan de inversión de 25 millones de euros para promover el golf en mercados importantes. Además, el torneo anual Portugal Masters, que se celebrará a partir del 18 de octubre, atraerá seguramente a gran número de visitantes extranjeros.

Bulgaria y Rumania se han incorporado a la UE a principios de 2007, un factor que contribuirá sin duda alguna a fomentar el desarrollo del turismo en ambos destinos a largo plazo. Actualmente, sin embargo, existe el inconveniente de que se prevé que este ingreso en la UE acarree una disminución de las llegadas de mercados clave como Rusia, pues ambos países deberán aplicar una nueva política de visados a los países extracomunitarios. Por otro lado, ello estimulará el tráfico procedente de países miembros de la Unión Europea. Los rumanos tienen perspectivas particularmente halagüeñas, pues la ciudad rumana de Sibiu es Capital Cultural de Europa en 2007, honor que comparte con la Ciudad de Luxemburgo y su Gran Región. Asimismo, Eslovenia acaba de adoptar el euro, elevando a 13 el número de miembros de la UE que comparten la misma moneda.

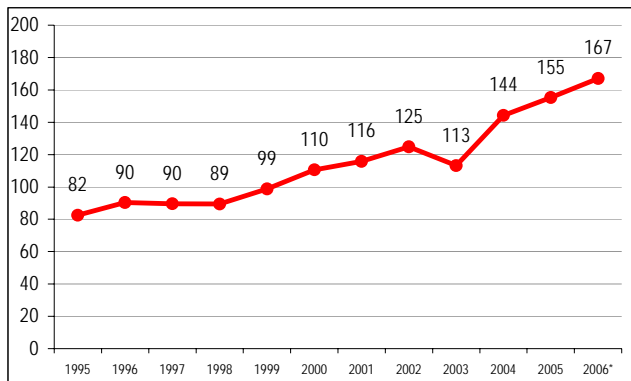
Delivered by <http://www.e-unwto.org>  
Lic. Sergio González (194-07-155)  
martes, 30 de junio de 2009 8:52:46

## Asia y el Pacífico

### Resultados

Según los datos preliminares, Asia y el Pacífico fue, justo detrás de África, una de las regiones del mundo que obtuvo mejores resultados en 2006, con un crecimiento estimado de las llegadas del 8 %. Oceanía permaneció estancada el año pasado (+0,3 %). Se estima que el Asia del Nordeste cerró el año con un incremento de aproximadamente el 7 % sobre el nivel de 2005, mientras que el Asia del Sudeste (+9 %) y meridional (+10 %) registraron unos índices de crecimiento superiores a la media.

Asia y el Pacífico: Turismo receptor  
Llegadas de turistas internacionales (millones)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

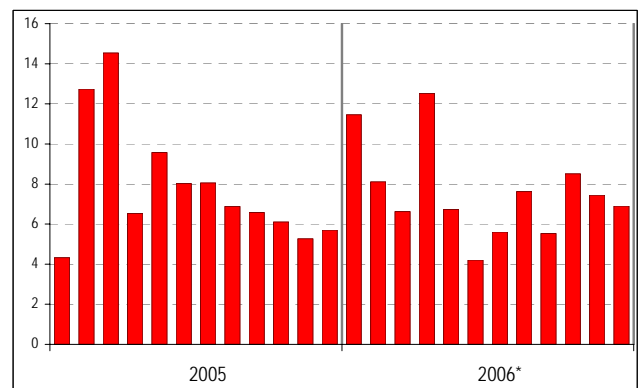
Los buenos resultados de Asia y el Pacífico son aún más admirables si se tiene en cuenta que reflejan el crecimiento sostenido de la región a lo largo de los últimos años. En 2004 se registró un índice de crecimiento sin precedentes (+27 %), si bien en los dos años siguientes el crecimiento siguió siendo fuerte (+8 % en 2005 y 2006) pese al tsunami de diciembre de 2004. Hay que reconocer que gran parte del crecimiento del año pasado puede atribuirse al hecho de que dos de los países más gravemente afectados por el tsunami – Tailandia y las Maldivas – no empezaron a recuperarse verdaderamente hasta 2006. Ambos mostraron un fuerte crecimiento el año pasado, lo que a buen seguro ha repercutido en las tendencias globales.

Todos los países del Asia del Nordeste disponen de resultados para el año completo, por lo que no es probable que haya cambios en la estimación de crecimiento del 7 %. El lento crecimiento de la República de Corea (+2,2 %) puede atribuirse a la fortaleza del won, causante de que el destino sea menos competitivo, así como a la información sobre los ensayos nucleares de Corea del Norte que han difundido los medios de comunicación. Los resultados de Taiwán (pr. de China), +4 %, también fueron inferiores a la media regional, mientras que Japón, por otra parte, ha tenido un muy buen año (+9 %) gracias, en particular, a los mercados regionales de Corea, China y Singapur. El número de llegadas de Europa y América del Norte, inferior al registrado en 2005 en ambos casos, no respondió a esta tendencia alcista, pese a la depreciación del yen japonés con respecto al dólar estadounidense y al euro. El turismo receptor chino experimentó una desaceleración del crecimiento en 2006 (+6 %), quizás imputable a la apreciación del yuan, que subió un 6 % con respecto al dólar estadounidense entre julio de 2005 y diciembre de 2006. La demanda de Corea y Japón (un incremento del 1 % con respecto a 2005) ha sido más bien

morosa a pesar de la mejora de las relaciones de China con ambos países vecinos. También se han contraído dos mercados emisores importantes, Malasia y Tailandia. Pero los mercados de larga distancia, como EE.UU., Canadá, Rusia, Reino Unido, Alemania y Francia registraron un crecimiento medio del 10 % aproximadamente. Cabe señalar, no obstante, que este incremento del 6 % es a pesar de todo importante, pues prolonga los extraordinarios índices de crecimiento de los dos años anteriores (29 % y 10 %).

Macau (China) fue el destino de la subregión que arrojó los mejores resultados en 2006 (+19 %) gracias en gran parte a la construcción de nuevos hoteles y casinos y a la expansión de los servicios aéreos de bajo coste, que facilitó los viajes cortos de aficionados al juego. De la China continental (+12 %) procedió más del 60 % del total de llegadas – más de la mitad de estos turistas llegaron en viajes individuales, no en grupos – y de Hong Kong (China) más del 30 % (lo que supone un aumento del 20 %). Según los informes, el ingreso de los juegos de azar asciende en Macau (China) a unos 7.000 millones de dólares – lo que sitúa a la antigua colonia portuguesa en cabeza de las ciudades conocidas en el mundo por esta actividad (por encima incluso de Las Vegas). Los impuestos sobre los juegos de azar financian gran parte del presupuesto anual de la ciudad. Sin embargo, el gobierno ha advertido que durante los próximos años habrán de encararse diversos retos – y ninguno más acuciante que la falta de mano de obra que amenaza con ralentizar el actual crecimiento fulgurante de los casinos.

Llegadas de turistas internacionales, evolución mensual  
Asia y el Pacífico (% variación)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Asia del Sudeste (+9 %) ha sido el escenario de numerosos logros en 2006. Varios destinos han registrado un crecimiento igual o superior al 10 % – Tailandia (+23 % hasta septiembre), Camboya (+20 % el año entero), República Democrática Popular de Lao (+11 % hasta septiembre) y Myanmar (+10 % también hasta septiembre). Filipinas y Singapur también registraron incrementos del 9 % aproximadamente hasta noviembre. Obviamente, los excelentes resultados de Tailandia obedecen en gran medida a su recuperación del tsunami de diciembre de 2004. Dos años después del desastre, la popular isla de Phuket – uno de los destinos más afectados por el tsunami – atrajo a unos 4,7 millones de turistas en 2006, lo que supone un incremento del 87 % con respecto al año anterior. Pero el año también se vio marcado por toda una serie de eventos que atrajeron turismo, como las celebraciones, aplazadas desde 2005, con motivo del 80º cumpleaños del rey Bhumibol y los 60 años de su coronación. De entre todos los mercados emisores de Tailandia,

el ruso fue el que más creció (108 %), aunque también se registraron buenos resultados de otros países europeos, de Oriente Medio y Asia. El aumento del turismo malayo (16 %) parece indicar que los problemas fronterizos en el sur de Tailandia no han tenido repercusiones negativas. Indonesia sigue siendo presa del terrorismo y los desastres naturales. Tras superar los 5,3 millones de llegadas en 2004, descendió a los 5 millones en 2005 y las llegadas volvieron a reducirse en cerca del 5 % tras los once primeros meses de 2006 (las llegadas a 13 puertos de entrada del país constituyen casi el 80 % del total). Con todo, la buena nueva es que Bali parece empezar a repuntar a pesar de la recesión prolongada de los dos mayores mercados del

archipiélago: Australia y Japón. En diciembre se registró un aumento de las llegadas del 62 % con respecto al mismo mes de 2005 (dos meses después del segundo gran atentado terrorista), aunque sólo del 2 % con respecto a diciembre de 2004. Se estima que el total anual de llegadas asciende a 1,3 millones, un 9 % menos que en 2005 y un 14 % menos que en 2004. El crecimiento de Camboya – el 20 % anual y el 24 % en el último cuatrimestre de 2006, que es temporada alta – se atribuyó a la riqueza de las nuevas atracciones y productos turísticos, así como a la inauguración de un nuevo aeropuerto nacional en Sihanoukville. Como muchos de sus vecinos, Malasia (+6 % hasta septiembre) afirma que las compañías aéreas de bajo coste

## Llegadas de turistas internacionales por países de destino

Series	Año completo					Datos mensuales o trimestrales (% variación sobre el mismo periodo del año anterior)																
	2005	2006	04/03	05/04	06/05	Series 2006*											2005					
	(1000)	(1000)			(%)	AHF	T1	T2	T3	T4	jul.	ago.	sept.	oct.	nov.	dic.	T1	T2	T3	T4		
<b>Asia y el Pacífico</b>	155.352	167.097	27,3	7,7	7,6	7,6	8,7	7,8	6,3	7,6	5,6	7,6	5,5	8,5	7,4	6,9	10,4	8,5	7,2	5,4		
<i>Asia del Nordeste</i>	87.576	94.027	28,6	10,3	7,4	7,4	6,6	7,2	7,3	8,3	5,5	8,8	7,5	9,7	8,0	7,1	16,3	10,9	8,3	6,7		
China	TF	46.809	49.600	26,7	12,1	6,0	TF	6,0	3,8	5,0	7,3	7,6	5,7	8,1	8,1	10,7	8,8	3,0	19,8	13,4	10,8	5,8
Hong Kong (China)	TF	14.773	15.821	41,1	8,2	7,1	TF	7,1	12,2	7,7	7,0	2,3	5,7	12,8	1,0	1,3	-1,4	6,7	11,4	8,9	4,3	8,7
Japón	TF	6.728	7.334	17,8	9,6	9,0	TF	9,0	7,1	9,0	5,6	14,7	4,8	6,0	6,1	16,7	13,1	14,0	10,3	7,3	10,2	10,7
Corea, Rep. de	VF	6.023	6.155	22,4	3,5	2,2	VF	2,2	-4,3	8,1	4,2	0,9	0,8	6,0	5,8	1,7	4,0	-3,0	15,1	1,5	1,1	-1,6
Macao (China)	TF	9.014	10.683	31,9	8,3	18,5	TF	18,5	18,3	17,9	13,3	24,4	9,5	11,9	19,3	22,9	20,2	29,8	11,7	7,4	5,3	9,4
Taiwan (pr. de China)	VF	3.378	3.520	31,2	14,5	4,2	VF	4,2	7,5	3,7	2,1	3,6	1,0	3,9	1,3	1,4	5,4	4,1	18,8	17,5	10,5	11,9
<i>Asia del Sudeste</i>	49.312	53.764	30,4	4,8	9,0	8,5	13,1	9,0	5,4	6,7	6,4	6,8	2,9	6,9	6,9	6,2	3,6	5,8	5,9	4,3		
Camboya	TF	1.422	1.700	50,5	34,7	19,6	TF	19,6	17,7	21,2	14,7	24,1	9,8	12,6	23,2	18,8	17,9	33,1	41,9	40,9	29,6	28,6
Indonesia	TF	5.002	..	19,1	-6,0	..	TF(1)	-4,6	-13,1	-2,2	-12,2	..	-10,5	-12,4	-13,9	8,4	39,8	..	-3,0	-4,8	-7,4	-25,6
R.Dem.P. Lao	TF	672	..	108	65,1	..	VF	10,6	20,7	-0,5	12,0	..	..	..	..	..	..	..	23,0	33,7	19,2	15,5
Malasia	TF	16.431	..	48,5	4,6	..	TF	5,6	5,3	4,4	7,2	..	10,1	7,9	3,7	..	..	..	4,6	2,5	5,9	5,6
Myanmar	TF	232	..	17,7	-4,0	..	TF	10,3	1,6	11,1	23,9	..	23,9	26,1	21,0	..	..	..	0,7	-7,0	-7,0	-4,8
Filipinas	TF	2.623	..	20,1	14,5	..	TF	8,8	13,0	7,9	7,1	..	6,6	5,9	9,1	8,2	5,0	..	11,0	14,5	14,0	18,2
Singapur	TF	7.080	..	39,3	8,0	..	VF	8,9	14,0	9,6	4,3	..	4,0	7,2	1,4	15,0	1,7	..	8,5	8,0	8,4	4,9
Tailandia	TF	11.567	..	16,4	-1,4	..	TF	23,0	34,7	23,8	11,8	..	12,8	15,1	6,8	..	..	..	-10,1	-1,5	1,7	3,7
Vietnam	VF	3.468	3.606	20,6	18,4	4,0	VF	4,0	16,3	0,2	-0,3	0,1	-5,1	0,3	4,2	-4,1	-1,1	5,3	17,9	29,7	14,6	12,9
<i>Oceanía</i>	10.486	10.522	12,1	3,7	0,3	0,3	-2,0	0,9	-1,4	3,9	-2,8	-1,0	-0,4	2,7	3,7	4,9	8,3	3,4	3,7	-0,1		
Australia	TF	5.020	..	9,6	5,2	..	VF	0,5	-2,6	2,0	-1,9	4,6	-3,7	-4,3	2,8	2,5	4,2	6,5	12,4	2,8	5,9	1,0
Islas Cook	TF	88	..	6,4	6,1	..	TF	3,6	2,4	4,7	1,6	..	-10,4	6,7	10,7	4,6	10,0	..	-4,2	11,9	13,9	0,6
Fiji	TF	550	..	15,7	10,3	..	TF	-2,2	-7,0	2,2	..	..	..	..	..	..	..	..	14,1	9,4	9,7	4,1
Polinesia Francesa	TF	208	..	-0,4	-1,8	..	TF	6,0	-3,7	13,1	..	..	11,4	..	..	..	..	..	2,8	-8,9	-2,1	1,6
Guam	TF	1.228	1.212	27,5	5,8	-1,3	TF	-1,3	3,9	-3,8	-3,9	-1,8	-4,7	5,0	-12,6	-3,2	-3,1	0,6	5,3	10,0	2,6	6,3
Kiribati	TF	3	..	-34,0	-15,3	..	VF	-37,9	-37,9	..	..	..	..	..	..	..	..	..	-44,2	5,9	5,3	55,5
Islas Marshall	TF	9	..	25,2	1,8	..	TF	-30,0	-13,1	-34,0	..	..	-50,5	-29,7	..	..	..	..	-1,8	31,0	1,5	1,6
Islas Marianas Sept.	TF	..	..	16,2	..	..	VF	-14,6	-19,3	-10,9	-16,8	..	-14,2	-9,6	-26,3	-3,4	-12,2	..	-0,2	-2,0	-2,1	-17,2
Nueva Caledonia	TF	101	..	-2,4	1,1	..	TF	-0,5	-8,5	5,2	4,4	..	10,9	-3,5	5,8	-5,9	..	..	14,9	-8,9	-0,7	0,2
Nueva Zelanda	VF	2.365	..	10,9	1,3	..	VF	1,3	-0,6	-0,3	1,3	..	-0,9	3,3	1,7	5,9	7,1	..	5,8	3,6	-0,8	-2,4
Palau	TF	86	..	38,9	-9,4	..	TF	2,3	-2,1	6,3	-6,0	15,3	-9,5	-4,5	-2,7	13,0	7,4	23,7	3,7	-18,0	-4,9	-20,7
Papua Nueva Guinea	TF	69	78	4,9	17,3	12,2	TF	12,2	-1,6	1,5	20,8	30,0	13,2	17,4	33,0	24,1	39,0	27,2	8,2	34,5	9,0	19,6
Samoa	TF	102	..	6,1	3,7	..	TF	9,6	10,7	25,4	-2,6	..	-1,7	1,0	-6,8	..	..	..	0,0	-10,4	14,9	8,3
Tonga	TF	42	..	2,7	1,6	..	TF	19,1	19,1	..	..	..	..	..	..	..	..	..	1,3	-10,3	-4,3	17,9
Vanuatu	TF	62	..	21,9	1,0	..	VF	24,4	35,6	30,1	11,7	..	19,2	-19,4	45,7	21,4	..	..	6,2	43,3	50,9	11,2
<i>Asia Meridional</i>	7.978	8.783	18,5	4,8	10,1	14,1	19,0	18,0	10,1	10,3	12,9	9,5	7,3	10,9	9,0	11,1	1,6	5,8	7,2	6,6		
Bhután	TF	14	..	47,7	47,4	..	TF	26,8	-25,7	91,4	39,4	..	65,7	55,6	29,7	11,0	44,6	..	145	20,5	27,1	40,2
India	TF	3.919	4.430	26,8	13,4	13,0	TF	13,0	12,1	16,7	11,2	13,0	13,3	10,5	9,3	13,3	11,4	14,2	15,1	14,0	11,5	12,7
Maldivas	TF	395	602	9,4	-35,9	52,3	TF	52,3	99,9	67,5	34,7	26,6	43,3	30,2	32,1	35,0	20,5	25,1	-54,8	-40,9	-30,3	-14,2
Nepal	TF	376	..	13,9	-2,5	..	VF(2)	2,3	18,7	-0,1	-5,2	0,3	7,2	-12,2	-7,4	-4,4	6,9	0,4	-32,0	-18,0	23,8	15,8
Sri Lanka	TF	549	560	13,1	-3,0	1,9	TF	1,9	27,4	6,9	-3,1	-19,5	-2,5	3,3	-11,6	-12,0	-22,4	-23,3	-5,1	38,6	0,5	-24,6

