

## MUNDO

### LA RECUPERACIÓN CONTINÚA DURANTE EL 2010

Durante los primeros cuatro meses del 2010 se materializó el reflote del turismo, según el último Barómetro de Turismo Internacional elaborado por la Organización Mundial de Turismo. Se estima que el crecimiento en arribos de turistas internacionales a nivel mundial es del 7%, lo que confirma la tendencia creciente que empezó durante el último trimestre del 2009. Sin embargo, esta recuperación no ha sido pareja, con un crecimiento del 8% en países de economías crecientes y de sólo el 5% en países de economías avanzadas.

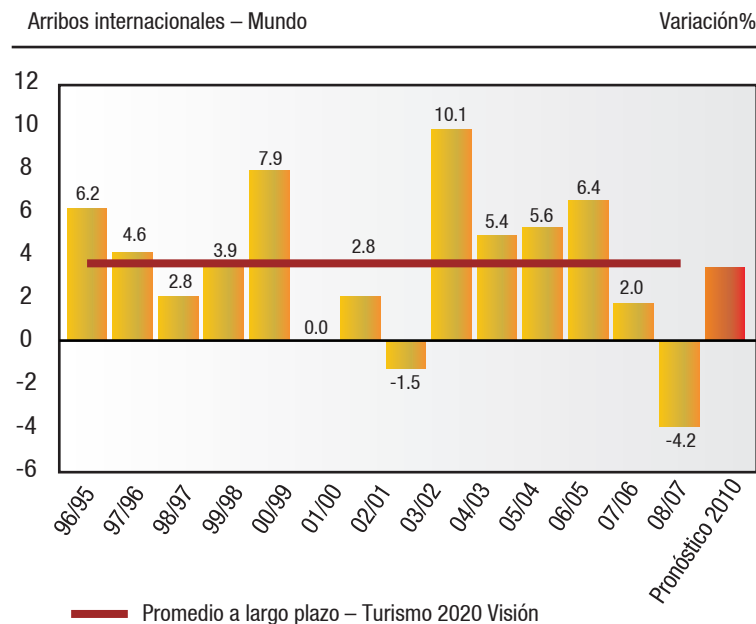
El incremento del 3%, registrado durante el mes de marzo, marca el séptimo mes consecutivo con crecimiento, luego de 14 meses de resultados negativos. El crecimiento se desaceleró en el mes de

abril, debido al cierre del espacio aéreo europeo -durante una semana- por la nube de ceniza volcánica que se formó tras la erupción del volcán islandés Eyjafjallajokull.

De enero a abril de este año, el arribo de turistas internacionales alcanzó los 258 millones, mostrando un claro crecimiento en comparación con el periodo similar del año anterior, en el que se agudizó la crisis económica y durante el cual sólo se alcanzó los 242 millones. Sin embargo, esta cifra (2010) es aún 2% menor a la registrada durante el mismo periodo del 2008 (262 millones de arribos).

Este crecimiento fue positivo en todas las regiones, aunque en algunas mostró un mejor desempeño que en otras:

- Asia Pacífico: mostró un gran crecimiento (12%) continuando con la tendencia que empezó durante la segunda mitad del año pasado.
- América: el crecimiento es de 6%, cercano al promedio del crecimiento mundial (7%). Las subregiones que más crecieron fueron Norteamérica (8%), Centroamérica (7%), Sudamérica (5%) y el Caribe (4%).
- Europa: mostró un crecimiento de tan sólo 0.3%, debido principalmente al cierre de aeropuertos durante el mes de abril.
- África: creció al mismo ritmo que el promedio global (7%).



La OMT (Organización Mundial de Turismo) mantiene para el 2010 los pronósticos publicados en enero de este año. En ese sentido, estiman un crecimiento promedio entre 3% y 4% en arribos de turistas extranjeros, lo que dependerá de los resultados que se muestren luego de la temporada alta de turismo a nivel mundial, que es el periodo de verano del hemisferio norte y de los países europeos.

Los resultados del 2010 continuarán viéndose beneficiados por la mejora gradual en la situación económica mundial, así como por eventos de gran envergadura como la Copa Mundial de Fútbol desarrollada en Sudáfrica o la Exposición Mundial de Shangai, entre otros. Sin embargo, el turismo también se ha visto afectado de manera negativa por desastres naturales ocurridos en diferentes países y de los que aún no hay una recuperación total como los terremotos en Haití, Chile, México (Guadalajara y Baja California) o la inundación que obligó a cerrar Machu Picchu.

Del lado del consumidor, tendencias como reservas de última hora, el creciente uso de Internet para comprar, acortar los viajes o buscar destinos más cercanos, parecen haberse intensificado durante y desde el fin de la crisis.

# PERÚ

## ¿CÓMO SON LOS TURISTAS EXTRANJEROS QUE VIENEN AL PERÚ CON AGENCIAS DE VIAJES?

Según el Perfil del Turista Extranjero 2009, el 31% de los turistas extranjeros que visitó el Perú utilizó una agencia de viajes. Quienes utilizan más este servicio son los turistas residentes en Japón (75%), Reino Unido (56%) y Francia (55%).

