

El turismo se enfrenta a nuevos desafíos en torno al deterioro de la economía global, sin embargo, a pesar de las fluctuaciones, puede llegar a ser uno de los factores claves que contribuyan a superar las dificultades económicas, además de jugar un rol vital, en el desarrollo de la denominada “economía verde”, una actividad respetuosa del medio ambiente.

Las tendencias de la economía mundial y los cambios acelerados que se están verificando en todos los ámbitos, afectarán de manera significativa al desarrollo de la actividad turística: el incremento en los años de vida saludable de los seres humanos, el cambio climático, las innovaciones en el transporte, el desarrollo de las TICs, el comercio por Internet, las brechas en la distribución de la riqueza, a modo de ejemplo, delinearán el nuevo escenario para el turismo 2020.

A continuación se presenta una breve reseña sobre las tendencias a nivel internacional y regional de la actividad turística.

El contexto Internacional

- Las llegadas por turismo internacional

El turismo se ha transformado en uno de los fenómenos económicos y sociales más destacados del siglo XXI.

A pesar de que se considera que Europa seguirá siendo el principal destino turístico, el turismo actual, se caracteriza por su fuerte expansión general y por la creciente tendencia de los turistas a visitar nuevos destinos, a lo que se añade la diversificación de los productos turísticos y el aumento de la competencia entre destinos.

Dada la desaceleración de las grandes economías, las previsiones para el corto plazo son de estancamiento o de leve contracción. Europa y las Américas serán las regiones más afectadas. Sin embargo, a pesar de esta estimación, la OMT reafirma el mensaje de que el turismo es un sector de la economía notablemente resistente que volverá a experimentar un fuerte crecimiento cuando la crisis económica amaine.

Aunque la evolución del turismo en los últimos años ha sido irregular, las predicciones para el

largo plazo se mantienen, previéndose 1.600 millones de llegadas internacionales para 2020.

- Los ingresos por turismo internacional

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas que mayores ingresos genera a nivel internacional. Tiene una importancia igual o superior a las exportaciones de petróleo, a las de productos alimentarios, o a las de automóviles. La mayoría de estos ingresos provienen de Europa seguidos por Asia y el Pacífico, las Américas, Oriente Medio y África.

-El turismo como herramienta para la atenuación de la pobreza

El turismo es una potencial herramienta para la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, contribuyendo económica y socialmente a las comunidades locales a través de la generación de empleo directo e indirecto. Actualmente, no sólo es la principal fuente de empleo en muchos países, sino que también permite el ingreso al mercado de trabajo a sectores con dificultad de inserción laboral, como jóvenes y mujeres.

A partir de las prácticas turísticas, distintas actividades (industriales, agropecuarias, artes y artesanías, construcción y otras), se ven impulsadas hacia el crecimiento económico, propiciando un escenario favorable para los emprendimientos de las pequeñas y medianas empresas.

El desarrollo planificado e instrumentado desde la participación de los actores de la actividad turística, vuelca ingresos a destinos y sectores sociales deprimidos, contribuyendo con indicadores palpables a las políticas de atenuación de la pobreza. En la medida en que la actividad se convierte en motor dinamizador de las economías, se propicia un marco para el fomento, sensibilización y apoyo a la protección del entorno natural y sociocultural.

- Diversificación del turismo

En los últimos 50 años el turismo no solo experimentó un gran crecimiento, sino una marcada tendencia a la diversificación. Hasta los 80´s el turismo internacional se caracterizó por su concentración en zonas costeras y marítimas, durante el verano y con la motivación de

recreación y descanso ligado al producto 'sol y playa'.

La tendencia es al cambio. Por un lado turistas más informados y exigentes, con mayor disponibilidad para viajar, y el consiguiente fraccionamiento de las vacaciones, con cierta flexibilidad laboral, y con un incremento en los años de vida saludables, y una mayor renta disponible para viajes. Por otro lado, el mercado provee nuevos destinos, aumentando la diversificación de productos turísticos ofertados y destinos emergentes, como el Este Asiático y el Pacífico, el Sur Asiático y el Medio Oriente, que están compitiendo por mayores porciones de mercado. Sin embargo, estas regiones tienden a ser más vulnerables que los destinos tradicionales, por su situación política, económica, social y por la gestión de los recursos naturales.

