



TURISMO na IBERO-AMÉRICA

PANORAMA ACTUAL

EDIÇÃO DE 2007



WORLD TOURISM ORGANIZATION
 ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME
 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO
 ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ООН
 منظمة السياحة العالمية



Secretaría General
 Iberoamericana

Secretaria-Geral
 Ibero-Americana



Govern d'Andorra

Turismo na Ibero-América



Números chave

- 125 milhões de chegadas de turistas internacionais (15% do total mundial)
- 97 mil milhões de dólares americanos de receitas por turismo internacional (13% do total mundial)
- 162 dólares per capita de receitas por turismo internacional frente a 113 dólares de média mundial
- 45 mil milhões de dólares americanos de gastos por turismo internacional (6% do total mundial)
- Um superávit de 52 mil milhões de dólares americanos na balança turística
- 3 milhões de quartos em hotéis e estabelecimentos similares (15% do total mundial)

Preâmbulo

A presente publicação *Turismo na Ibero-América*, elaborada por ocasião da VII Conferência Ministerial de Turismo (Chile, Setembro de 2007), constitui a segunda edição conjunta da Secretaria da Organização Mundial de Turismo (OMT) e da Secretaria-Geral Ibero-Americana (SEGIB).

Turismo na Ibero-América é uma das actividades previstas no acordo em vigor entre as duas instituições, e visa dar resposta à necessidade de conhecer alguns dos indicadores da evolução do turismo na área ibero-americana. A complexidade do turismo implica, e os países assim o exigem, um sistema de avaliação que vá mais além dos limites puramente quantitativos e que demonstre, de forma más completa, os efeitos desta actividade. Esta é uma das áreas em que a OMT y a SEGIB estão comprometidas

O turismo, e não só o turismo internacional, é um sector de grande importância na Ibero-América. Esta área, que conta com destinos mundiais destacados e tem como vantagem comparativa recursos valiosos, apresenta expectativas de desenvolvimento turístico significativas. Um de cada seis turistas internacionais que viaja no mundo, visita um destino ibero-americano. No seu conjunto, o turismo internacional na Ibero-América gera receitas da ordem dos 97 mil milhões de dólares.

É evidente que se tem avançado, tanto pelo dinamismo da iniciativa privada, como porque as autoridades nacionais do espaço ibero-americano são cada vez mais conscientes dos benefícios do turismo no que se refere ao bem-estar das populações e têm efectuado um esforço considerável de gestão e de dotação de recursos com vista a realizar este objectivo.

Consequentemente, hoje o espaço ibero-americano conta com mais e melhores meios, mais conhecimento do turismo e melhores meios de planeamento e gestão. Não obstante, há ainda muito por fazer. Em especial em áreas como o transporte, as estatísticas, a gestão local, o quadro institucional, a promoção, a formação de recursos humanos, o apoio a micro, pequenas e médias empresas e o desenvolvimento sustentável, em especial no que se refere às alterações climáticas e à luta contra a pobreza, áreas nas quais o turismo tem um papel importante a desempenhar.

A OMT e a SEGIB seguirão, de acordo com a experiência acumulada no sector, a contribuir para os esforços de cada um dos países ibero-americanos.

Organização Mundial de Turismo



Secretaria-General Ibero-Americana



Turismo na Ibero-América em 2006

Os resultados do turismo internacional, medidos pela OMT no que refere aos indicadores base – chegadas de turistas internacionais e receitas por turismo internacional – mostram que 2006 foi, em geral, um ano positivo para a Ibero-América.

Em **2006**, a Ibero-América recebeu **125 milhões de chegadas de turistas internacionais** – ou seja, chegadas de residentes no estrangeiro que pernoitam em algum dos destinos ibero-americanos por motivos vários como lazer, motivos profissionais ou visita a familiares e amigos. Este valor constitui **15% do total dos 846 milhões de chegadas registadas no mundo**, e representa um **crescimento de 3,2% em relação a 2005**.

A maioria dos países ibero-americanos mostra em 2006 resultados positivos, muitos dos quais (El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Chile, Colômbia, Paraguai ou Peru) inclusivamente com taxas de crescimento de dois dígitos. Não obstante, comparando com o aumento de 7% verificado em 2005, as chegadas de turistas na Ibero-América apresentam em 2006 uma certa desaceleração. Esta situação deve-se em especial à evolução menos positiva das chegadas de turistas em destinos como Cuba, o México, a Bolívia, o Brasil, o Uruguai e Andorra.

Por outro lado, os resultados da **Ibero-América em 2006** foram muito positivos no que se refere às

	População (mn)	Chegadas de turistas internacionais ¹						Receitas por turismo internacional ²						
					Quota	Variação média anual					Quota	Variação por chegada per capita		
		(1000)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(milhões de US\$)	(%)	(%)	US\$	US\$		
2006	2000	2005	2006*	2006*	06*/05	00-06*	2000	2005	2006*	2006*	06*/05	2006*	2006*	
Mundo	6.500	683.000	803.000	846.000	100	5,4	3,6	474.000	676.000	733.000	100	8,4	865	113
Destinos ibero-americanos	597	107.475	120.728	124.552	14,7	3,2	2,5	60.029	89.847	96.527	13,2	7,4	775	162
na Am. Norte, Central e Caribe	166	29.510	33.918	34.188	4,0	0,8	2,5	15.739	21.893	23.208	3,2	6,0	680	140
Costa Rica	4	1.088	1.679	1.725	0,2	2,7	8,0	1.302	1.570	1.629	0,2	3,8	945	370
Cuba	11	1.741	2.261	2.150	0,3	-4,9	3,6	1.737	2.150	2.138	0,3	-0,6	995	188
Rep. Dominicana	9	2.978	3.691	3.965	0,5	7,4	4,9	2.860	3.518	3.792	0,5	7,8	955	438
El Salvador	7	795	969	1.138	0,1	17,4	6,2	217	533	780	0,1	46,5	685	111
Guatemala	14	826	1.316	1.502	0,2	14,2	10,5	482	869	1.013	0,1	16,6	675	72
Honduras	7	471	673	739	0,1	9,8	7,8	260	464	488	0,1	5,4	660	66
México	104	20.641	21.915	21.353	2,5	-2,6	0,6	8.294	11.803	12.177	1,7	3,2	570	117
Nicarágua	6	486	712	773	0,1	8,6	8,1	129	206	231	0,0	11,8	300	39
Panamá	3	484	702	843	0,1	20,1	9,7	458	780	960	0,1	23,1	1.140	292
na Am. do Sul	376	15.021	17.866	18.403	2,2	3,0	3,4	9.080	12.272	13.855	1,9	12,9	755	37
Argentina	39	2.909	3.823	4.156	0,5	8,7	6,1	2.904	2.729	3.349	0,5	22,7	805	86
Bolívia	10	319	524	515	0,1	-1,7	8,3	68	239	201	0,0	-15,6	390	21
Brasil	187	5.313	5.358	5.019	0,6	-6,3	-0,9	1.810	3.861	4.316	0,6	11,8	860	23
Chile	16	1.742	2.027	2.276	0,3	12,3	4,6	819	1.109	1.214	0,2	9,5	535	74
Colômbia	47	557	933	1.053	0,1	12,9	11,2	1.030	1.218	1.550	0,2	27,3	1.470	33
Equador	14	627	860	841	0,1	-2,2	5,0	402	486	490	0,1	0,8	585	36
Paraguai	6	289	341	388	0,0	14,0	5,1	73	78	87	0,0	12,0	225	15
Peru	28	828	1.486	1.635	0,2	10,0	12,0	837	1.308	1.381	0,2	5,5	845	50
Uruguai	3	1.968	1.808	1.749	0,2	-3,2	-1,9	713	594	597	0,1	0,4	340	186
Venezuela	27	469	706	770	0,1	9,0	8,6	423	650	670	0,1	3,1	870	25
na Europa Meridional/Medit.	55	62.944	68.944	71.960	8,5	4,4	2,3	35.211	55.682	59.464	8,1	6,8	825	1.087
Andorra	0,07	2.949	2.418	2.227	0,3	-7,9	-4,6
Portugal	11	12.097	10.612	11.282	1,3	6,3	-1,2	5.243	7.712	8.349	1,1	8,3	740	791
Espanha	44	47.898	55.914	58.451	6,9	4,5	3,4	29.968	47.970	51.115	7,0	6,6	875	1.158

Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) [®]

(Dados recolhidos pela OMT, Setembro 2007)

¹ A série chegada de turistas refere-se a 'chegadas de turistas internacionais às fronteiras' (exclui excursionistas), excepto na Colômbia e no Equador, onde a série se refere a 'chegadas de visitantes internacionais às fronteiras' (inclui excursionistas).

² Inclui receitas por turistas e excursionistas.

receitas por turismo internacional, as quais alcançaram quase 97 mil milhões de dólares, ou seja, 7 mil milhões de dólares mais que em 2005 (+7%).

