

MUNDO

AMÉRICA LATINA PONE DE MANIFIESTO ALGUNOS PUNTOS CLAVES

La industria del turismo fue una de las más afectadas por la recesión. El gasto turístico, que incluye el gasto tanto de los turistas internacionales como nacionales, se redujo un 8,4% a nivel mundial. Este fue el mayor descenso de la década. En América Latina la reducción fue de 11,7%. El país que mostró el peor desempeño durante el 2009 fue México, quien sufrió más las consecuencias de la influenza AH1N1.

En general, el número de llegadas internacionales a América Latina disminuyó en 4,8% a 66 millones durante el 2009. Sin embargo, muchos países se beneficiaron de un aumento en las llegadas intraregionales. Por ejemplo, Colombia fue el de mejor desempeño con un aumento del 8,6% en visitantes internacionales, gracias al fuerte crecimiento de visitantes de los EE.UU. Las compañías de bajo coste como Aires, JetBlue y Spirit Airlines, han crecido considerablemente y en 2009, se llevaron el 13% de los pasajeros entre los dos países. Las llegadas desde Perú también crecieron considerablemente debido a que ambos países fortalecieron sus lazos comerciales.

Los países del cono sur se beneficiaron de un aumento de visitantes argentinos, ya que buscaron destinos de vacaciones más baratos en lugar de vacacionar en destinos domésticos. México, Cuba y Jamaica se vieron fuertemente beneficiados de un aumento de visitantes de Canadá quienes aprovecharon el crecimiento en el transporte aéreo y la reducción del precio de los paquetes turísticos.

Los viajes nacionales en América Latina crecieron un 0,3% hasta alcanzar los 566 millones viajes en 2009, pero el gasto se desplomó un 13%. Los turistas nacionales, frente a la recesión, redujeron drásticamente los gastos de

viaje. Brasil es el mercado que obtuvo el mayor crecimiento del turismo interno, con 250 millones de viajes en 2009 (6,5% más que el año anterior). El turismo interno de este mercado se vio beneficiado de una serie de acontecimientos externos como la recesión, el tipo de cambio desfavorable, la influenza AH1N1 y los incansables esfuerzos del ministerio de Turismo por promover los destinos nacionales, que llevaron a los brasileños a permanecer en el país.

Pese a la crisis, los viajes de lujo en la región continuaron creciendo. En general, la industria hotelera en América Latina sufrió una reducción en la demanda y los hoteleros se apresuraron a realizar descuentos. Los ingresos derivados de la ocupación de las habitaciones en la región latinoamericana se redujeron en un 11,5% en 2009 a 30,2 mil millones dólares, lo que borra tan sólo un año de crecimiento. A nivel global, esta reducción fue del 12,2% lo que muestra un desempeño ligeramente mejor de la región.

Los hoteles de lujo experimentaron el crecimiento más rápido en el 2009 en Argentina, Brasil, México y Venezuela comparados con el crecimiento de los hoteles más económicos o de precios medios. Las cadenas transnacionales continuaron mirando a América Latina para el crecimiento de sus negocios aprovechando la poca penetración en la región de los hoteles de lujo. Por otra parte, la región fue relativamente inmune a la crisis financiera y los desarrolladores todavía tuvieron los medios financieros para iniciar nuevos hoteles en 2009. El crecimiento de hoteles de lujo también está impulsando el crecimiento del gasto en los complejos hoteleros (resorts).

Fuente: Euromonitor

PERÚ

TOTAL DE LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES DURANTE EL PRIMER SEMESTRE MOSTRÓ CRECIMIENTO

Durante el 2009, el Perú registró 2,139,961 llegadas de turistas, es decir, 4% más que el flujo de llegados obtenido en el 2008 (2,057,620), según MINCETUR. Estas cifras nos mostraron que en los últimos tres años, el flujo de arribo de los turistas al Perú durante el primer semestre del año creció de manera sostenida.

Entre enero y junio de este año, llegaron 1,083,729 turistas, lo que significó un crecimiento de 5.7% con respecto año anterior. Este comportamiento nos estaría pronosticando que se alcanzaría la meta al final del año (alrededor de 2 millones 250 mil turistas)

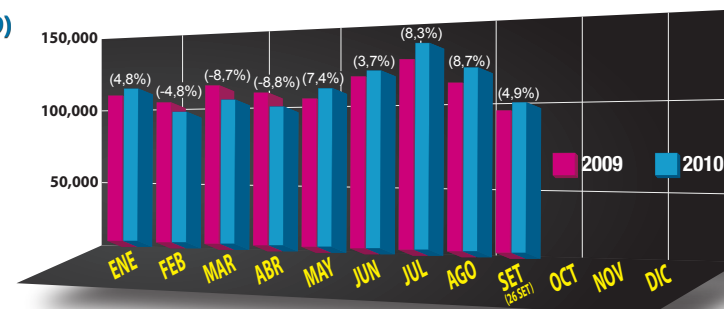
	2007	2008	2009	2010
TOTAL TURISTAS	908,753	1,024,990	1,025,584	1,083,729
<i>Crecimiento sobre año anterior</i>	9.2%	12.8%	0.1%	5.7%
Turistas Extranjeros	859,236	971,179	969,413	1,025,211
<i>Crecimiento sobre año anterior</i>	8.7%	13.0%	-0.2%	5.8%
Turistas Peruanos Residentes en el Exterior	49,517	53,811	56,171	58,518
<i>Crecimiento sobre año anterior</i>	18.7%	8.7%	4.4%	4.2%

Fuente: MINCETUR / Elaboración: PromPerú

Los mercados que más crecieron en este primer semestre fueron México y Chile (este último en especial debido al turismo de frontera). En tanto, quien mostró la mayor contracción con respecto al 2009 fue Japón (40.8%).

