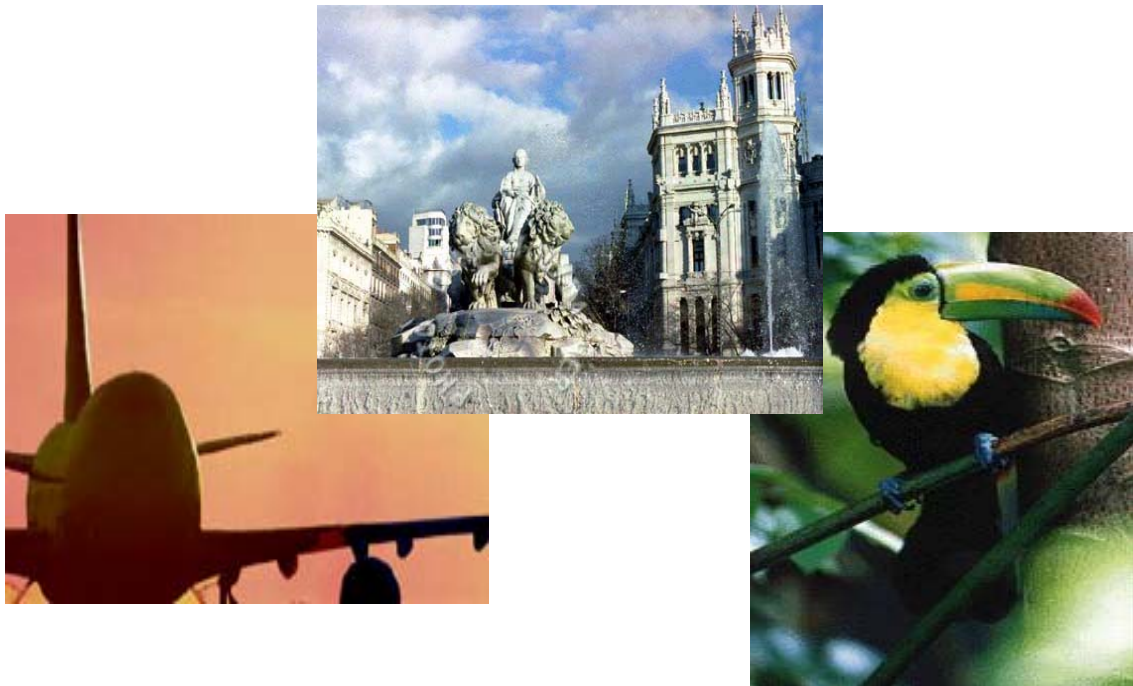


BOLETÍN

HECHOS Y TENDENCIAS DEL TURISMO

Número 12 Octubre de 2002



BOLETÍN HECHOS Y TENDENCIAS DEL TURISMO

Es una publicación mensual 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 12, Octubre de 2002, primera edición 16 pp.

Consulta este documento en:

www.sectur.gob.mx
datatur.sectur.gob.mx

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: 2581-6379, 2581-6300 Ext. 1603 y 1605
Fax: 5254-2771
E mail:

José I. Casar Pérez

jcasar@sectur.gob.mx

Sergio Molina Espinosa

smolina@sectur.gob.mx

Carolina Chávez Oropeza

cchavez@sectur.gob.mx

La reproducción parcial o total de la información contenida en esta publicación es permitida, citando la fuente.

| | |
|----------------------------------|-----------|
| NUEVAS OFERTAS Y DESTINOS | 3 |
| | |
| TECNOLOGÍAS | 8 |
| | |
| MERCADOS | 10 |
| | |
| TENDENCIAS | 14 |

MÉXICO

Libra México expectativa en turismo

Leticia Navarro Ochoa, titular de la Secretaría de Turismo, destacó que al cierre del año estaremos ligeramente por encima de los 8 mil 400 millones de dólares en captación de divisas de turistas internacionales.



