

BOLETÍN

HECHOS Y TENDENCIAS DEL TURISMO

NÚMERO 2 PRIMERA QUINCENA DE DICIEMBRE, 2001



CONTENIDO

NUEVAS OFERTAS Y DESTINOS	2
TECNOLOGÍAS	5
MERCADOS	6
TENDENCIAS	10

BOLETÍN HECHOS Y TENDENCIAS DEL TURISMO

Es una publicación quincenal editada por la Dirección General de Información y Análisis de la Secretaría de Turismo, que integra y difunde información relevante de la actividad turística en campos relacionados con el análisis actual y prospectivo del turismo. Número 2, primera quincena de diciembre, 2001, primera edición 12 pp.

Si requiere información adicional favor de dirigirse a:

SECRETARÍA DE TURISMO

Dirección General de Información y Análisis
Dirección de Análisis Prospectivo
Av. Presidente Masaryk N° 172, 2° Piso
Col. Chapultepec Morales C. P. 11580
México, D. F.
Teléfonos: 5255-3293, 5250-7948
Fax: 5250-6842
E mail:
jcasar@mexico-travel.com
sergiom@mexico-travel.com
carolina@mexico-travel.com

Las Islas de Maui y Oahu han sido fuertemente afectadas por la caída en el número de visitantes.

Las Islas de Maui y Oahu han sido fuertemente afectadas por la caída en el número de visitantes desde el mes de septiembre. En Oahu, las llegadas de visitantes internacionales y estadounidenses descendieron 31% en octubre con relación al mismo mes del año anterior, de igual forma de enero a octubre de este año han bajado 6.5%.

En Maui, las llegadas bajaron 30% en octubre y 7.5% en el año, de acuerdo con el Departamento de Negocios, Desarrollo Económico y Turismo. Los visitantes estadounidenses a Hawaii bajaron en total 19% durante octubre contra los registrados el año anterior, y 4.6% en lo que va del año. El número de visitantes japoneses a Hawaii cayó 54% en octubre y disminuirá 11% durante todo el año.

Fuente: Travel Weekly's Hawaii E-letter

Los empresarios en Granada extienden tarifas de descuentos.

En un signo de los tiempos, muchos empresarios en Granada han extendido las tarifas de descuento hacia la temporada de invierno. Algunos ejemplos de esta tendencia son:

Allamanda Beach Resort incrementó su descuento del 40% hasta el 15 de abril de 2002 en estancias de más de siete noches.

Blue Horizons Cottage Hotel ofrece 30% de descuento a las reservaciones de siete o más noches, del 14 de diciembre al 15 de abril.

El paquete **Grenada Freedom del The Flamboyant Hotel's U.S.**, ofrece una estancia de siete noches por el precio de cinco. Este paquete es válido hasta el 15 de abril con excepción del mes de febrero, la reservación debe hacerse antes del 15 de diciembre.

Grand View Inn ha extendido sus tarifas de verano hasta el 15 de abril.

True Blue Bay Resort ofrece la séptima noche gratis reservando seis, o tres noches gratis reservando once, entre el 20 de diciembre y el 12 de enero.

Fuente: TW Crossroads

HAWAII

GRANADA



DOMINICA

El gobierno de Dominica destinará recursos de impuestos a comercialización y promoción turística.

El gobierno de Dominica destinará una parte del 5% del impuesto a la ocupación hotelera para promoción y comercialización turística, particularmente en el mercado estadounidense.

Según el presidente de la Asociación de Hoteles y Turismo de Dominica, Bobby Fredrick, el impuesto genera anualmente \$350,000 dólares aproximadamente.

Hasta ahora, estos ingresos habían sido depositados en un fondo central consolidado, junto con otros ingresos fiscales.

La Asociación espera que la totalidad de los impuestos sean destinados al turismo aunque existen algunas dudas al respecto.

Los ingresos provenientes del impuesto a la ocupación serán manejados por un equipo conformado por los sectores público y privado, y serán destinados exclusivamente para la promoción y comercialización dentro del Caribe, en Estados Unidos y en Europa.

Dominica no tiene actualmente una campaña de comercialización. El turismo del país ha sido afectado tras los atentados del 11 de septiembre.

Los turistas provenientes de Estados Unidos usualmente representan el 21% del total de visitantes, los que el año pasado sumaron más de 68,000. Las cifras de Estados Unidos han caído más de 50% este año, particularmente desde septiembre.