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, enero de 2007)

Véase el cuadro de la página 2 de abreviaturas y signos usados

(1) Llegadas de extranjeros a través de treinta puertos de entrada seleccionados

(2) Llegadas por aire únicamente

han ayudado a impulsar la demanda turística al cubrir nuevos destinos regionales. Vietnam (+4 %) también ha sacado partido de la expansión de las aerolíneas de bajo coste, así como de su mayor notoriedad tras su ingreso en la Organización Mundial del Comercio (OMC) y de haber servido de sede a las reuniones de grupo del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) durante el año. El 2006 también fue un buen año para el turismo de Filipinas (+9 %) que prolonga los excelentes resultados de los dos años anteriores. Antes de 2004, los resultados del sector provocaron una desaceleración de la inversión. A medida que éste se ha ido recuperando, la industria se ha adaptado rápidamente para aprovechar la tendencia al alza. Los indicadores se han estabilizado y los resultados han favorecido el aumento de la inversión. Según el Departamento de Turismo, en Borocay se están creando 1.500 nuevas habitaciones, en la Ciudad de Cebú y en la isla de Mactan 1.350 y en Palawan 500. En Singapur, donde las llegadas aumentaron un 9 % hasta noviembre, la noticia más destacada es que el Gobierno ya ha seleccionado a los dos grupos que instalarán casinos en el país. La empresa Las Vegas Sands está construyendo un centro turístico en Marina Bay y Genting International, con su socio Star Cruises, van a construir un centro turístico con casino incorporado en la Isla Sentosa. Mientras que el centro turístico de Marina Bay estará orientado al segmento de los viajeros de negocios – los que asistan a convenciones en su enorme palacio de congresos –, el de Sentosa se centrará en las actividades de ocio: Genting tiene en proyecto la construcción en el sitio de un parque temático de los Estudios Universal que costará 1.000 millones

de dólares. Sólo el crecimiento inferior a la media de Nepal y Sri Lanka (+2 % cada uno) enturbió los impresionantes resultados de Asia. El turismo de Sri Lanka sufrió una caída pronunciada durante el último cuatrimestre del año a medida que se recrudecía el conflicto interno y que los asesores turísticos desaconsejaban este destino a los viajeros. Las llegadas del subcontinente indio, cuyo turismo suele ser flexible, cayeron en picado, así como las de Europa Occidental en el momento álgido de la temporada invernal (el mes de diciembre). Los únicos que reaccionaron en sentido opuesto a esta tendencia fueron mercados emisores relativamente recientes como Rusia y China. Las Maldivas (52 %), entretanto, parece haberse recobrado plenamente del tsunami de diciembre de 2004, lo que obedece en gran medida al aumento de la cobertura aérea – tanto de vuelos regulares como chárter – y a la mejora de las actividades de comercialización y promoción en mercados importantes. El turismo de la India (+13 %) se fortalece más cada día a medida que el mayor conocimiento del país – del que la campaña «Incredible India» es en parte responsable – espolea la demanda. También han contribuido positivamente la mejora de los productos turísticos y el aumento de la cobertura aérea, que supone más vuelos y más baratos de compañías de bajo coste en la India.

Tras el estancamiento de las llegadas en Oceanía (+0,3 %) se oculta una gran variedad de resultados en la subregión – de los índices de crecimiento de dos cifras de Vanuatu y Tonga a las recesiones, también de dos cifras, de Kiribati, las Marianas del Norte y las Islas Marshall. En la mayoría de los casos la recesión es en gran medida

## Ingresos por turismo internacional

	\$EEUU			Monedas locales, precios corrientes (% sobre año anterior)																
	2004	2005	2006*	Series	04/03	05/04	2005				2006*									
	(millones)				T1	T2	T3	T4	AHF	T1	T2	T3	T4	jul	ago	sep	oct	nov	dic	
<i>Asia y el Pacífico</i>																				
<i>Asia del Nordeste</i>																				
China	25.739	29.296	..	\$	47,9	12,7	23,6	17,8	11,6	5,1	7,6	3,8	4,3	8,4	7,2	8,9	9,2	11,8	20,0	
Hong Kong (China)	8.999	10.286	..		12,7	14,1	16,8	12,3	12,0	15,3	12,1	13,7	12,9	9,6						
Japón	11.269	12.439	..		12,7	12,5	9,6	9,6	12,2	18,3	33,2	35,1	35,4	30,0	26,4	31,2	33,1	32,9	32,6	
Corea, Rep. de	6.069	5.660	..	\$	13,3	-16,6	4,0	-16,0	3,0	-5,3	-5,7	-12,4	10,5	-8,4	-6,5	-7,8	-10,9	-15,8	-9,3	
Taiwan (pr. de China)	4.054	5.040	..	\$	36,2	19,7	23,5	32,9	25,9	11,3	3,4	7,8	5,5	-2,3						
<i>Asia del Sudeste</i>																				
Indonesia	4.798	4.521	..	\$	18,8	2,3	0,8	-0,8	-4,8	-17,8	-12,2	-16,2	-5,9	-14,5						
Malasia	8.198	8.543	..		12,7	3,9	7,9	5,6	7,9	8,7	5,0	2,5	6,2	6,3						
Filipinas	2.017	2.130	..	\$	30,6	3,8	7,7	3,8	11,2	1,5	8,9	16,1	8,6	1,6	2,1	5,2	-3,4			
Singapur	5.219	5.740	..		12,7	8,3	8,8	12,9	12,1	0,6	18,3	18,8	19,4	16,8						
Tailandia	10.034	9.591	..		12,7	-4,4	-14,9	-11,6	3,4	4,1	27,9	42,2	34,0	10,6						
<i>Oceanía</i>																				
Australia	15.191	16.866	..		12,7	6,9	9,5	6,0	6,8	5,4	7,5	3,7	7,7	7,8	6,9	6,8	10,0	11,6	13,2	
Fiji	420	439	..		12,7	2,0	9,7	-0,9	2,4	3,4	1,4	1,5	1,2							
Nueva Zelanda	4.790	4.865	..		12,7	-4,4	-5,9	-4,7	1,1	-6,2	0,1	-1,7	6,3	-3,2						
<i>Asia Meridional</i>																				
Bhután	12	19	..	\$	50,0	44,6	147,7	21,8	25,3	46,3	29,5	-22,5	89,9	45,4	70,4	50,0	41,5	10,0	50,8	
India	6.170	7.478	..		12,7	17,9	25,6	23,3	10,2	13,6	19,1	16,3	24,1	18,5						
Pakistán	179	181	..	\$	46,7	3,3	-8,2	4,8	-6,4	19,5	39,1	42,2	36,4	38,6						
Sri Lanka	513	429	..		12,7	-16,9	-39,1	33,8	-13,9	-44,1	42,7	110,1	20,3		2,2	27,8				

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

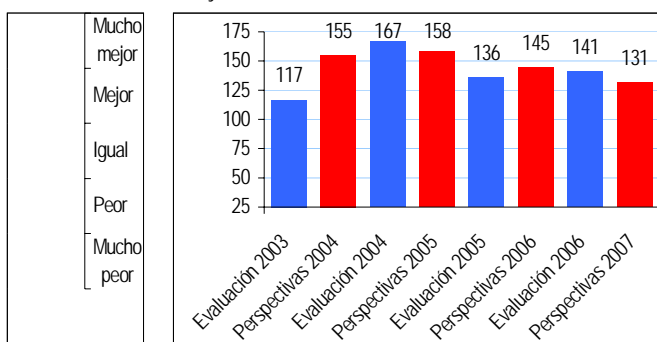
(Cifras procedentes de la OMT, enero de 2007)

Véase el cuadro de la página 2 de abreviaturas y signos usados

imputable a la escasez de servicios aéreos desde los principales mercados producto de los elevados costes del carburante y a la depreciación del yen japonés. En el caso de las Islas Marshall, la relación política con el Gobierno de Australia parece haber influido en el número de llegadas. Al desmedro del mercado japonés también obedecen parcialmente los débiles resultados de Nueva Zelanda y Australia (+1,3 % y 0,5 % respectivamente). Ambos destinos padecieron por igual el aumento del precio del petróleo y, por consiguiente, de los pasajes aéreos durante el año, un factor que contribuyó a su pérdida de competitividad en el mercado internacional.

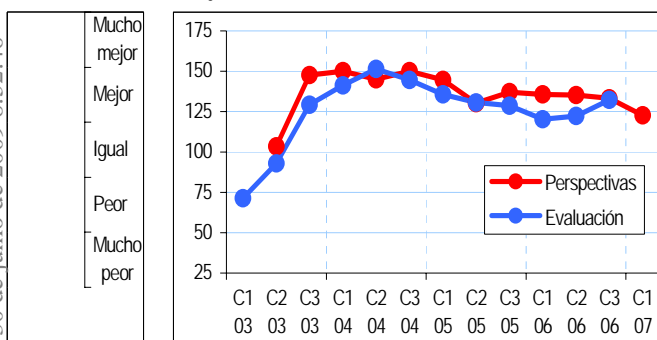
**Grupo de Expertos en Turismo de la OMT**

Asia y el Pacífico



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Asia y el Pacífico



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

**Perspectivas**

Es interesante constatar que, pese a haber otorgado una buena puntuación a su evaluación global de 2006 (141), los miembros regionales del Grupo de Expertos de la OMT valoraron los cuatrimestres menos positivamente (120, 122 y 132, una puntuación ascendente conforme transcurre el año). Por lo que respecta a 2007, la evaluación de las perspectivas globales para este año ha obtenido 131 puntos, aunque los representantes de Asia y el Pacífico que forman parte del Grupo son aún más prudentes en cuanto a las perspectivas del primer cuatrimestre (123).

Como ya había pronosticado el Grupo el pasado año, un factor que ha contribuido de forma decisiva al crecimiento de Asia y el Pacífico en 2006 ha sido la expansión de los servicios aéreos de bajo coste y el considerable aumento de los vuelos directos desde importantes mercados emisores como Europa y Oriente Medio. Para 2007 se prevé que las compañías aéreas de bajo coste sigan creciendo, si bien ello

puede redundar en un aumento mayor del turismo emisor que del receptor en numerosos países. Aunque sólo ha habido casos aislados de gripe aviar, el problema sigue preocupando, según indican las respuestas del Grupo. Éste es uno de los motivos de incertidumbre que gravitan sobre 2007. Otra posible amenaza ampliamente citada es la situación de Tailandia – conflicto en el extremo sur del país e irrupción de la amenaza terrorista en la capital. También preocupa en China la posibilidad de estar perdiendo competitividad, lo que obedece tanto a la apreciación del yuan como al hecho de que visitantes habituales estén reclamando una mayor variedad de los productos turísticos. Deben asimismo simplificarse los trámites de obtención de visados y resolverse los problemas de infraestructura en los períodos de pleno apogeo turístico. No obstante, mirándolo por el lado positivo, 2007 debería ser un buen año pues la difusión de información sobre los Juegos Olímpicos de Beijing en 2008 ha aumentado el grado de conocimiento del destino y despertado gran interés, por lo que muchos viajeros quizás prefieran evitar viajar a China en 2008, cuando los precios y el grado de saturación de los sitios turísticos serán más elevados. 2007 será el Año para Visitar Malasia (Visit Malaysia Year, el tercero de la serie), coincidiendo con el cincuentenario de la independencia del país. Por consiguiente, tanto el Gobierno como el sector turístico esperan que la gran cobertura informativa impulse la demanda. En la región del Mekong, Camboya espera que la elaboración de una nueva estrategia de turismo ecológico y la introducción de incentivos a la inversión potencien la inversión extranjera directa y ayuden a mejorar su productos turísticos del país, mientras que Vietnam tiene esperanza en que su reciente ingreso en la OMC le abrirá mercados y mejorará su actividad turística. Se prevé que la inauguración oficial en el delta del Mekong del Puente Huu Nghi, que comunica Mukdakhon (Tailandia) y Savanakheth (Laos), el 20 de diciembre, fecha en que se conmemora 61º Día Nacional de Laos, fomentará el crecimiento del turismo y la actividad comercial en la zona. Singapur está centrándose en el sector de reuniones que, según se cree, será su principal fuente de crecimiento – al menos hasta después de 2010, cuando los proyectos de nuevos centros de turismo integrados se hayan finalizado. Sin embargo, los problemas de capacidad pueden obstaculizar el crecimiento durante los próximos años. También Macao (China) está procurando impulsar el sector de los viajes de negocios, y en particular de las reuniones, pues el Gobierno sigue convencido de que la diversificación es necesaria para garantizar la estabilidad del crecimiento. Aun así, se prevé que el sector de los juegos de azar continuará alimentando unos índices anuales de crecimiento de las llegadas iguales o superiores al 10 % durante el futuro previsible. Se espera asimismo que el número de habitaciones de hotel se multiplique. Si en la actualidad sólo se dispone de 13.000 habitaciones, los 17 grandes hoteles en construcción, más los que están en proyecto, harán probablemente que esta cifra crezca hasta los 40.000 en el próximo decenio. Los mejores resultados que Nepal registró en los dos últimos meses de 2006 han dado al país la esperanza de que 2007 le aportará una recuperación real de su potencial turístico. El número de visitantes de Europa, EE.UU. y otros países asiáticos a excepción de India aumentó en un 6 %, mientras que el de los visitantes de India disminuyó un 8,3 % en

Delivered by http://www.e-unwto.org  
 Lic. Sergio González (194-07-155)  
 martes, 30 de junio de 2009 8:52:46

diciembre. Con la incorporación de nuevos servicios aéreos – GMG Bangladesh, Air Arabia y Korean Air, a lo que hay que añadir la expansión de Air China y la llegada prevista de China Southern – la demanda turística de Nepal debería aumentar. Por todo ello, 2007 parece un año prometedor para el turismo nepalés. El Grupo de Expertos de Australia es menos optimista con respecto a este año. La fortaleza del dólar australiano es un factor disuasorio y, aunque la imagen de Australia como destino seguro podría contrarrestarlo, los precios elevados y la escasa capacidad aérea no facilitan la llegada al país.