Europa y América del Norte siguen siendo las principales regiones receptoras de turismo, sin embargo China emergerá sustancialmente. En general habrá más competencia y más destinos se desarrollarán en el mundo.

La respuesta del consumidor

La conducta del consumidor, como ya mencionamos, ha cambiado como respuesta al crecimiento económico general y a la mayor disponibilidad de tiempo para viajar. El modelo de demanda turística está variando hacia vacaciones más cortas, más frecuentes y más intensivas. Aún más, es probable que la presión laboral haga de las vacaciones una necesidad vital.

Se debe reconocer algunas tendencias:

- Sectores poblacionales con disponibilidad de dinero, pero no de tiempo, y otros con disponibilidad de tiempo pero no de dinero.
- Creciente demanda de productos turísticos alternativos a los tradicionales.

Uruguay en el contexto regional

La tendencia en las Américas es similar a la del mundo en general, en cuanto existe una fuerte dependencia del turismo regional.

Cabe destacar, el escaso peso relativo de América del Sur, a pesar de la potencialidad del área, debido principalmente a una posición desventajosa en términos de proximidad a los principales mercados emisores, accesibilidad, y a menores recursos disponibles para la comercialización y el marketing.

De acuerdo a los datos de la OMT, en los años 2000 y 2005 Uruguay recibió el 13% y 10% de las llegadas internacionales respectivamente. En el 2007 ese guarismo se posicionó en el 9%, lo que reflejó una pérdida de la cuota de mercado.

El gasto medio por turista a nivel mundial para 2007 fue de USD 948. Para las Américas el mismo alcanzó la cifra de USD 1.200, mientras que para la sub-región América del Sur fue de USD 864, muy despegado del de América del Norte, USD 1.317 y del de El Caribe, USD 1.159.

Perfil turístico uruguayo

En los últimos veinte años Uruguay ha experimentado importantes variaciones en el ingreso de visitantes. De los años 1988 a 1997 se observó una tendencia al alza. Luego, a raíz del contexto de crisis económica regional comienza un período decreciente en el ingreso de visitantes, que marcó su punto más bajo en el año 2002. A partir de ese momento se han manifestado mejoras significativas, interrumpidas parcialmente por el corte de los puentes internacionales sobre el río Uruguay, llegando en el 2008 a ingresar cerca de 2 millones de turistas. No obstante, pese al bloqueo del Puente Fray Bentos- Puerto Unzué el mínimo de llegadas se ha recuperado, registrando en el año 2008 prácticamente 2 millones de turistas.

En los últimos diez años la proporción de llegada de visitantes argentinos en el total ha descendido, de un 68% en el año 2000 a un 52% en el 2008. En cambio el flujo de visitantes brasileños experimentó un crecimiento en el total, de un 6% en el año 2000 a un 15% en el 2008, al igual que el flujo de visitantes provenientes de la zona extra Mercosur, los cuales representaban un 8% en el año 2000 pasando a representar un 16% en el 2008.

Los ingresos brutos por turismo receptivo hasta el año 2000 mostraron una tendencia al alza, situación que se revirtió con la crisis económica citada. A partir del año 2003, se recupera la tendencia al alza en la recepción de divisas, logrando en 2008 ingresos por USD 1029 millones de dólares corrientes.

En lo que respecta a la distribución del gasto total según la nacionalidad de los visitantes, de 1998 al 2008, el porcentaje correspondiente a los visitantes argentinos experimentó una disminución de un 63% a un 45%; mientras que la proporción de los brasileños duplicaron su participación en el total, pasando de un 7% a un 14%; al igual que los europeos que han casi duplicado su participación, pasando de un 6% a un 11%.

Mientras que los norteamericanos y del resto de América han sostenido su participación del gasto en el total, cercano al 3%.

Cruceros

En la temporada 2008-2009 arribaron 98 cruceros al puerto de Montevideo y 70 al de Punta del Este, lo que representó un ingreso de casi USD 25 millones, con un promedio de gasto per cápita de casi USD 90. El arribo de cruceros al país experimentó un crecimiento del 154,5 % con respecto al período 2003-2004. El 52% de los cruceristas descendió en el puerto de Punta del Este, mientras que el 48% restante lo hizo en Montevideo.