Fuente: TW Crossroads



ESTADOS UNIDOS

Cifras de la Industria Hotelera.

La industria hotelera de Estados Unidos pasa por una de sus peores crisis. La consultora Ernst & Young espera que las ganancias de la industria caigan un 18%, a USD\$18,400 millones este año, frente a los USD\$22,500 millones de 2000.

Fuente: Reforma

Los hoteles de Estados Unidos continúan a la baja después del 11 de septiembre.

Los hoteles en Estados Unidos continúan sufriendo tras los ataques terroristas. Las ocupaciones fueron del 58.8% durante la semana del 11 al 17 de noviembre, 17% menos que la misma semana del 2000, de acuerdo con los números de la firma investigadora Smith Travel Research.

Las cifras reflejan una tendencia: a partir del 11 de septiembre, las ocupaciones han oscilado 10% por debajo en comparación con el año anterior.

Las tarifas promedio bajaron 7.9%, hasta USD\$82.09. Los alojamientos de precios más elevados, continúan experimentando mayores declives que la industria en promedio: la ocupación bajó 14%, a 69.7%, y las tarifas 10.6%, hasta \$144.44.

Fuente: TW Crossroads

Walt Disney World busca cubrir 744 posiciones.

Walt Disney World está buscando contratar más de 700 empleados.

El movimiento, de acuerdo con los funcionarios de la empresa, está diseñado para afrontar el incremento esperado en el número de visitantes en el período vacacional de Navidad.

Según Marilyn Waters, encargada de relaciones públicas de WDW, estos puestos ya habían sido contemplados desde hace semanas pero no se habían cubierto y ahora se están anunciando en las comunidades locales.

WDW planea cubrir 744 posiciones, incluyendo actores, personal para reservaciones telefónicas y trabajadores para puestos de alimentos y bebidas. Los puestos incluyen 262 empleados temporales y 482 permanentes, de los cuales 196 son de tiempo completo y 286 de medio tiempo.

Adicionalmente, la estrategia de WDW durante la baja en el turismo ha sido recortar las horas de trabajo mientras sea posible, en vez de eliminar empleos.

De acuerdo con la vocera, las reducciones en las horas de trabajo se han sido implementando en las semanas pasadas, y esta iniciativa fomentará el retorno a los programas normales de trabajo.

Fuente: TW Crossroads

ESTADOS UNIDOS



VENTAS EN LÍNEA

Los Viajes, continuó siendo la categoría de mayor demanda en **e-commerce**, eclipsando a otros sectores en los gastos en línea durante el tercer trimestre del año.

El estudio desarrollado por **Nielsen/NetRatings** y **Harris Interactive eCommercePulse**, establece que unos \$4.3 mil millones de dólares en el sector de los viajes han sido producto de compras en línea entre los meses de julio, agosto y septiembre, lo que representa un incremento del 53% respecto al tercer trimestre del año 2000.

A dicha categoría le siguieron la ropa con \$1.5 mil millones, las subastas con \$1.2 mil millones, el hardware de computadoras con \$1.1 mil millones y los libros con \$8 millones.

Todas las categorías mencionadas, excepto el hardware para computadoras, crecieron a un ritmo más rápido que los servicios de viajes. Los \$1.2 mil millones en subastas, por ejemplo, fueron 94% superiores a los \$6.2 millones gastados en esta categoría durante el tercer trimestre de 2000.

El estudio estima un gasto total en línea de \$16.3 mil millones, 60% arriba de las cifras del año pasado.

Así los viajes, de acuerdo con estas cifras, representan 1 de cada 4 compras en Internet.

Fuente: TW Crossroads

American Express despedirá cerca de 6,500 empleados.

Debido a la fuerte caída de sus ventas vinculadas al negocio de los viajes y turismo, American Express despedirá a cerca de 6,500 empleados.

Esta reducción se suma a los 7,700 despidos de principios del año y corresponde al 15% de su fuerza laboral.

Fuente: Reforma

Una encuesta de la ASTA ubica a Las Vegas en la cima de los destinos de Estados Unidos.

De acuerdo con una encuesta realizada por la **American Society of Travel Agents, ASTA, y Fodor's Travel Publications**, los agentes de viajes dijeron que están haciendo más reservaciones a Las Vegas en este invierno, que a cualquier otro destino en Estados Unidos.

La encuesta denominada **The Annual Winter Hot Spots**, registró modestos cambios respecto al año pasado, pero esto podría indicar una reciente tendencia internacional en los viajes.