Os **dados preliminares de 2007** (ver o *Barómetro OMT do Turismo Mundial*, Junho 2007 - <www.unwto.org/facts/menu.html>) mostram uma manutenção da tendência de 2006. Enquanto destinos como El Salvador, a Guatemala, o Panamá, o Chile, a Colômbia, o Equador e o Peru apresentam

taxas de crescimento das **chegadas de turistas internacionais** próximas ou superiores a 10%, o México, Cuba, a República Dominicana, o Paraguai e o Uruguai apresentam resultados mais fracos durante os primeiros meses de 2007. No que se refere às receitas, o panorama é bastante mais positivo, tendo em consideração que muitos destinos (México, El Salvador, Guatemala, Panamá, Argentina, Brasil ou Chile) apresentam um crescimento de dois dígitos em termos de **receitas por turismo internacional** durante os primeiros meses de 2007.

Chegadas internacionais

Um panorama variado

O número de chegadas varia consideravelmente segundo a capacidade, o grau de desenvolvimento e a maturidade dos destinos. Uma parte importante dos **125 milhões de chegadas de turistas internacionais** da comunidade ibero-americana em 2006 concentrou-se em **Espanha (58 milhões)**, no **México (21 milhões)** e em **Portugal (11 milhões)**, os quais receberam no seu conjunto mais de 70% do total das chegadas internacionais dos 22 destinos ibero-americanos. Num segundo grupo de destinos, destacam-se, com um volume de chegadas **próximo ou superior a 4 milhões**, o Brasil (5 milhões), a Argentina e a República Dominicana (ambos com 4 milhões), enquanto Cuba, o Chile e Andorra apresentam um número de chegadas de turistas internacionais **de cerca de dois milhões**. Por outro lado, destinos como a Costa Rica, El Salvador, a Guatemala, a Colômbia, o Peru e o Uruguai registam **mais de um milhão de chegadas**.

Além de turistas, a maioria dos destinos recebe também um **número considerável de visitantes que não pernoitam no país visitado** (excursionistas). Não obstante, o facto de que vários países não disponham dessa informação impossibilita a estimativa de um valor global. No México (70 milhões), em Andorra (8 milhões) e no Paraguai (2 milhões), o número de excursionistas é entre três e seis vezes superior ao de turistas. Espanha

(38 milhões) e Portugal (11 milhões) apresentam igualmente um volume significativo, se bem que mais próximo do volume de turistas.

Para muitos destinos ibero-americanos, as **chegadas de passageiros de cruzeiros** constituem igualmente uma fonte importante de receitas por turismo. Os cruzeiros, que em 2006 movimentaram cerca de 12 milhões de passageiros em todo o mundo, são um dos sectores turísticos mais dinâmicos. Na Ibero-América, o México em particular, conseguiu realizar uma expansão espectacular do mercado de cruzeiros, passando de 143 mil chegadas de passageiros em 1980 a 890 mil em 1990, 3,5 milhões em 2000 y 6,5 milhões em 2006.

Destinos ibero-americanos: Turismo receptor



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©



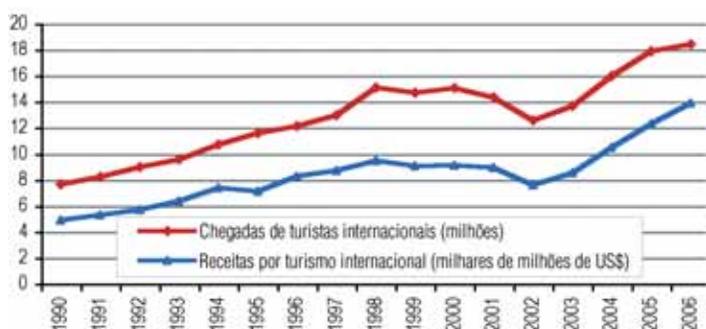
Excursão a cavalo em Madriu, Andorra

Destinos ibero-americanos na América do Norte, Central e Caribe



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

Destinos ibero-americanos na América do Sul



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

Destinos ibero-americanos na Europa Meridional/Mediterrânica



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

Potencial inexplorado

Entre 1990 e 2000, o número de chegadas internacionais nos destinos ibero-americanos cresceu a uma taxa média anual de 4,3%. Durante o período compreendido entre 2000 e 2006, a taxa de crescimento anual diminuiu para 2,5%, ou seja, por debaixo da taxa média mundial de 3,6%. Esta situação deve-se em grande medida aos resultados de destinos como o México (+0,6% ao ano entre 2000-2006), o Brasil (-0,9%) e o Uruguai (-1,9%). Enquanto o México sofreu no início da década o impacto dos acontecimentos do 11 de Setembro de 2001 sobre o mercado emissor dos EUA e mais recentemente (2005) os efeitos da passagem do furacão Wilma pelo seu território, o qual influenciou os resultados de 2006 (-3%), o Brasil e o Uruguai viram-se afectados pela crise do mercado emissor argentino em 2001-2002, e no caso do Brasil pelo decréscimo de 6% verificado em 2006. Na Península Ibérica, Andorra (-4,6% ao ano entre 2000-2006) e Portugal (-1,2%) contribuíram igualmente para a desaceleração do crescimento das chegadas de turistas internacionais à Ibero-América. Por outro lado, destinos como a Guatemala, as Honduras, o Panamá, a Argentina, a Bolívia, a Colômbia, o Paraguai, o Peru e a Venezuela apresentaram um crescimento mais rápido nos últimos seis anos do que na década de 90.

Analisando as tendências dos últimos anos, a boa notícia, em especial para os países da América, é que muitos destinos mostram sinais evidentes de um 'clima' favorável ao desenvolvimento turístico. Desde do início de 2003 que se verifica uma clara recuperação das economias da região, facto que tem fortalecido os resultados do turismo. E é de destacar que um número significativo de destinos regista taxas de crescimento anuais de cerca de 10% nos últimos seis anos (Guatemala, Panamá, Colômbia e Peru). Apesar dos obstáculos de 2001 e 2002 devido à instabilidade do mercado emissor americano e à desaceleração da economia mundial, as chegadas de turistas internacionais aos destinos



Chegadas de visitantes internacionais (por categoria)												
	dos quais				Excursionistas				dos quais			
	Turistas				(1000)				passageiros em cruzeiros			
	(visitantes que pernoitam)				(visitantes que não pernoitam)				(1000)			
	1995	2000	2005	2006*	1995	2000	2005	2006*	1995	2000	2005	2006*
Mundo	536.000	683.000	803.000	846.000								
Destinos ibero-americanos	83.143	107.475	120.728	124.552								
na Am. Norte, Central e Caribe	25.239	29.510	33.918	34.188								
Costa Rica	785	1.088	1.679	1.725	139	190	280	..
Cuba	742	1.741	2.261	2.150	3	33	58	71	1	10	17	30
Rep. Dominicana	1.776	2.978	3.691	3.965	30	183	290	303
El Salvador	235	795	969	1.138	..	72	179	222
Guatemala	563	826	1.316	1.502
Honduras	271	471	673	739	168	218	277	..
México	20.241	20.641	21.915	21.353	63.508	81.565	74.524	69.832	1.697	3.467	6.707	6.516
Nicarágua	281	486	712	773	58	83	79	110	..	13	13	15
Panamá	345	484	702	843	72	117	368	372	13	25	255	256
na Am. do Sul	11.582	15.021	17.866	18.403								
Argentina	2.289	2.909	3.823	4.156
Bolívia	284	319	524	515
Brasil	1.991	5.313	5.358	5.019
Chile	1.540	1.742	2.027	2.276	901
Colômbia	1.399 I	557	933	1.053 ^a	34	150	48	51
Ecuador	440	627	860	841 ^a
Paraguai	438	289	341	388	15.240	3.635	2.307	2.442
Peru	479	828	1.486	1.635	4	8	16
Uruguai	2.022	1.968	1.808	1.749	155	268	109	75
Venezuela	700	469	706	770	179	135	135	..
na Europa Meridional/Medit.	46.322	62.944	68.944	71.960								
Andorra	..	2.949	2.418	2.227	..	8.042	8.631	8.510
Portugal	9.511	12.097	10.612	11.282	13.340	15.691	10.561	11.306	215	226
Espanha	34.920	47.898	55.914	58.451	19.489	26.564	36.649	37.625

Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

(Dados recolhidos pela OMT, Setembro 2007)

I : mudança de série

^a Inclui excursionistas; dados desagregados não disponíveis.

ibero-americanos da **América do Sul aumentaram 3,4 milhões entre 2000 e 2006**, passando de 15 a mais de 18 milhões (+23%). Durante o mesmo período, os **destinos da América Central e do Caribe passaram de 9 a 13 milhões de chegadas**, um aumento de quase 4 milhões, o que representa um crescimento excepcional (+45%). Na **Península Ibérica**, o crescimento absoluto neste período foi de **9 milhões de chegadas**.

Não obstante, **o crescimento global das chegadas de turistas na Ibero-América não foi tão forte e rápido como o de outras regiões emergentes, como a Ásia Pacífico ou o Médio Oriente**.