La generación de empleo de la actividad turística en el Uruguay

En el marco del Programa “Mejora de la Competitividad de los Destinos Turísticos Estratégicos”, Préstamo 1826/OC-UR Minturd-BID, con el objetivo de mejorar el Sistema Nacional de Información Turística hacia la Cuenta Satélite de Turismo (CST) en el país, se busca identificar el aporte del turismo en el empleo total. La investigación fue llevada adelante

por el equipo de investigadores de la Facultad de Ciencias Económicas y Administración de la Universidad de la República.

Con datos de la Encuesta Continua de Hogares (ECH) del Instituto Nacional de Estadística (INE) surge que la participación del empleo, exclusivamente en hoteles y restaurantes, en el total de puestos de trabajo a escala nacional se ha incrementado en los últimos siete años, pasando de un 2,2% en el año 2001 a un 2,7% en el 2008.

En el 2008 la actividad turística en su conjunto generó un total de 125.240 puestos de trabajo, abarcando empleos en servicios de alojamiento, restaurantes, transporte, agencias de viaje, servicios culturales, esparcimiento y otros servicios turísticos. Se observó un incremento en la participación del empleo turístico (PET) de un 7.78% en el 2006 a un 8.01% en el 2008.

Si consideramos las características socio demográficas del sector podemos visualizar que del total de personas que trabajan en el sector turístico, el 64% son hombres, sobre todo en las actividades vinculadas al transporte. En cuanto a los niveles etarios el 24 % se encuentra entre los 28 y los 37 años y el 21 % entre 18 a 27 años. Si consideramos la jefatura de los hogares, más de la mitad, el 54,96% lo son, característica más marcada en el sector transporte, con el 71,09%. El 65,34% de los trabajadores son asalariados privados, seguido por los trabajadores por cuenta propia que componen un 14,87% del total.

Turismo Interno

En el mismo marco de la mejora de procedimientos de recolección, procesamiento y análisis de datos, se realiza el análisis del turismo interno. En la Encuesta Continua de Hogares (ECH) se aplica un módulo de Turismo Interno, identificando una muestra de 4581 hogares que efectuaron algún tipo de viaje, en el período agosto de 2007 a julio de 2008. Tomando en cuenta los destinos principales y sin considerar los excursionistas, surge que el 28% de los hogares encuestados realiza por lo menos un viaje al año dentro del país, de ellos, el 52% lo realiza entre diciembre y febrero.

La encuesta discrimina viajes regulares de no regulares. Los primeros implican un desplazamiento por un motivo que hace que se vuelva a ese lugar siempre o con una frecuencia mayor que a otros lugares, mientras que en los viajes no regulares el desplazamiento está más asociado con el turismo. Si consideramos el destino, las personas que realizan viajes regulares se trasladan principalmente a Montevideo y periferia seguida por la costa Atlántica, mientras que en los viajes no regulares, el destino es la costa Atlántica.

Los viajes regulares se encuentran caracterizados por ser viajes cortos, mientras que el tiempo

de estadía de los no regulares es más variable, el 43% permanece más de 5 días. El principal motivo de los viajes regulares es la visita a familiares o amigos, seguido por paseo o vacaciones, situación inversa a los viajes no regulares.

El principal medio de transporte en los viajes regulares son el auto propio y el ómnibus, mientras que en los viajes no regulares se incrementa el uso de auto de familiares y amigos, si se suma esta cantidad a los que viajan en auto propio, los que viajan en auto alcanzan el 51%.

El 63% de las personas que realiza viajes regulares gasta entre USD 50 y USD 300, mientras que el gasto de los que realizan viajes no regulares es superior, un 62% gasta entre USD 100 y USD 800. Cuanto menor es el gasto, menor es la participación de viviendas alquiladas y/o hoteles y mayor es la de vivienda de familiares y/o amigos y de vivienda propia, esta situación se da con menor participación en los viajes no regulares. A la hora de elegir un destino en los viajes no regulares, la principal fuente de información es la experiencia anterior.