Con ello, México habrá sido el único país que haya logrado hacer frente positivamente y superar, en materia turística, los efectos de los atentados terroristas del 11 de septiembre en la Unión Americana, reconoció **Francesco Frangialli**, secretario general de la Organización Mundial de Turismo (OMT).

En conferencia de prensa y tras anunciar que nuestro país fue elegido para presidir el **Comité de Estudios de Mercado y Técnicas de Promoción de la OMT**, destacó que pese a la dependencia turística con EU, en México se han generado tendencias positivas diferentes a nivel mundial y en particular del resto de América Latina.

“En México se han registrado buenas tendencias diferentes a las registradas a nivel mundial, esto significa que se tuvieron reacciones oportunas frente a los atentados del 11 de septiembre en Estados Unidos”, comentó.

Leticia Navarro Ochoa, titular de la Secretaría de Turismo, ratificó las declaraciones del secretario general de la OMT al destacar que al cierre del año estaremos ligeramente por encima de los 8 mil 400 millones de dólares en captación de divisas de turistas internacionales.

“Hasta el momento nos han visitado casi 13.5 millones de personas, el año pasado lo hicieron 19.8 millones, con esto anticipamos un cierre del año que nos permitirá estar por encima del 2001. Nuestras proyecciones estiman que estaremos ligeramente por encima de los 8 mil 400 millones de dólares de divisas”, precisó.

Destacó que el gasto per cápita se incrementó en 5.5 por ciento, lo que representa una derrama de 6 mil 51 millones de dólares. La balanza turística hasta el mes de agosto es supervitaria.

Fuente: Sectur

CUBA

Estadounidenses a Cuba

De acuerdo con cifras proporcionadas por fuentes oficiales, suman 80 mil los estadounidenses que visitaron **Cuba** durante el año 2001, arribando a la isla en vuelos charter originados en Miami, Nueva York y Los Ángeles, principalmente. Pero si se toma en cuenta a los cubano-estadounidenses, el total de turistas que llegó a Cuba el año indicado, sería de alrededor de 150 mil.

La expectativa de las autoridades cubanas es que el número de turistas aumente durante el año 2002. Sólo en el mes de agosto se registraron 236 vuelos hacia la isla.

Los planes de los funcionarios cubanos consisten en aumentar el tráfico de visitantes a la isla, abriendo nuevas rutas y diversificando las opciones de transporte, para ofrecer traslados por la vía marítima.

Fuente: CNNenEspañol.com

GUATEMALA

Parque Temático en Guatemala

En el sur de *Guatemala* se acaba de inaugurar un gran parque temático que ofrece un ambiente latinoamericano y de tradiciones mayas. Se trata del parque *Xetutul*, que constituye una alternativa para diversificar la oferta turística del país.

Fuente: Boletín.turístico.com

ESPAÑA

Campaña publicitaria para promover España en 17 países



La *Secretaría de Estado de Comercio y Turismo* y el *Instituto de España (Turespaña)* han puesto en marcha la campaña publicitaria gráfica '*España Marca/Spain Marks*', que se difundirá en 17 países emisores de turistas. El presupuesto destinado para dicha iniciativa es de 11.9 millones de euros.

Fuente: boletín – turístico.com

COSTA RICA

Costa Rica espera con ansias turistas durante la próxima temporada

El ingreso acumulado de turistas a *Costa Rica* hasta agosto pasado registró una disminución del 4.4 por ciento, lo que representaría a más de 35,000 visitantes menos en ese período.

Según las autoridades, el impacto negativo más fuerte se sintió en el mes de julio, cuando la caída fue de 9.5 por ciento en comparación con el mismo mes del 2001.

El mayor porcentaje de los turistas que dejaron de viajar a Costa Rica son los provenientes de Estados Unidos, Canadá y Colombia, este último debido al requerimiento de visa para entrar al país.

La baja es de unos 20,200 turistas estadounidenses seguido por 5,600 canadienses y unos 5,500 colombianos.