Enquanto que entre **1990 e 2006 a quota de mercado do Médio Oriente** em termos de chegadas de turistas internacionais no mundo, duplicou, passando de **2,2% a 4,9%**, e a quota da **Ásia Pacífico** aumentou de **13% a 20%**, a **quota dos destinos ibero-americanos** diminuiu de **16% a 15%**, devido em grande parte ao crescimento mais lento de destinos maduros como o México ou Portugal, e apesar do crescimento mais rápido de outros destinos, cujo volume de chegadas é comparativamente menor. Além destas variações, a maioria dos destinos do Caribe, da América Central e do Sul aumentaram ligeiramente as suas respectivas quotas, ainda que partindo de uma base



Praia Cayo Largo, Cuba

menor e crescendo a um ritmo mais lento do que muitos dos seus homólogos de outras partes do mundo.

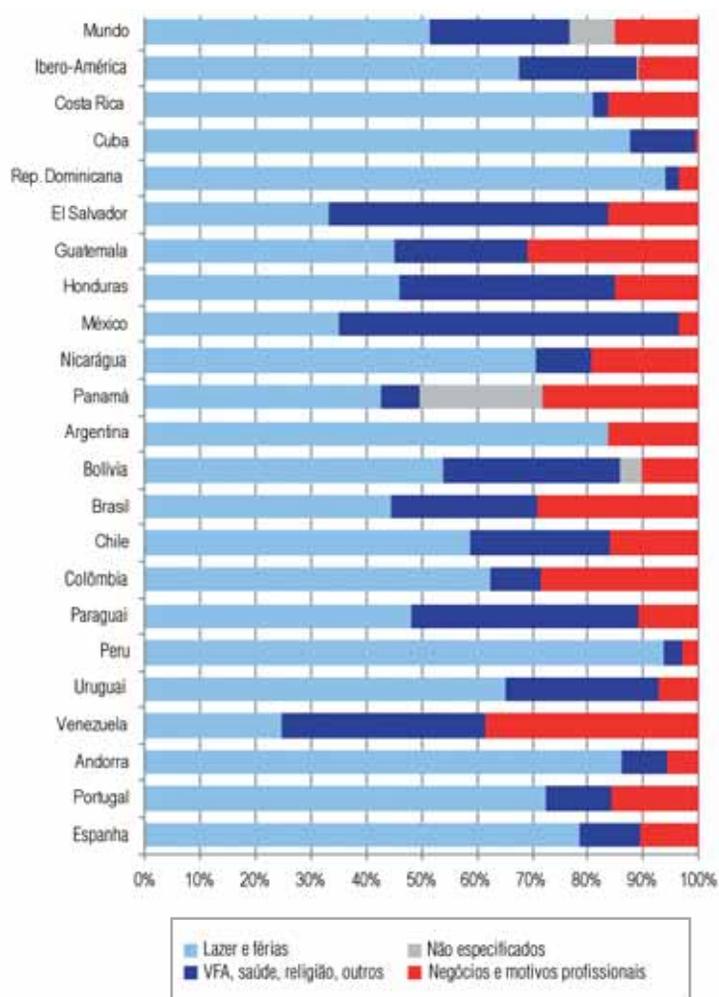
Entre os destinos ibero-americanos, o subcontinente latino-americano apresenta, sem dúvida, um grande potencial de desenvolvimento turístico. O volume de turistas e as receitas geradas pelo turismo internacional são todavia comparativamente modestos face aos recursos e às oportunidades que os diversos destinos oferecem. **A pergunta essencial é como explorar esse potencial, desenvolvendo de forma sustentável mais e melhores produtos e destinos turísticos.**

Motivo de visita - supremacia das viagens de lazer

67% do total das chegadas de turistas internacionais aos destinos ibero-americanos tem por **motivo** principal de viagem o **lazer e as férias**, uma percentagem significativamente mais elevada que a média mundial (51%). **21% dos turistas** viajam a um dos destinos ibero-americanos por motivo de **'visita a familiares e amigos (VFA), saúde, religião e outros'**, enquanto que os motivos profissionais constituem a principal motivação de **11% das chegadas**.

A situação por países é variada. As viagens de lazer predominam na Costa Rica, em Cuba, na República Dominicana, na Argentina, no Peru, em Andorra e em Espanha, países nos quais o lazer e as férias são o motivo de 80% ou mais das chegadas. As viagens por motivos profissionais representam cerca de 30% do total das chegadas à Guatemala, ao Panamá, ao Brasil e à Colômbia, enquanto na Venezuela a sua quota chega aos 40%. As viagens para visitar familiares e amigos (VFA), ou por razões de saúde, religião e outros motivos são comparativamente mais importantes em El Salvador (51%), nas Honduras e no México.

Chegadas de turistas internacionais por motivo de visita, 2005



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

Datos de 2005, excepto Guatemala (1997). Não se dispõe de dados sobre o Equador.



Passeio de coche, Cartagena de Índias, Colômbia



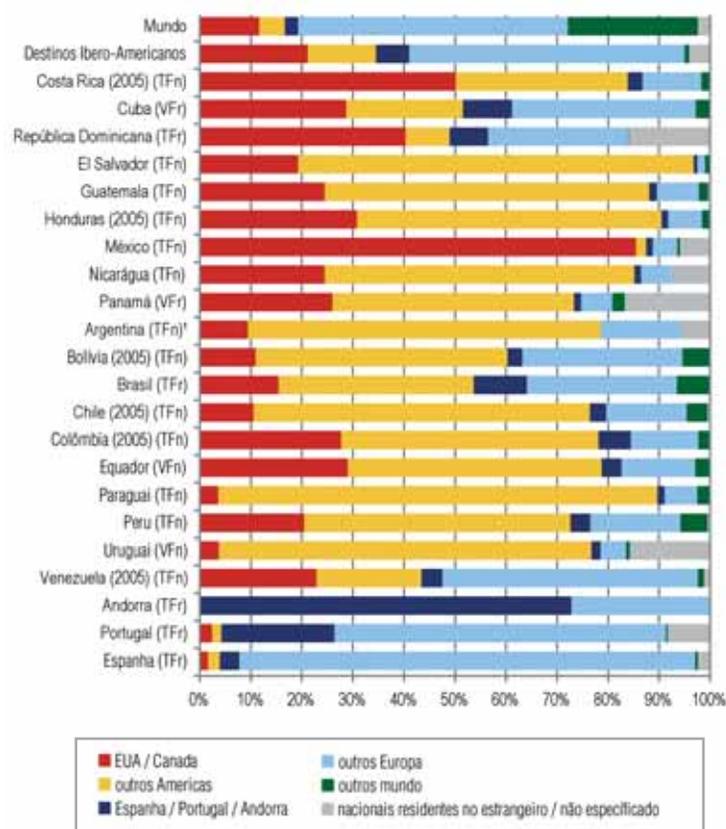
Mercados emissores - a importância do tráfego intra-regional

Como acontece na maioria dos destinos mundiais – 80% das chegadas mundiais são geradas por mercados emissores da mesma região – a **principal fonte de turistas internacionais** nos destinos da comunidade ibero-americana é o **tráfego intra-regional** e, em particular, as **chegadas desde países vizinhos**. As chegadas de turistas procedentes da América constituem cerca de 80% do total nos destinos ibero-americanos do México, América Central e Caribe, sendo 66% do total relativo a chegadas de turistas procedentes dos EUA e do Canadá. É importante ressaltar que este resultado é em grande medida influenciado pelo volume significativo de chegadas de turistas provenientes dos EUA ao México. Exceptuando o México, a quota de chegadas desde a região americana diminui para 57%. As chegadas dos EUA e do Canadá representam cerca de 25% de todas as chegadas de turistas a Cuba, à Guatemala, às Honduras, à Nicarágua, ao Panamá, à Colômbia ou ao Equador, sendo particularmente importantes, além de no México, na Costa Rica (50%) e na República Dominicana (41%). Na América do Sul, ainda que o tráfego desde os EUA e do Canadá tenha um peso importante (14%), a grande maioria das chegadas tem como origem outros mercados emissores americanos (55%), os quais representam 50% ou mais do total das chegadas anuais de turistas internacionais em todos os destinos da América do Sul, com excepção do Brasil e da Venezuela. Na Venezuela, por outro lado, domina o tráfego desde a Europa (54%). No que se refere aos destinos da Península Ibérica, as chegadas de turistas procedentes da Europa ascenden a 93% do total, enquanto que as chegadas desde o continente americano representam uma quota de 4%, sendo que cerca de metade tem origem nos EUA e no Canadá.

