

► ÍNDICE DE CONTENIDOS

- 1) Editorial / Pág 1
- 2) Resumen Ejecutivo / Pág 1
- 3) Análisis del turismo mundial
Primer semestre (2010 vs 2009) / Pág 2
- 4) Análisis del turismo en Chile
Enero a septiembre 2010 / Pág 2
- 5) Proyección de reservas aéreas hacia Chile por mercado de origen / Pág 5
- 6) Informe especial de:
 - a. El mercado internacional de turismo de reuniones: fuerte, resiliente, dinámico y confiable / Pág 5
 - b. Impacto del turismo en países miembros de la OCDE y otras economías emergentes / Pág 8

EDITORIAL

En esta segunda edición del Barómetro Chileno del Turismo, FEDETUR continúa su análisis de las principales tendencias cuantitativas del turismo internacional en el mundo, en Sudamérica y en Chile. Esta mirada detallada a las últimas cifras, incluyendo en algunos casos hasta el mes de septiembre de 2010, debiera motivar a los empresarios del turismo y a los entes públicos relevantes a reflexionar sobre el comportamiento del turismo en Chile, con el fin de hacer los ajustes necesarios en el corto plazo para mejorar la posición competitiva del país, de sus regiones y destinos turísticos y de las propias empresas de la industria turística.

El turismo mundial presenta gran dinamismo y es al mismo tiempo muy vulnerable a eventos externos, tales como las crisis económicas, políticas o generadas por la propia naturaleza, de las cuales Chile no está exento. Saber reaccionar a tiempo para contrarrestar estos impactos es fundamental para asegurar una creciente competitividad de la oferta turística chilena y una mayor participación en el mercado mundial.

En esta edición del Barómetro se da una mirada especial al mercado de los congresos, reuniones y eventos, altamente lucrativo, y en el cual Chile pareciera estar perdiendo su cuota de mercado. Finalmente, se hace un breve análisis comparativo de la situación del turismo en una serie de países de la OCDE, organización económica internacional de la cual Chile es ahora un miembro pleno.

En próximas ediciones del Barómetro esperamos contar con mayores informaciones y datos, provistos por las empresas del sector, para profundizar este análisis.

RESUMEN EJECUTIVO

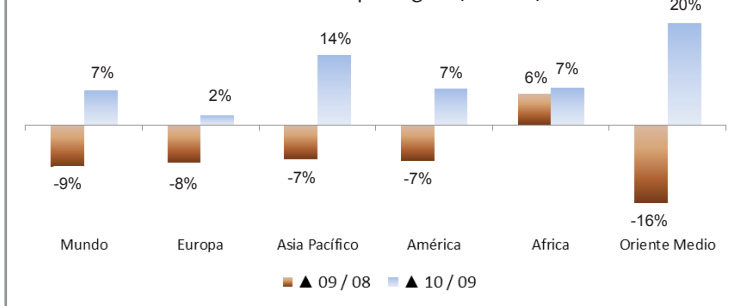
- Durante los primeros seis meses de 2010 se dio un aumento en las llegadas internacionales - en todos los mercados a nivel mundial - respecto al mismo período de 2009. Sin embargo, esta alza debe ser analizada con atención, dado que se está comparando con el período en que la crisis financiera y sanitaria estaban en su máxima expresión. Al comparar las llegadas turísticas internacionales del primer semestre del 2010 versus el primer semestre de 2008, éstas fueron un 2% menor.
- Argentina fue el país de Sudamérica que experimentó el mayor crecimiento en la llegada de turistas internacionales durante el primer semestre de 2010, con una variación de 15% respecto a 2009.
- Durante los meses de julio, agosto y septiembre las llegadas de turistas a Chile aumentaron en 9%, 17% y 11% respectivamente en relación a los mismos meses de 2009.
- Las llegadas desde los países limítrofes aumentaron en promedio 14%, mientras que las de los turistas provenientes de otros países sudamericanos lo hicieron a una tasa de 25% respecto al año anterior. Sin embargo, los mercados de larga distancia aún no presentan una mejora. Las llegadas desde Estados Unidos no muestran mayor variación respecto a 2009, mientras que desde Europa han ingresado un 4% menos de turistas con respecto al mismo período del año anterior.
- El gasto con tarjeta de crédito extranjera ha repuntado durante los últimos meses tras la baja sufrida post terremoto. El trimestre junio-agosto presentó un incremento de 17% en relación al mismo período de 2009.
- Luego de más de 20 meses en que el gasto con tarjeta de crédito internacional en Chile presentó caídas con respecto a igual mes de 2008 (que es considerado como un año normal), en agosto de 2010 se observó un crecimiento de 2% respecto de agosto de 2008.
- Los turistas internacionales que más aumentaron su gasto con respecto a 2009 fueron los procedentes de Brasil debido principalmente a la temporada de nieve, con crecimientos de 53% y 63% en julio y agosto.
- Los turistas que más gastan en Chile son los que provienen de mercados emisores de larga distancia, principalmente estadounidenses y canadienses, con un gasto promedio por estadía de 37 UF y 28 UF
- La proyección de reservas aéreas hacia Chile hace prever un alza en el tráfico desde los principales países emisores de 10% para el último trimestre del año 2010.