Los datos del *Instituto Costarricense de Turismo (ICT)* destacan el crecimiento de las llegadas de turistas provenientes de Francia (con un 11%), España (11.5%) y México, con un 9.7 por ciento.

Fuente: CNNenEspañol.com

HAWAI

Recuperación del turismo en Hawai

Durante el mes de agosto, la ocupación hotelera en *Hawai* alcanzó al 78%, apenas 0.1% por debajo de la ocupación observada en el mismo mes, un año antes, según una encuesta conducida en conjunto por *Hospitality Advisors* y *Smith Travel Research*. La tarifa promedio diaria por habitación cayó a USD. \$149.73 en agosto, comparada con los USD. \$152.03 mostrada un año antes.

Algunos líderes de la industria de Hawai temen que las condiciones de la economía, y la inestabilidad internacional, pueden afectar a la baja la ocupación hotelera en lo que resta del año.

Fuente: Travel Weekly's Hawai E-Letter

PANAMÁ

En Panamá, el enfoque se pone en el turismo

El turismo en *Panamá* creció en un 2 por ciento durante los primeros ocho meses del 2002, en comparación al año anterior, y sigue siendo visto como uno de los sectores que más podría ayudar a superar la crisis económica que agobia el país.

El *Instituto Panameño de Turismo (IPAT)* señaló que de enero a agosto visitaron el país 471,060 turistas, es decir 9,464 más que durante el mismo período del año pasado.



Los turistas llegan a Panamá principalmente por vía aérea, otros por la zona fronteriza de Paso Canoa, limítrofe con la vecina Costa Rica, y a través de los puertos que acogen pasajeros de cruceros, en el Caribe y el Pacífico.

Las autoridades del IPAT se muestran optimistas y estiman que al concluir el año unos 800,000 turistas habrían visto Panamá.

Para incentivar el área las autoridades emprendieron hace poco una campaña internacional en la que invierten cerca de diez millones de dólares a fin de promover a Panamá como un importante destino turístico en la región.

La campaña busca atraer a viajeros pioneros de los mercados de Estados Unidos, Canadá, América Latina y Europa, principalmente.

Fuente: CNNenEspañol.com

CANADÁ

La Comisión de Turismo de Canadá lanza campaña de comercialización

La *Comisión de Turismo de Canadá* lanzó una campaña de comercialización, con el objeto de alentar a los estadounidenses a viajar a las provincias de Alberta, Ontario y Québec este otoño. El énfasis del esfuerzo está en el sitio Web, www.travelcanada.ca/fall, donde los consumidores pueden solicitar folletos y libros de los paquetes vacacionales de Air Canadá y de las propiedades de Marriott.

Fuente: TW Crossroads

BALI

Predicen caída de las ventas de viajes a Bali

Tour operadores europeos decidieron suspender la promoción y venta de viajes a la isla de **Bali**, Indonesia, como resultado del atentado terrorista del sábado 12 de octubre.

TUI, de Alemania, **Thomas Cook**, de Inglaterra, **Nouvelles Frontières**, de Francia y **Kuoni**, de Suiza, son, entre otros importantes tour operadores, los que han tomado la iniciativa de suspender o posponer indefinidamente la venta de viajes a la isla, considerada alguna vez un destino seguro para los turistas del mundo.

En esta vertiente, diferentes gobiernos europeos, y la Unión Europea, han aconsejado a sus nacionales no viajar a Bali. A su vez, el Departamento de Estado de los Estados Unidos ha emitido reportes solicitando a los norteamericanos abandonar el archipiélago y aplazar sus viajes a ese destino.

Los atentados ocurridos en la isla de Bali en octubre, pueden generar un efecto negativo sobre los destinos de larga distancia y los destinos considerados “exóticos”, especialmente desde la perspectiva de los mercados emisores de los países desarrollados.

Por lo pronto, entre las primeras medidas observadas por los tour operadores españoles, se advierte el desvío de los flujos de turistas principalmente hacia Tailandia. También se espera que segmentos como los lunamieleros españoles, redirijan sus viajes hacia otros destinos, como podría ser el Caribe.