Apesar do domínio do tráfego intra-regional, alguns destinos americanos conseguiram entrar nos mercados emissores europeus de longa distância. As chegadas desde a Europa representam entre um terço e mais da metade do total das chegadas a Cuba, à República Dominicana, ao Brasil, à Bolívia

e à Venezuela. Em termos absolutos, Espanha, Portugal e Andorra são responsáveis por 1,8 milhões de chegadas aos destinos americanos, sendo o Brasil (524 mil), a República Dominicana (301 mil), o México (293 mil) e Cuba (213 mil) os maiores beneficiados. Com excepção do Brasil, onde predomina o mercado emissor português, a maioria destas chegadas corresponde ao mercado emissor espanhol. Outros 7 milhões de chegadas procedem de outros mercados emissores europeus, os quais são especialmente importantes no Brasil (1,5 milhões), na República Dominicana (1,1 milhões), no México (1 milhão), em Cuba (800 mil) e na Argentina (658 mil, Espanha, Portugal e Andorra incluídos). Na direcção contrária, existe

Chegadas por país de origem, 2006



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

¹Andorra, Espanha, Portugal incluído em 'outros Europa'

Série: TF: chegadas de turistas internacionais às fronteiras (excluindo excursionistas),

VF: chegadas de visitantes internacionais às fronteiras (incluindo turistas e excursionistas),

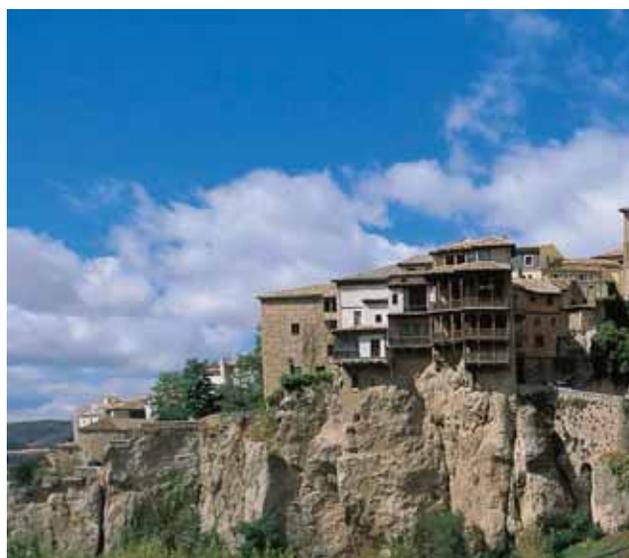
r = por país de residência, n = por nacionalidade

um fluxo de 1,3 milhões de chegadas dos mercados emissores latino-americanos a Espanha e de 204 mil a Portugal. Em termos de dormidas e de receitas, as chegadas de turistas de longa distância são geralmente mais importantes, dado que estes turistas tendem a permanecer mais tempo no destino e a alojar-se em estabelecimentos de categoria superior.

Os visitantes de outras regiões do mundo – Ásia Pacífico, África e Médio Oriente – representam menos de 1% das chegadas totais aos destinos ibero-americanos. No entanto, representam mais de 5% das chegadas na Bolívia, no Brasil e no Peru, e entre 2% e 4% nos casos de Cuba, Panamá, Chile, Colômbia, Equador e Paraguai. O maior volume é registado no Brasil (317 mil) e em Espanha (261 mil).

A Ibero-América como mercado emissor – gastos por turismo internacional

Os **22 países da Ibero-América** foram responsáveis em 2006 por **45 mil milhões de dólares** de **gasto turístico** por **viagens**



Cuenca, Espanha

internacionais. Espanha (17 mil milhões), o México (8 mil milhões), o Brasil (6 mil milhões), Portugal e a Argentina (3 mil milhões cada) são os principais mercados emissores em termos de gasto por turismo internacional. De entre os países ibero-americanos destacam-se, devido ao crescimento verificado nos últimos anos, o mercado emissor argentino, que não obstante continuar por debaixo dos 4 mil milhões de dólares de gasto turístico registado em 2000, apresenta uma recuperação consistente desde 2003 (+5% ao ano entre 2003 e 2006); o mercado emissor brasileiro, o qual duplicou o gasto por turismo internacional em apenas dois anos e o mercado emissor espanhol, que passou de um gasto de 6 mil milhões em 2000 aos actuais 17 mil milhões.

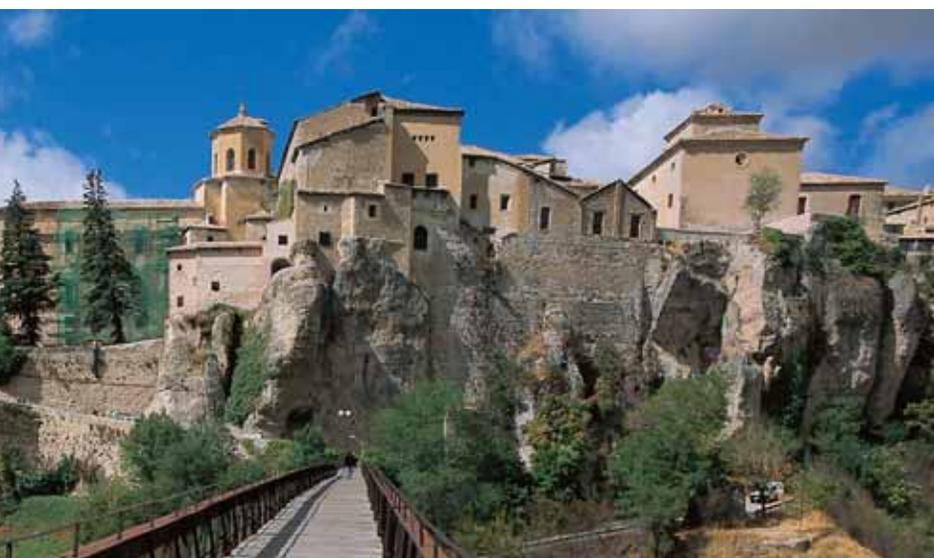
Capacidade e ocupação hoteleiras

Cresce a capacidade hoteleira na Ibero-América

Em **2006**, os **destinos ibero-americanos** dispunham de cerca de **3 milhões de quartos em hotéis e estabelecimentos similares**, o que corresponde a **15% do total mundial**. A capacidade mais significativa encontra-se em Espanha (811 mil quartos) seguida do México (556 mil). A Argentina, o Peru e Portugal superam os 100 mil quartos, enquanto que um número importante de destinos dispõe de uma capacidade hoteleira que oscila entre os 20 e os 60 mil quartos. El Salvador (7 mil), a Nicarágua (6 mil) e o

Paraguai (5 mil) dispõem de capacidades hoteleiras mais pequenas.

Os dados relativos às **dormidas** em hotéis e estabelecimentos similares evidenciam a importância do **turismo interno**, em especial em países de maior dimensão. Em países como o México (64 milhões), a Argentina (33 milhões) e o Peru (18 milhões), o volume de dormidas de visitantes internos é dois a três vezes superior ao de visitantes internacionais. Esta situação contrasta



com os casos de Espanha e Portugal, onde o número de dormidas de visitantes internacionais em hotéis e estabelecimentos similares supera o número de dormidas de visitantes internos, sendo inclusivamente o dobro no caso de Portugal. Na prática, o turismo interno poderia superar o internacional em muitos casos, dado que os turistas nacionais tendem a fazer maior utilização de unidades de alojamento extra-hoteleiro

(apartamentos, casas de campo, chalés e residências secundárias privadas), ou de alojamento em casa de familiares ou amigos.

No que se refere às taxas de ocupação, a República Dominicana apresenta a taxa mais elevada entre os destinos ibero-americanos (73%), enquanto que o Peru (25% em 2005) e a Bolívia (21% em 2005) apresentam as taxas mais baixas.

Capacidade em estabelecimentos hoteleiros e similares, dormidas de turistas internacionais e residentes e taxas de ocupação												
	Hotéis e estabelecimentos similares									Taxa de ocupação		
	Quartos			Dormidas								
				de turistas internacionais			de turistas internos					
	2000	2005	2006*	(1000)			(1000)			(%)		
			2000	2005	2006*	2000	2005	2006*	2000	2005	2006*	
Mundo	17.081.000	19.179.000	19.770.000									
Destinos ibero-americanos	2.413.618	2.853.898	2.939.178									
na Am. Norte, Central e Caribe	593.390	747.474	776.894									
Costa Rica	29.497	38.737	60
Cuba	38.072	46.626	48.726	10.323	14.572	14.905	3.262	2.548	3.256	74	64	61
Rep. Dominicana	51.916	59.870	63.206	32.849	28.411	70	74	73
El Salvador	4.899	5.757	6.518	3.133	5.816	8.310	61	60	61
Guatemala	16.230	19.357	19.372	45	46
Honduras	13.943	20.453	21.015	47	..
México	421.850	535.639	556.399	33.970	33.623	30.236	58.288	64.607	64.124	55	53	53
Nicarágua	3.320	5.335	5.889	300	422	443	96	130	136
Panamá	13.663	15.700	15.838	1.161	1.453	1.795	40	49	54
na Am. do Sul	1.032.598	1.178.851	1.221.451									
Argentina	170.935	191.840	197.110	..	9.114	9.742	..	28.243	33.065	..	42	45
Bolívia	15.795	20.949	..	991	1.099	..	1.293	1.644	..	24	21	..
Brasil
Chile	47.204	53.335	..	2.181	2.877	..	3.926	5.799	..	31	34	..
Colômbia	47.104	71.247	43	49	..
Equador	36.726	41.342	44.046
Paraguai	4.894	5.058	5.355	755	45	44	45
Peru	114.581	136.605	142.791	2.702	5.024	5.367	11.828	17.178	18.406	27	25	..
Uruguai	16.052	14.729	14.350	2.565	2.620	2.791
Venezuela	76.016	68.819	..	5.338
na Europa Meridional/Medit.	787.630	927.573	940.833									
Andorra	..	19.479	15.758	..	5.199	4.911
Portugal	97.709	116.123	117.565	24.102	23.873	25.216	9.693	11.648	12.350	42	47	48
Espanha	677.134	797.354	810.591	143.762	138.762	151.763	83.382	106.875	114.825	59	54	56

Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

(Dados recolhidos pela OMT, Setembro 2007)

A importância económica do turismo internacional

Estima-se que as **receitas por turismo internacional** dos destinos ibero-americanos tenham ascendido a **97 mil milhões de dólares** em 2006 (ver quadro da página 4), o que corresponde a **13% do total mundial** (733 mil milhões de dólares). Os destinos europeus captam a maior parte (59 mil milhões de dólares), enquanto os destinos americanos ingressam 37 mil milhões de dólares. Espanha apresenta o volume de receitas mais significativo (51 mil milhões de dólares), seguida à distância pelo México (12 mil milhões de dólares) e por Portugal (8 mil milhões de dólares). A República Dominicana, a Argentina e o Brasil ingressam mais de 3 mil milhões de dólares por turismo internacional, e a Costa Rica, Cuba, a Guatemala, o Chile, a Colômbia e o Peru recebem entre 1 e 2 mil milhões de dólares. As receitas por turismo internacional dos restantes destinos são inferiores a mil milhões de dólares. A receita média por chegada de turista na Ibero-América é de 775 dólares e, em relação à população é de 162 dólares per capita. As receitas por chegada são mais elevadas na Colômbia (1.470 dólares) e no Panamá (1.140 dólares), destinos onde ultrapassam os 1.000 dólares por chegada.

As **receitas por turismo internacional na Ibero-América aumentaram mais de 36 mil milhões de dólares desde 2000**. As receitas dos destinos da América do Norte, Central e do Caribe aumentaram cerca de 7,5 mil milhões de dólares durante os últimos seis anos, enquanto o aumento nos destinos da América do Sul foi de cerca de 5 mil milhões e na Península Ibérica de 24 mil milhões de dólares. Não obstante, o aumento verificado na Península Ibérica constitui antes de mais um reflexo da debilidade do dólar face ao euro durante este período. Em euros, o aumento é muito menos significativo – apenas 9 mil milhões de euros (de 38 mil milhões em 2000 a 47 mil milhões em 2006).

O turismo internacional na balança de pagamentos - saldo positivo

Para os países de destino, as **receitas por turismo internacional** são contabilizadas como **receitas de exportação** e incluem as receitas procedentes de todo o tipo de transacções relativas ao **consumo de bens e serviços pelos visitantes estrangeiros** (por exemplo, serviços de alojamento, alimentação e bebidas, transporte dentro do país, combustível, serviços de lazer, compras, artesanato, etc.). Isto aplica-se às

transacções tanto de excursionistas como de turistas. As receitas produzidas pelos excursionistas podem ser significativas, especialmente nos casos de países limítrofes em que os visitantes transfronteiriços compram grandes quantidades de bens e serviços. Na balança de pagamentos, estas receitas são contabilizadas na rubrica **'viagens'**. Nesta rubrica não são, porém, contabilizadas as **receitas por transporte internacional** contratado por não residentes a empresas baseadas no país de destino, as quais são registadas separadamente, em outra rubrica ('transporte internacional de passageiros'). O mesmo acontece com os **gastos por turismo internacional dos residentes** de um país, que são considerados como **gastos de importação** e são incorporados como **débito** na balança de pagamentos.

Com o objectivo de compreender melhor o impacto económico do turismo na Ibero-América, o quadro seguinte sintetiza uma série de indicadores relativo ao ano **2005**, no qual as **receitas por viagens** dos destinos ibero-americanos ascenderam a **90 mil milhões de dólares**, acrescidos de **11 mil milhões de dólares** que se estima tenham sido gerados pelo **transporte internacional de passageiros**. Paralelamente, nesse mesmo ano, **os residentes nos países ibero-americanos gastaram 41 mil milhões de dólares em viagens e quase 9 mil milhões em transporte internacional**, o que implica um saldo positivo de 49 mil milhões de dólares por viagens e de 3 mil milhões por transporte de passageiros. O saldo por viagens (37 mil milhões) e por transporte de passageiros (3 mil milhões) é particularmente importante na Península Ibérica. Entre os países americanos, o México e os destinos da América Central e do Caribe registaram um saldo por viagens de 12 mil milhões de dólares, enquanto os destinos da América do Sul apresentam um deficit de 400 milhões devido em grande parte ao deficit do Brasil (858 milhões), cujo gasto em turismo internacional cresceu significativamente nos últimos anos. Além de ser o país com maior volume de receitas (48 mil milhões), Espanha é igualmente o país com maior gasto (15 mil milhões). No entanto, o saldo final é positivo (33 mil milhões). O excedente da balança turística é igualmente considerável em Portugal (5 mil milhões), no México (4 mil milhões) e na República Dominicana (3 mil milhões).

O turismo contribui de forma importante para a economia de vários países da Ibero-América. Para este grupo de 22 destinos, os cerca de 101 mil milhões de dólares de receitas por turismo internacional e transporte de passageiros registados em 2005 representam cerca de **10%** do valor total das **exportações de bens e serviços** do espaço ibero-americano e têm um **valor equivalente a 3% do Produto Interno Bruto (PIB)** da Ibero-América. O peso das receitas por turismo e transporte internacional é comparativamente maior na Península Ibérica (18%) e menor nos destinos da América do Sul (4%). Por país, é de destacar que as receitas por turismo e transporte internacionais representam 35%

das receitas de exportação da República Dominicana e mais de 10% em todos os destinos ibero-americanos da América Central e do Caribe, na Bolívia, no Uruguai, em Portugal e em Espanha.

Vários países dispõem de dados sobre a parte do PIB correspondente ao turismo estimados na **Conta Satélite de Turismo (CST)**. Trata-se de um indicador muito mais exaustivo, pois também considera o turismo interno, o investimento, as importações, etc. Segundo os dados disponíveis da CST, a parte do **turismo nas economias nacionais da Ibero-América oscila entre 11% em Espanha e 3,3% no Peru.**

A importância económica do turismo, 2005												
	Turismo internacional na balança de pagamentos						Export. de bens e serviços		Producto Interno Bruto (PIB)		Turismo no PIB segundo	
	Exportações (receitas)		Importações (gastos)		Saldo		das quais				Conta Satélite de Turismo (CST)	
	viagens	transporte de passageiros	viagens	transporte de passageiros	viagens	transporte de passageiros	receitas viagens + transp. passageiros		receitas viagens + transp. passageiros			
	milhões de dólares US\$		milhões de dólares US\$		milhões de dólares US\$		milhares de milhões de dólares US\$ (%)		milhares de milhões de dólares US\$ (%)		milhares de milhões de dólares US\$ (%)	
Mundo	676.000	132.000	676.000	132.000	0	0	12.574	6,4	44.688	1,8		
Destinos ibero-americanos	89.847	10.799	40.950	8.533	48.897		2.267	976	10,3	3.843		2,6
em Am.Norte, Central e Caribe	21.893	2.054	10.147	1.990	11.746	64	277	8,6	929	2,6		
Costa Rica	1.570	139	468	86	1.102	53	9,7	17,6	19,9	8,6		
Cuba	2.150	249	34,4	7,0	7,3	
Rep. Dominicana	3.518	..	352	159	3.166	..	10,1	35,0	29,1	12,1	7,3	
El Salvador	533	295	347	83	186	212	4,6	18,1	17,0	4,9		
Guatemala	869	37	756	56	113	-19	6,6	13,7	31,8	2,8		
Honduras	464	4	262	67	201	-63	3,4	13,6	8,3	5,6	6,2	
México	11.803	998	7.600	1.351	4.203	-353	230,4	5,6	767,7	1,7	7,7	
Nicarágua	206	4	91	71	115	-67	2,0	10,7	4,9	4,3		
Panamá	780	328	271	117	509	211	10,7	10,3	15,5	7,2		
na Am. do Sul	12.272	2.126	12.664	3.226	-393	-1.100	354	4,1	1.599	0,9		
Argentina	2.729	488	2.790	600	-61	-112	46,6	6,9	181,5	1,8	7,2 ^a	
Bolívia	239	107	186	68	52	39	3,2	10,9	9,4	3,7		
Brasil	3.861	307	4.720	881	-858	-574	134,4	3,1	882,0	0,5		
Chile	1.109	543	1.051	274	59	270	48,3	3,4	119,0	1,4	5,0 ^b	
Colômbia	1.218	352	1.127	358	91	-6	24,4	6,4	123,1	1,3		
Ecuador	486	2	429	186	57	-184	11,4	4,3	36,5	1,3	4,1 ^c	
Paraguai	78	20	79	50	-1	-30	4,0	2,4	7,5	1,3		
Peru	1.308	130	752	209	557	-79	19,4	7,4	79,4	1,8	3,3	
Uruguai	594	105	252	73	343	32	5,1	13,8	16,9	4,1		
Venezuela	650	72	1.281	527	-631	-455	56,8	1,3	143,4	0,5	6,4	
na Europa Mer./Medit.	55.682	6.619	18.138	3.316	37.544	3.303	345	18,1	1.315	4,7		
Andorra			1,7	0,0		
Portugal	7.712	1.333	3.053	606	4.658	727	53,4	16,9	185,6	4,9	4,9 ^c	
Espanha	47.970	5.286	15.085	2.710	32.885	2.576	291,2	18,3	1.128,0	4,7	11,0	

Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT) [®], Fondo Monetario Internacional (FMI), Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).