## Las Américas

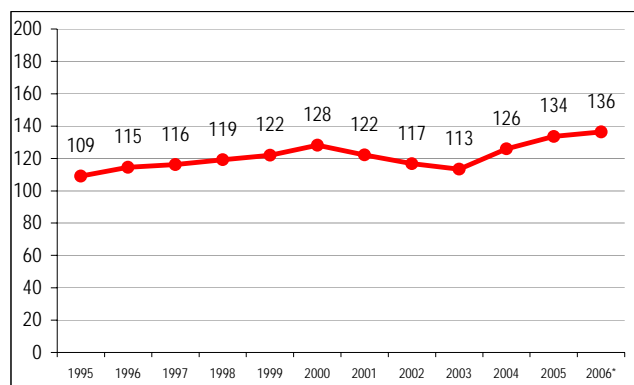
### Resultados

Según las estimaciones de la OMT, las llegadas de turistas internacionales aumentaron en las Américas poco más del 2 % el año pasado – muy por debajo del crecimiento medio mundial (4,5 %). Sin embargo, este promedio corresponde a una gran diversidad de resultados en las cuatro subregiones. América Central y América del Sur arrojaron los mejores resultados, creciendo el 6 % y el 7 % respectivamente. El Caribe registró un incremento del 3 %. Pero América del Norte, que concentra el 66 % del número total de llegadas a la región, arrastró la media a la baja con su ínfimo crecimiento del 0,5 %. Tras estos promedios regionales se esconden también grandes variaciones de un país a otro y entre periodos o temporadas concretos. Por lo general, en el segundo trimestre del año los flujos turísticos crecieron mucho más que en el primero y el tercero.

Américas: Turismo receptor

Llegadas de turistas internacionales

(millones)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

En América del Norte, el cambio en el poder adquisitivo resultante de la debilidad del dólar estadounidense y la fortaleza del canadiense repercutió correlativamente en los flujos turísticos, que beneficiaron a EE.UU. en detrimento de Canadá. Otros factores han tenido enormes repercusiones, a veces durante breves periodos. Durante un tiempo, los elevados precios de la gasolina y los recargos sobre los pasajes afectaron negativamente los viajes de larga distancia tanto en automóvil como por avión. Según las estimaciones de la Oficina de las Industrias de Turismo y Viajes de Estados Unidos (OTTI), adscrita al Ministerio de Comercio, el número de llegadas de turistas internacionales a Estados

Unidos ascendió a 50,9 millones en 2006, lo que supone un aumento del 3 % con respecto a 2005. Esto significa que el turismo receptor de EE.UU. todavía no ha vuelto a alcanzar su máximo histórico del año 2000 (51,2 millones). Por otra parte, este crecimiento no ha sido proporcional a los tipos de cambio favorables en numerosos mercados importantes. Los resultados del turismo receptor estadounidense variaron radicalmente de una región o mercado emisor a otro. Mientras que las llegadas de Canadá crecieron un 7 % durante los diez primeros meses del año y las de México (sólo al interior del país) registraron un incremento colosal (el 29 %), los mercados de larga distancia disminuyeron con respecto al mismo periodo de 2005 (-1 %). Aunque algunos de estos últimos, como Brasil, China o la República de Corea registraron un crecimiento considerable, las llegadas de Europa Occidental disminuyeron un 3 % con respecto a 2005, pese a la ventaja competitiva que supuso el abaratamiento del dólar. Miembros de varios países del Grupo de Expertos de la OMT hicieron hincapié en la confusión que provocaron en los consumidores la Iniciativa Relativa a los Viajes en el Hemisferio Occidental (WHTI) y los frecuentes cambios en sus normas de aplicación (véase Perspectivas para obtener las últimas informaciones al respecto). Aún más importante fue la confusión generalizada en los mercados de larga distancia en 2006 acerca de los requisitos en materia de visado y pasaporte de los visitantes extranjeros, incluso los procedentes de países que no necesitan visado. Las llegadas a Canadá durante los 11 primeros meses de 2006 disminuyeron en un 3,5 %. Por lo general, el Grupo atribuyó esta caída a los efectos del tipo de cambio desfavorable, a la WHTI y, a mediados de año, al elevado precio del combustible. La disminución de las excursiones del día de estadounidenses a Canadá, en las que los tipos de cambio tienen enorme incidencia, parece haberse convertido en tendencia durante los últimos años. Sin embargo, los tipos de cambio parecen estar afectando a los viajes procedentes de Europa y otros mercados de larga distancia y se han detectado insuficiencias de capacidad aérea en algunas rutas con Asia. Las llegadas a México disminuyeron un 3 %, a pesar de que el peso mexicano se ha depreciado últimamente aún más rápido que el dólar estadounidense, lo que hubiera podido fomentar el aumento de las llegadas de EE.UU. Las reparaciones y mejoras en las instalaciones turísticas dañadas por el huracán Wilma en octubre de 2005 estaban prácticamente rematadas a mediados de 2006, pero las cifras mensuales generales no reflejan la esperada recuperación de las llegadas durante el segundo semestre del año, pese a los buenos resultados de las zonas más gravemente afectadas por Wilma. Los temores a una nueva temporada de fuertes huracanes junto con el alboroto político de que se hizo amplio eco en los medios de comunicación han podido contribuir a la lentitud de la recuperación de la demanda. Los ingresos por turismo (+18 % hasta noviembre) fueron, sin embargo, extremadamente buenos.

La evolución de las islas del Caribe fue muy variada en 2006 a tenor de diversos factores – si resultaron o no dañadas por los huracanes de 2005, si consiguieron o no atraer nuevos servicios aéreos y, a menudo, simplemente, si estaban o no de moda. Entre las islas que con toda certeza registraron un

## Llegadas de turistas internacionales por países de destino

Series	Año completo					Datos mensuales o trimestrales (% variación sobre el mismo periodo del año anterior)																
	2005	2006	04/03	05/04	06/05	Series 2006*													2005			
	(1000)		(%)			AHF	T1	T2	T3	T4	jul.	ago.	sept.	oct.	nov.	dic.	T1	T2	T3	T4		
<b>Américas</b>	133.546	136.307	11,2	6,0	2,1	2,9	1,3	6,0	1,0	3,7	-0,8	2,9	1,4	3,4	4,6	3,2	10,4	3,7	6,1	4,0		
<b>América del Norte</b>	89.892	90.335	10,9	4,7	0,5	1,6	-1,9	3,9	0,1	4,3	-2,0	2,5	0,1	3,7	6,0	3,6	10,5	3,1	4,5	1,6		
Canadá	TF	18.771	..	9,2	-2,0	..	TF	-3,5	-6,9	0,5	-5,2	-8,4	-2,5	-3,9	-2,1	-1,5	4,7	-1,1	-3,7	-4,2		
México	TF	21.915	21.300	10,5	6,3	-2,8	TF	-2,8	-4,0	-1,6	-7,5	1,9	-9,0	-3,8	-9,5	-3,0	8,1	1,0	11,4	8,0	10,9	-4,0
Estados Unidos	TF	49.206	50.900	11,8	6,8	3,4	TF(1)	5,2	0,4	7,9	5,7	4,4	7,2	5,5	8,1	..	12,6	3,8	8,2	7,3		
<b>El Caribe</b>	18.893	19.505	5,9	4,4	3,2	3,2	4,1	9,1	0,4	-1,1	0,5	0,4	0,2	-2,7	-1,6	0,2	5,0	1,5	3,8	6,7		
Anguila	TF	62	..	15,1	15,0	..	TF	18,8	9,7	25,7	23,1	8,1	36,5	44,0	20,1	..	16,5	8,8	10,7	24,7		
Antigua y Barbuda	TF	245	..	9,6	0,0	..	TF(2)	3,0	-2,0	6,6	9,6	6,3	15,0	7,3	-6,6	..	9,4	-7,0	-4,9	0,3		
Aruba	TF	733	..	13,4	0,6	..	TF	-7,7	-15,2	-5,0	-3,6	-9,1	-0,9	0,9	-3,1	..	13,4	2,8	-5,2	-7,9		
Bahamas	TF	1.608	..	3,4	3,0	..	TF(2)	0,5	3,9	4,2	-7,0	-8,0	-6,7	-4,9	-2,8	..	-4,1	-0,8	12,8	15,5		
Barbados	TF	548	..	3,8	-0,7	..	TF	4,1	1,6	8,4	2,9	-5,5	13,2	4,0	..	..	1,9	-5,4	-4,1	4,2		
Bermudas	TF	270	..	5,9	-0,7	..	TF	10,0	-1,3	9,8	15,8	19,7	26,6	-3,8	8,6	11,4	12,4	3,9	-9,5	-1,9		
Bonaire	TF	63	..	1,6	-0,9	..	TF	-5,9	-14,4	5,0	..	..	..	..	..	..	8,8	-5,4	3,0	-9,7		
Isl. Virg. Británicas	TF	337	..	-4,2	10,7	..	TF	4,2	1,5	11,0	-5,6	-6,5	-6,9	0,9	-3,2	23,4	19,7	6,0	20,9	-7,0		
Islas Caimán	TF	168	267	-11,4	-35,4	59,3	TF	59,3	84,2	77,9	41,7	34,9	46,0	51,6	19,6	31,8	48,7	26,8	-56,2	-51,9	-39,6	17,4
Cuba	TF	2.261	..	9,2	12,1	..	VF	-4,3	1,4	6,6	-12,5	-13,4	-3,5	-15,8	-20,4	-20,7	-19,5	-2,9	8,1	8,2	24,5	15,0
Curaçao	TF	222	..	0,9	-0,6	..	TF	5,0	-0,2	11,3	5,2	2,9	1,3	12,6	6,9	2,8	7,5	-7,4	-7,5	4,7		
Dominica	TF	79	..	9,6	-1,3	..	TF	5,6	-5,2	10,6	10,2	15,1	5,5	8,6	9,1	7,0	15,2	-6,3	-7,6	-3,0		
Rep. Dominicana	TF	3.691	3.965	5,1	7,0	7,4	TF	7,4	7,6	16,1	4,1	2,4	1,8	4,8	7,7	1,7	4,7	1,1	8,0	7,7	5,3	6,8
Granada	TF	99	..	-6,0	-26,4	..	TF	21,9	26,6	21,0	21,8	10,3	38,2	10,1	7,7	..	-30,9	-38,8	-35,5	20,9		
Haití	TF	112	..	-29,4	16,7	..	TF	5,5	14,3	-0,8	..	6,8	..	..	..	..	-7,9	26,3	..	..		
Jamaica	TF	1.479	1.681	4,8	4,5	13,7	TF	13,7	10,5	24,1	17,5	3,2	19,0	20,1	10,2	7,9	0,1	3,0	7,9	-2,4	-3,5	17,9
Martinica	TF	484	..	3,9	2,8	..	TF	2,6	0,0	10,4	0,6	-4,4	1,1	8,1	-3,9	..	6,8	-1,2	3,5	0,7		
Montserrat	TF	10	..	13,7	1,3	..	TF	-17,5	-6,2	-23,5	-26,0	-37,3	-1,2	-31,5	-23,2	-3,4	6,4	-1,3	-6,6	-11,4		
Puerto Rico	TF	3.686	..	9,3	4,1	..	THS(3)	2,4	6,9	3,2	-4,1	-4,6	-7,0	1,2	..	..	3,7	3,8	4,9	0,2		
Saba	TF	11	..	7,3	3,9	..	TF	-0,1	-4,9	10,2	-4,9	-3,6	1,6	-16,1	..	..	17,8	0,8	-5,1	2,1		
Santa Lucía	TF	318	..	7,8	6,5	..	TF	-5,0	-2,3	-10,5	2,8	5,6	0,2	2,1	-13,0	-10,1	15,6	12,5	-5,8	4,0		
San Eustaquio	TF	10	..	5,8	-6,3	..	TF	-1,2	-6,2	4,3	..	..	..	..	..	..	-1,6	-9,4	-18,3	5,2		
San Martín	TF	462	..	11,1	-2,7	..	TF(2)	0,7	-2,0	4,2	0,7	-2,1	3,1	2,4	..	..	1,4	-3,3	-3,7	-1,4		
San Vicente Grd	TF	96	..	10,4	10,7	..	TF	3,6	-2,2	18,9	-3,8	-1,2	-6,3	-5,7	..	..	43,4	-4,8	6,7	4,9		
Trinidad y Tabago	TF	463	..	8,2	4,6	..	TF	-1,0	-7,8	7,8	..	..	..	..	..	..	14,3	2,9	1,0	0,0		
Isl. Vírgenes de EE.UU.	TF	575	..	1,1	5,7	..	VF(2)	-1,4	-2,8	3,8	-4,6	-0,1	-8,9	-7,3	-7,7	..	15,9	0,0	-0,2	6,4		
<b>América Central</b>	6.473	6.871	16,5	13,4	6,1	8,0	7,9	12,6	7,1	4,8	5,2	9,8	6,3	6,9	5,4	3,0	16,5	10,8	17,5	8,8		
Belice	TF	236	..	4,7	2,4	..	TF	4,7	-0,3	10,7	..	8,1	2,5	..	..	..	4,9	4,1	-2,5	1,9		
Costa Rica	TF	1.679	1.645	17,3	15,6	-2,0	TF	1,8	4,2	3,2	..	-5,9	-2,4	..	..	..	13,3	25,1	21,3	5,2		
El Salvador	TF	1.154	1.258	12,7	19,5	9,0	TF	9,0	20,0	17,0	3,9	-1,9	6,3	1,2	3,9	6,8	-1,3	-8,2	7,2	17,7	32,5	20,8
Guatemala	TF	1.316	..	34,2	11,4	..	TF	12,8	12,2	11,9	..	8,5	20,5	..	..	..	26,9	2,5	11,6	6,0		
Honduras	TF	673	739	4,9	5,0	9,8	TF	9,8	-3,8	26,0	14,4	6,0	9,6	22,0	11,1	5,8	5,8	6,2	16,8	-11,0	11,3	4,2
Nicaragua	TF	712	773	16,9	15,9	8,6	TF	..	..	..	..	..	..	..	..	..	39,0	11,3	12,6	3,4		
Panamá	TF	702	718	9,8	13,0	2,3	VF	15,1	9,1	18,3	21,2	26,7	22,1	14,9	17,5	15,0	3,1	8,8	10,2	7,2		
<b>América del Sur</b>	18.288	19.596	17,3	12,2	7,2	7,2	7,6	11,7	5,5	4,9	3,5	5,6	7,9	5,8	4,9	4,2	13,7	7,0	16,1	11,1		
Argentina	TF	3.895	..	15,4	12,7	..	TF	7,6	11,9	7,1	3,0	..	..	..	..	..	11,7	7,5	19,1	12,4		
Bolivia	TF	504	..	13,8	5,4	..	THS	29,7	29,7	29,7	..	..	..	..	..	..	10,2	-5,7	7,0	10,8		
Chile	TF	2.027	2.247	10,6	13,6	10,8	TF	10,8	12,4	19,7	4,0	8,8	3,4	-0,5	9,5	13,0	10,3	4,9	13,9	4,3	16,2	17,3
Colombia	TF/VF	933	..	26,6	18,0	..	VF	12,8	12,2	12,7	12,1	13,0	7,1	17,5	15,7	14,4	23,2	15,3	21,2	13,0		
Ecuador	VF	860	841	7,6	5,0	-2,2	VF	-2,2	-3,6	-3,4	8,9	-12,2	-0,7	23,4	4,6	-5,8	-24,2	-7,1	10,5	5,0	5,0	-0,3
Guyana	TF	117	113	20,9	-4,4	-2,7	TF	-2,7	8,1	15,0	-30,7	7,6	-26,3	-41,2	-20,9	9,8	-3,4	13,4	0,0	-11,7	-5,9	1,2
Paraguay	TF	341	388	15,3	10,2	14,0	TF	14,0	21,4	20,8	5,8	9,5	2,5	8,5	7,3	10,2	11,0	7,6	10,3	7,5	12,8	9,9
Perú	TF	1.486	1.645	19,4	16,4	10,7	TF	10,7	15,5	14,4	5,3	8,7	6,5	3,3	6,2	5,5	8,6	11,8	17,9	15,5	17,3	14,8
Suriname	TF	160	..	68,1	16,1	..	TF	-6,3	-6,3	..	..	..	..	..	..	..	24,4	20,5	15,8	6,1		
Uruguay	TF	1.808	..	23,7	2,9	..	VF	-4,8	-10,7	12,1	-2,9	-6,2	-9,4	-1,7	3,8	-7,0	-4,3	-6,8	7,0	-12,0	7,0	2,0