La mayoría de turistas que vino al país haciendo uso de una agencia de viajes, visitaba el Perú por primera vez (86%). Este grupo está mayormente conformado por adultos entre 25 y 55 años de edad (70%) que son principalmente profesionales técnicos (22%) o profesionales ejecutivos (27%).

Mayormente, vinieron al Perú por vacaciones, recreación u ocio (81%), mientras que un 11% vino por negocios. En lo referente al grupo de viaje, se observa que es más frecuente viajar en pareja (34%) o con amigos o familiares (30%), sin embargo, hay un grupo considerable que viajó al país solo (27%).

El tipo de turismo indispensable en un viaje de vacaciones a algún destino internacional es, principalmente, el relacionado a la cultura ancestral (62%), que incluye actividades como visitar sitios arqueológicos, comunidades nativas, etc. Otro tipo de turismo altamente preferido es el de observación de paisajes naturales en áreas protegidas (20%).

Estos turistas antes de viajar buscan primordialmente información en Internet (79%), y un 41% complementa su información con las agencias de viaje. La consulta a familiares, amigos y/o a guías turísticas como fuente de información sobre un destino es sólo utilizada por un 13% y 12%, respectivamente. La mayoría planifica su viaje entre 1 y 4 meses de anticipación (46%) o entre 5 y 8 meses (28%). Y, quienes planifican su viaje casi al

último momento (menos de un mes), representan el 13% de este grupo.

Cabe resaltar que casi la mitad de los turistas (46%) contrató los servicios de las agencias de viajes vía Internet referente a los paquetes turísticos completos. Otros servicios contratados por esta vía son compra de pasajes aéreos (8%) y compra de pasajes aéreos a través de agencias de viajes (4%).

Durante el viaje, los turistas que llegaron al Perú prefirieron hospedarse en hoteles / hostales de 3 estrellas (65%) y también en hoteles de 4 ó 5 estrellas (47%). La permanencia promedio fue de 12 noches, tiempo en el cual gastaron aproximadamente US\$ 1,950.00.

Departamentos visitados	Total %
Lima	100
Cusco	84
Puno	44
Arequipa	28
Ica	27
Madre de Dios	10
Loreto	4
Ancash	3
La Libertad	2
Lambayeque	2
Piura	1
Cajamarca	1
<b>Total turistas que viajaron con agencias de viajes (número de casos)</b>	<b>1039</b>

Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Extranjero 2009

# TENDENCIAS

## TURISMO MÉDICO EN LATINOAMÉRICA

Luego de una fuerte crisis económica a nivel mundial, es un poco difícil hablar de bienestar en la mayor parte de lugares en el mundo. Sin embargo, en las Américas esta crisis ha tenido cierto efecto positivo en otra tendencia dentro de la megatendencia del bienestar: el turismo médico.

El impacto que tiene este tipo de turismo en los mercados es de resaltar, tanto en lo relacionado a los servicios (spas, viajes y vacaciones, cirugía plástica, gimnasios, etc.) como a los productos (productos dietéticos, comida orgánica, etc.) Esta tendencia, que en esta parte del mundo comenzó en Estados Unidos y Canadá, se ha expandido también a otros países de la región como Brasil y Argentina, entre otros.

Debido a que los centros de salud en Sudamérica -según los consumidores- son económicos, y los destinos de la región ofrecen servicios de calidad, la demanda del turismo médico se da con mayor frecuencia y todo parece indicar que no sólo será así durante el periodo de crisis, sino que continuará aún después de ella.

Este tipo de turismo incluye por lo menos 05 tendencias relacionadas a diferentes tipos de consumidores:

1. Centros de belleza y spa.
2. Cirugías plásticas.
3. Destinos espirituales y de meditación.
4. Tratamientos tradicionales, basados en medicina científica.
5. "Otras terapias" que incluyen terapias con animales en Argentina o tratamientos con aguas termales que ofrece el Perú, entre otros.

• El turismo médico y quirúrgico, en tiempos de recesión, son impulsados con precios convenientes. Algunos países se han convertido en destinos de turismo médico impulsados por los propios gobiernos, pero además por sus buenos precios de viaje. Aun cuando los residentes de los países en mención no están dispuestos a pagar por estos servicios, ya están siendo promocionados por países como México, Colombia, Argentina, Cuba, entre otros, con la finalidad de atraer turistas de otros mercados.

• Los destinos espirituales reaparecen como aliados del bienestar. Cientos de miles de turistas viajan cada año de Estados Unidos y Canadá a países latinoamericanos en busca de cirugías plásticas más económicas. Pero la crisis también ha traído como consecuencia otra necesidad: la salud mental. En tal sentido, los destinos cargados de espiritualidad y las tendencias ligadas a culturas ancestrales son una de las características que serán altamente valoradas en lo referente a turismo médico en tiempos de crisis. Muchos países y ciudades, así como marcas y compañías ya están tomando esto en consideración al plantear sus estrategias.

• Gran demanda de formas de aliviar el estrés durante épocas de crisis. Una parte de la industria del turismo está acentuando este beneficio en sus ofertas con un número creciente de hoteles con spas y centros de belleza.

Fuente: Euromonitor Internacional