(Cifras procedentes de la OMT, septiembre 2007)

Os dados da CST referem-se a 2004, excepto quando indicado.

^a A Conta Satélite de Turismo na Argentina está em processo de elaboração. A Câmara Argentina de Comércio (CAT) estima que a contribuição do turismo para a economia argentina será de 7,2% do PIB.

^b Dado de 1996

^c Dado de 2001

Perspectivas de futuro

O desenvolvimento turístico na maioria dos destinos ibero-americanos tem sido positivo e consistente nos últimos anos. O **desafio** é como utilizar o actual dinamismo e alcançar um maior nível de desenvolvimento. Com determinação política, através da aplicação das políticas adequadas e levando a cabo o investimento necessário, será possível dinamizar o potencial turístico inexplorado da Ibero-América tal como ocorreu na Ásia ou no Médio Oriente.

De acordo com a tendência de crescimento estimada pela OMT na sua previsão a longo prazo *Turismo: Panorama 2020*, **as chegadas aos 22 destinos da comunidade ibero-americana deverão ultrapassar os 200 milhões em 2020.**

Em todo o **mundo**, prevê-se que as **chegadas de turistas** dupliquem nos próximos 15 anos, passando dos actuais 846 milhões a **1.600 milhões em 2020**. Também se espera que os destinos ibero-americanos na América do Norte, na América Central e no Caribe dupliquem o seu actual número de chegadas nessa data. Os destinos ibero-americanos da América do Sul deverão crescer a um ritmo ainda mais rápido, conseguindo mais que duplicar os valores actuais em 2020, ao passo que os destinos mais maduros da Península Ibérica registarão, segundo as previsões, uma taxa de crescimento mais modesta (inferior a 3%).

Oportunidades e desafios

Quando se aborda o desenvolvimento do turismo neste grupo de 22 destinos, sobressaem duas realidades bem diferentes:

■ **Os destinos relativamente consolidados e tradicionais (Espanha, Portugal, Andorra e México)**, que concentram três quartos das chegadas de turistas internacionais e das receitas por turismo internacional da Ibero-América, e cujo desenvolvimento turístico se encontra numa fase comparativamente mais madura. Os principais desafios que devem enfrentar estes destinos centram-se em âmbitos como o desenvolvimento sustentável, a diversificação de mercado, de destinos e de produtos, a melhoria

da qualidade, o aumento da eficácia das actividades de comercialização e promoção, o conhecimento de mercado e a formação dos recursos humanos.

■ **Os destinos comparativamente emergentes**, em particular os da **América Central e da América do Sul**, que dispõem de um **enorme potencial por explorar**, e que nos últimos anos apresentam uma nova dinâmica de crescimento.

Na 5ª Conferência Ibero-Americana de Ministros do Turismo foi reconhecido que o turismo figurava entre os principais objectivos da Conferência Ibero-Americana - a criação de um projecto de cooperação - como instrumento de desenvolvimento económico e social da comunidade ibero-americana.

A seguinte **análise DAFO** visa realçar os possíveis âmbitos de progresso em matéria de desenvolvimento, de cooperação e de intercâmbio turísticos na comunidade ibero-americana. A presente análise é centrada nos **destinos da América Latina**, pois em termos turísticos podem considerar-se como um **gigante adormecido**, com um volume de turistas e um nível de receitas que continuam a ser comparativamente modestos, sobretudo quando comparados com os recursos e as oportunidades que oferecem os diversos destinos.



Ilha Pássaro, Panamá

Análise DAFO

Pontos Fracos

- A persistência de problemas de acessibilidade em âmbitos como:
 - infra-estruturas,
 - a existência e a regularidade das ligações aéreas,
 - os trâmites fronteiriços e as políticas de vistos;
- A grande concentração da procura num número limitado de destinos dentro de cada país;
- O desenvolvimento limitado dos mercados intra-regionais devido, em muitos casos, às dificuldades de acesso/transporte e aos preços elevados;
- A falta de uma imagem consolidada e o limitado conhecimento dos recursos da região;
- Os recursos humanos;
- O investimento comparativamente baixo em actividades de promoção e comercialização.

Ameaças

- O aumento da concorrência internacional de destinos emergentes muito dinâmicos no âmbito do desenvolvimento turístico (investimento, legislação e promoção), como por exemplo, os destinos asiáticos;
- As ameaças sanitárias, de segurança, os desastres naturais e outros riscos: é importante estabelecer mecanismos de alerta e de cooperação no âmbito da gestão de riscos;
- O aumento dos regulamentos fronteiriços nos EUA, em especial a entrada em vigor a 23 de Janeiro de 2007 da primeira fase da Iniciativa relativa a Viagens no Hemisfério Ocidental (WHTI em inglês), segundo a qual é obrigatória a apresentação de um passaporte válido por parte de todas as pessoas em viagem de avião desde ou para os EUA, Canadá, México, Bermudas e Caribe para entrar ou regressar aos EUA;
- A saturação dos locais de património natural e cultural;
- Preços pouco competitivos.

Pontos Fortes

- A riqueza e a diversidade de uns recursos ímpares: o espaço, a geografia, a natureza, a história, a cultura, os povos e a autenticidade;
- O maior empenho dos governos nacionais no desenvolvimento do turismo;
- O clima: a ordem de estações invertida em relação aos grandes mercados emissores como os EUA e o Canadá;
- Os laços económicos, históricos, sociais e culturais com os mercados emissores europeus, em particular com Espanha, Portugal, Itália, Reino Unido, França, Alemanha e Países Baixos;
- A melhoria global da imagem e a imagem consolidada de alguns produtos e destinos, como por exemplo, o turismo de sol e praia e de cruzeiros no México e no Caribe, o turismo de natureza na Costa Rica, o turismo cultural no México e na América do Sul, etc.;
- O aumento da cooperação entre os sectores público e privado.

Oportunidades

- O turismo como instrumento chave do desenvolvimento sustentável;
- O bom ritmo de crescimento das economias mundial e regional;
- A maior integração económica;
- As taxas de câmbio e a vantagem de preços: um dólar fraco e um euro forte estimulam os residentes nos EUA a viajarem pelo seu próprio continente e oferecem vantagens competitivas nos mercados emissores europeus;
- O surgimento das companhias aéreas de baixo custo pode impulsionar consideravelmente o turismo interno e intra-regional;
- O crescimento do mercado de turistas sénior com disponibilidade financeira e tempo livre;
- A melhoria da percepção da segurança, entre outras razões em virtude da deterioração da percepção de segurança de outros países por causa do terrorismo, etc;
- O actual crescimento do transporte aéreo abre caminho para o desenvolvimento do turismo de longa distância, em particular o procedente da Europa;
- A diversificação de destinos e das motivações dos consumidores levam à procura de novos destinos e de novas experiências;
- Os novos modelos de viagem: a viagem individual, o uso das tecnologias da informação e da comunicação para procurar informação e efectuar reservas, a reserva directa e os canais de distribuição que permitem uma maior independência com respeito aos operadores turísticos e o desenvolvimento de novas ofertas turísticas;
- O crescimento da procura de produtos como os cruzeiros, o turismo de natureza, de aventura e o turismo de bem-estar, produtos para os quais estes destinos dispõem de recursos excepcionais;
- A criação de produtos e itinerários multi-destino e de programas para a sua comercialização (por ex. Centro América);



Alcázar de noite, República Dominicana

Dez factores chave para o desenvolvimento turístico

O turismo, sendo um dos sectores económicos mais dinâmicos ao nível mundial, pode contribuir de forma significativa para a realização dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio das Nações Unidas nomeadamente a luta contra a pobreza e o desenvolvimento sustentável. No caso dos países da Ibero-América, em especial os da América Latina, este potencial é enorme.

Existem vários factores chave que devem ser considerados no momento de analisar a evolução futura do turismo nestes destinos:

1. Desenvolvimento sustentável do turismo - o turismo deverá ser concebido como um sector que pode desempenhar uma função capital no desenvolvimento e diversificação da estrutura económica e social de um país. A fim de obter resultados positivos a longo prazo, o planeamento e a gestão turísticas devem realizar-se de acordo com os princípios do desenvolvimento sustentável, em particular no que se refere às soluções do turismo para o problema das alterações climáticas. O sector turístico tem um importante papel a desempenhar no sentido de aumentar a consciência sobre o actual problema das alterações climáticas, tanto no sentido de se adaptar às suas consequências como de mitigar o seu impacto.

