



TURISMO na IBERO-AMÉRICA

PANORAMA ACTUAL

EDIÇÃO DE 2009



Secretaría General
Iberoamericana

Secretaria-Geral
Ibero-Americana

Turismo na Ibero-América em 2008



Números chave

- 129 milhões de chegadas de turistas internacionais (14% do total mundial)
- 117 mil milhões de dólares de receitas por turismo internacional (12% do total mundial)
- 193 dólares per capita de receitas por turismo internacional frente a 141 dólares de média mundial
- 53 mil milhões de dólares de gastos de turismo internacional em 2007 (6% do total mundial)
- Um superávit de 56 mil milhões de dólares na balança turística em 2007
- 3,3 milhões de quartos em hotéis e estabelecimentos similares (15% do total mundial)

Preâmbulo

O ano 2008 trouxe uma crise financeira internacional que impactou as economias de todo o mundo, com uma forte caída da produção industrial, do comércio e do emprego. O turismo internacional, ainda que tenha resistido comparativamente melhor que outros sectores, sofreu igualmente uma alteração drástica da tendência de crescimento verificada nos últimos quatro anos. Esta alteração de tendência foi especialmente acentuada a partir da segunda metade de 2008.

A tendência negativa que se iniciou a meados de 2008 manteve-se durante o ano 2009, devido não só ao impacto da situação económica, mas igualmente aos efeitos da gripe A(H1N1). No entanto, a actividade turística na região das Américas parece menos afectada pela recessão económica mundial que em muitas outras regiões. Em 2008, o turismo internacional cresceu 3%, com bons resultados em todas as sub-regiões, especialmente na América Central e do Sul. Não obstante, dentro da Comunidade Ibero-americana, Espanha e Portugal sofreram claramente as consequências da crise financeira e o seu impacto no consumo de importantes mercados emissores europeus.

O espaço ibero-americano, que conta com 3,3 milhões de quartos em hotéis e estabelecimentos similares (15% do total mundial), capta 14% das chegadas de turistas internacionais e gera 117 mil milhões de dólares. Na Ibero-América as receitas per capita por turismo internacional situam-se em 193 dólares, valor superior aos 141 dólares da média mundial, e a região registou um superávit de 56 mil milhões de dólares na balança turística. Estes dados confirmam o importante papel que a Comunidade Ibero-americana ocupa no panorama do turismo mundial.

É importante salientar que, na conjuntura actual, o turismo destaca como um dos sectores productivos que mais pode contribuir para mitigar os efeitos da crise económica, ao ser um dos sectores mais internacionalizados da economia mundial.

A quarta edição de *Turismo na Ibero-América*, publicação conjunta da Organização Mundial de Turismo (OMT) e da Secretaria-Geral Ibero-Americana (SEGIB), inclui uma análise global da situação do turismo no espaço ibero-americano, com especial ênfase nas oportunidades que este oferece em termos de recuperação económica, da geração de emprego e da luta contra a pobreza.

É nesta linha que se enquadra o *Mapa de rota para a recuperação* promovido pela OMT e que tem como base três grandes linhas de actuação: a capacidade de recuperação, as medidas de estímulo económico e a economia verde.

Esta edição inclui igualmente as recomendações essenciais do estudo da oferta e procura de formação de recursos humanos no sector turístico na América Latina, solicitado à SEGIB e à OMT pela XVIII Cimeira de El Salvador de Outubro de 2008, e que constitui um importante desafio em termos de competitividade.

Tanto a OMT como a SEGIB continuarão a trabalhar de forma conjunta para apoiar os países ibero-americanos nos seus objectivos de alcançar um desenvolvimento sustentável da actividade turística.

Organização Mundial de Turismo



Secretaria-Geral Ibero-Americana



Evolução do Turismo Internacional na Ibero-América

2008: resultados variados no turismo ibero-americano

O ano 2008 foi marcado pela situação económica mundial e pela crise financeira internacional que emergiu fortemente a meados do ano, levando à maior recessão verificada desde da Segunda Guerra Mundial. Ainda que tenha resistido melhor à crise que muitos outros sectores, o turismo não permaneceu imune à deterioração económica. Após quatro anos consecutivos de crescimento sustentado, em meados de 2008 verificou-se uma alteração brusca desta tendência com uma caída significativa da procura turística provocada por uma economia mundial extremamente volátil. Depois de um começo positivo (as chegadas de turistas

internacionais no mundo cresceram 6% nos seis primeiros meses de 2008), a procura caiu de forma acentuada: entre Julho e Dezembro de 2008 verificou-se um decréscimo de 1% das chegadas de turistas internacionais.