ANÁLISIS DEL TURISMO MUNDIAL PRIMER SEMESTRE (2010 vs 2009)

Según cifras de la OMT relativas a llegadas, ingresos y gastos de los turistas, el repunte del turismo internacional parece estar materializándose. El crecimiento de aproximadamente un 7% con respecto a 2009 en el total de llegadas internacionales durante el periodo enero-junio, confirma que la industria está inserta en una curva de recuperación que comenzó el último trimestre de 2009, presentándose el 2010 como un año normal. Sin embargo, esta recuperación ha sido desigual; ciertas economías emergentes, específicamente países del Asia como Tailandia y del Medio Oriente como Egipto, han crecido a tasas del 8% con respecto al año anterior. Por otra parte, en los mercados desarrollados el crecimiento ha sido menor, 5% en promedio, existiendo incluso algunos países que no han presentado mejoras, como España e Irlanda.

El primer semestre del año tuvo una variación positiva en llegadas internacionales respecto a igual periodo de 2009 en todas las regiones a nivel mundial (Gráfico 1. Fuente OMT). Individualmente, junio representa el noveno mes consecutivo de crecimiento, luego de 14 meses negativos. Destacable es el repunte de Medio Oriente, que a la fecha presenta un 20% de crecimiento respecto al primer semestre de 2009. Las Américas, con un 7% de alza durante el primer semestre, se encuentra en la media mundial. Europa por su parte, ha logrado un lento repunte de 2%, dado que muchas economías de la región aún sufren los embates de la crisis, además de que la llegada de turistas se vio seriamente afectada por los problemas ocasionados por la erupción del volcán Eyjafjallajökull en abril.

Gráfico 1: Variación porcentual de Llegadas internacionales por región (Ene-Jun)

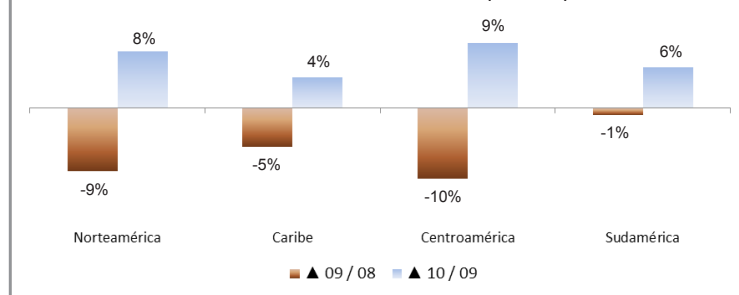


Las Américas

El primer semestre del año presentó una variación positiva en relación al mismo periodo del año anterior en las llegadas de turistas extranjeros a Las Américas, en contraste con la variación negativa de los primeros 6 meses de 2009 respecto de 2008 (Gráfico 2. Fuente OMT).

El crecimiento de 7% se explica principalmente por el aumento de 9% en las llegadas a Centroamérica, y de 8% en las llegadas a América del Norte. La región de Sudamérica también tuvo un alza sobre el primer semestre de 2009, con un crecimiento promedio de 6%; sin embargo, este crecimiento aparentemente menor, es tanto más importante que el observado en Centroamérica y América del Norte, porque la caída en las llegadas a Sudamérica durante 2009 respecto de 2008 había sido de sólo 1%, mientras que las otras tres subregiones americanas sufrieron fuertes pérdidas en 2009 y aún no recuperan su nivel de llegadas de 2008.

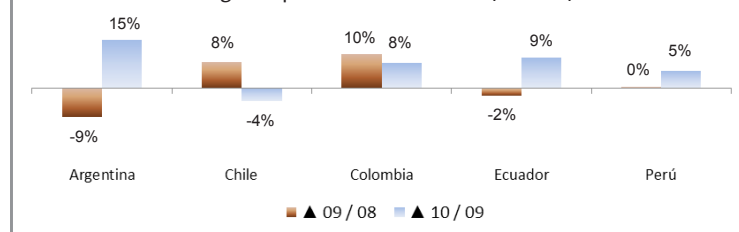
Gráfico 2: Variación porcentual de Llegadas internacionales en las Américas (Ene-Jun)



Sudamérica

El Gráfico 3 (Fuente OMT) muestra la variación de llegadas turísticas internacionales a algunos países sudamericanos, entre los que destaca Chile por ser el único que experimentó una baja en dicho periodo (ene-jun) debido a los efectos del terremoto. El país sudamericano que experimentó la mayor alza durante el primer semestre de este año fue Argentina, con una variación de 15% respecto al mismo periodo del año 2009.

Gráfico 3: Variación (%) Llegadas internacionales a algunos países sudamericanos (Ene-Jun)



En síntesis, durante el periodo enero-junio el crecimiento retornó al turismo internacional, pero debe ser observado con cautela, dado que se compara con el muy negativo primer semestre del 2009 que coincide con el peak de la crisis financiera y sanitaria. En efecto, las llegadas internacionales totalizaron 430 millones durante los primeros seis meses de 2010 pero esta cifra sigue siendo un 2% menor que el mismo periodo en 2008. Con los datos actuales, la Organización Mundial del Turismo proyecta un alza de entre 3% y 4% en las llegadas turísticas internacionales a nivel mundial para el 2010 en relación al 2009.

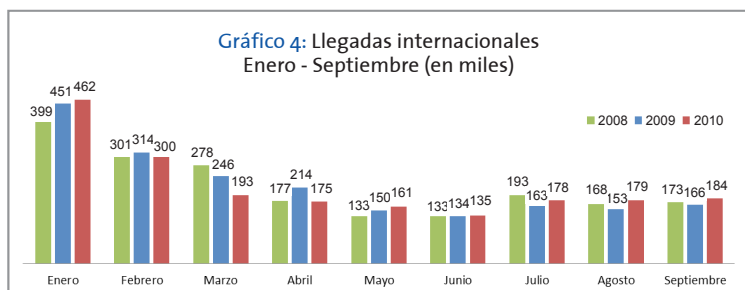
ANÁLISIS DEL TURISMO EN CHILE ENERO A SEPTIEMBRE 2010

Llegadas internacionales

Las llegadas internacionales durante el periodo enero-septiembre del 2010 han sido prácticamente iguales con respecto a 2009. Con un total aproximado de 1.970.000 turistas, a septiembre había ingresado un 1% menos de turistas que el total en el mismo periodo del año anterior. El total se explica de manera principal por el aumento en el tráfico proveniente de los países de la región, y por una baja en las llegadas procedentes de los mercados de larga distancia, que aun presentan cifras menores que en 2009. En relación al año 2008 se da una situación similar: el total de turistas ingresados a Chile fue aproximadamente el mismo que 2010, presentando este último una leve alza de 1% en el periodo de enero a septiembre.