2. Cooperação

- na esfera pública, entre os ministérios e outras instituições com intervenção em âmbitos de importância vital para o turismo, tais como a economia, a cultura, o transporte, a imigração, a segurança ou as infra-estruturas;
- entre os sectores público e privado;
- entre as partes interessadas à escala nacional, regional e local;
- no âmbito sub-regional, como por exemplo a cooperação que desenvolvem actualmente os destinos centro-americanos sob a marca única «Centroamérica, tan pequeña...tan grande...» (www.visitcentroamerica.com) ou a cooperação levada a cabo pela Organização de Turismo do Caribe (www.doitcaribbean.com);
- à escala internacional com organizações como a OMT, e outras instituições que podem desempenhar um papel crucial no desenvolvimento do turismo, como a SEGIB, o Banco Interamericano de Desenvolvimento, o Banco Centroamericano de Integração Económica, o MERCOSUR, a Comunidade Andina, a União Europeia, etc.

3. Quadro institucional e jurídico - fomentar a criação de um ambiente favorável, estável, eficaz, flexível e fluido para o investimento, os negócios e a circulação de pessoas através da melhoria e flexibilização

dos controlos fronteiriços. Implementação de sistemas de apoio a micro, pequenas e médias empresas, as quais são a grande base empresarial do turismo.

4. **Infra-estruturas** - fomentar a criação de infra-estruturas e melhorar as já existentes no âmbito do transporte (em direcção aos destinos e internamente), do alojamento e das infra-estruturas necessárias ao desenvolvimento de produtos como o turismo cultural, o turismo de natureza, de reuniões e congressos, o turismo rural, os cruzeiros, ou o turismo comunitário, essencial para a criação de emprego e riqueza ao nível das comunidades locais pelo impacto directo que tem sobre as mesmas.
5. **Melhor gestão local do turismo** - incentivar os processos de descentralização e gestão local do turismo em todas sus componentes.
6. **Diversificação de destinos e desenvolvimento de produtos** - os produtos de interesse especial, como as rotas naturais e culturais, o turismo de cruzeiros, o turismo de aventura ou de bem-estar, geram uma procura crescente à escala internacional. Os destinos latino-americanos têm vantagens competitivas únicas para desenvolver estes produtos e posicionar-se de forma muito favorável no mercado turístico.
7. **Mais e melhor comercialização e promoção** - o planeamento, a investigação de mercado, a criação de imagem de marca, a segmentação, a avaliação das actividades de promoção, e em especial uma maior integração das tecnologias da informação nas actividades de promoção e comercialização, são factores chave para a melhoria da competitividade turística. Da mesma forma, a promoção conjunta de alguns destinos, em especial em mercados de longa distância, como os mercados emergentes da Ásia Pacífico, pode constituir um



Campo de golf Los Cabos, México

valor acrescentado na promoção dos destinos latino-americanos. Dever-se-á igualmente procurar ampliar os mercados emissores e os segmentos, nomeadamente:

- o mercado interno, que constitui muitas vezes uma base sólida sobre a qual o sector pode desenvolver-se, impulsionar a sua actividade e diversificar riscos de dependência de determinados mercados internacionais;
 - o mercado regional próximo: tirar proveito do potencial dos mercados intra-regionais emergentes e tentar explorar o potencial das classes médias de outros mercados emissores americanos que, tal como aconteceu na Ásia e Médio Oriente, se encontram em fase de crescimento;
 - os mercados de média ou longa distância como os da América do Norte e da Europa apresentam actualmente excelentes perspectivas de expansão devido à mudança na percepção das questões da segurança e a um euro forte, enquanto que os mercados emergentes da Ásia podem abordar-se através de produtos especializados e estratégias de diversificação de mercado;
 - as comunidades específicas, como os nacionais residentes no estrangeiro ou pessoas de língua espanhola residentes nos EUA.
8. **Formação e o aperfeiçoamento dos recursos humanos** - a competitividade crescente dos mercados exige que se dê especial atenção a diversos factores que incidem nesta esfera, entre os quais os recursos humanos são um ponto prioritário.



Praia, Costa Rica

9. **Avaliação e gestão de risco** - a quantidade e a diversidade de riscos que podem restringir a actividade turística aumentou consideravelmente nos últimos anos, resultando numa crescente necessidade de adoptar medidas de prevenção e de preparação diante de possíveis desastres, incluindo uma eficaz estratégia de comunicação. Para tanto, será necessário ter em consideração a informação disponível e as boas práticas de experiências bem sucedidas da Ibero-América; a necessidade de fomentar a solidariedade e a cooperação internacionais; a necessidade de enfoques que permitam a mobilização coordenada dos organismos governamentais envolvidos e das demais partes interessadas dentro e fora do sector turístico; a exigência de um sólido compromisso político com o turismo e do reconhecimento da sua contribuição económica e social; e a necessidade de apoiar os países menos desenvolvidos para que fortaleçam os seus mecanismos de preparação e a sua capacidade de reacção diante de possíveis crises.

10. **Investigação, conhecimento e informação sobre o sector** - incluindo a Conta Satélite de Turismo (CST), são elementos chave para melhorar o planeamento e a gestão do desenvolvimento turístico dos destinos. A OMT y a SEGIB estão comprometidas em cooperar com os países ibero-americanos nesta tarefa, e para

tal encontram-se de momento a levar a cabo um projecto conjunto de desenvolvimento da CST nos países da América Central.

Desta análise podem ser extraídos vários elementos que podem servir de ajuda para concentrar-se nos pontos fortes, superar os pontos fracos, atenuar as ameaças e tirar o melhor partido possível das oportunidades de desenvolvimento turístico na Ibero-América. Tal implica o **fortalecimento da cooperação e a gestão e intercâmbio de conhecimento entre os países que integram a comunidade ibero-americana** em âmbitos como:

- A legislação.
- A melhoria dos recursos humanos.
- A criação de produtos e a gestão do património.
- A comercialização e a promoção.
- A avaliação e gestão de riscos.
- A investigação, o conhecimento e a informação de mercado.

De facto, existe um terreno fértil e importantes oportunidades para a cooperação e o intercâmbio de experiências dentro da comunidade ibero-americana, especialmente considerando o enorme potencial dos destinos menos desenvolvidos da América Central e do Sul que continuam a crescer a um ritmo comparativamente mais lento em relação, por exemplo, aos destinos emergentes da Ásia Pacífico, e a experiência de destinos mais maduros como o México, Andorra, Portugal e Espanha, ou de destinos nos quais o turismo se tem desenvolvido com grande dinamismo nos últimos anos, como é o caso do Brasil.



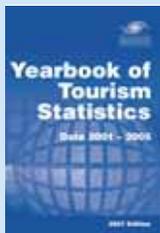
Barómetro OMT do Turismo Mundial

O *Barómetro OMT do Turismo Mundial* oferece um panorama único das tendências do turismo internacional a curto prazo. Atualizada três vezes ao ano, esta publicação da OMT tem como objectivo disponibilizar os dados estatísticos mais recentes e a respectiva análise a todos aqueles que tenham um interesse directo ou indirecto no turismo. Cada edição contém três secções permanentes: o panorama das tendências de turismo a curto prazo com dados de chegadas turísticas internacionais e de receitas e gastos por turismo internacional para mais de 100 países, assim como dados de transporte aéreo; a avaliação e as perspectivas futuras do Grupo de Especialistas de Turismo da OMT; e uma selecção de dados económicos com interesse para o turismo.



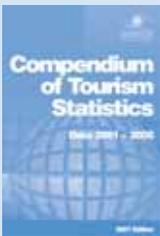
Tendências dos Mercados Turísticos, 2006

Tendências dos Mercados Turísticos é uma série de publicações regulares da OMT em que se oferece uma análise completa e actual das tendências do turismo internacional no mundo e nas diversas regiões, sub-regiões e países. Esta série de publicações analisa o desenvolvimento do turismo a curto e médio prazo, bem como a informação estatística sobre um conjunto de indicadores, entre os quais figuram as chegadas de turistas internacionais, as receitas por turismo internacional, as chegadas de turistas por região de origem, por motivo de visita e por meio de transporte, o volume de viagens ao estrangeiro, os gastos por turismo internacional, etc.



Anuário de Estatísticas de Turismo, 2001-2005

A edição de 2007 do *Anuário de Estatísticas de Turismo* oferece dados relativos a 206 países e territórios relativamente aos quais inclui dados sobre o total de chegadas por país de origem para o período 2001-2005. Os títulos dos quadros apenas existem em inglês, mas as notas são publicadas em espanhol, francês e inglês. Os nomes dos países, regiões e sub-regiões, assim como a classificação incluída nos quadros existem igualmente apenas em inglês, e os países aparecem classificados por ordem alfabética dos seus nomes nesse idioma.



Compendio de Estatísticas de Turismo, 2001-2005

O compêndio está destinado a servir como um guia sintético e de consulta rápida sobre os principais indicadores estatísticos do turismo de cada país. Na edição de 2007 oferece informação estatística sobre o turismo em 209 países e territórios de todo o mundo para o período 2001-2005.

O compêndio é publicado apenas em inglês, e os países aparecem classificados por ordem alfabética dos seus nomes nesse idioma. Para facilitar a consulta em alemão, árabe, espanhol, francês e russo, a publicação inclui uma tabela com o texto dos indicadores essenciais e as referências básicas nesses idiomas.