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, enero de 2007)

Véase el cuadro de la página 2 de abreviaturas y signos usados

(1) Se excluyen los visitantes mexicanos que no viajan más allá de las 25 millas de la zona fronteriza de los EEUU

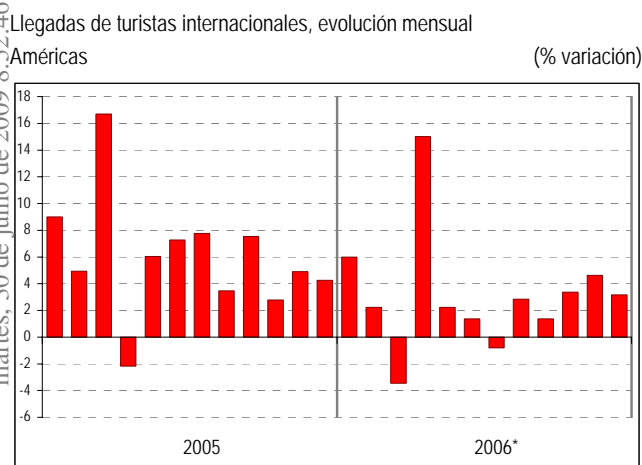
(2) Llegadas por aire de no residentes únicamente

(3) Registros de hoteles de no residentes únicamente

crecimiento superior al 10 % en 2006 se cuentan Anguila (+19 % hasta el mes de octubre), Bermuda (+10 % hasta noviembre), las Islas Caimán (+59 % en todo el año), Granada (+22 % en diez meses) y Jamaica (+14 % también en todo el año). El crecimiento de Jamaica obedece al aumento de su cobertura aérea aunque, como ha ocurrido con algunas otras islas del Caribe, el éxito de este destino también está en relación directa con las pérdidas sufridas por México tras el huracán Wilma. Cabe señalar que el crecimiento de las Islas Caimán y Granada sucede al duro retroceso de 2004 y 2005 a consecuencia de los ciclones que, afortunadamente para la región, no volvieron a asolarla en 2006. Por lo que respecta a las islas más visitadas, el número de llegadas siguió aumentando en la República Dominicana (+7 %) – principalmente de EE.UU., a pesar de la apreciación del peso dominicano con respecto al dólar estadounidense – y en Puerto Rico (+2,4 % durante los primeros nueve meses), pero no en Cuba (-4 %). El número de llegadas disminuyó en Cuba a causa de la contracción de la demanda de sus principales mercados emisores, como España, Italia y Alemania. Los resultados de América Central son en conjunto muy positivos. El número de llegadas en Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá creció un 8 % como mínimo en 2006, consolidando la tendencia positiva de los últimos años. Sólo Costa Rica (un 2 % menos de llegadas, pero un 3 % más de ingresos durante el primer semestre) arrojó unos resultados inferiores a la media en lo que a las llegadas de 2006 se refiere.

sobre las llegadas, se registró un excelente índice de crecimiento de los ingresos por turismo (+12 %), a pesar de la importante reducción de la capacidad aérea internacional de las aerolíneas brasileñas provocada por la reestructuración de Varig. Los resultados de Ecuador (-2 %) son ligeramente inferiores a los de 2005 a causa del descenso de las llegadas de Colombia tras la disposición que obliga a los ciudadanos colombianos que entran en territorio ecuatoriano a presentar su «pasado judicial», un certificado emitido por las autoridades de Colombia en el que se indica que su titular no tiene antecedentes penales. En Colombia (+13 %) la situación continúa mejorando considerablemente, contrariamente a Uruguay, cuyas llegadas disminuyeron en un 5 % en 2006. La polémica entre Argentina y Uruguay sobre las repercusiones ambientales de la proyectada instalación de celulosas en el Río Uruguay – que ha provocado el bloqueo de los puentes que comunican ambos países – sigue viva. Entretanto, los tipos de cambio favorables al peso uruguayo con respecto al real brasileño han contribuido al incremento de las llegadas de ese mercado emisor que, en cierta medida, ayudó a compensar las pérdidas de dos cifras en el número de llegadas de Argentina, su principal mercado emisor. Los miembros del Grupo de Expertos también señalaron los aciertos en la mejora de la calidad y la diversidad de la oferta turística de Chile, Colombia, Paraguay y Perú

Delivered by http://www.e-unwto.org  
 Lic. Sergio González (194-07-155)  
 martes, 30 de junio de 2009 8:52:46

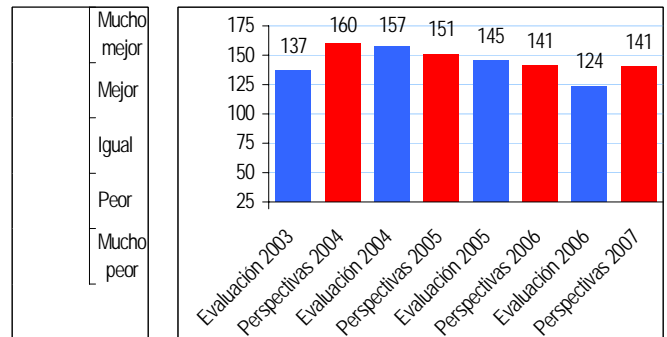


Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

El crecimiento económico de América del Sur ha pasado a una velocidad superior, especialmente en los países que pueden aprovecharse de los elevados precios de las materias primas y el petróleo, como Chile, Perú, Bolivia y Venezuela. La extraordinaria recuperación de la economía argentina sigue adelante. Todo ello ha resultado en un gran aumento del tráfico intrarregional y exterior en 2006, de lo que son prueba unos índices de crecimiento del ingreso turístico iguales o superiores al 10 % en los principales mercados emisores regionales, Argentina y Brasil. Chile, Colombia, Paraguay y Perú registraron un crecimiento del número de llegadas de dos cifras en los once meses del año o en todo el año, mientras que en Argentina fue del 8 % en los tres primeros trimestres de 2006. En Brasil, donde no se dispone de datos

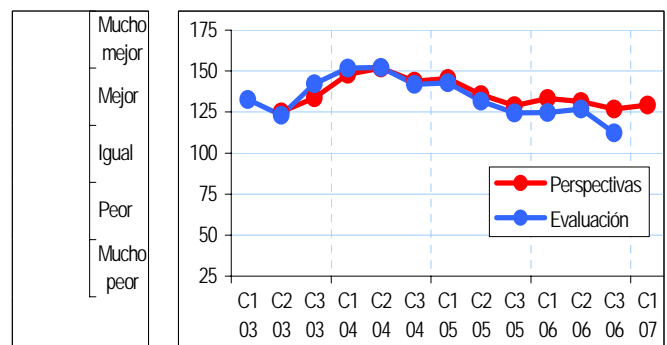
Grupo de Expertos en Turismo de la OMT

Las Américas



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Las Américas



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©





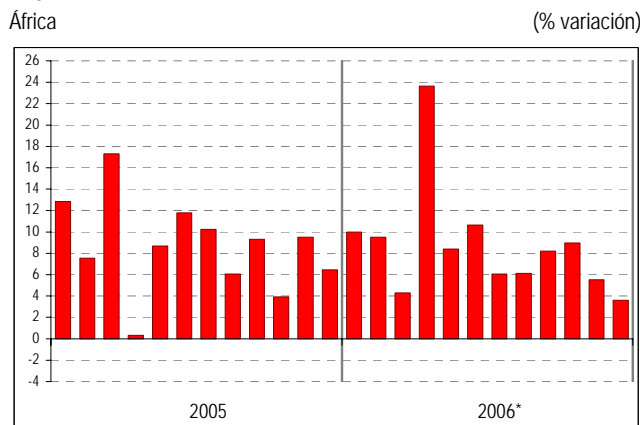
## África y Oriente Medio

### Resultados

En la actualidad y por segundo año consecutivo, África es la región que presenta los índices de crecimiento más importantes del mundo, con unas estimaciones de crecimiento general para el año entero del 8 % (+6 % para África del Norte y +9 % para el África subsahariana). El crecimiento de África del Norte se debe a los excelentes resultados de Marruecos (+9 %), que pueden atribuirse a la liberalización del transporte aéreo que ha abierto las puertas a las compañías aéreas de bajo coste europeas, así como a la inversión continua en infraestructuras turísticas, hoteles, atracciones y otras instalaciones – tanto del Gobierno de Marruecos como de inversores extranjeros – y a las repercusiones positivas de las campañas de promoción en el extranjero. En Túnez, por otra parte, los expertos del Grupo de la OMT achacan los resultados ligeramente inferiores a la media que ha obtenido el país (+2,7 %) a la inestabilidad del mercado y a los problemas del transporte aéreo. Sin embargo, las llegadas desde Francia aumentaron un 6 % y las del Reino Unido un 7 %.

De los destinos de esta región que siguen obteniendo resultados superiores a la media, las Seychelles (+9 %) merecen sin duda mención aparte. Entre los factores que han contribuido a su crecimiento cabe destacar la creciente expansión en el país de cadenas hoteleras internacionales (así como la inversión que ello comporta), el aumento de los vuelos chárter procedentes de Europa Oriental y el buen resultado de la decisión del Consejo de Turismo de ampliar la temporada turística. Sin embargo, un factor que quizás sea más importante es el hecho de que todas las ramas del sector turístico y el Gobierno están colaborando cada vez más, lo que ha ayudado a conseguir mayor rentabilidad y notoriedad. La demanda turística de Mauricio (+ 4 %) y Reunión se ha visto afectada en 2006 por el brote de fiebre Chikungunya, si bien ambos países creen haber dejado atrás la crisis y logrado tranquilizar a sus visitantes habituales y a los mercados potenciales, sobre todo Mauricio, que está sacando partido de la liberalización del transporte aéreo.

Llegadas de turistas internacionales, evolución mensual



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

En Oriente Medio se estima que el número de llegadas de turistas internacionales ha aumentado un 4 % en 2006 a pesar de la situación geopolítica en general y de la crisis entre Israel y El Líbano en particular, gracias a los buenos resultados de numerosos destinos. No obstante, tras haber dado una puntuación de 144 a las Perspectivas para 2006 a principios del año, lo que anunciaba unos resultados mucho mejores que los de 2005, los miembros del Grupo de Expertos de la región acabaron al final del año por otorgar una evaluación muy inferior (123 puntos).

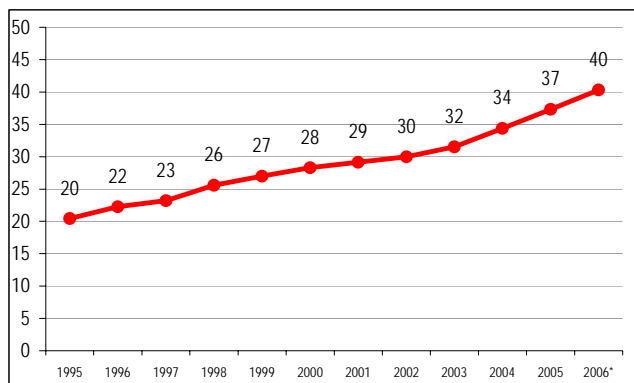
Oriente Medio: Turismo receptor



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

África: Turismo receptor

Llegadas de turistas internacionales (millones)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Mozambique (+37 % en las llegadas a hoteles durante el primer semestre del año), Sudáfrica (+14,5 % hasta septiembre) y Kenia (+14 % durante los 10 primeros meses) son los países de la región que mejores resultados han obtenido en 2006, según los datos disponibles hasta la fecha. El fuerte crecimiento de Mozambique se debe al cada vez mayor número de turistas de Europa, la mejora de los enlaces aéreos y la creación de nuevos productos turísticos. La industria local también ha acogido favorablemente la clasificación de los hoteles por categorías. El 2006 fue para el turismo sudafricano un año excelente. No cabe duda de que la depreciación del rand ha contribuido a potenciar la demanda de este destino, que también se ha beneficiado del establecimiento de nuevas rutas aéreas – como las de Delta Airlines de los EE.UU. –, la nueva campaña de imagen de la Oficina de Turismo de Sudáfrica, la preparación de la Copa Mundial de Fútbol de 2010 y, obviamente, de la inestabilidad percibida en otros destinos competitivos. Sin embargo, parecen preocupantes la situación financiera de South African Airways y las consecuencias que ésta pudiera tener en la futura cobertura aérea del país.