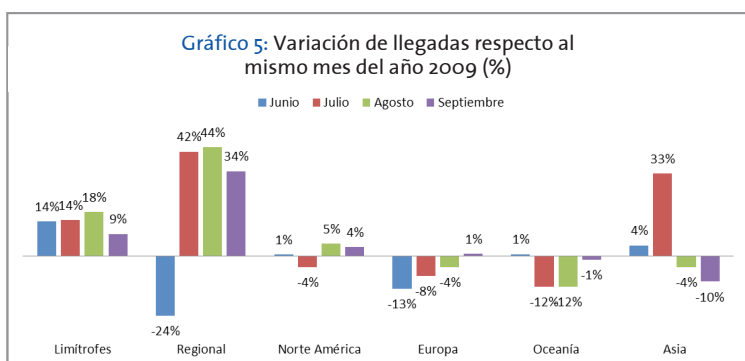
Durante los dos primeros meses del año no hubo variación en el ingreso de turistas extranjeros al país (con respecto a 2009). Sin embargo, en marzo, y producto del terremoto se registró una caída de 21% sobre 2009 y 30% sobre 2008. En el mes de mayo comenzó la recuperación, volviendo a niveles de estabilidad pero sin crecimiento.

Durante la temporada de invierno - julio, agosto y septiembre - las llegadas de turistas aumentaron en 9%, 17% y 11% respectivamente con respecto al mismo mes de 2009. Sin embargo, con respecto a 2008 la comparación es dispar; por un lado, en julio ingresaron al país aproximadamente 15.000 turistas menos, una baja de 8%; por otro, los meses de agosto y septiembre presentaron una variación positiva de 6% y 7%, lo que en total significó un aumento aproximado de 22.000 turistas (Gráfico 4. Fuente Sernatur).

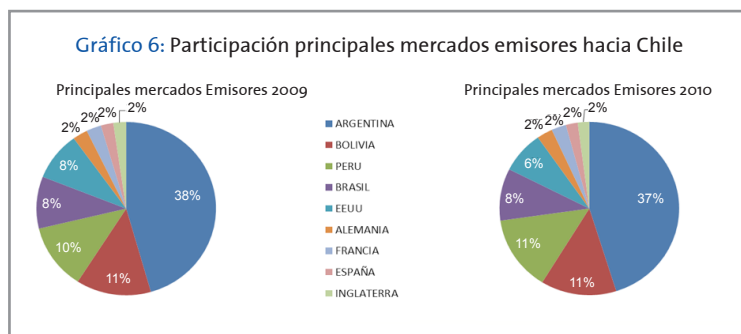


Principales regiones y países emisores

Durante el tercer trimestre del año (julio-septiembre) las llegadas desde los países limítrofes aumentaron en promedio 14%, mientras que las de los turistas provenientes de otros países sudamericanos lo hicieron a una tasa de 25% respecto al año anterior. Sin embargo, los mercados de larga distancia más interesantes para Chile, aún no presentan una mejora; mientras Estados Unidos no muestra mayor variación respecto a 2009, desde Europa han ingresado un 4% menos de turistas con respecto al mismo período del año anterior. Sin embargo, cabe mencionar que el mes de septiembre tuvo una variación positiva en relación a su par de 2009 en estos mercados emisores de largo alcance (Gráfico 5. Fuente Sernatur).

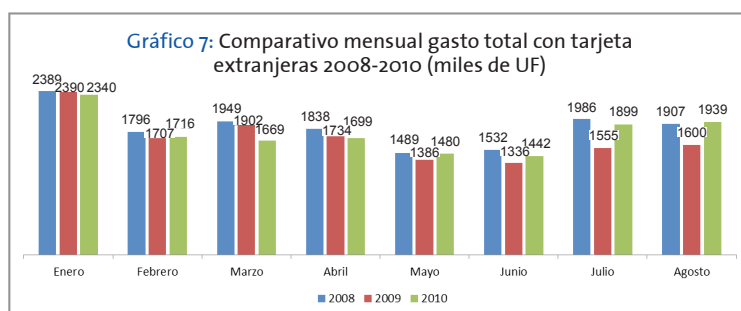


El principal mercado emisor hacia Chile sigue siendo Argentina, representando aproximadamente el 37% del total de turistas que ingresan al país, aunque su participación sobre el total cayó en 1% en lo que va del año con respecto al mismo período de 2009. La composición de los principales mercados emisores no ha presentado grandes variaciones durante los últimos 21 meses (Gráfico 6. Fuente: Sernatur).