Según las empresas comercializadoras de viajes de España, Bali requerirá de unos tres o cuatro meses para reactivarse como destino turístico.

Fuente: abc.es, 5Días.com

El nivel de ocupación en los hoteles de Bali ha caído hasta el 23.4% tras el atentado

El nivel de ocupación en los hoteles de la turística isla Indonesia de **Bali** ha descendido hasta 23.4% como consecuencia del atentado terrorista del pasado 12 de octubre, que dejó más de 180 muertos.



Según las cifras de las autoridades de turismo la ocupación rondaba en esos días el 70.3%.

Más de 29, 000 turistas salieron de Bali durante la primera semana desde el sangriento atentado, en el que la mayoría de las víctimas mortales y heridos fueron extranjeros.

Varias embajadas, entre ellas las de **Estados Unidos**, **Australia** y **Reino Unido**, mantienen la advertencia a sus ciudadanos de extremar precauciones en Indonesia ante la amenaza de nuevos atentados.

Este acontecimiento ha sido el más grave ocurrido en el mundo después del “9-11” y ha afectado gravemente al sector turístico de Indonesia, el cual supone el 3% de su PIB, solamente detrás del petróleo y el gas.

Fuente: abc.es

Las líneas de cruceros se alejan de Bali

Princess Cruises sustituyó las escalas del *Regal Princess* en Bali y Semarang, Java, el 26 de noviembre, por otras en dos puertos en Malasia: Kuala Lumpur y Penang. Por su parte *Holland America Line* pospuso la escala del *Volendam* el 28 de octubre, añadiendo un día en el mar y una visita a Broome, Australia, el 29 de octubre; la línea de cruceros podría incluso cambiar la escala del *Prinsendam* en Surayaba, el 5 de noviembre y la de Lombok, el 6 de noviembre. Así mismo, *Orient Lines*, que tiene programadas muchas escalas en Bali durante el año 2003, anunció que está monitoreando muy de cerca la situación antes de realizar cualquier cambio.

Fuente: TW Crossroads

ARGENTINA

Turistas sudamericanos, a pleno en la Ciudad de Buenos Aires

Crece la afluencia de turistas sudamericanos a la *Ciudad de Buenos Aires*: según un informe local gastan un promedio diario de 214 pesos en rubros diversos como alojamiento, gastronomía, entretenimiento y compras. Los que más gastan son los chilenos, mientras se destaca la presencia de visitantes bolivianos, que ahora se ven favorecidos por el tipo de cambio.

El informe fue hecho por el *Departamento de Estudios de Mercado* de la subsecretaría de turismo porteña y arrojó que la estadía promedio es de dos noches y los turistas que dejan divisas provienen de Chile (286 pesos diarios); Brasil (239 pesos); Uruguay (223); Bolivia (184); y Paraguay (139).

El subsecretario de turismo del Gobierno de la Ciudad, Jorge Purciarello, reconoció además el incremento de turistas peruanos. Se estima que compran paquetes de entre 350 y 450 dólares para viajar a Buenos Aires. El estudio revela que el mercado peruano es actualmente un “boom”, ya que antes de la devaluación se recibían 900 turistas peruanos por mes, y ahora llegan 5,000.

Fuente: clarín.Com

MERCADO DE VIAJES EN LÍNEA

Asia: la nueva frontera "en línea"

Un estudio determina el mercado más complejo del mundo.

El mayor mercado emergente en línea del mundo es también el más complejo, y los mayores participantes se están encaminando a él.

Un nuevo estudio, recientemente publicado por *PhoCusWright*, estima que el mercado de viajes en línea en la región Asia/Pacífico será de USD. \$13.3 mil millones en el 2004.

Debido a esto, PhoCusWright dice "por eso es entendible que las compañías de viajes estadounidenses se estén moviendo hacia la región. El mercado de viajes en línea de Estados Unidos se está saturando, y el mercado Europeo está creciendo más lentamente de lo esperado, forzando a muchas compañías de viajes a mirar hacia el Este como su próxima gran oportunidad".