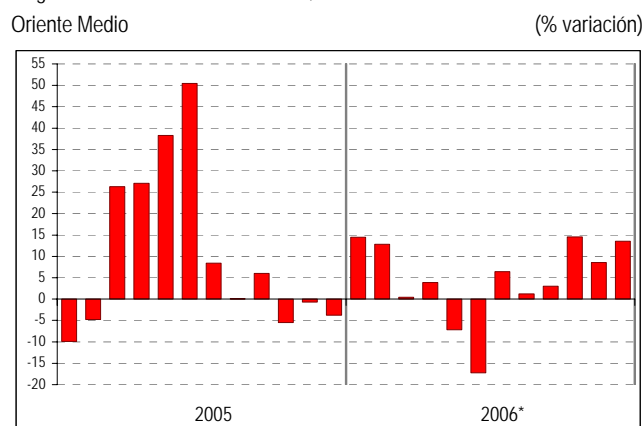
Delivered by http://www.e-unwto.org  
Lic. Sergio González (194-07-155)  
martes, 30 de junio de 2009 8:52:46

El Líbano registró un incremento de las llegadas del 49 % durante el primer semestre, lo que confirmaba su recuperación de los acontecimientos de 2005, desatados en febrero de ese año por el atentado con coche bomba que causó la muerte del ex-primer ministro Rafiq Hariri. Sin embargo, los acontecimientos que tuvieron lugar desde mediados de julio provocaron un descenso de las llegadas que resultó en una caída del 7 % al final del año, a consecuencia de la reducción del 59 % que se registró en el tercer trimestre. El Aeropuerto de Beirut, que fue dañado durante los bombardeos, reabrió el 8 de septiembre por primera vez desde el comienzo del conflicto, una vez terminado el bloqueo aéreo que lo mantuvo cerrado durante casi dos meses. Además del cierre del Aeropuerto de Beirut, el derrame de petróleo provocado por los ataques aéreos contaminó las playas de Beirut. Se derrumbaron los frescos de una tumba de la época romana en la ciudad portuaria de Tiro al sur del país y se desmoronó una de las losas de las ruinas romanas de Baalbek.

El inicio de 2006 fue también muy positivo en Israel, que preveía un crecimiento de su turismo receptor del 33 % con respecto a 2005 (según la clasificación de la OMT, Israel forma parte de Europa, pero debido a su participación en la crisis de Oriente Medio, en el presente número del Barómetro se analizan sus resultados con los de los destinos vecinos). Sin embargo, el número total de llegadas, según los datos preliminares, sería de 1,8 millones, lo que supone una reducción del 4,2 %. Tras un incremento del 22 % durante el primer semestre, las llegadas disminuyeron en un 26 % entre

julio y diciembre, pese a la recuperación de diciembre. Es interesante observar que la guerra no tuvo incidencia en el número de llegadas desde EE.UU., que fue el mercado emisor más importante y registró un incremento del 8 % con respecto al nivel de 2005.

Llegadas de turistas internacionales, evolución mensual



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Sin embargo, en la región ha habido toda una serie de buenas sorpresas, como el excelente índice de crecimiento de Bahrein: el 26 % durante el primer semestre. Yemen prosigue su expansión de los últimos años aumentando su número de llegadas en 17 % entre enero y noviembre. Su potencial turístico consiguió gran reconocimiento internacional cuando

Llegadas de turistas internacionales por países de destino

Series	Año completo					Datos mensuales o trimestrales (% variación sobre el mismo periodo del año anterior)																
	2005		2006		06/05 (%)	2006*													2005			
	(1000)					AHF	T1	T2	T3	T4	jul.	ago.	sept.	oct.	nov.	dic.	T1	T2	T3	T4		
<b>África</b>	37.310	40.315	9,1	8,5	8,1	8,4	7,9	14,2	6,7	5,9	6,1	6,1	8,2	9,0	5,5	3,6	11,9	5,8	7,1	5,9		
<b>África del Norte</b>	13.911	14.721	15,1	8,9	5,8	5,8	3,4	11,7	3,3	6,1	2,4	3,7	4,7	11,8	5,9	0,1	8,4	13,1	5,3	5,3		
Marruecos	TF	5.843	..	15,0	6,7	..	TF	9,3	11,7	22,5	1,0	..	2,0	-1,6	3,1	12,9	12,3	6,4	11,2	1,6	14,5	
Túnez	TF	6.378	6.549	17,3	6,3	2,7	TF	2,7	-5,1	4,1	5,6	1,2	2,9	8,0	5,6	11,0	-0,2	-11,7	7,5	12,5	8,0	-4,8
<b>África Subsahariana</b>	23.399	25.593	5,8	8,2	9,4	10,0	9,7	15,8	9,9	5,8	10,6	8,6	10,4	7,6	5,3	4,9	13,4	1,6	8,9	6,1		
Gambia	TF	111	..	1,1	23,2	..	TF	2,6	2,6	..	..	..	..	..	..	..	21,6	37,5	33,7	14,5		
Ghana	TF	429	..	10,0	-26,6	..	TF	2,0	0,8	4,6	-0,2	..	-2,7	8,9	-8,3	0,8	8,5	..	..	..	..	
Kenya	TF	1.399	..	29,3	16,7	..	VF(1)	14,0	13,6	15,2	12,4	..	9,0	11,9	17,7	17,7	..	..	..	..	..	
Lesotho	VF	..	..	..	..	..	VF	10,2	0,5	..	..	..	..	..	..	..	-2,0	0,2	2,9	-0,1		
Mauricio	TF	761	788	2,4	5,9	3,6	TF	3,6	6,0	-0,7	3,6	4,2	0,1	5,9	5,5	6,3	-0,6	6,4	7,1	2,4	5,2	7,8
Mozambique	TF	..	..	6,6	..	..	THS	36,6	7,2	65,3	..	..	..	..	..	..	13,6	-9,3	7,3	7,7		
Seychelles	TF	129	141	-1,0	7,1	8,7	TF	9,3	8,1	14,6	12,4	4,0	10,3	9,8	18,2	11,4	-9,0	9,3	5,0	-3,7	11,4	12,1
Sudáfrica	VF	7.518	..	2,6	10,3	..	TF	14,5	12,3	20,4	11,4	..	13,7	8,7	11,9	..	10,3	6,9	15,1	9,0		
Swazilandia	THS	839	..	-0,4	82,8	..	VF	1,4	6,2	0,6	1,9	..	2,6	-4,4	7,6	-10,8	3,1	..	..	..	..	..
<b>Oriente Medio</b>	39.242	40.762	22,7	8,4	3,9	4,1	9,6	-7,6	3,5	12,4	6,5	1,2	3,0	14,5	8,6	13,6	0,4	38,4	4,2	-4,0		
Bahrein	TF	3.914	..	18,9	11,4	..	VF	25,9	37,1	16,5	..	..	..	..	..	..	-2,5	18,0	16,2	13,0		
Egipto	TF	8.244	..	35,7	5,8	..	VF	5,6	2,5	1,6	2,7	15,7	-5,4	10,1	4,7	19,9	8,8	18,6	16,6	13,0	-7,4	6,7
Jordania	TF	2.987	3.225	21,2	4,7	8,0	TF	8,0	4,1	12,1	-2,5	26,6	0,1	-7,6	1,2	22,1	11,0	50,1	3,2	15,1	6,7	-6,3
Líbano	TF	1.140	1.063	25,9	-10,9	-6,7	TF	-6,7	37,2	58,3	-58,6	0,6	-42,5	-85,4	-42,7	45,4	-10,8	-20,6	-11,3	-20,1	-10,8	1,8
Arabia Saudita	TF	9.100	..	17,0	6,1	..	TF	-14,6	7,3	-44,4	..	..	33,3	..	..	..	-18,6	189	3,1	-30,8		
Rep. Arabe Siria	TCE/TF	3.368	..	45,5	11,0	..	TF	1,8	8,3	9,4	-5,9	..	6,5	-18,4	-6,0	..	26,2	16,1	8,3	-0,5		
Emir. Arabes Unidos	THS	..	..	..	..	..	THS(2)	4,1	7,3	1,7	3,2	..	8,0	9,8	-7,5	..	11,8	17,3	12,7	16,7		
Yemen	THS	336	..	77,0	22,7	..	THS	17,2	17,2	17,2	17,2	..	17,2	17,2	17,2	17,2	29,1	-0,9	59,3	11,9		

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, enero de 2007)

Véase el cuadro de la página 2 de abreviaturas y signos usados

(1) Llegadas de turistas al Aeropuerto Internacional de Jomo Kenyatta, Mobassa y Moi, y en cruceros

(2) Dubái únicamente

Delivered by http://www.e-unwto.org  
 Lic. Sergio González (194-07-155)  
 martes, 30 de junio de 2009 8:52:46

Ingresos por turismo internacional

	\$EEUU			Monedas locales, precios corrientes (% sobre año anterior)															
	2004	2005	2006*	Series	04/03				05/04				2006*						
					04/03	05/04	2005	2006*											
(millones)					T1	T2	T3	T4	AHF	T1	T2	T3	T4	jul	ago	sep	oct	nov	dic
<b>África</b>																			
<i>África del Norte</i>																			
Marruecos	3.924	4.621	..		12,7	17,7	16,0	20,0	22,4	10,0	26,1	22,0	54,9	19,2	33,7	14,7	9,2	1,9	27,1
Sudan	21	89	..	\$	16,7	300,9	112,2	289,7	537,1	498,5	52,4	44,7	59,0						
Túnez	1.970	2.063	..		12,7	9,1	11,5	18,1	13,7	8,8	5,3	2,7	6,6	5,7					
<i>África Subsahariana</i>																			
Cabo Verde	98	123	..		12,7	24,5	2,1	9,3	-4,2	39,8	90,0	85,1	106,7	80,0					
Etiopía	174	168	..	\$	52,6	-3,0	6,5	6,5	-14,3	-13,0	-14,5	-34,4	12,2						
Ghana	466	796	..	\$	12,6	72,1					3,2	1,9	5,8	1,0	-1,6	10,2	-7,1	2,0	9,7
Kenya	486	579	..	\$	39,8	13,8	-0,8	25,8	35,7	7,9	15,6	60,6	4,2	-5,9					
Mauricio	853	871	..		12,7	9,6	9,1	1,1	10,5	16,5	22,8	28,2	15,9	21,7	20,9	20,9	23,4	25,8	
Mozambique	95	130	..	\$	-2,4	38,9	72,2	80,1	34,3	1,3	9,1	0,3	25,2	3,3					
Namibia	403	348	..		12,7	-15,1	5,2	-5,5	-37,4	-18,0	7,8	-12,1	-12,1	61,5					
Sudáfrica	6.282	7.327	..	sa	12,7	14,8	17,7	15,6	16,2	10,6	14,0	13,7	13,3	14,9					
<i>Oriente Medio</i>																			
Egipto	6.125	6.851	7.600	\$	33,6	4,3	12,1	11,2	10,0	15,0	9,8	12,7	13,6	5,6					
Jordania	1.330	1.441	..		12,7	8,3	6,2	15,3	10,3	0,8	8,2	4,9	18,2	4,2					
Arabia Saudita	6.486	6.111	..		12,7	-5,8	37,4	212,5	-62,6	-69,0	-38,2	-29,1	-68,2	71,4					

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

(Cifras procedentes de la OMT, enero de 2007)

Véase el cuadro de la página 2 de abreviaturas y signos usados

el New York Times clasificó al país como destino para la aventura del año. También arrojaron datos positivos Jordania (+8 %), Siria (+2 % durante los tres primeros trimestres) y Egipto (+6 %), que mantuvo su nivel de crecimiento de 2005. El crecimiento de Egipto es aún más significativo habida cuenta del atentado suicida que tuvo lugar en abril en el centro turístico de Dahab, en el Mar Rojo, que acabó con la vida de 20 personas, entre las que había varios turistas extranjeros. Hasta la fecha, los datos relativos a los países del Golfo son bastante escasos, si bien Dubai ha informado de que las llegadas a los hoteles y centros de alojamiento similares durante los primeros nueve meses aumentaron un 4 %. Como los resultados de los hoteles no pueden ser reflejo cabal de las tendencias en materia de llegadas, puesto que gran número de visitantes se alojan en sus residencias de veraneo o en los domicilios o casas de veraneo de familiares o amigos, cabe señalar que el tráfico de pasajeros por el Aeropuerto de Dubai aumentó más del 16 % el año pasado, ascendiendo a los 28,7 millones.

Perspectivas

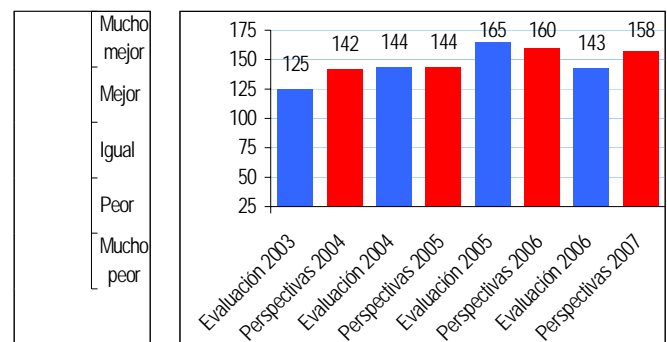
Los expertos africanos del Grupo de la OMT parecieron menos satisfechos de lo que cabía esperar con respecto al último cuatrimestre y al año pasado en general – su Evaluación de 2006 fue de 143 puntos, lo que contrasta con los 160 que otorgaron a las Perspectivas para 2006 a principios del año. Sin embargo, son nuevamente mucho más optimistas en relación a 2007, otorgando a los próximos 12 meses una puntuación de 158 – sólo superada por la evaluación de las Perspectivas para 2007 de Oriente Medio (159).

Es probable que África siga beneficiándose de las incertidumbres provocadas por el terrorismo en otras partes del mundo. Aunque ningún destino es inmune a los atentados

terroristas, el África subsahariana suele considerarse como una zona muy alejada de las zonas de tensión y agitación. La riqueza en recursos naturales de esta región, la flora y la fauna silvestres, atrae cada vez más a turistas que buscan evadirse de la rutina cotidiana y disfrutar de experiencias «auténticas» durante sus vacaciones. Al mismo tiempo, cinco

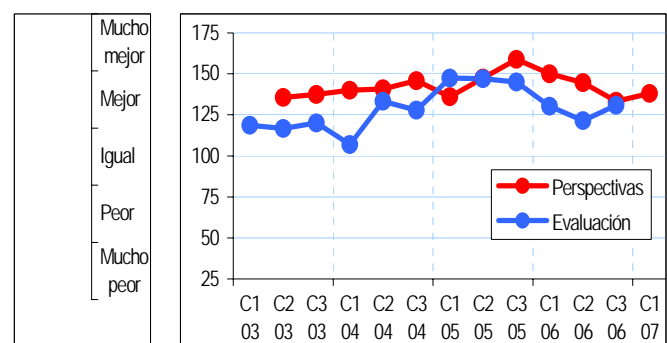
Grupo de Expertos en Turismo de la OMT

África



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

África



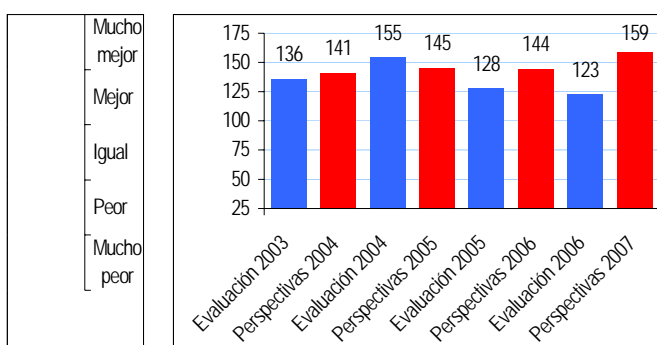
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

países de la región – Zimbabue, Angola, Namibia, Botswana y Zambia – han acordado una medida que augura prosperidad para el turismo del África Austral: la creación de la segunda reserva transfronteriza de vida silvestre, situada principalmente en las márgenes del río Zambeze. Se prevé que dicha medida impulse el turismo regional y las labores de conservación y facilite los viajes entre países. Zonas de conservación de la fauna y la flora silvestres como el Delta del Okavango en Botswana, el corredor de Caprivi en Namibia y la zona colindante de Angola, los humedales del Kafue en Zambia y las Cataratas Victoria en Zimbabue y Zambia, formarán parte de este nuevo parque que, según se estima en el proyecto, abarcará unos 30.000 kilómetros cuadrados y ecosistemas tan diferentes como las sabanas, los bosques, los ríos y los humedales de los países por los que se extiende.