Os destinos ibero-americanos não ficaram imunes a esta tendência. Apesar de um início de ano forte, as chegadas de turistas internacionais à Ibero-América terminaram 2008 com um crescimento de apenas 1,3%, ou seja abaixo do crescimento de 3% registado no ano anterior. Em 2008, os 22 destinos da Ibero-América receberam no seu conjunto **129 milhões de chegadas de turistas internacionais** – ou seja, chegadas de residentes no estrangeiro que pernitoam em algum dos destinos ibero-americanos por motivos

Panorama do turismo internacional na Ibero-América, 2000-2008														
	População (mn)	Chegadas de turistas internacionais ¹						Receitas por turismo internacional ²						
					Quota		Variação				Quota		Variação por chegada per cápita	
		(1000)	(%)	(%)	(%)	(%)	(milhões US\$)	(%)	US\$	US\$	(%)	US\$	US\$	
	2008	2000	2007	2008*	2008*	08*/07	00-08*	2000	2007	2008*	2008*	08*/07	2008*	2008*
Mundo	6.718	684.000	904.000	922.000	100	2,0	3,8	475.000	857.000	944.000	100	10,2	1.025	141
<i>Destinos ibero-americanos</i>	<i>609</i>	<i>105.977</i>	<i>127.800</i>	<i>129.449</i>	<i>14,0</i>	<i>1,3</i>	<i>2,5</i>	<i>60.028</i>	<i>109.186</i>	<i>117.469</i>	<i>12,4</i>	<i>7,6</i>	<i>905</i>	<i>193</i>
na América	553	44.531	54.624	57.371	6,2	5,0	3,2	24.818	41.396	44.898	4,8	8,5	785	81
Costa Rica	4,5	1.088	1.980	2.089	0,2	5,5	8,5	1.302	2.026	2.285	0,2	12,8	1.095	504
Cuba	11	1.741	2.119	2.316	0,3	9,3	3,6	1.737	2.141	2.267	0,2	5,9	980	201
Rep. Dominicana	8,9	2.978	3.980	3.980	0,4	0,0	3,7	2.860	4.064	4.176	0,4	2,8	1.050	469
El Salvador	5,8	795	1.339	1.385	0,2	3,5	7,2	217	482	425	0,0	-12,0	305	73
Guatemala	14	..	1.448	1.527	0,2	5,4	..	482	1.055	1.068	0,1	1,3	700	78
Honduras	7,7	471	831	899	0,1	8,2	8,4	260	557	621	0,1	11,5	690	81
México	107	20.641	21.370	22.637	2,5	5,9	1,2	8.294	12.852	13.289	1,4	3,4	585	125
Nicaragua	6,2	486	800	858	0,1	7,2	7,4	129	255	276	0,0	8,3	320	45
Panamá	3,4	484	1.103	1.293	0,1	17,2	13,1	458	1.185	1.408	0,1	18,8	1.090	414
Argentina	40	2.909	4.562	4.665	0,5	2,3	6,1	2.904	4.314	4.633	0,5	7,4	995	117
Bolívia	10	319	573	594	0,1	3,7	8,1	68	292	275	0,0	-5,9	465	27
Brasil	190	5.313	5.026	5.050	0,5	0,5	-0,6	1.810	4.953	5.785	0,6	16,8	1.145	31
Chile	17	1.742	2.507	2.699	0,3	7,7	5,6	819	1.478	1.757	0,2	18,9	650	105
Colômbia	48	557	1.195	1.222	0,1	2,2	10,3	1.030	1.669	1.844	0,2	10,5	1.510	38
Equador	14	627	937	1.005	0,1	7,2	6,1	402	623	742	0,1	19,0	740	53
Paraguai	6,2	289	416	428	0,0	3,0	5,0	73	102	109	0,0	7,1	255	18
Peru	29	828	1.916	2.058	0,2	7,4	12,0	837	1.723	1.991	0,2	15,6	965	69
Uruguai	3,3	1.968	1.752	1.921	0,2	9,7	-0,3	713	809	1.054	0,1	30,3	550	316
Venezuela	28	469	771	745	0,1	-3,4	6,0	423	817	895	0,1	9,5	1.200	32
na Europa	56	61.446	73.176	72.078	7,8	-1,5	2,0	35.210	67.790	72.571	7,7	7,1	1.005	1.290
Andorra	0,07	2.946	2.189	2.059	0,2	-5,9	-4,4
Portugal	11	12.097	12.321	5.243	10.145	10.943	1,2	7,9	..	1.031
Espanha	46	46.403	58.666	57.316	6,2	-2,3	2,7	29.967	57.645	61.628	6,5	6,9	1.075	1.351

Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

(Dados recolhidos pela OMT, Outubro 2009)

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.

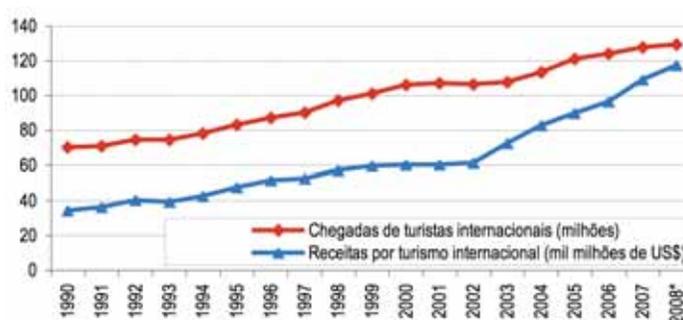
vários como lazer, motivos profissionais ou visita a familiares e amigos. Este valor equivale a **14% dos 922 milhões de chegadas registadas no mundo**. Os 19 destinos ibero-americanos da América concentram 39% das chegadas de todo o continente, enquanto que os três destinos da Península Ibérica reúnem 15% do total de chegadas na Europa.

Em 2008, os destinos da Ibero-América apresentam resultados muito diversos. Enquanto os destinos ibero-americanos da América apresentaram no seu conjunto um comportamento positivo (+5%), os destinos da Europa, registaram, segundo os dados disponíveis, uma diminuição de 1,5% em termos de chegadas de turistas internacionais. A crise económica mundial afectou tanto o turismo receptor como emissor dos destinos ibero-americanos da Europa. No entanto, os destinos da América mostraram-se mais resistentes ao impacto da crise. Não obstante, o elevado preço do transporte aéreo, resultante da alta do preço do petróleo, a diminuição da capacidade aérea e as dificuldades económicas nos Estados Unidos, levaram a resultados mais modestos em vários destinos da região.

Em 2008, e por segundo ano consecutivo, o Panamá apresenta o crescimento mais significativo em termos de chegadas de turistas internacionais na Ibero-América (+17%). Segue-se o Uruguai (+10%), destino que tem vindo a concentrar-se em turismo de saúde, turismo rural e turismo de negócios/conferencias como forma de complementar o seu produto tradicional de sol e praia. O ano 2008 foi igualmente muito positivo para Cuba (+9%), para as Honduras (+8%), para o Chile (+8%), para o Peru (+7%) e para a Nicarágua (+7%). O Equador (+7%) consolidou o seu crescimento através de novos produtos rurais, de um amplo calendário de reuniões no Quito, assim como da isenção de visto de entrada para todas as nacionalidades a partir de Junho de 2008. O México (+6%) teve de um ano bastante bom, ajudado pela desvalorização do peso e pelos bons resultados das campanhas de promoção internacionais. A Costa Rica (+6%) e a Guatemala (+5%), também cresceram a uma taxa superior à da média dos destinos ibero-americanos das Américas (+5%).

Por outro lado, as **receitas por turismo internacional** geradas pelos destinos **ibero-americanos em 2008**, registaram um crescimento de 8% (variação contabilizada em dólares a preços correntes), alcançando **117 mil milhões de dólares** (12% do total mundial), ou cerca de 8 mil milhões de dólares mais que no ano 2007.