El estudio denominado *The Asia Pacific Online Travel Market: Tapping a Complex Market*, indica que la segmentación y los matices culturales colocan a este mercado entre los más complejos del mundo.

Particularidades como la cultura, el lenguaje, el gobierno, la economía y la modernidad – sin mencionar aspectos turísticos- influirían en el éxito o el fracaso del mercado en línea de la región.

Un ejemplo de esto es el que las aerolíneas que iniciaron el comercio electrónico en Estados Unidos, operan de forma muy diferente en Asia, donde hay muy poca distribución directa ya que las aerolíneas nacionales aún dependen de las agencias de viajes para vender el 95% de sus boletos. Hasta la fecha, muy pocas aerolíneas han tenido agresivas campañas de recorte de comisiones para motivar a los viajeros a reservar directamente, tal es el caso de Singapore Airlines y Air New Zealand.

Sin embargo, los anuncios de descuentos en las aerolíneas de la región están haciendo el panorama más competitivo y está forzando a las principales aerolíneas a buscar canales de distribución de menores costos. Esto dará como resultado que aquellas aerolíneas (muchas de las cuales venden alrededor del 10 o 15% de sus boletos en línea) dominen el mercado asiático en línea en el futuro próximo.

El estudio citó los esfuerzos de las aerolíneas de la región Asia/Pacífico por seguir el modelo de Orbitz en los Estados Unidos, que consiste en crear un consorcio y una marca común, denominada Zuji, en este caso.

Que Asia es un mercado complejo para las ventas de viajes en línea no es una novedad para los operadores de la región, compañías en línea tales como Zuji han reconocido las complejidades del mercado asiático, considerando las particularidades sociales, culturales y las diferentes etapas de desarrollo en las que se encuentran.

Aún con su experiencia, Travelocity, socio de Zuji, admite las dificultades a que se han enfrentado en esa región y considera que el cambio necesario es en el sentido de crear un producto que siga los patrones de reservación a que están acostumbrados los consumidores asiáticos.

Los mercados de Asia están en diferentes estados de maduración, incluyendo a Australia y Japón que son los más desarrollados. Sólo del uno al tres por ciento del total de las reservaciones de viaje en Asia se han hecho en línea, pero PhoCusWright está proyectando un crecimiento anual de entre el 60 y 70% del mercado de viajes en línea para los próximos dos años.

Lo principal, de acuerdo con este estudio, es que la región Asia/Pacífico representa una oportunidad –especialmente para el agregado de los hoteles de descuento (muchos de los cuales ya son exitosos), y para los paquetes vacacionales que están emergiendo.

Fuente: TW Crossroads

ESTADOS UNIDOS

Bajó el índice adelantado de la economía estadounidense

El índice adelantado de la economía de Estados Unidos que elabora el grupo *The Conference Board* bajó en septiembre un 0.2%, a 111.6, dijo la organización privada, con sede en Nueva York.

Esta cifra fue peor de lo previsto por los economistas encuestados por Reuters, que pronosticaban que el índice bajaría 0.1 %.

Septiembre mostró el cuarto descenso mensual consecutivo del índice adelantado, en agosto éste índice cayó 0.1%, según las cifras del Conference Board.

Fuente: El Economista

JAPÓN

Nuevo impuesto hotelero en Japón

El gobierno metropolitano de *Tokio* ha impuesto un nuevo impuesto hotelero para promocionar el turismo hacia la capital nipona. Con la nueva disposición se aplica un impuesto de 200 yenes diarios (USD. \$1.65), cantidad que gravará las tarifas de alojamiento superiores a los 15.000 yenes por noche. También procederá la aplicación de 100 yenes a las habitaciones con tarifas que oscilan entre los 10.000 y 15.000 yenes.