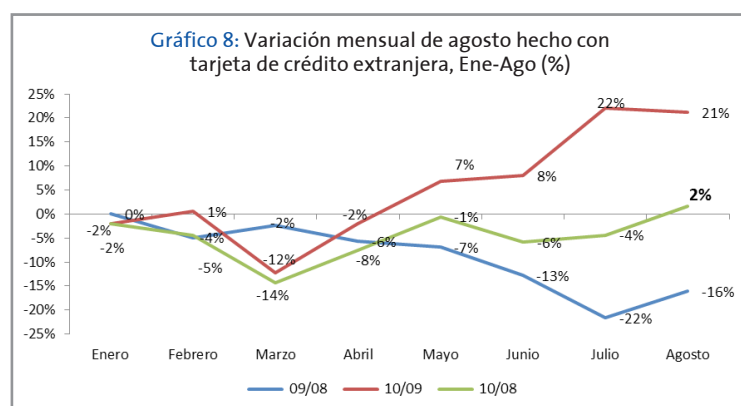


Análisis del gasto extranjero en Chile

Tal como se señaló en la edición N° 1 de este Barómetro, el gasto con tarjeta de crédito extranjera provee una buena aproximación del comportamiento del gasto total de los turistas extranjeros en Chile, dada la alta correlación existente entre el primero y el segundo indicador. Durante los últimos meses el gasto con tarjeta de crédito extranjera ha repuntado tras la baja sufrida post terremoto. El trimestre de junio, julio y agosto presentó una variación positiva promedio de 17% en relación al mismo período de 2009 (Gráfico 7. Fuente: Transbank).



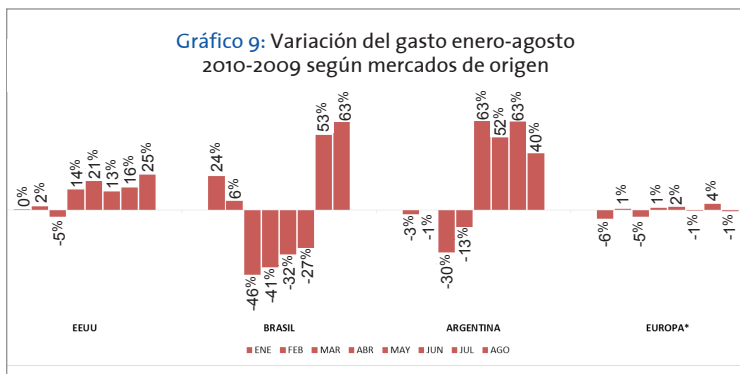
Luego de más de 20 meses en que el gasto con tarjeta de crédito internacional en Chile presentó caídas con respecto a igual mes de 2008 (considerado un año normal), en agosto de 2010 se observó un crecimiento de 2% respecto de agosto de 2008. Asimismo, el gasto acumulado a agosto de 2010 ha sido un 4% mayor que el del mismo período de 2009 (Gráfico 8. Fuente: Transbank).



Durante la temporada de invierno - julio, agosto y septiembre - las llegadas de turistas aumentaron en 9%, 17% y 11% respectivamente con respecto al mismo mes de 2009.

A excepción del mercado europeo, que no presenta variación respecto a 2009, los principales mercados emisores han presentado un comportamiento positivo en cuanto al nivel de gasto con respecto al año anterior. Entre los mercados regionales, Brasil fue el país que más incrementó su nivel de gasto con respecto a 2009, producto principalmente de la temporada de nieve; las variaciones de julio y agosto respecto al año anterior fueron de 53% y 63%. Sin embargo, Brasil no ha presentado un repunte frente a julio y agosto de 2008, meses en que el gasto fue 28% y 22% superior a lo que fue este año.

Sumado a lo anterior, el mercado argentino lleva 4 meses consecutivos con un gasto superior a 2009, y lo mismo sucede con el gasto estadounidense, que en agosto tuvo una variación positiva de 25% respecto al año anterior (Gráfico 9. Fuente: Transbank).



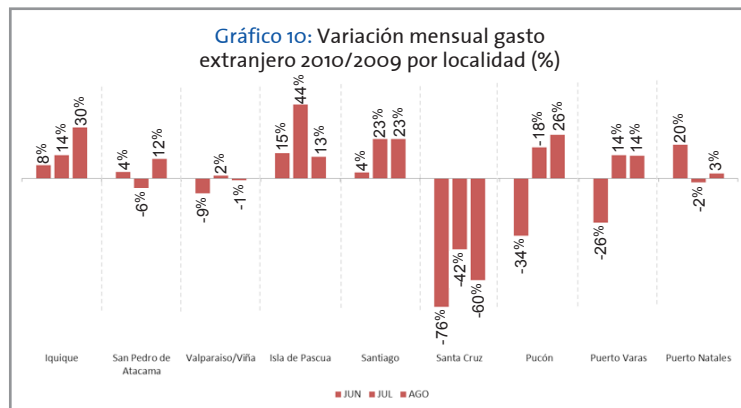
Al analizar el gasto per cápita, en base a la información de gasto con tarjeta de crédito internacional (Transbank) y de llegadas internacionales (OMT y Sernatur), se observa que los turistas procedentes de mercados emisores de larga distancia son los que más gastan en Chile: estadounidenses y canadienses, con un gasto per cápita promedio por estadía de 37 UF y 28 UF, son los turistas que realizan el mayor desembolso de dinero (tarjeta de crédito). Un mercado que ha presentado un alza importante durante los últimos 2 años ha sido el brasilero, cuyos turistas en Chile gastaron en promedio 12 UF en 2008, mientras que este año el promedio de gasto acumulado a agosto ha sido de 14 UF por persona, lo que representa un alza de 20% (Cuadro 1).