Destinos ibero-americanos: Turismo receptor



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

Destinos ibero-americanos na América



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

Destinos ibero-americanos na Europa



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©



Sonora, México

2009

Como previsto, a tendência negativa da procura turística iniciada a meados do ano 2008 como consequência da deterioração económica mundial intensificou-se em 2009, ano no qual se estima que o número de chegadas de turistas internacionais no mundo tenha descido 7% durante os oitos primeiros meses.

O impacto da crise económica global no turismo ibero-americano tem sido variado tal como demonstram os resultados dos 22 destinos ibero-americanos nos primeiros meses de 2009.

Os destinos europeus – Andorra, Espanha e Portugal – foram particularmente prejudicados, tendo em conta que a crise económica afectou de forma muito significativa os seus principais mercados emissores (Reino Unido, Alemanha ou França). As chegadas a Andorra diminuíram 12% nos primeiros nove meses de 2009, enquanto que Espanha e Portugal sofreram diminuições da ordem dos 10%.

Nas Américas, o México, apresentava resultados bastante positivos até Abril, mas sofreu o impacto da gripe A(H1N1) a partir de Maio. Nos primeiros oito meses de 2009, as chegadas de turistas internacionais ao México baixaram 7%.

Nas Caraíbas, Cuba destaca devido aos seus bons resultados (+3% até Setembro), enquanto que as chegadas internacionais à República Dominicana no período Janeiro-Setembro de 2009 diminuíram 2%, ainda que os dados tenham melhorado ligeiramente a partir do mês de Maio.

Os destinos da América Central apresentam um comportamento diverso, e alguns de entre eles foram particularmente afectados pela deterioração do comércio com os Estados Unidos e pela gripe A(H1N1). As chegadas à Costa Rica (-10%) e a El Salvador (-23%) até Agosto foram mais afectadas, enquanto que a Guatemala (-1% até Agosto) e o Panamá (-5% até Julho) apresentam caídas menos acentuadas. Por outro lado, as Honduras (+6% até Junho) e a Nicarágua (+8% até Setembro) conseguiram evitar a tendência negativa.

Finalmente, na América do Sul o panorama é misto, já que a gripe A(H1N1) também teve impacto nas

Evolução do turismo internacional na Ibero-América, 2009					
Chegadas de turistas internacionais			Receitas por turismo internacional		
Serie ¹	AAD ²		AAD ²		Período
	2009*	Período	2009*	Período	
		(%)	(em meses)	(% em moeda local a preços correntes)	(em meses)
Mundo		-6,7	8m	..	
Américas		-6,7	8m	..	
Europa		-8,0	8m	..	
<i>Destinos ibero-americanos</i>					
na Américas				(US\$)	
Costa Rica	TF	-9,6	8m	-12,2	6m
Cuba	VF	3,3	9m	-11,7	9m
Rep. Dominicana	TF	-1,8	9m	-7,1	6m
El Salvador	TF	-23,4	8m	-33,3	6m
Guatemala	VF	-1,2	8m	-19,4	6m
Honduras	TF	5,8	6m	5,6	6m
México	TF	-6,7	8m	-18,0	8m
Nicarágua	TF	8,2	9m	30,1	6m
Panamá	TF	-5,4	7m	3,2	6m
Argentina	TF	-8,1	6m	-14,2	6m
Bolívia	THS	..		-5,8	6m
Brasil	TF	..		-10,8	9m
Chile	TF	0,3	9m	-0,1	6m
Colômbia	VF	9,0	9m	9,3	6m
Equador	VF	-2,8	9m	-8,4	6m
Paraguai	TF	-0,7	9m	..	
Peru	TF	0,1	6m	3,6	6m
Uruguai	TF	3,6	9m	24,1	9m
Venezuela	TF	-17,5	6m	-26,0	6m
na Europa				(Euro)	
Andorra	TF	-12,2	9m	..	
Portugal	THS	-9,9	8m	-10,2	7m
Espanha	TF	-9,8	9m	-10,0	8m

Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

(Dados recolhidos pela OMT, Outubro 2009)

* Dato provisional

¹ Série: TF: chegadas de turistas internacionais às fronteiras (excluindo excursionistas), VF: Chegadas de visitantes internacionais às fronteiras (incluindo turistas e excursionistas), THS: Chegadas de turistas internacionais a hotéis e estabelecimentos similares