Si nos centramos en las llegadas por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, tenemos que hasta casi fines de septiembre del presente año, se ha registrado un crecimiento del orden del 1.7%, frente al mismo periodo del 2009. Cabe indicar que fue durante el mes de julio que se registró el mayor número de llegadas al país.

Llegadas Internacionales al Perú: Aeropuerto Jorge Chávez (Comparativo 2010 vs 2009)



Nota: Entre paréntesis la variación del 2010 respecto al 2009, correspondiente a dicho periodo.

Fuente: MINCETUR
Elaboración: PromPerú

TENDENCIAS

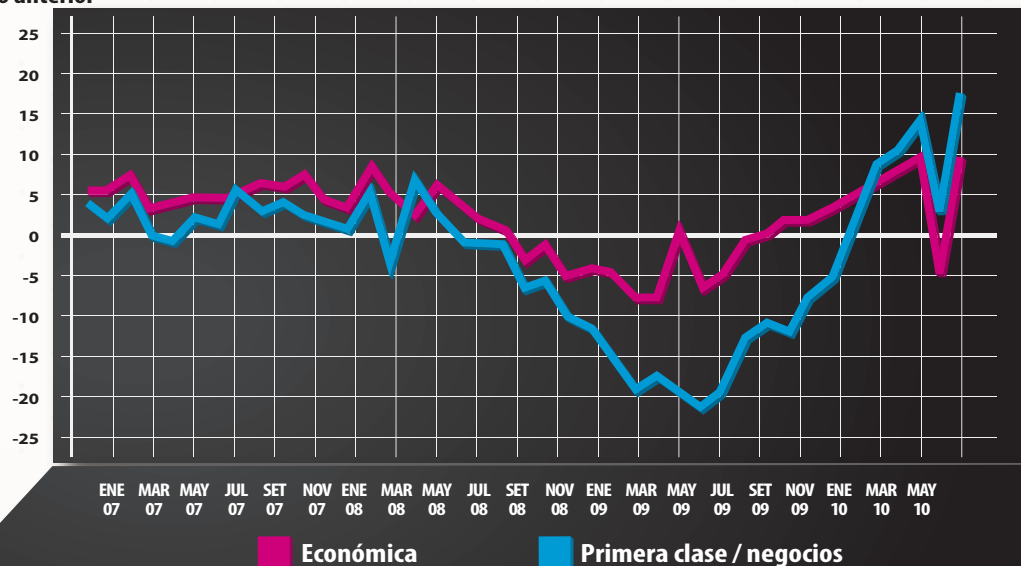
¿LAS NUEVAS TENDENCIAS CAMBIARÁN LOS VIAJES DE NEGOCIOS?

Una de las consecuencias de la creciente recesión es el decrecimiento en los viajes de negocios y muchos se preguntan si ésta será o no una tendencia al largo plazo.

- A nivel internacional, la crisis económica significó para las compañías un recorte en cuanto a sus negocios, lo que hizo que fueran los viajes uno de los primeros ítems a ser recortados en los presupuestos. Según un estudio de Oxford Economics, durante el 2009, más del 70% de las empresas habrían reducidos sus presupuestos de viajes entre 10% y 20%
- Un crecimiento lento e incierto en estos viajes podría llevar a pensar que ésta no será una tendencia del corto plazo sino más bien persistente.
- A pesar de que la tecnología ha estado disponible durante mucho tiempo, el uso de las video - conferencias recién se ha visto expandido, ya que las mejoras tecnológicas han permitido un mayor nivel de interconectividad.
- Incluso si llega a darse un viaje de negocios éste se está dando pero a precios más económicos.
- Las empresas que compran pasajes para sus ejecutivos a través de agencias de viajes han puesto tradicionalmente énfasis en la necesidad de un servicio personalizado y en el ahorro en los costos. Esta necesidad será cada vez más importante en el futuro.

Crecimiento del Tráfico Aéreo de Pasajeros por tipo de boleto

Crecimiento vs. Año anterior



- Habría entonces cierto potencial para las agencias orientadas a los viajes de negocios para expandirse en áreas como las video conferencias como la mejor manera de llegar a lo que demandan sus clientes. Estas ofertas de reuniones virtuales en hoteles o centros de conferencias serán atractivas para las empresas. Entonces, estos agentes de viajes serían también vistos como “facilitadores” y organizadores de reuniones de negocios.

- Se concluye con todas estas tendencias que a pesar de los rumores que dicen lo contrario, la industria de viajes de negocios se recuperará y continuará creciendo de manera global con la ayuda del crecimiento de las economías emergentes. Sin embargo, la industria ya no será como la conocíamos hasta el momento y deberán cubrirse otro tipo de demanda.

Fuente: Oxford Economics