Hadid, la Exposición del Caballo Árabe y los Juegos Acuáticos de los Oasis. Las masivas inversiones en hoteles, centros de turismo, complejos de ocio y reuniones e instalaciones para la organización de eventos en Dubai deberían permitir un crecimiento sostenido de la demanda a lo largo del año. Arabia Saudita debería también empezar bien el año gracias a la peregrinación a La Meca en enero, que atrajo como poco a un millón y medio de visitantes, según informan los medios de comunicación. Se prevé que Egipto tenga un buen año y se recupere plenamente del atentado suicida del pasado abril, si bien persisten ciertas preocupaciones en cuanto a la calidad de los productos y los servicios turísticos. Las autoridades egipcias están convencidas de la importancia de los recursos humanos, por lo que centrarán sus esfuerzos en mejorar las competencias de quienes trabajan en el sector turístico y en la propia calidad de la instrucción. Como dijo Zoheir Garranah, Ministro de Turismo de Egipto, «un servicio mediocre en bares y restaurantes constituye una amenaza mayor para el sector turístico egipcio que las bombas de los militantes religiosos».

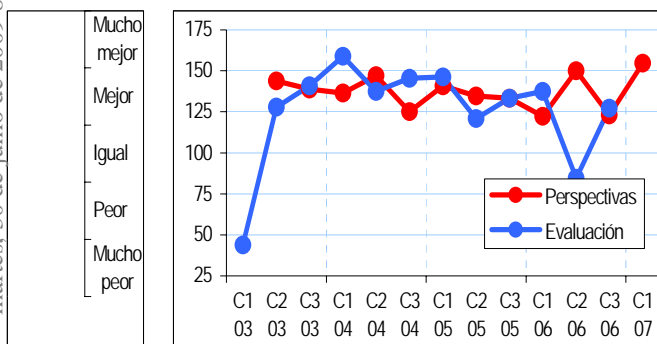
**Grupo de Expertos en Turismo de la OMT**

Oriente Medio



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

Oriente Medio



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT) ©

En Oriente Medio hay un clima general de optimismo con respecto a 2007. Los agentes del sector turístico en El Líbano creen que los viajes de negocios pueden recuperarse en 2008 si el país se mantiene estable este año. Israel está esforzándose por duplicar el número de turistas extranjeros hasta llegar a los 4 millones durante los próximos cinco años mediante la ejecución de un plan rector. Una de sus recomendaciones es la realización en todo el mundo de una campaña de promoción de la imagen del país que durará cinco años. Dubai se consolida como destino. Con sus 45 días de duración, la última edición del Festival de las Compras de Dubai (Dubai Shopping Festival) que se celebró entre diciembre de 2006 y febrero de 2007 ha sido la edición más larga del evento hasta hoy, consecuencia del abarrotamiento de la 11ª y 12ª ediciones de esta gran feria de las compras y las actividades recreativas. En esta ocasión, el festival contó con varios eventos nuevos, como la Exposición Sarooq Al

Las estadísticas mensuales o trimestrales que figuran en este número han sido compiladas por la Secretaría de la OMT a partir de datos preliminares difundidos por las instituciones de los diversos países o territorios (p. ej. autoridad nacional de turismo, oficina de estadísticas, banco central) a través de sitios web, comunicados de prensa o boletines o facilitados a través de contactos directos con funcionarios o por mediación de organizaciones internacionales como la Organización de Turismo del Caribe (CTO), la Comisión Europea de Turismo (CET), la Pacific Asia Travel Association (PATA) o la South Pacific Tourism Organisation (SPTO). La información que aparece en este número refleja los datos disponibles en el momento de preparar el Barómetro OMT del Turismo Mundial. Cuando se disponga de datos más actualizados irán incluyéndose sin nuevo aviso, siempre que sea necesario.

En los cuadros de llegadas de turistas internacionales para las diversas regiones de la OMT, se han elegido series que pueden servir para indicar la evolución del turismo a unos destinos seleccionados. La serie mensual representada no coincide en todos los casos con la serie anual comunicada normalmente para los diversos países (p. ej. llegadas de visitantes o pernотaciones en lugar de llegadas de turistas) y en algunos casos sólo se refiere a una parte del movimiento turístico total (p. ej. transporte aéreo, puntos de entrada específicos). Para más explicaciones, le remitimos a las notas de la página 2. Los totales (sub)regionales son aproximaciones para el conjunto de la (sub)región preparadas por la OMT a partir de las tendencias observadas en los países sobre los que se tienen datos.

Los datos sobre ingresos por turismo internacional ofrecen información adicional sobre la evolución del turismo receptor, mientras que los datos sobre gasto turístico internacional sirven de indicadores de las tendencias del turismo emisor. Ambas series corresponden a las partidas respectivas de crédito y débito de viajes de la sección de servicios de la balanza de pagos. Ambas partidas cubren todas las transacciones relacionadas con el consumo efectuado por los visitantes internacionales de, por ejemplo, alojamiento, alimentos y bebidas, combustible, transporte en el país, entretenimiento, compras, etc. Incluyen también las transacciones generadas por los turistas (visitantes del día o visitantes que pernотan) así como por los visitantes del día (excursionistas, incluidos pasajeros de cruceros). No cubren el gasto en transporte internacional contratado fuera del país de residencia de los viajeros, que figura en la balanza de pagos en una partida distinta: «transporte, servicios de pasajeros». Las instituciones responsables de la balanza de pagos estiman por lo general el gasto turístico a partir de una encuesta de visitantes o de una encuesta de turismo emisor o de registros de transacciones internacionales efectuadas por los bancos (cambio de divisas dentro y fuera del país, pagos con tarjeta de crédito, transacciones entre empresas turísticas, etc.)

Para evitar la influencia de las fluctuaciones del tipo de cambio, los porcentajes que figuran en los cuadros se basan en valores en moneda local, salvo que se indique lo contrario.

Los países no incluidos en este resumen pero que dispongan de datos mensuales, pónganse en contacto con la Secretaría de la OMT a la dirección <barom@unwto.org>.

Delivered by http://www.e-unwto.org  
Lic. Sergio González (194-07-155)  
martes, 30 de junio de 2009 8:52:46

## La coyuntura económica

### Un largo periodo de crecimiento sostenido

Según las proyecciones del crecimiento mundial publicadas por el Fondo Monetario Internacional (FMI) el pasado mes de septiembre, el Producto Interior Bruto mundial, que aumentó un 5,1 % en 2006, seguirá creciendo con fuerza en 2007 (+4,9 %). De ser así, estaríamos ante el mayor periodo de crecimiento sostenido en el mundo desde que terminó la Segunda Guerra Mundial y ante el lustro de más rápido crecimiento de los últimos 30 años. Mucho más importante es el hecho de que varias de las amenazas que afectaron al panorama económico general durante 2006 parecen haber aflojado a lo largo de los últimos meses a medida que el descenso del precio del petróleo aliviaba la presión inflacionista y, por consiguiente, despejaba las amenazas al crecimiento del PIB.

Según la última edición del informe semestral Panorama Económico Mundial (World Economic Outlook, WEO), publicada en septiembre de 2006 ([www.imf.org/external/pubs/ft/weo/weorepts.htm](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/weorepts.htm)), las economías más importantes del mundo registraron unos resultados bastante buenos en 2006, superando en muchos casos el crecimiento de 2005 – la eurozona +2,4 % (frente a +1,3 % en 2005), Alemania +2 % (frente a +0,9 %), Reino Unido +2,7 % (frente a +1,9 %), EE.UU. +3,4 % (frente a +3,2 %) y Japón +2,7 % (frente a +2,6 %). Rodrigo Rato, Director Gerente del FMI, señaló en un análisis presentado a principios de enero que los últimos datos apuntaban a que la desaceleración de la economía estadounidense sería menor de lo que se esperaba. El descenso de los precios de la energía de los últimos meses ha impulsado el empleo y el consumo, la recuperación en Europa aumenta y Japón parece bien encaminado, todo lo cual es signo de que un crecimiento más lento de lo esperado en los EE.UU. ha tenido escasas repercusiones en otras economías.

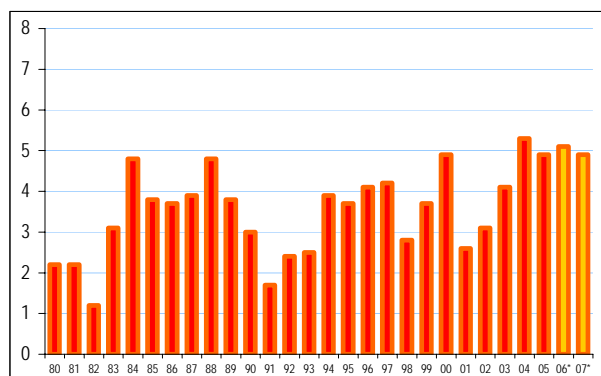
El crecimiento sigue siendo particularmente fuerte en los mercados emergentes, cuyo crecimiento medio excede el 7 %. China (+10 % en 2006) e India (+8,3 %) están en plena expansión, impulsando al alza el promedio del grupo, aunque otros países en desarrollo también están beneficiándose de la tendencia actual, inclusive los de África (+5,3 %). Este crecimiento está dando muestras de ser sólido y supera la tendencia a largo plazo de tres o más años. América Latina (+4,8 % en 2006), por ejemplo, está pasando por «su mayor periodo de expansión desde los años 70», según afirma el Sr. Rato.

Para 2007 se espera que el PIB mantenga un crecimiento del 4,9 %, prácticamente el mismo índice que el excelente de 2006 (+5,1 %). En la eurozona y EE.UU. este ritmo disminuirá ligeramente. Según los pronósticos, la eurozona crecerá un 2 % (frente al 2,4 % de 2006) a causa de la desaceleración prevista de las principales economías basadas en el euro – Alemania pasará de +2 % a +1,3 %, España de +3,4 % a +3 %, Italia de +1,5 % a 1,3 % y Francia de 2,4 % a +2,3 %. Se prevé que el crecimiento se desacelerará de manera más acusada en los Estados Unidos (pasando de +3,4 % a +2,9 %) y en América Latina y el Caribe (de +4,8 % a 4,2 %). El crecimiento variará ligeramente en Canadá (de +3,1 % a +3 %), mientras que el Reino Unido mantendrá el índice de 2006 (+2,7 %). Según las previsiones, el crecimiento mantendrá en Asia y el Pacífico un índice del 7 % durante este año. China seguramente vuelva a registrar este año el extraordinario índice de

crecimiento del PIB de +10 %, mientras que en Japón se desacelerará pasando de +2,7 % a +2,1 %. Se prevé que la tasa media de crecimiento del PIB en Oriente Medio será de 5,6 %, disminuyendo con respecto al 6,1 % de 2006, mientras que la de África aumentará, pasando de 5,3 % a 5,7 %.

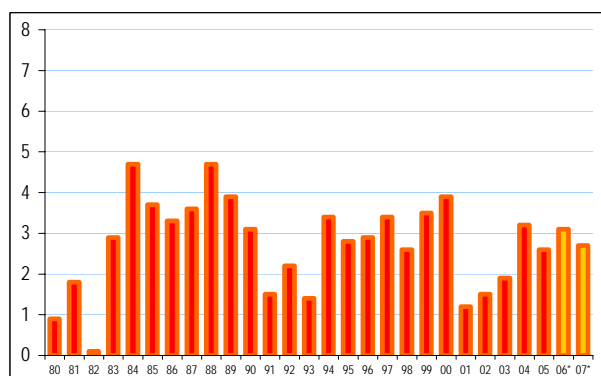
En el número del *Barómetro OMT del Turismo Mundial* que salió el pasado octubre (disponible en [www.unwto.org/facts/wtb.html](http://www.unwto.org/facts/wtb.html)) figura un cuadro detallado con las proyecciones del crecimiento económico de 2006 y 2007 que se publicaron en la última edición (septiembre de 2006) del Panorama Económico Mundial del FMI. El FMI presentará estimaciones actualizadas y las primeras previsiones para 2008 en la próxima edición del WEO (que saldrá en abril de 2007), las cuales se analizarán en el número del Barómetro que se publicará en junio.

Mundo  
Crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) real (%)



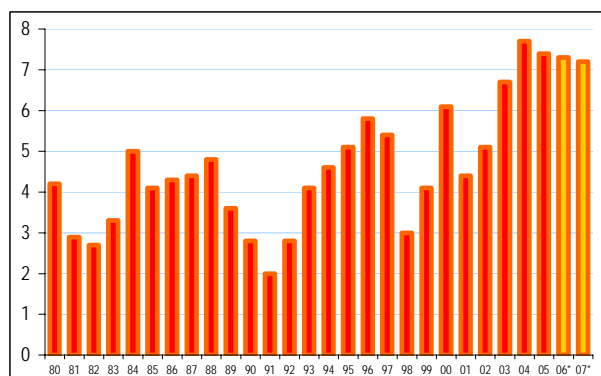
Fuente: Fondo Monetario Internacional

Países desarrollados  
Crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) real (%)



Fuente: Fondo Monetario Internacional

Mercados emergentes y países en vía de desarrollo  
Crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) real (%)



Fuente: Fondo Monetario Internacional

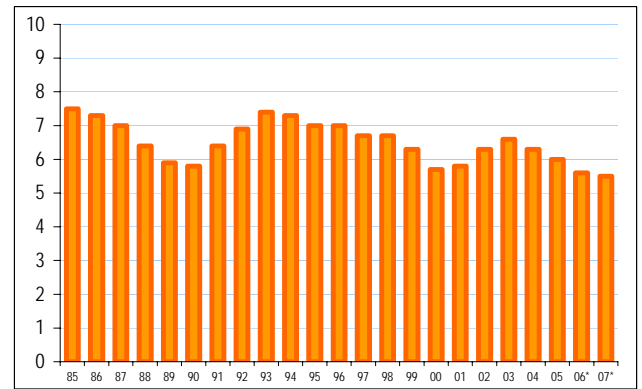
## Empleo – el mejor índice en 20 años

El empleo también ha mejorado en la actual coyuntura de crecimiento económico sostenido. La creación de empleo y el consecuente descenso de las tasas de paro suele traducirse en un aumento de la confianza de los consumidores y un incremento del gasto. Según datos del WEO de septiembre de 2005, se estima que la tasa de desempleo de las economías desarrolladas ha bajado un 0,4 % en 2006 (pasando de 6 % a 5,6 %) y bajará aún más en 2007 (5,5 %). De ser así, se lograría la tasa de desempleo más baja de los últimos 20 años, mejorando el 5,7 % del último gran año (el 2000).