Cuadro 1: Gasto per cápita (UF)

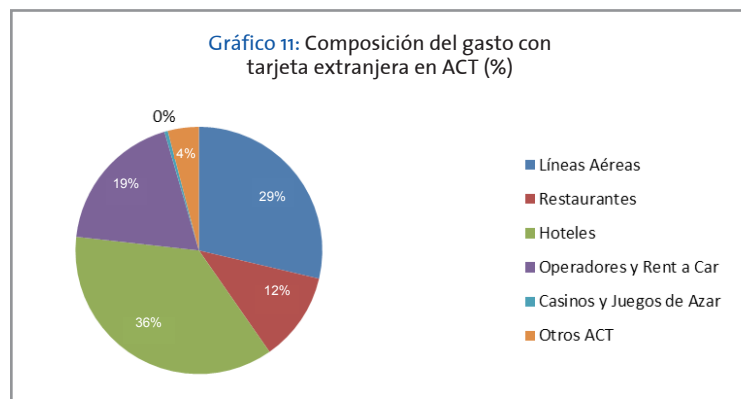
País	2008	2009	2010 (Ene-Ago)
Alemania	13	13	13
Argentina	1	2	1
Brasil	12	11	14
Canada	23	19	27
EEUU	32	30	37
España	20	21	22
Francia	16	18	15
Japón	19	19	18

En cuanto al gasto de los turistas extranjeros en los principales destinos turísticos de Chile se ha observado un repunte con respecto a las magras cifras post terremoto y también en relación al mismo mes del año anterior. En agosto, San Pedro de Atacama por ejemplo tuvo un alza de 12% en el gasto con tarjeta de crédito internacional con respecto al mismo mes de 2009. Por su parte, Isla de Pascua lleva tres meses positivos con

una variación promedio mensual de 24% respecto al período jun-ago del año pasado. El gasto extranjero también incrementó en localidades como Santiago y Pucón. Sin embargo, aún existen destinos que no han repuntado: Santa Cruz es una zona que lleva 6 meses con variaciones negativas de entre 60% y 70% respecto al año anterior; se estima que septiembre sea el mes de quiebre, dado que el Hotel Santa Cruz reabrió sus puertas luego de los arreglos post terremoto (Gráfico 10. Fuente: Transbank).



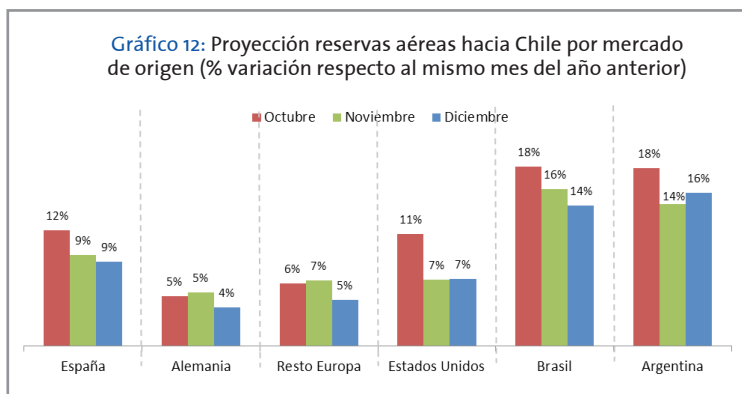
Las actividades características del turismo (ACT) representan aproximadamente el 67% del gasto total realizado en Chile con tarjetas de crédito extranjeras. Dentro de las ACT, el principal componente es el gasto en hoteles (36%) seguido por líneas aéreas (29%) (Gráfico 11. Fuente: Transbank). Junto con este tipo de gasto característico, los extranjeros realizan otro tipo de gastos, como en educación, salud y retail. Este último representa el 16% del total del gasto.



Los turistas procedentes de mercados emisores de larga distancia son los que más gastan en Chile: estadounidenses y canadienses, con un gasto per cápita promedio por estadía de **37 UF y 28 UF**

PROYECCIÓN DE RESERVAS AÉREAS HACIA CHILE POR MERCADO DE ORIGEN

Al igual que en las llegadas y en el gasto turístico, la estabilidad pareciera estar materializándose en materia de transporte aéreo; esto se ve reflejado en la proyección de reservas aéreas hacia Chile que indican un alza en el tráfico esperado desde los principales países emisores para el último trimestre del año; cabe hacer notar que esta proyección se basa sólo en venta hecha por intermediarios y no en la venta directa hecha por las líneas aéreas. Destaca el incremento promedio de 16% en las reservas de brasileros y argentinos para el último trimestre del año. Por su parte, el mercado estadounidense proyecta su sexto mes al alza, situación muy similar a la del resto de los mercados de largo alcance. En vista de las variaciones positivas en relación al mismo mes del año anterior, es dable esperar con optimismo una temporada de verano mejor que la del año pasado (Gráfico 12. Fuente: Base MIDT).



INFORME ESPECIAL

a. El mercado internacional de turismo de reuniones: fuerte, resiliente, dinámico y confiable

En un año en que la peor crisis desde la sufrida en la Gran Depresión causaba estragos en el turismo internacional, cuando algunos consideraban al mercado de reuniones corporativas y viajes de incentivos como productos en "peligro de extinción" y mientras las empresas globales y multinacionales reducían sus presupuestos, el sector de Reuniones, Incentivos, Congresos y Exhibiciones (MICE por sus siglas en inglés) probó ser un mercado maduro y resiliente, sobreponiéndose a la situación de adversidad.

Esto es atribuible, según expertos, al crecimiento de determinados segmentos, como por ejemplo la demanda de acreditaciones médicas, la constante innovación de las empresas de telecomunicaciones y TI y el acelerado avance en campos como la genética, la biotecnología, robótica y la nanotecnología, lo que llevó a un incremento en las reuniones regionales y al nacimiento de nuevos eventos en nuevos destinos.