Según Richard Copland, presidente de la ASTA, salvo muy pocas excepciones los norteamericanos permanecerán cerca de casa en este invierno, y viajarán preferentemente a las cercanías de México y el Caribe.

Para reservaciones domésticas, el Top 10 quedó como sigue:

The Annual Winter Hot Spots	
Lugar	Destinos Nacionales
1°	Las Vegas
2°	Orlando
3°	Hawai
4°	Nueva York
5°	Phoenix
6°	Los Ángeles
7°	Miami
8°	Denver
9°	Fort Myers, Fla.
10°	New Orleans y San Francisco

ESTADOS UNIDOS

Para destinos internacionales, las posiciones de este invierno son muy semejantes a las del año pasado.

The Annual Winter Hot Spots	
Lugar	Destinos Internacionales
1°	Londres
2°	Cancún, México
3°	París
4°	Roma
5°	Puerto Vallarta, México
6°	Sydney, Australia
7°	Aruba
8°	Montego Bay, Jamaica
9°	Cabo San Lucas, México
10°	Nassau, Bahamas

Cabe destacar, que existe un nuevo destino integrante del Top 10 Internacional, Cabo San Lucas, México, que brincó del 15° al 9° lugar.

Fuente: TW Crossroads



P&O Princess Cruises y Royal Caribbean Cruises Ltd. conforman la línea de cruceros más grande del mundo.

SEGMENTO DE CRUCEROS

P&O Princess Cruises y Royal Caribbean Cruises Ltd., acordaron fusionarse en un convenio de \$5.6 mil millones de dólares creando la línea de cruceros más grande del mundo.

La nueva compañía, que se establecerá en Miami, contará con una flota de 41 barcos con alrededor de 75,000 camas, más 14 barcos para ser lanzados hacia el 2005. Bajo los términos del convenio, P&O Princess, la tercera compañía más grande en términos de capacidad de camas, mantendrá el 50.7% de la nueva compañía, mientras que Caribbean, la segunda operadora más importante, obtendrá el 49.3%. Con base en Londres, P&O Princess tiene un valor en el mercado de aproximadamente \$3.11 mil millones; Royal Caribbean está valuada en \$2.89 mil millones. El convenio está programado para cerrarse en el segundo trimestre del año 2002, ya que está pendiente la aprobación regulatoria. La nueva compañía no tiene nombre aún pero ha sido referenciada actualmente con el código RCP Cruise Lines. La nueva compañía será dirigida por Richard Fain, el actual presidente y CEO (chief

executive officer) del Royal Caribbean, quien mantendrá el mismo puesto en la nueva compañía.

Fuente: Travel Weekly's Cruise E-Letter

La ATA reporta una caída del 38% en los ingresos de las aerolínea estadounidenses.

El ingreso de las aerolíneas domésticas bajó 38% en octubre, al igual que la tarifa promedio en 19.2% y el tráfico de pasajeros en un 23%, según un reporte de la Asociación de Transporte Aéreo (ATA), en Estados Unidos.

El reporte mensual de la ATA, el cual se basa en los precios actuales de los boletos, mostró una caída en la tarifa promedio en primera clase y clase de negocios del 15.5%, de igual forma la tarifa promedio en clase turista bajó 23%.

Las cifras incluyen a todos los miembros de ATA excepto a Southwest, la cual no participa en las cifras de las tarifas mensuales.

Fuente: TW Crossroads

Tráfico Aéreo en Estados Unidos

El tráfico aéreo en los Estados Unidos cayó 20.3% en noviembre con una reducción del 15.7% en su capacidad. Según un nuevo reporte de la ATA, el factor de carga cayó 3.9 puntos hasta 67.1%.

Las cifras corresponden a las líneas aéreas que son miembros de la ATA, incluyendo todas las principales excepto Southwest, y son comparadas con el mismo período del año previo. Los números de noviembre son un poco mejores que los de octubre.

Fuente: TW Crossroads

SECTOR AERONÁUTICO

Crisis en el Sector Aeronáutico Mundial, Algunas Cifras y Repercusiones.

AMÉRICA

United Airlines - EE. UU.

- ☛ el tráfico aéreo bajó 23.5% sobre una reducción del 20.7% de su capacidad,
- ☛ el factor de carga bajó 2.5 puntos hasta 68.5%.

America West - EE.UU.

- ☛ su tráfico bajó 17.9% con un decremento del 18.4% en su capacidad,
- ☛ el factor de carga subió medio punto porcentual para ubicarse en 70%.