Fuente: boletín – turístico.com

ESPAÑA

Avanza la iniciativa para mejorar la calidad turística española

El *Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE)* está acelerando el proceso de constitución de sus Delegaciones Territoriales en toda España, las cuales centrarán sus labores en el asesoramiento y formación de las empresas participantes en el *Sistema de Calidad Turística Española (SCTE)*, el análisis y normalización de la reglamentación turística autonómica, el seguimiento del proceso de certificación, la promoción de la marca Q de Calidad Turística, las relaciones institucionales y la gestión de posibles subvenciones y ayudas públicas y privadas.

Fuente: boletín – turístico.com

SEGMENTO DE CRUCEROS

Aumenta la importancia de los cruceros en el turismo de los E.U.A.

La industria de los cruceros aportó 20 mil millones de dólares a la economía de los *Estados Unidos*, durante el año 2001, una contribución sin parangón.



Lo cifra significa un aumento de 2 mil millones de dólares en relación al año 2000, de acuerdo con el *International Council of Cruise Lines*. La industria generó 69 mil empleos en el país, en áreas que van desde la publicidad, la venta al detalle, los servicios de salud, construcción y alojamiento.

Fuente: TW Crossroads

SECTOR AERONÁUTICO

Nuevas rutas aéreas

- *Aeroméxico* abre una ruta entre la Ciudad de México y Loreto, Baja California Sur.
- *Hawaiian Airlines* comenzó a operar, desde el 11 de octubre de 2002, un nuevo vuelo diario, sin escalas, entre Phoenix, Arizona, y Honolulu. La oferta comprende la puesta en el mercado de 1,764 asientos por semana entre estas dos ciudades.
- *U.S. Airways* iniciará, a partir del 21 de diciembre de 2002, la operación de un vuelo sin escalas desde Filadelfia a la Isla de Granada, en el Caribe.
- *American Airlines* informó que a partir del 21 de diciembre operará un vuelo directo semanal que unirá el Aeropuerto JFK de Nueva York, con el enclave turístico La Romana, en República Dominicana.

Fuentes: Travel Weekly, boletín – turístico.com

Delta Air Lines anuncia plan de recortes tras los resultados obtenidos en el tercer trimestre del año

Delta Airlines, la tercera aerolínea estadounidense anunció un plan de recortes en gastos tanto en capital como operativos tras el informe de USD. \$326 millones en pérdidas netas durante el tercer trimestre del año, cuyas principales causas son todavía los efectos del “9-11” y la debilidad de la economía.

Entre sus planes está:

1. Recortar entre 7,000 y 8,000 puestos de trabajo-adicionales a los 10,000 que ya suprimió tras los atentados terroristas-, lo que representa cerca del 12% de su plantilla total de trabajadores.
2. Recortar el servicio a América Latina.
3. Diferir la entrega de algunos aviones para controlar el capital y gastos operativos.
4. Reducir su flota 2%, incluyendo poner fuera de servicio 15 aviones MD-11 en el 2004 y reemplazarlos por B767-300ER en vuelos internacionales, y por B767 en vuelos nacionales.
5. Diferir la entrega de 29 aviones que originalmente se habían solicitado para 2003 y 2004, para ahorrar USD. \$1.3 mil millones.
6. Cancelar el 1 de diciembre su servicio directo de Atlanta a Buenos Aires y Río de Janeiro.

Mientras tanto, la aerolínea intenta expandir su servicio Delta Connection al Aeropuerto Nacional Reagan de Washington a partir del 1 de noviembre, con 20 vuelos directos diarios al Charleston, S. C.; Columbus, Ohio; Huntsville, Ala.; y a Florida a las ciudades de Jacksonville, Orlando, Tampa, Fort Lauderdale y West Palm Beach.

Por otra parte, Delta espera la resolución del Departamento de Transporte sobre su propuesta de acuerdos comerciales con Continental Airlines y Northwest Airlines.

El acuerdo incluye código compartido, viajero frecuente y reciprocidad en salas de embarque del aeropuerto. La compañía estima que el acuerdo equivaldría a USD. \$200 millones al año.