La International Congress and Convention Association o ICCA es la asociación más global que existe en la industria del MICE. Entre sus más de 900 integrantes, se encuentran las compañías líderes en organización de eventos internacionales.

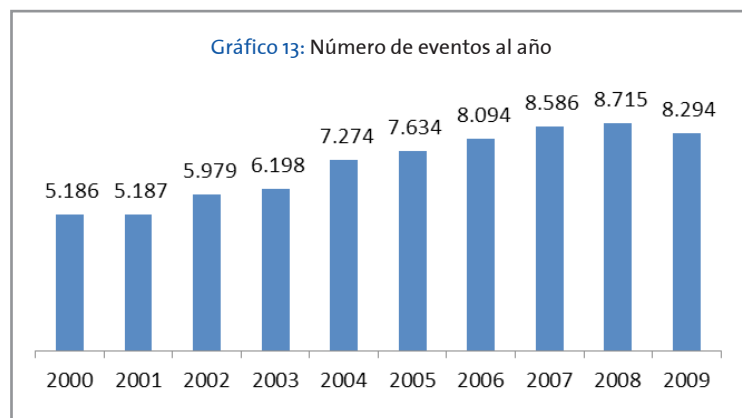
El mercado de Reuniones entre 2000 y 2009 en el mundo

Antes del análisis, es necesario dejar establecido que las reuniones en que la ICCA basa su estudio son las que se encuentran dentro de las siguientes categorías:

- Reuniones organizadas y auspiciadas por Organizaciones Internacionales que se encuentren registradas en la UIA (Union of International Association) y que cuenten con al menos 50 participantes.
- Reuniones organizadas o auspiciadas por Organismos de carácter nacional u Oficinas regionales (locales) de Organizaciones Internacionales que cuentan con un grado de reconocimiento importante, en las que al menos el 40% de los participantes no sea del país anfitrión, que entre éstos haya al menos 5 nacionalidades diferentes y cuya duración mínima sea de 3 días.

Además, todos los eventos considerados en el análisis deben necesariamente rotar por al menos tres países distintos (es decir, no incluye aquellas reuniones que se realizan todos los años en el mismo lugar).

Durante los últimos 10 años, la industria MICE experimentó un aumento promedio anual de 6%, a pesar de que en 2009 decreció en 5% en relación al año anterior, debido principalmente a la crisis financiera que afectó al mundo (Gráfico 13. Fuente: ICCA).



Destaca el incremento promedio de 16% en las reservas aéreas de brasileros y argentinos para el último trimestre del año.

Número de eventos por destino y perfil del participante

Regiones

Europa es el destino donde se desarrolla el mayor número de eventos, logrando una participación de 54% en 2009. Sin embargo, la participación de mercado de esta región ha ido decreciendo durante los últimos 10 años, al igual como lo han hecho las regiones de Norteamérica y Oceanía, dando paso al crecimiento de destinos sede en Latinoamérica y el Medio Oriente (Cuadro 2. Fuente: ICCA).

Cuadro 2: Porcentaje de participación por región en el número total de eventos por año

Area de rotación	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Europa	56%	56%	57%	57%	56%	56%	55%	62%	54%	54%
Asia y Medio Oriente	14%	15%	16%	14%	17%	17%	18%	21%	18%	18%
Norteamérica	15%	13%	15%	14%	13%	13%	12%	0%	12%	11%
Latinoamérica	8%	8%	7%	8%	8%	8%	9%	10%	9%	10%
Africa	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	4%	3%	4%
Oceanía	5%	4%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Países

El país que más recibe este tipo de eventos al año es Estados Unidos, que en 2009 totalizó 595 eventos, (-7% menos que en 2008), 30% más que Alemania, país que lo secunda con 458. **El séptimo país en importancia es Brasil, destino que logró subir 9 lugares en el ranking mundial durante los últimos 10 años, lo que pone de manifiesto el buen posicionamiento que ha tenido la región sudamericana** (Cuadro 3. Fuente: ICCA).

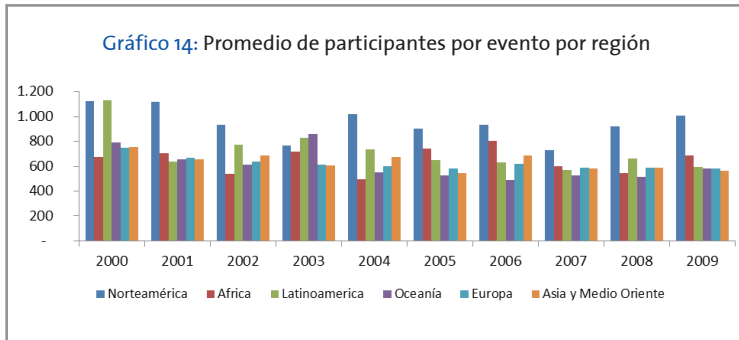
Cuadro 3: Participación por país en el número total de eventos por año

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
USA	10%	9%	10%	9%	9%	8%	8%	8%	7%	7%
Alemania	6%	6%	5%	5%	6%	5%	6%	6%	5%	6%
España	4%	4%	5%	5%	5%	5%	4%	4%	4%	4%
Italia	5%	5%	5%	5%	5%	4%	4%	4%	4%	4%
Gran Bretaña	6%	4%	5%	5%	4%	5%	5%	4%	4%	4%
Francia	6%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	4%	5%	4%
Brasil	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	3%	3%	4%
Japón	3%	4%	4%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
China	2%	2%	2%	1%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Austria	2%	2%	2%	3%	2%	2%	3%	3%	2%	3%