American Airlines/TWA - EE.UU.

- ☛ bajó 25% el tráfico al igual que su capacidad 20.2%,
- ☛ el factor de carga cayó 4.2 puntos hasta 65.6%.

US Airways - EE.UU.

- ☛ el tráfico bajó 24.6% con una reducción del 16.3% en su capacidad,
- ☛ el factor de carga bajó 7.1 puntos hasta 63.7%.

Continental Airlines - EE.UU.

- ☛ el tráfico aéreo bajó 16.7% y su capacidad un 15.2%,
- ☛ el factor de carga bajó 1.2 puntos hasta 71.4%,
- ☛ el factor de carga por el "Día de Acción de Gracias" fue esencialmente el mismo que el año pasado, y las reservaciones para la temporada navideña continúan fuertes.

Delta Airlines - EE.UU.

- ☛ el tráfico bajó 20.1% con una reducción en su capacidad del 13.6%,
- ☛ el factor de carga bajó 5.2 puntos hasta 64.3%.

Southwest - EE.UU.

- ☛ el factor de carga bajó 1.2% con un incremento del 6.9% de su capacidad,
- ☛ el factor de carga bajó 5.4 puntos hasta 65.3%,
- ☛ la distancia promedio de los vuelos de la compañía ha aumentado sustancialmente, subiendo un 8.3% hasta 711 millas, en comparación con el mes anterior.

Sun Country - EE.UU.

- ☛ despidió el 7 de diciembre casi a la totalidad de sus 900 empleados,
- ☛ suspendió temporalmente sus operaciones el 8 de diciembre, los vuelos programados serán cubiertos por otras aerolíneas o reembolsará el importe de los boletos previamente vendidos,
- ☛ se enfocará a la búsqueda de nuevos inversionistas,
- ☛ recontractará a 40 empleados para continuar con el servicio charter que inició en 1983.

Alaska Airlines - Alaska

- ☛ el tráfico aéreo en noviembre cayó 4.7% con un decremento del 4.3% de su capacidad,
- ☛ el factor de carga bajó 0.3 puntos hasta 67.7%.

Fuentes: TW Crossroads

Los atentados del pasado 11 de septiembre han estado contribuyendo a acelerar rápidamente una parte significativa de las tendencias establecidas hace unos años, las cuales apuntaban hacia la conformación del llamado "nuevo turismo", o nueva realidad o normalidad del turismo, la cual se irá manifestando gradual, pero irreversiblemente, en países como México.

Entre las tendencias que están pasando a formar parte del escenario actual, cabe mencionar el papel cada vez más importante que están desempeñando las nuevas tecnologías, especialmente en lo que se refiere a los siguientes papeles:

- en sus funciones de facilitación de operaciones en línea,
- respecto de la realización de actividades de marketing y gestión con una alta eficiencia,
- en cuanto al establecimiento de contactos directos entre usuarios,
- en tanto tienen una gran capacidad para incorporarse a una amplia gama de procesos vinculados al control de riesgos y la seguridad integral hecha a la medida, física y financiera, mediante el uso de sofisticados sistemas de escáneres tridimensionales, chips inteligentes, cámaras de vigilancia y dispositivos de reconocimiento biométrico.

Por otro lado se advierte una tendencia marcada por una creciente actividad empresarial orientada a fortalecer su actual presencia en los mercados, con la finalidad de asegurar su viabilidad a largo plazo a través del mejoramiento de posiciones competitivas en segmentos estratégicos de los mercados de placer y de negocios.

En este contexto destacan las iniciativas empresariales que contemplan:

- el diseño de estrategias de control de costos y mejoramiento de la calidad de los servicios,
- los proyectos de reestructuración organizacional y operativa,
- la puesta en marcha de importantes programas de acercamiento a los clientes,
- y los esfuerzos de fusión o de establecimiento de alianzas estratégicas que han emprendido diversos gigantes del turismo mundial.

Estas dos tendencias - junto a la nueva actitud de los consumidores ante los viajes de placer - están convergiendo hacia

la generación de un profundo cambio en la estructura del mercado turístico, propiciando un reacomodo de los actores estratégicos del turismo para enfrentar los nuevos retos de la globalización después del 11 de septiembre.