A forma mais fácil de pedir as publicações da OMT:

www.unwto.org

Se deseja mais informação:

Departamento de Publicações da OMT

Tel. (34) 91 567 8100 - Fax: (34) 91 571 3733

e-mail: pub@unwto.org



Turismo: Panorama 2020

Estes estudos foram preparados no âmbito do programa de trabalho da OMT relativamente a estudos de previsões. A série é constituída por um volume mundial, com previsões e perfis de segmentos de mercado à escala mundial, e por seis volumes regionais (África, Américas, Ásia Meridional, Ásia Oriental e do Pacífico, Europa e Médio Oriente). Cada volume regional está dividido em três partes. Na primeira parte é analisada a evolução do turismo na região durante a primeira metade da década de 90, e em particular os factores que determinarão as perspectivas da região em análise. A segunda parte ocupa-se dos diversos determinantes que incidem nas previsões até ao ano 2020, enquanto a terceira parte apresenta as previsões quantitativas, bem como uma análise das mesmas nas diferentes áreas de uma região.



Manual de segmentação do mercado turístico

A segmentação de mercado é essencial tanto para as organizações nacionais de turismo (ONT) como para as organizações locais de promoção, a fim de efectuar uma gestão mais eficaz dos recursos disponíveis. O novo manual da OMT/CET, destinado a ajudar os destinos a melhorar a eficácia das suas actividades de marketing, divide-se em quatro secções diferentes. A primeira apresenta a teoria e os motivos que explicam a segmentação. As restantes secções analisam a actuais metodologias e técnicas, detalhando algumas das principais metodologias de segmentação de mercado, os passos específicos que permitem introduzir ou desenvolver

novas actividades promocionais baseadas na segmentação, e por último, o manual inclui recomendações no que se refere à segmentação do mercado turístico através da análise de vários estudos de caso.



Estructuras e orçamentos das organizações nacionais de turismo, 2004-2005

Estructuras e orçamentos das organizações nacionais de turismo (ONT) é uma ferramenta de referência para a avaliação comparativa no âmbito da promoção turística internacional. O estudo compila e analisa informação actualizada e comparável sobre os orçamentos que as ONT destinam à promoção do turismo receptor assim como sobre as suas estruturas, funções e formas de trabalho, com o objectivo de ilustrar as diferentes formas de organizar uma ONT e actuar na esfera da promoção turística internacional. A primeira parte do estudo centra-se na estrutura e funcionamento das ONT e inclui uma análise comparativa.

A segunda parte apresenta um panorama global dos orçamentos das ONT relativos a cerca de 50 países, incluindo entre outros aspectos, dados sobre os orçamentos globais e promocionais, fontes de financiamento, orçamentos por mercado emissor, produto e instrumentos promocionais.



Avaliação das actividades promocionais das ONT

A *avaliação das actividades promocionais das ONT* é o primeiro guia exaustivo destinado às organizações nacionais de turismo (ONT) sobre como avaliar a eficácia das suas actividades de marketing. A partir dos resultados de um inquérito sobre as práticas de avaliação actuais das ONT, o estudo compara diferentes metodologias relativamente às melhores práticas e apresenta uma análise exaustiva da investigação efectuada sobre o tema. Como resultado, este estudo é um guia para a avaliação das actividades de marketing das ONT no qual se apresenta

um conjunto de passos a seguir para implementar um mecanismo de avaliação.

A Organização Mundial de Turismo e a Secretaria-Geral Ibero-Americana agradecem às seguintes organizações pela utilização das suas imagens.

Andorra - Ministério de Turismo e Cultura do Governo de Andorra • Argentina - Secretaria de Turismo da Nação • Bolívia - Embaixada da Bolívia em Espanha • Brasil - EMBRATUR • Chile - Corporação de Promoção Turística do Chile • Colômbia - Proexport Colômbia • Costa Rica - Instituto Nacional de Turismo • Cuba - Escritório de Turismo de Cuba • Equador - Direcção Geral de Promoção Cultural - Ministério de Relações Exteriores • Espanha - Turespaña • Uruguai - Ministério de Turismo e Desporto • Guatemala - Instituto Guatemalteco de Turismo • Honduras - Instituto Hondureño de Turismo • México - Conselho de Promoção Turística • Panamá - Instituto Panamenho de Turismo • Paraguai - Secretaria Nacional de Turismo • Peru - Promperu • Portugal - Turismo de Portugal • República Dominicana - Ministério de Turismo • Venezuela - Ministério da Produção e Comércio - Viceministério de Turismo • Agencia de Promoção Turística da América Central (CATA)

Capa: Estação do Oriente, Lisboa, Portugal (José Manuel/Turismo de Portugal) • Praia do Forte, Salvador (BA), Brasil (Christian Knepper/Embratur) • San Juan, Vale da Lua, Argentina (Secretaria de Turismo da Argentina) • Cartagena de Índias, Colômbia (DITUR) • Cascata, Costa Rica (Instituto Nacional de Turismo) • Tobas, Bolívia (Viceministério de Turismo / Embaixada da Bolívia em Espanha) • Kuna Yala, Panamá (Instituto Panamenho de Turismo) • Parque Nacional Tikal, Guatemala (IGUAT) • Interior da Mesquita, Córdoba, Espanha (Turespaña) • Navegação Lagoa San Rafael, Região de Aisén, Chile (Banco de Imagens da Patagônia Connection/Corporação de Turismo do Chile) • Esquiador, Andorra (Departamento de Turismo do Governo de Andorra) • León, Nicarágua (CATA) • Marina de Guaymas, México (Conselho de Promoção Turística) • Vulcão de Izalco, El Salvador (INTUR) • **Contracapa:** Pássaro Fraga, Equador (Direcção Geral de Promoção Cultural / Ministério de Relações Exteriores) • Ilha Pássaro, Panamá (Instituto Panamenho de Turismo) • Machu Picchu, Peru (Promperu) • Mergulho, Cuba (Escritório de Turismo de Cuba) • Ponte da Barra de Maldonado, Uruguai (Ministério de Turismo e Desporto) • Rua colonial, República Dominicana (SECTUR) • Rua de Trinidad, Cuba (Escritório de Turismo de Cuba) • San Andrés, El Salvador (CATA) • Portezuelo Queulut, Região de Aisén, Chile (Norberto Seebach/Corporação de Turismo do Chile) • Cascata, Paraguai (SENATUR) • Cabo da Roca, Sintra, Portugal (Rui Morais de Sousa/Turismo de Portugal) • Praia, Venezuela (MINTUR) • Molhe em West Bay, Roatán, Honduras (CATA) • Rio de Serrat, Andorra (Departamento de Turismo do Governo de Andorra) • Dunas de Bani, República Dominicana (SECTUR) • Templo I o Gran Jaguar, Parque Nacional Tikal, Guatemala (Petén, E.B.) • **Página 2:** San Andrés, El Salvador (CATA) • Parque Nacional Tikal, Guatemala (INGUAT) • Cascata, Costa Rica • Mirador Glaciér Grey, Chile (Juan Almonacid/CD Patagônia/Corporação de Promoção Turística do Chile) • Tulum, México (Conselho de Promoção do México) • Baía Manzanillo, Providencia, Colômbia (Santiago Montes) • Pátio Central do Centro Cultural Metropolitano, Quito, Equador (Cristóbal Corral/Direcção Geral de Promoção Cultural - Ministério de Relações Exteriores) • Meninas da Comunidade Q'eros, Cuzco, Peru (Mylene D'auriol/Promperu) • Praça da Catedral, Havana, Cuba (Escritório de Turismo de Cuba) • Ilha Pássaro, Panamá (Instituto Panamenho de Turismo) • Praia Bávaro, República Dominicana (SECTUR) • Cabo da Roca, Sintra, Portugal (Rui Morais de Sousa/Turismo de Portugal) • Molhe em West Bay, Roatán, Honduras (CATA) • Praia, Venezuela (MINTUR) • Cascata, Paraguai (SENATUR) • Esquiador, Andorra (Departamento de Turismo do Governo de Andorra) • Ilha Papaturo, Rio San Juan, Nicarágua (CATA) • Andes, Grupo Condoriri, Bolívia (Viceministério de Turismo / Embaixada da Bolívia em Espanha) • Santa Cruz, Glaciér Perito Moreno, Argentina (Secretaria de Turismo da Argentina) • Interior da Mesquita, Córdoba, Espanha (Turespaña) • Foz do Iguaçu (PR), Brasil (Christian Knepper/Embratur) • Ponte da Barra de Maldonado, Uruguai (Ministério de Turismo e Desporto)



PARA MAIS INFORMAÇÃO, CONTACTAR:



WORLD TOURISM ORGANIZATION
 ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME
 ORGANIZACION MUNDIAL DEL TOURISMO
 ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ООН
 منظمة السياحة العالمية

Organização Mundial de Turismo (OMT)
 Capitán Haya 42, 28020 Madrid, Espanha
 Tel: +34 91 5678 100, Fax: +34 91 571 3733 • Email: omt@unwto.org • www.unwto.org



Secretaría General
 Iberoamericana

Secretaria-Geral
 Ibero-Americana

Secretaria-Geral Ibero-Americana (SEGIB)
 Paseo de Recoletos, 8 - 3º
 Tel.: +34 91 5901 980, Fax: +34 91 5901 981 • Email: info@segib.org • www.segib.org