Participantes

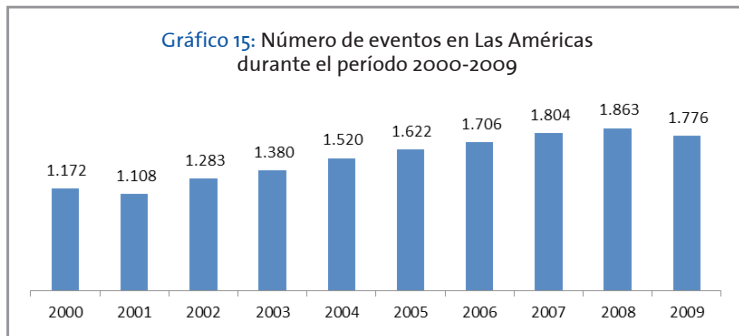
En 2009, aproximadamente el 27% del total de eventos atrajo entre 50 y 149 personas, segmento que es considerado como de pequeña envergadura. Esto representa un crecimiento de este segmento de 13,5% desde el año 2000. El crecimiento principal se dio durante la primera mitad de la década, donde los “eventos pequeños” duplicaron su participación. El 2009 este tipo de reuniones fue, por primera vez, la principal categoría.

En términos generales, Norteamérica ha sido la región con el mayor número de participantes promedio por evento durante la última década, mientras que África pasó de ser la región con el menor promedio de participantes a ser la segunda, con el mayor promedio en los últimos 5 años. El gráfico siguiente muestra que la tendencia a la baja en el número de participantes pareciera estabilizarse en todas las regiones (Gráfico 14. Fuente: ICCA)



El mercado de Reuniones entre 2000 y 2009 en Las Américas

Durante los últimos 10 años, esta región ha logrado mantener su participación de mercado en relación al número total de eventos llevados a cabo en el mundo, y ha logrado aumentar en 52% el número total de eventos llevados a cabo en Las Américas (Gráfico 15. Fuente: ICCA).

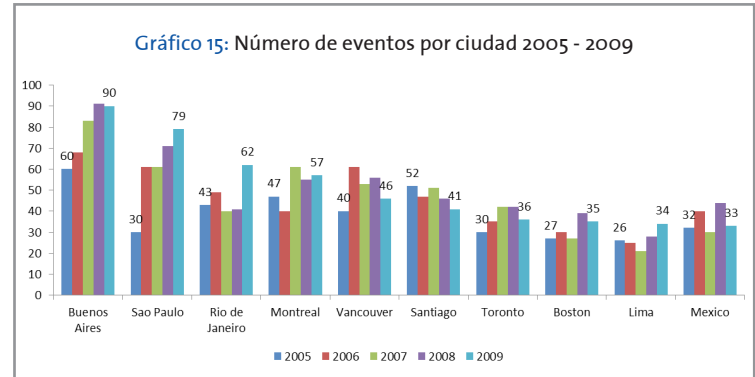


Estados Unidos fue el país que más eventos acogió en 2009, seguido por Brasil, Canadá, Argentina y México. Chile, en sexto lugar, fue anfitrión de un total de 74 eventos durante 2009, lo que representa alrededor del 4% del total de la región. Sin embargo, durante los últimos 5 años Chile ha perdido participación frente a Argentina y Brasil (Cuadro 4 Fuente: ICCA).

Cuadro 4: Número de eventos y participación de las principales ciudades de Las Américas

Ciudad	2005		2006		2007		2008		2009	
	Num	%	Num	%	Num	%	Num	%	Num	%
Buenos Aires	60	4%	68	4%	83	5%	91	5%	90	5%
Sao Paulo	30	2%	61	4%	61	3%	71	4%	79	4%
Rio de Janeiro	43	3%	49	3%	40	2%	41	2%	62	3%
Montreal	47	3%	40	2%	61	3%	55	3%	57	3%
Vancouver	40	2%	61	4%	53	3%	56	3%	46	3%
Santiago	52	3%	47	3%	51	3%	46	2%	41	2%
Toronto	30	2%	35	2%	42	2%	42	2%	36	2%
Boston	27	2%	30	2%	27	1%	39	2%	35	2%
Lima	26	2%	25	1%	21	1%	28	2%	34	2%
México	32	2%	40	2%	30	2%	44	2%	33	2%

Durante los últimos años Buenos Aires ha sido la ciudad donde se ha realizado el mayor número de eventos, con un aumento de 91% durante el período 2000-2009. Sao Paulo por su parte, también ha presentado un crecimiento notable. En contraste con esto está Santiago, que ocupó el séptimo puesto en 2009 (41 eventos) pero que en 2005 era la segunda ciudad en Las Américas. Si bien el número de reuniones no ha disminuido considerablemente, si llama la atención la pérdida de participación de la capital de Chile y lo fácil que fue sobrepasada por destinos como Sao Paulo y Rio de Janeiro (Gráfico 15. Fuente: ICCA)



En conclusión, el mercado de las reuniones, eventos y congresos es muy dinámico y presenta signos de continuo crecimiento, con nuevos eventos de todo tipo, nuevas ciudades y destinos que desarrollan nuevos centros de congresos y salen a competir a nivel internacional. Chile debería hacer un esfuerzo adicional para no quedar rezagado en este lucrativo e interesante segmento del mercado turístico global.

Durante los últimos 5 años
Chile ha perdido participación
frente a Argentina y Brasil

b. Impacto del turismo en países miembros de la OCDE y otras economías emergentes.

En momentos en que Chile se incorpora de lleno como miembro de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, (OCDE), también conocida como el “club de países desarrollados”, es útil conocer el estado del turismo en algunos de sus países miembros para comparar con la situación chilena y evaluar las perspectivas futuras que tiene Chile si quiere realmente equiparar su nivel de desarrollo con los de este selecto “club”.