Lo anterior está generando una política empresarial sin precedentes en el turismo mundial, en la que se observa una doble vertiente: los esfuerzos de integración y concentración de los grandes consorcios van acompañados, simultáneamente, de iniciativas de descentralización, es decir, que favorece el que sus unidades de negocios tengan libertad para adoptar estrategias que respondan a las condiciones específicas de los mercados regionales donde operan. De esta manera, pueden, por ejemplo, en el marco de su oferta integrada de servicios, subsidiar ciertos servicios (alimentos o actividades recreativas, o transporte local) en un determinado mercado regional, en tanto en otras regiones evitan hacerlo o bien subsidian otros servicios que les permiten asegurar flujos de efectivo en negocios más críticos (transporte aéreo, por ejemplo).



Ello está dando como resultado una creciente flexibilidad en la oferta y distribución de productos, la cual busca garantizar el éxito de las iniciativas de penetración, desarrollo y diversificación de mercados, los de supersegmentación de la demanda y los programas dirigidos a incorporar valores agregados a la oferta turística.

Para enfrentar este panorama complejo que conlleva un cúmulo de retos asociados, se requiere de un gran conocimiento de las condiciones del entorno y del mercado del turismo, no sólo en una fotografía sino que también a partir de su condición dinámica. Además se precisa de claridad para valorar las propias fortalezas y debilidades, y liderazgo y voluntad para determinar opciones estratégicas con una perspectiva de largo plazo.

Habría que señalar, como un elemento adicional, que la Organización Mundial del Turismo estima que entre 1995 y el año 2020, Europa perderá unos 14 puntos porcentuales en cuota de mercado en el turismo mundial, hecho que trae consigo un desplazamiento de los grandes consorcios del turismo hacia oportunidades en nuevos mercados.

La combinación de este proceso y de las consecuencias derivadas de los atentados del 11 de septiembre, converge a explicar en parte importante la presencia de inversión - y sus impactos - proveniente de los países desarrollados, y canalizada a los nuevos destinos en fase de crecimiento, insertos en el sistema turístico mundial, los cuales suelen ofrecer mejores perspectivas de rentabilidad que las

congestionadas rutas aéreas y destinos del turismo en mercados maduros.

Estas condiciones emergentes están presionando a las empresas que ya operaban en estos nuevos destinos.

De allí que se esté observando con bastante frecuencia movimientos orientados a mejorar la posición de las empresas, tanto de las que incursionan en los nuevos mercados emergentes, como de las que en ellos ya estaban instaladas.

Esta dinámica consigna, por ejemplo, casos como el de la fusión de P&O Princess Cruises y Royal Caribbean Cruises, para formar la línea de cruceros más grande del mundo, y la reciente adquisición de Aerolíneas Argentinas por el grupo español Air Comet, integrado por la compañía transportadora Air Plus y Viajes Marsans, en una muestra de la integración de diversos grupos que buscan situarse en el núcleo duro del turismo mundial, aumentando de manera significativa su poder de negociación y sus posibilidades de ampliación de capacidades para diseñar, y distribuir productos en diferentes mercados y hacia diversos destinos mundiales.

En este mismo tenor, en Colombia se acaba de anunciar que Aeronáutica Civil autorizó la fusión operativa - pero no administrativa - de las tres compañías aéreas más importantes del país: Avianca, Aces y Sam. Dos de ellas habían reportado pérdidas millonarias en dólares durante el ejercicio del año 2000.

Si bien habría que decir que la materialización de algunas alianzas del sector aéreo no se han derivado, únicamente, de los acontecimientos del 11 de septiembre, puesto que muchas empresas ya arrastraban problemas financieros que se agudizaron con los atentados, también cabe argumentar que estas alianzas han encontrado un escenario propicio para la concentración de liderazgos de impacto mundial que van definiendo nuevos retos para el turismo y las políticas públicas del sector en los países en desarrollo.

DIRECTORIO

Lic. Bertha Leticia Navarro Ochoa

Secretaria de Turismo

Eduardo Barroso Alarcón

Subsecretario de Operación Turística

Lic. Francisco Madrid Flores

Subsecretario de Planeación Turística

Lic. Mario Palma Rojo

Subsecretario de Innovación y Calidad

José I. Casar Pérez

Director General de Información y Análisis

Sergio Molina Espinosa

Director de Análisis Prospectivo

Carolina Chávez Oropeza

Jefe del Departamento de Análisis Prospectivo

CONSEJO EDITORIAL

José I. Casar Pérez

Director General de Información y Análisis

Sergio Molina Espinosa

Director de Análisis Prospectivo

Carolina Chávez Oropeza

Jefe del Departamento de Análisis Prospectivo