En la eurozona, se prevé que la tasa de 7,9 % estimada para 2006 descenderá este año hasta el 7,7 %, gracias a la mejora de la situación de importantes mercados emisores de turismo como Alemania (de 8 % en 2006 a 7,8 % en 2007), Francia (de 9 % a 8,5 %) y los Países Bajos, que presentarán una de las tasas más bajas de toda la eurozona (pasando de 4,5 % a 3,9 % en 2007). Por otra parte, la tasa de paro de Reino Unido, que sigue siendo inferior al promedio mundial y al de la eurozona, se deterioró en 2006, pasando de 4,8 % el año anterior a 5,3 %, aunque mejorará en 2007 disminuyendo hasta el 5,1 %. Se prevé que las de EE.UU. se deteriorarán ligeramente en 2007 (de 4,8 % a 4,9 %) y seguirán muy por encima de la tasa de desocupación de 4 % registrada en 2000. Canadá, según los pronósticos, mantendrá la misma tasa que en 2006 (6,3 %). En Japón, se espera que la tasa de desempleo mejore un poco, pasando de 4,1 % en 2006 a 4 % en 2007.

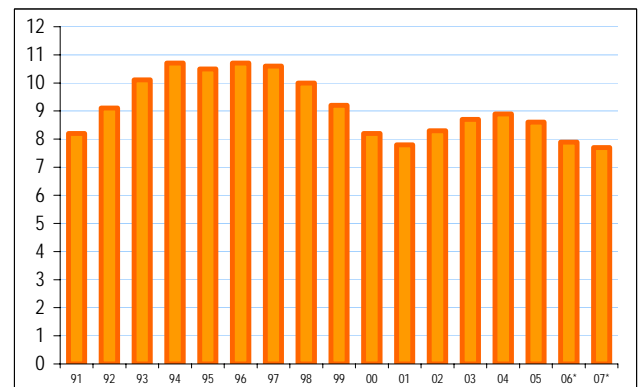
Tasa de desempleo

Economías avanzadas (%)



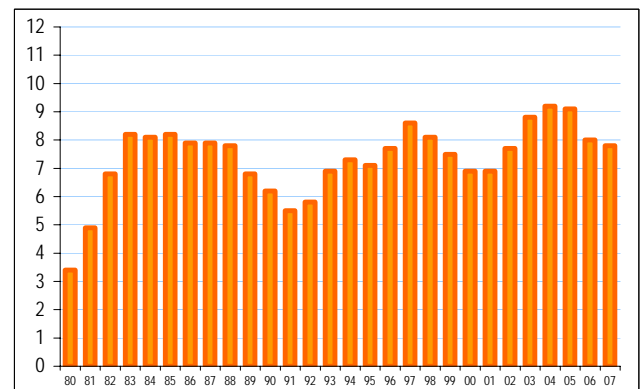
Fuente: Fondo Monetario Internacional

Área Euro (%)



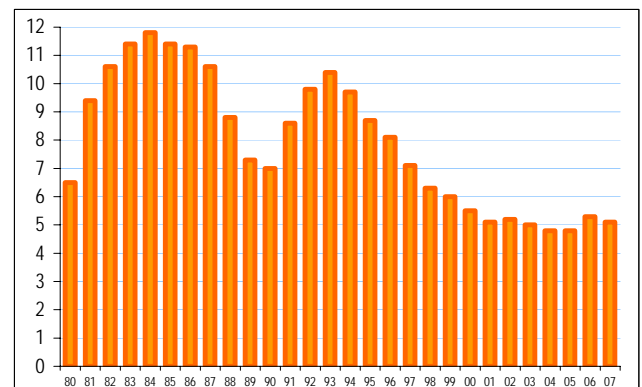
Fuente: Fondo Monetario Internacional

Alemania (%)



Fuente: Fondo Monetario Internacional

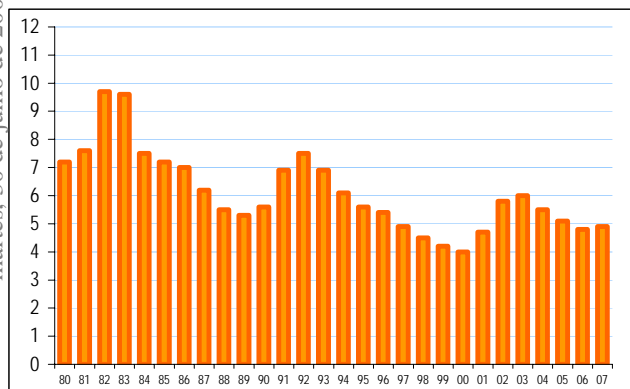
Reino Unido (%)



Fuente: Fondo Monetario Internacional

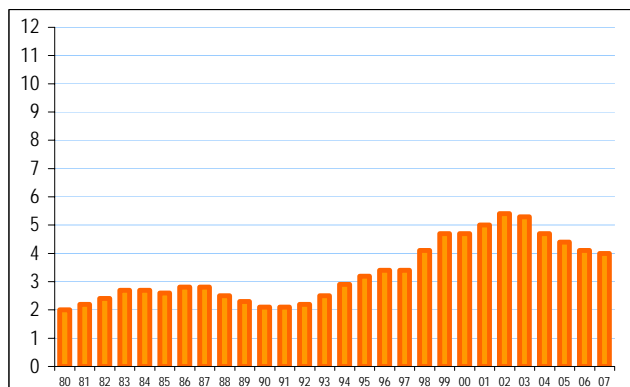
Tasa de desempleo

Estados Unidos (%)



Fuente: Fondo Monetario Internacional

Japón (%)

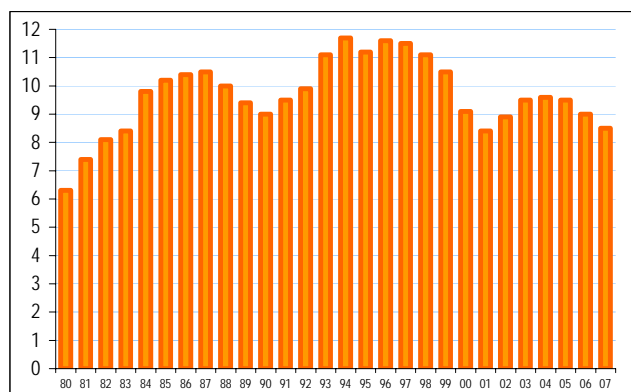


Fuente: Fondo Monetario Internacional

Delivered by http://www.e-unwto.org  
 Lic. Sergio González (194-07-155)  
 martes, 30 de junio de 2009 8:52:46

Tasa de desempleo

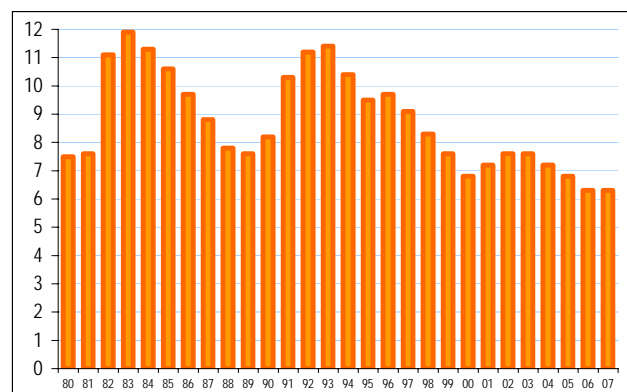
Francia (%)



Fuente: Fondo Monetario Internacional

Tasa de desempleo

Canadá (%)



Fuente: Fondo Monetario Internacional

Visión general del World Economic Outlook de septiembre 2006. Previsiones del Fondo Monetario Internacional (FMI)

Tasa de desempleo (%)

	Previsiones actuales								Tendencia <sup>1</sup>				Media 1995-2005	
	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*	2007*	04-03	05-04	06*-05		07*-06*
<b>Países desarrollados</b>	7,0	5,7	5,8	6,3	6,6	6,3	6,0	5,6	5,5	+	+	+	=	6,3
<b>Europa</b>														
Área Euro	10,5	8,2	7,8	8,3	8,7	8,9	8,6	7,9	7,7	-	+	++	+	9,1
Austria	3,9	3,6	3,6	4,2	4,3	4,8	5,2	4,8	4,6	-	-	+	+	4,3
Bélgica	9,7	6,9	6,6	7,5	8,2	8,4	8,4	8,2	8,2	-	=	+	=	8,3
Finlandia	15,4	9,8	9,1	9,1	9,0	8,8	8,4	7,9	7,8	+	+	+	=	10,3
Francia	11,2	9,1	8,4	8,9	9,5	9,6	9,5	9,0	8,5	=	=	+	+	10,0
Alemania	7,1	6,9	6,9	7,7	8,8	9,2	9,1	8,0	7,8	-	=	++	+	8,0
Grecia	9,1	11,3	10,8	10,3	9,7	10,5	9,9	9,7	9,5	--	++	+	+	10,6
Irlanda	12,2	4,3	3,9	4,4	4,7	4,5	4,3	4,3	4,2	+	+	=	=	6,1
Italia	11,2	10,2	9,1	8,6	8,5	8,1	7,7	7,6	7,5	+	+	=	=	9,7
Luxemburgo	3,0	2,5	2,3	2,6	3,5	3,9	4,2	4,5	4,7	-	-	-	-	3,1
Países Bajos	6,6	2,8	2,2	2,8	3,7	4,6	4,9	4,5	3,9	--	-	+	++	3,9
Portugal	7,2	3,9	4,0	5,0	6,3	6,7	7,6	7,7	7,6	-	--	=	=	5,7
España	22,9	13,9	10,6	11,5	11,5	11,0	9,2	8,6	8,3	+	++	++	+	14,4
Dinamarca	10,3	5,4	5,2	5,2	6,2	6,4	5,7	4,8	4,9	-	++	++	=	6,3
Suecia	7,7	4,7	4,0	4,0	4,9	5,5	5,8	4,5	4,3	--	-	++	+	5,7
Reino Unido	8,7	5,5	5,1	5,2	5,0	4,8	4,8	5,3	5,1	+	=	-	+	5,8
Chipre	2,6	3,4	2,9	3,2	3,5	3,6	5,2	3,0	3,0	=	--	++	=	3,5
Islandia	5,0	1,3	1,4	2,5	3,4	3,1	2,1	1,5	1,9	+	++	++	-	2,7
Israel	6,9	8,7	9,3	10,3	10,8	10,3	9,0	8,7	8,5	+	++	+	+	9,0
Noruega	5,0	3,4	3,5	3,9	4,5	4,5	4,6	3,9	3,9	=	=	++	=	4,0
Suiza	3,7	1,7	1,6	2,3	3,4	3,5	3,4	2,6	2,5	=	=	++	=	3,0
<b>Américas</b>														
Canadá	9,5	6,8	7,2	7,6	7,6	7,2	6,8	6,3	6,3	+	+	+	=	7,8
Estados Unidos	5,6	4,0	4,7	5,8	6,0	5,5	5,1	4,8	4,9	+	+	+	=	5,0
<b>Asia y el Pacífico</b>														
Australia	8,2	6,3	6,8	6,4	6,1	5,5	5,1	5,0	5,0	++	+	=	=	6,7
Japón	3,2	4,7	5,0	5,4	5,3	4,7	4,4	4,1	4,0	++	+	+	=	4,5
Nueva Zelanda	6,3	6,0	5,3	5,2	4,6	3,9	3,7	3,9	4,5	++	+	-	--	5,6
Países asiáticos recientemente industrializados	10,5	8,2	7,8	8,3	8,7	8,9	8,6	7,9	7,7	-	+	++	+	9,1
Hong Kong (China)	3,2	5,1	4,9	7,2	7,9	6,9	5,7	4,6	4,0	++	++	++	++	5,3
Corea, Rep. de	2,1	4,4	4,0	3,3	3,6	3,7	3,7	3,5	3,3	=	=	+	+	4,1
Singapur	1,8	2,7	2,7	3,6	4,0	3,4	3,1	2,7	2,7	++	+	+	=	2,8
Taiwan (pr. de China)	1,8	3,0	4,6	5,2	5,0	4,4	4,1	3,9	3,7	++	+	+	+	3,7

Fuente: compilado por la OMT del Fondo Monetario Internacional 'World Economic Outlook' ([www.imf.org/external/pubs/ft/weo/weorepts.htm](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/weorepts.htm))

<sup>1</sup> puntos porcentuales sobre año anterior: ++ < -0,5 ; + [-0,5, -0,1] ; = [-0,1, 0,1] ; - [0,1, 0,5] ; -- > 0,5

Delivered by <http://www.e-unwto.org>  
 Lic. Sergio González (194-07-155)  
 martes, 30 de junio de 2009 8:52:46

## Las actuales incertidumbres: el precio del petróleo, la inflación y los tipos de interés

Como en 2006, ciertas incertidumbres actuales podrían nublar el panorama económico de 2007 – las tendencias relativas a los precios del petróleo, la inflación y la posible subida de los tipos de cambio en algunos de los mercados turísticos emisores más importantes, como EE.UU., Reino Unido y la eurozona.

Aunque el precio del petróleo disminuyó en el último trimestre de 2006, bajando de su máximo de agosto (algo más de 70 dólares estadounidenses por barril) hasta los menos de 60 dólares por barril de diciembre, la inestabilidad de los precios en los mercados energéticos mundiales sigue siendo objeto de preocupación. Según el FMI, la amenaza derivada de los altos precios del petróleo durante 2006 no tuvo las desastrosas consecuencias de otras ocasiones aunque, más allá de la reciente bajada de los precios, la inestabilidad sigue constituyendo un riesgo de cara al futuro. El mercado de futuros apunta a que los precios del petróleo seguirán rondando los 58 dólares estadounidenses por barril en el futuro previsible. Un crecimiento económico más firme y la leve disminución de los índices de expansión de economías emergentes como China o India podrían redundar en una menor presión sobre las materias primas y en particular el petróleo, lo que contribuiría a la estabilización de los precios. Por lo que respecta a la incidencia de este fenómeno sobre el turismo, en el pasado las subidas del precio del petróleo repercutieron negativamente en la demanda turística debido a su efecto sobre la economía en general, en esta ocasión, la economía mundial ha permanecido relativamente estable, y lo mismo ocurrió con la demanda turística.

La caída de los precios del petróleo también ha ayudado a atenuar las presiones inflacionarias. El FMI prevé que la inflación mundial disminuirá de 2,8 % en 2006 a 3,7 % este año. Esta tendencia a la baja será común en las economías desarrolladas (en donde disminuirá de 2,6 % a 2,3 %) y los países emergentes (de 5,2 % a 5 %). En Japón, por el contrario, hay cada vez más signos de que la deflación que comenzó a principios de 1999 ha tocado a su fin.

Otro factor que quizás refrene algo el crecimiento económico, y en particular la renta discrecional de los hogares, es la subida de los tipos de interés. Los riesgos de presión inflacionaria hicieron que el año pasado los principales bancos centrales aplicaran políticas monetarias más estrictas. La Reserva Federal de EE.UU. prosiguió con el ajuste de los tipos de interés que había iniciado en 2004 a fin de contener la inflación y la euforia inmobiliaria. Durante 2006 los tipos de interés subieron un punto porcentual en total, llegando al 5,25 %. El Banco Central Europeo subió los tipos de interés seis veces en algo más de un año, del bajo 2 % al actual 3,5 %, y quizás aumente un cuarto de punto más en 2007. Mayores preocupaciones

pueden surgir en el Reino Unido, donde el Banco de Inglaterra subió nuevamente a principios de este año los tipos de interés a 5,25 %. Paralelamente, el Banco de Japón puso fin en julio a su política de tipo de interés cero, marcando el fin de la deflación.