La información que sigue ha sido elaborada por FEDETUR en base a un reciente informe emitido por la OCDE acerca del desarrollo turístico. En primer lugar se aprecia que para gran parte de estos países, la industria turística es un componente fundamental de sus economías, si se considera su aporte al PIB y al empleo y las inversiones que ellos realizan en materia promocional, herramienta fundamental para captar turistas en los mercados globales. A continuación se presentan algunos de estos casos.

Cuadro 5: El turismo en algunos países de la OCDE y economías emergentes

País	Llegadas Turísticas Internacionales 2008	Ingresos por Llegadas Internacionales 2008 (Millones USD)	Presupuesto Anual para promoción 2008 (Millones USD)	Aporte al PIB (% estimado) 2008	Aporte al empleo (% estimado) 2008	Ente promocional	Origen del presupuesto	Retorno por dólar invertido (USD)	Ingreso generado por turista internacional (USD)
Francia 	79.218.000	56.600	86 ¹	6,3 ⁴	1.800.000 ⁴⁵	Atout France	Público - Privado	658	714
Italia 	42.734.000	45.700	47 ²	4,8 ¹	9,7 ¹	ENIT	Público	972	1.069
Turquía 	24.994.000	22.000	84	3,6	2,9	Ministerio de la cultura y Turismo	Público	262	880
México 	22.637.000	13.300	138	4,8	6,9 ¹	Consejo de promoción turística de México	Público - Privado	96	588
Austria 	21.935.000	21.600	72 ²	8,4	5,3	The Austrian National Tourist Office	Público - Privado	300	985
Canadá 	17.142.000	15.100	72 ⁴	2,0	3,8	The Canadian Tourism Commission	Público	210	881
Grecia 	15.939.000	17.100	148	6,6 ⁴	7,3	National Tourism Organisation	Público	116	1.073
Sudáfrica* 	9.592.000	7.900	73	3,0	4,3	South African Tourism	Público	108	824
Indonesia* 	6.234.000	7.400	41	4,3 ¹	5,2 ¹	Ministerio de la cultura y turismo	Público	182	1.187
Australia 	5.586.000	24.800	144	3,6	4,7%	Tourism Australia	Público - Privado	172	4.440
Brasil* 	5.050.000	5.800	180 ³	2,5	2,5	Embratur	Público	32	1.149
Suecia 	4.728.000	12.500	16 ²	2,9	160.249 ⁵	VisitSweden	Público - Privado	781	2.644
Noruega 	4.440.000	4.900	39	3,2	6,2	Innovation Norway	Público	125	1.104
Nueva Zelanda 	2.459.000	5.000	43 ²	9,2	9,7	Tourism New Zealand	Público	116	2.033
Chile 	2.710.000	1.674	14	3,1	3,0	Turismo Chile	Público - Privado	120	618

* No pertenece a la OCDE

¹ 2007

² 2009

³ 2011

⁴ No especifica el año

⁵ Número de personas empleadas en la industria del turismo.

Las cifras correspondientes a las llegadas internacionales 2008, fueron obtenidas de la OMT. El resto de los datos fueron recopilados de la OCDE.

La tabla arroja interesantes resultados. En relación al gasto per cápita

- De los 14 países analizados, Chile es el penúltimo en cuanto al gasto per cápita que realizan los turistas en el país (USD 618), solo superando a México (USD 518).
- Países con características más o menos similares a Chile, al menos en cuanto a la oferta turística, tienen un gasto per cápita considerablemente superior: Australia, primero en la lista recauda USD4.440 por turista, 7 veces lo de Chile. Nueva Zelanda, tercero en la lista recauda USD2.033 por turista, y Noruega, sexto, captura USD1.104 por cada visitante, el doble de lo que gasta un viajero en Chile.
- Suecia, un país remoto y frío (al igual que Chile), emplazado en una región atractiva turísticamente (como también lo es Sudamérica) y con atractivos turísticos similares al menos a una parte de la oferta turística chilena, genera un gasto turístico receptivo per cápita de USD 2.644, aproximadamente 4 veces lo que obtiene Chile y con una inversión en promoción similar.

En relación a la inversión en promoción turística y al retorno de esta inversión:

- Suecia ocupa el segundo lugar del ranking: con una inversión de 16 millones de dólares y logra generar casi el doble de turistas y un ingreso turístico total 8 veces superior al de Chile.
- Chile, con una inversión de 14 millones de dólares, es el país que menos invierte en promoción turística entre las 14 naciones bajo análisis, aunque ocupa el décimo lugar en cuanto al retorno de la inversión, generando 1.700 millones de dólares en ingresos por turismo receptivo, equivalente a 120 veces el monto de inversión.

Se puede concluir que Chile, en comparación a sus socios de la OCDE, tiene una brecha enorme que cubrir tanto en lo relativo a la inversión promocional como en cuanto al ingreso per cápita percibido por concepto de turismo receptivo.

Se puede concluir que Chile, en comparación a sus socios de la OCDE, **tiene una brecha enorme que cubrir tanto en lo relativo a la inversión promocional como en cuanto al ingreso per cápita percibido por concepto de turismo receptivo.**

Esta edición del Barómetro se distribuye amplia y gratuitamente. A futuro, aquellos interesados en recibirlo y que no sean socios de FEDETUR, deberán solicitarlo a: Martín Santibáñez, Jefe de Estudios de FEDETUR al email msantibanez@fedetur.org ó al email info@fedetur.org enviando los siguientes datos:
Nombre Institución
Rubro y o Actividad
Nombre del solicitante
Datos de contacto