Fuente: CNNenEspañol.com

Las aerolíneas de Estados Unidos luchan por sobrevivir

Ante una menor cantidad de viajeros y costos más elevados en pensiones y seguridad, las aerolíneas de **Estados Unidos** mostraron un mal desempeño durante el tercer trimestre, y podrían enfrentar problemas aún más graves en el futuro cercano.

Los viajeros de negocios continúan gastando menos dinero, y ante los mayores costos, la deuda de las aerolíneas crece. Además, el miedo persistente a viajar en avión fomenta los viajes en tren o automóvil.



Las aerolíneas están despidiendo empleados o deshaciéndose de sus bienes raíces y aviones, como parte de un esfuerzo por mitigar las pérdidas de miles de millones de dólares, que han derribado el precio de sus acciones a niveles sin precedentes.

“Si hasta ahora alguien pensaba que las grandes aerolíneas estaban esperando que los pasajeros volvieran, los anuncios y acciones surgidos la semana pasada deben eliminar esa idea por completo” dijo David Treiteil, presidente de la consultoría especializada SH&E, con sede en Nueva York.

En la última semana:

- **Delta Airlines** informó que despedirá a unos 8,000 empleados.
- **American Airlines** señaló que retrasará la recepción de 34 aviones hasta el 2005.
- **Northwest** advirtió que cerrará un centro de mantenimiento y varias oficinas para reservar boletos.
- **United** recortó 1,479 empleos, lo que significa que cerrará los centros de reservación en San Francisco y Long Beach, Calif.; e Indianápolis el 4 de enero de 2003, además de que dejará de volar a las ciudades de Caracas, Santiago de Chile, Milán y Dusseldorf, todo esto con el objeto de ahorrar USD. \$220 millones y así evitar la quiebra y beneficiarse con un rescate federal de USD. \$1, 800 millones.
- **American** anunció que reduciría su nómina en 7,000 empleados.

Los consultores del sector esperan más despidos antes de que termine el año, y que más aerolíneas se vean obligadas a reducir el número de vuelos de larga distancia, especialmente en los mercados más pequeños.

La escalada de recortes sobrevino luego de que la mayor aerolínea de Estados Unidos acumulara pérdidas por casi USD. \$2,200 al tercer trimestre, lo que puso a la industria en camino de perder unos USD. \$8,000 millones por segundo año consecutivo. US Airways fue obligada a declararse en bancarrota hace dos meses, y otras aerolíneas buscan desesperadamente evitar el mismo destino.

Fuente: CNNenEspañol.com

TENDENCIAS

En la medida en que transcurre el tiempo no queda duda de que los atentados del 11 de septiembre de 2001 representaron el inicio de una nueva etapa en las relaciones entre los países, y en las prioridades de la agenda internacional.

A su debido tiempo¹ denominamos a este evento como el inicio de una *nueva normalidad*, reconociendo con ello que no se trataba de una burbuja sino que del comienzo de una fase que empezaría a dar forma a un “nuevo turismo”, el cual a su vez estaría caracterizado principalmente por:

- profundas transformaciones en el modelo de la demanda, resultado de la aparición de un sistema de valores que destaca la tendencia a la personalización, los cambios en los patrones de consumo y en los estilos de viaje;
- el desarrollo de nuevos y más complejos roles en las diferentes organizaciones públicas y privadas del sector, derivando de ello el impulso a funciones como la vigilancia tecnológica y de los cambios del mercado, papel que anteriormente estaba restringido prácticamente a instituciones públicas, pero que en la actualidad llevan a cabo diversos actores privados;
- y en la asimilación de formas emergentes de gestión para responder a los ajustes del mercado turístico y de su entorno, en cuyo marco se realizan esfuerzos por flexibilizar las formas de producción para adaptarlas a necesidades personales de los consumidores, a mejorar el conocimiento de los segmentos y nichos para encuadrar los programas de promoción de acuerdo a necesidades concretas, por ejemplo.