Cotización del Crudo Brent (diario)

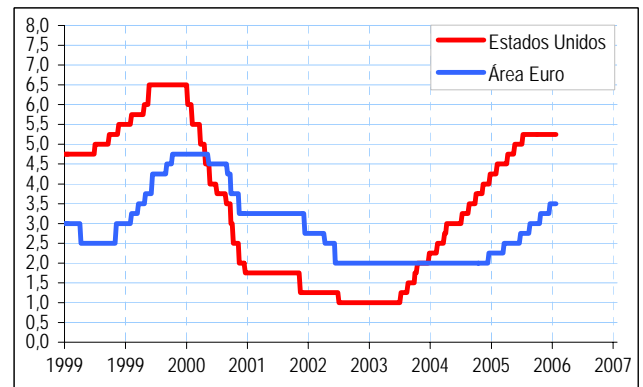
\$ EE.UU. por barril



Fuente: US Department of Energy, Energy Information Administration

Tasa de interés de la Reserva Federal y del BCE

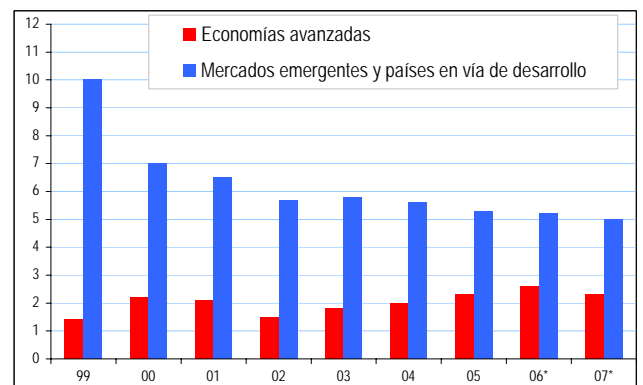
(%)



Fuente: Reserva Federal y Banco Central Europeo (BCE)

Inflación

(%)



Fuente: Fondo Monetario Internacional

Delivered by http://www.e-unwto.org  
 Lic. Sergio González (194-07-155)  
 30 de mayo de 2006

## Tipos de cambio

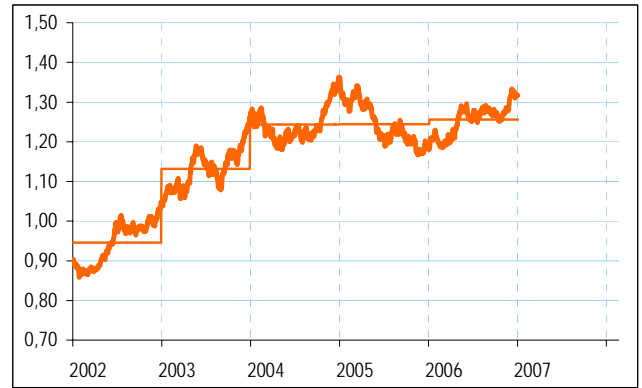
En 2006 el dólar estadounidense perdió de nuevo la fuerza recobrada en 2005 con respecto al euro. Si en diciembre de 2005 un euro valía 1,19 dólares, un año después se cambiaba por 1,32. No obstante, habida cuenta de que el año anterior había primado la tendencia opuesta, la diferencia media anual fue inferior al 1%: un euro se canjeaba por 1,24 dólares en 2005 y por 1,26 en 2006.

Comparando los promedios anuales de 2005 y 2006, tanto el dólar estadounidense como el euro se depreciaron con respecto al dólar canadiense, algunas monedas de Europa Oriental como la corona checa, el zloty polaco y el rublo ruso y varias asiáticas como el won coreano, el baht tailandés, el ringgit malayo, la rupia indonesia, el peso filipino y el yuan chino. Esta depreciación osciló entre el 2% y el 7%. Aunque el yuan chino sigue estando muy controlado, desde que las autoridades chinas lo desvincularon del dólar estadounidense en julio de 2005, se ha apreciado con respecto a esta moneda en un 6% en total.

Por otra parte, el dólar estadounidense y el euro se apreciaron más del 5% con respecto al dólar neocelandés, el yen japonés, el rand sudafricano, el florín húngaro y la lira turca. El turismo receptor de los destinos que utilizan estas monedas o están vinculados a ellas, como ocurre con numerosos países del África Austral, se benefició potencialmente de las llegadas de Europa y los EE.UU.

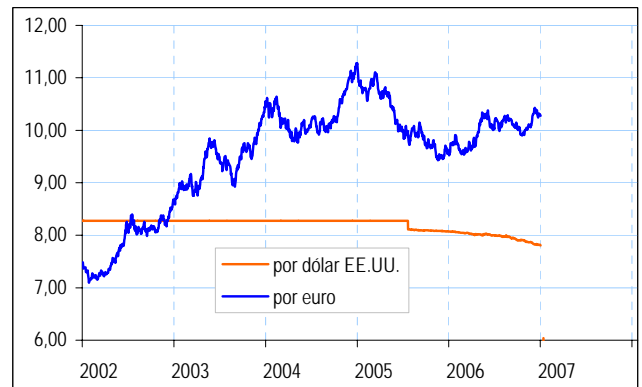
Tipo de cambio euro al dólar EE.UU.

(\$ EE.UU. por €)



Fuente: De Nederlandse Bank

Tipo de cambio del yuan renminbi chino



Fuente: De Nederlandse Bank

### Tipos de cambio

	Unidades monetarias por dólar EE.UU.										Unidades monetarias por euro																	
	Media		05/04		06/05		2005		2006		año anterior		s.-d.06		Media		05/04		06/05		2005		2006		año anterior		s.-d.06	
	2005	2006	%	%	2005	2006	dic.	sep.	dic.	%	%	%	%	%	2005	2006	dic.	sep.	dic.	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Dólar EE.UU.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dólar canadiense	1,21	1,13	-6,7	-6,5	1,16	1,12	1,15	-0,9	3,2	1,51	1,42	-6,7	-5,6	1,38	1,42	1,52	10,4	7,1										
Peso mexicano	10,90	10,91	-3,4	0,0	10,63	10,98	10,86	2,1	-1,1	13,56	13,69	-3,4	1,0	12,60	13,97	14,35	13,8	2,7										
Euro	0,80	0,80	0,0	-0,9	0,84	0,79	0,76	-10,3	-3,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Corona danesa	5,99	5,94	0,1	-0,8	6,29	5,86	5,64	-10,3	-3,7	7,45	7,46	0,2	0,1	7,45	7,46	7,45	0,0	-0,1										
Corona sueca	7,46	7,37	1,7	-1,2	7,96	7,28	6,84	-14,0	-6,1	9,28	9,25	1,7	-0,3	9,43	9,27	9,04	-4,2	-2,5										
Libra esterlina	0,55	0,54	0,7	-1,2	0,57	0,53	0,51	-11,1	-4,0	0,68	0,68	0,8	-0,3	0,68	0,68	0,67	-0,9	-0,3										
Corona checa	23,94	22,57	-6,6	-5,7	24,44	22,30	21,02	-14,0	-5,7	29,78	28,34	-6,6	-4,8	28,97	28,38	27,78	-4,1	-2,1										
Florin húngaro	199	210	-1,5	5,6	213	216	192	-9,8	-10,9	248	264	-1,4	6,5	253	274	254	0,5	-7,5										
Zloty polaco	3,23	3,10	-11,1	-4,0	3,25	3,12	2,89	-11,1	-7,4	4,02	3,90	-11,1	-3,2	3,85	3,96	3,81	-1,0	-3,8										
Tolar esloveno	193	191	0,2	-0,9	202	188	181	-10,2	-3,7	240	240	0,2	0,0	240	240	240	0,1	0,0										
Kuna croata	5,95	5,83	-1,3	-1,9	6,23	5,81	5,57	-10,7	-4,2	7,40	7,33	-1,3	-1,0	7,39	7,39	7,36	-0,4	-0,5										
Corona noruega	6,44	6,41	-4,3	-0,4	6,73	6,49	6,17	-8,2	-4,8	8,01	8,05	-4,3	0,5	7,97	8,26	8,16	2,3	-1,2										
Franco suizo	1,24	1,25	0,3	0,7	1,31	1,24	1,21	-7,4	-2,9	1,55	1,57	0,3	1,6	1,55	1,58	1,60	3,2	0,8										
Rublo ruso	28,28	27,17	-1,8	-3,9	28,81	26,76	26,29	-8,8	-1,8	35,19	34,11	-1,8	-3,1	34,15	34,06	34,73	1,7	2,0										
Lira turca	1,35	1,44	-5,6	6,9	1,35	1,48	1,43	5,9	-3,4	1,68	1,81	-5,6	7,9	1,60	1,89	1,89	18,0	0,3										
Yen japonés	110	116	1,8	5,7	119	117	117	-1,2	0,1	137	146	1,8	6,7	141	149	155	10,1	3,9										
Dólar australiano	1,31	1,33	-3,5	1,2	1,35	1,32	1,27	-5,6	-3,8	1,63	1,67	-3,5	2,1	1,60	1,68	1,68	5,2	-0,1										
Dólar neozelandesa	1,42	1,54	-5,7	8,7	1,44	1,53	1,45	0,4	-5,5	1,77	1,94	-5,7	9,7	1,71	1,95	1,91	11,8	-1,8										
Yuan renminbi chino	8,20	7,97	-1,0	-2,7	8,08	7,93	7,82	-3,1	-1,4	10,20	10,01	-1,0	-1,8	9,57	10,10	10,34	7,9	2,4										
Dólar Hong-Kong	7,78	7,77	-0,1	-0,1	7,75	7,78	7,77	0,2	-0,1	9,68	9,75	-0,1	0,8	9,19	9,91	10,27	11,7	3,7										
Dólar taiwanés	32,15	32,53	-3,8	1,2	33,31	32,91	32,51	-2,4	-1,2	40,00	40,85	-3,8	2,1	39,49	41,88	42,95	8,8	2,6										
Dólar singapurense	1,66	1,59	-1,5	-4,6	1,67	1,58	1,54	-8,0	-2,5	2,07	1,99	-1,5	-3,7	1,99	2,01	2,04	2,5	1,3										
Won coreano	1024	955	-10,5	-6,8	1023	953	925	-9,5	-2,9	1274	1199	-10,5	-5,9	1212	1213	1222	0,8	0,8										
Baht tailandés	40,24	37,91	0,0	-5,8	41,10	37,43	35,74	-13,0	-4,5	50,07	47,59	0,0	-4,9	48,73	47,64	47,22	-3,1	-0,9										
Ringgit malayo	3,79	3,67	-0,3	-3,2	3,78	3,67	3,55	-6,0	-3,3	4,71	4,60	-0,3	-2,3	4,48	4,67	4,69	4,7	0,4										
Rupia indonesia	9.704	9.169	8,5	-5,5	9.848	9.151	9.084	-7,8	-0,7	12.073	11.512	8,5	-4,6	11.675	11.646	12.003	2,8	3,1										
Peso filipino	55,06	51,27	-1,8	-6,9	53,52	50,31	49,40	-7,7	-1,8	68,49	64,38	-1,8	-6,0	63,45	64,03	65,27	2,9	1,9										
Rand sudafricano	6,36	6,79	-1,2	6,8	6,36	7,43	7,05	10,7	-5,2	7,92	8,53	-1,1	7,7	7,54	9,46	9,31	23,4	-1,5										

Fuente: datos recopilados por la OMT de De Nederlandse Bank (DNB) / Banco Central Europeo (BCE)

# Organización Mundial del Turismo (OMT)

## Publicaciones



### 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.

Disponible en español, inglés y francés, en versiones impresa y electrónica (pdf).



Precio 3 números:  
PDF 60 €  
PDF e impreso 90 €

### 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.

Disponible en inglés.



Publicado: 2006  
Precio: 75 €

### 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.

Disponible en:

*África:* inglés y francés

*Américas:* español e inglés

*Asia:* inglés

*Europa:* inglés y francés

*Oriente Medio:* inglés

*Panorama mundial:* español, inglés y francés.



Publicado: 2006  
Precio: 75 €  
por volumen

Serie de cinco informes  
regionales + Panorama  
mundial: 290 €

### Incidencia de la subida del precio del petróleo sobre el turismo

El precio del petróleo alcanzó el valor histórico en 2005 y las previsiones señalan una tendencia alcista. Frente a esta evolución, se plantean interrogantes sobre la incidencia actual y futura de unos precios tan elevados sobre el turismo internacional y sobre uno de sus componentes principales, el transporte aéreo. El objeto de este estudio es analizar los efectos ya observados o posibles de la reciente alza de los precios del petróleo sobre el turismo internacional. Este análisis tratará, en particular, los puntos siguientes: Análisis estadístico de la subida del precio del petróleo en términos nominales y en términos reales; Comparación con las anteriores crisis del petróleo de 1974, 1979 y 1990; Análisis de los efectos a corto plazo de la subida de los precios del petróleo desde 2002; Evaluación de la incidencia sobre el transporte aéreo; Análisis de casos y consecuencias a medio plazo, por regiones, en términos de efecto positivo, negativo o neutro y la definición de propuestas y previsiones.

Disponible en español, inglés y francés.

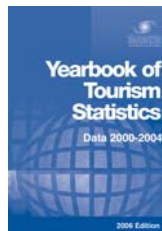


Publicado: 2006  
Precio: 30 €

### 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 pernoctaciones 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.

Trilingüe (español, inglés y francés)



Publicado: 2006  
Precio: 175 €

### El turismo urbano y la cultura: La experiencia europea

"El turismo urbano y la cultura: La experiencia europea" es un nuevo informe encargado conjuntamente por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Comisión europea de Turismo (ETC), que presenta un enfoque innovador del auge de las ciudades europeas como destinos de turismo cultural. Además de definir un marco conceptual para el análisis del turismo urbano de motivación cultural, el estudio tiene el propósito de contribuir al marketing y al desarrollo de los productos de turismo urbano ayudando a comprender mejor la evolución del turismo cultural en Europa desde un planteamiento innovador.

Disponible en español, inglés, francés y ruso.



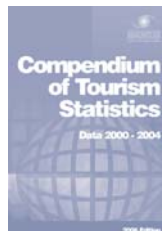
Publicado: 2005  
Precio: 30 €

### 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.

Multilingüe (español, inglés, francés, ruso, árabe y alemán)



Publicado: 2006  
Precio: 60 €

### 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.

Disponible en español, inglés y francés.



Publicado: 2003  
Precio: 45 €

La **Organización Mundial del Turismo**, organismo especializado de las Naciones Unidas, es la principal organización internacional en el campo del turismo. Constituye un foro mundial para debatir cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos especializados sobre turismo. Entre sus Miembros figuran 157 países y territorios y más de 300 Miembros Afiliados que presentan a administraciones locales, asociaciones turísticas y empresas privadas.

La forma más fácil de pedir publicaciones de la OMT:

[www.unwto.org/infoshop](http://www.unwto.org/infoshop)

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](mailto:pub@unwto.org)