Los atentados terroristas de Bali, los que siguieron a continuación en Filipinas, el conflicto en Cachemira y el posible ataque a Iraq, la toma de rehenes en un teatro de Moscú, las muertes producidas por el francotirador en Washington y áreas vecinas, la constancia que mantiene el conflicto en el Cercano Oriente, aunado a la débil recuperación de la economía, el debilitamiento del mercado laboral y el descenso de la confianza del consumidor, han contribuido a fortalecer las amenazas sobre los pilares del turismo convencional que hasta finales del año 2001 operaba con éxito en diferentes regiones del mundo.

A partir de septiembre del año pasado, gran parte de las visiones y las prácticas del turismo convencional requieren nuevos modos, necesitan transformarse ante las crecientes amenazas a la movilidad de las personas y la restricción de los flujos financieros en el plano internacional.

Si en los meses posteriores al 11 de septiembre la seguridad de los viajes aéreos se constituía en una preocupación central, ahora los riesgos de seguridad se han extendido a destinos en tierra: centros comerciales y lugares de entretenimiento, orientados estos últimos a turistas, se han convertido en blanco de atentados.

¹ Véase Hechos y Tendencias del Turismo N° 1, segunda quincena de noviembre de 2001.

A consecuencia de este conjunto de eventos es muy posible que muchas previsiones establecidas para el turismo a largo plazo, entren en inevitable crisis.

A la luz de los acontecimientos actuales, cuya real dimensión será más clara a medida que transcurra el tiempo, es probable que el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales se desacelere en la región más dinámica, en Asia-Pacífico, lo cual afectará las proyecciones a largo plazo, no sólo de los flujos en la región, sino en todo el orbe.

Al respecto habría que recordar que durante el año 2001 la región Asia Oriental y el Pacífico observó un ascenso de 5.5% en llegadas de turistas internacionales, posicionándose para entonces como un destino dinámico en tanto las otras regiones importantes en la recepción de turistas mostraban un estancamiento.

La prioridad que ha alcanzado la guerra contra el terrorismo en diversos foros internacionales, la celebración de la reciente Cumbre de APEC en Los Cabos; B.C.S., es muestra de ello, ha sido advertido como un peligro para la expansión del comercio global, hecho que tiene repercusiones negativas en el turismo transfronterizo y en los agentes claves que lo impulsan, como sería el caso de las compañías aéreas.

Sin embargo el mercado turístico es heterogéneo y fragmentado, y por ende presenta diversas realidades. Por ello está en condiciones de manifestar marcados contrastes. En congruencia con esta afirmación el turismo continúa presentando oportunidades, apreciándose un comportamiento positivo en determinados mercados.

En efecto, el turismo de cruceros ha adquirido creciente relevancia, al igual que el turismo doméstico.

Lo anterior se observa tanto en los Estados Unidos, donde este sector ha alcanzado una contribución sin precedentes a la economía del turismo, como en el desarrollo de proyectos de infraestructura portuaria para atender cruceros en diversos países del Caribe.

Asimismo, muchos países están dirigiendo una parte importante de sus presupuestos de promoción para estimular la movilización del mercado doméstico hacia destinos ubicados al interior de sus fronteras. Al parecer los viajes a corta distancia de los lugares de residencia habitual serán los beneficiados, tanto para los desplazamientos vía superficie como para los viajes de placer realizados en cruceros. En este sentido se estaría configurando un interesante mercado de cruceros que integra destinos cercanos a los puertos de salida, y que requiere de viajes de corta duración.

Empero, si aún es muy pronto para asegurar que ciertas tendencias se mantendrán de manera sólida a largo plazo, se puede decir, parafraseando a Alvin Toffler, que en un mundo gobernado por cambios constantes es creciente el número de actores del turismo que no están en posición de reconocer oportunamente las condiciones en que se está desarrollando el turismo.

Los cambios que está experimentando exigen un monitoreo permanente: seguramente darán paso a nuevos cambios para los cuales habrá que prepararse.

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