² ADD: ano em curso até à data, comparado com o mesmo período do ano anterior.

chegadas a vários destinos. As chegadas de turistas internacionais à Argentina registaram uma diminuição de 8% na primeira metade do ano. O Equador e o Paraguai também sofreram um decréscimo, mas em menor grau: -3% e -0.7% respectivamente entre Janeiro e Setembro. Por outro lado, o Peru (+0.1% até Junho), o Chile e o Uruguai (+0.3% e +3.6% respectivamente até Setembro de 2009), obtiveram resultados mais positivos. Do conjunto de países ibero-americanos na América do Sul com dados disponíveis para 2009, destaca a Colômbia com um aumento de 9%

nas chegadas de visitantes internacionais durante os primeiros nove meses de 2009.

Ainda que se espera que as condições económicas continuem a ter um impacto negativo na procura turística, verifica-se uma moderação do decréscimo dos fluxos turísticos mundiais. De acordo com as últimas previsões da OMT divulgadas em Outubro de 2009, as chegadas de turistas internacionais a nível mundial diminuirão entre 6% e 4% em 2009, enquanto que para 2010 se espera uma recuperação modesta com um crescimento de entre 1% e 3%.

Chegadas internacionais

Um panorama diverso

O número de chegadas varia consideravelmente de acordo com a capacidade, o nível de desenvolvimento e de maturidade dos destinos. **Espanha**, que com 57 milhões de chegadas

internacionais é o terceiro destino mundial, captou praticamente metade dos 129 milhões de chegadas de turistas internacionais que recebeu a comunidade ibero-americana em 2008. Em conjunto com o **México** (23 milhões) e **Portugal** (12 milhões em 2007), estes três destinos

Chegadas de visitantes internacionais (por categoria)												
	dos quais											
	Turistas (visitantes que pernoitam)				Excursionistas				dos quais			
	1995	2000	2005	(1000) 2008*	1995	2000	2005	(1000) 2008	passageiros em cruzeiros			(1000) 2008*
Mundo	534.000	684.000	803.000	922.000								
<i>Destinos iberoamericanos</i>	83.163	105.977	120.826	129.449								
na Americas	36.821	44.531	51.881	57.371								
Costa Rica	785	1.088	1.679	2.089	139	190	280	320
Cuba	742	1.741	2.261	2.316	3	33	58	32	1	10	17	5
Rep. Dominicana	1.776	2.978	3.691	3.980	30	183	290	418
El Salvador	235	795	1.127	1.385	..	72	179	490
Guatemala	1.527	126	18	63
Honduras	271	471	673	899	168	258	..	218	277	434
México	20.241	20.641	21.915	22.637	63.508	81.565	74.524	62.394	1.697	3.467	6.707	6.431
Nicaragua	281	486	712	858	58	83	79	206	..	13	13	54
Panamá	345	484	702	1.293	72	117	368	317	13	25	255	214
Argentina	2.289	2.909	3.823	4.665
Bolívia	284	319	524	594
Brasil	1.991	5.313	5.358	5.050
Chile	1.540	1.742	2.027	2.699	901	990
Colômbia	1.399	557	933	1.222	34	150	48	..
Equador	440	627	860	1.005 ^a
Paraguai	438	289	341	428	15.240	3.635	2.307	2.690
Peru	479	828	1.571	2.058	367	524	..	4	8	75
Uruguai	2.022	1.968	1.808	1.921	155	268	109	60	257
Venezuela	700	469	706	745	179	135	135	112
na Europa	46.342	61.446	68.944	72.078								
Andorra	..	2.946	2.418	2.059	..	8.042	8.631	8.135
Portugal	9.511	12.097	10.612	..	13.340	15.691	10.561	..	215	226
Espanha	34.920	46.403	55.914	57.316	19.489	28.177	36.649	40.531

Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

! : mudança de série

^a Inclui excursionistas

(Dados recolhidos pela OMT, Outubro 2009)

receberam em 2009 mais de 70% do total das chegadas internacionais dos 22 destinos da Ibero-América. Depois deste grupo, segue-se um segundo grupo de destinos que **destaca** com um volume de chegadas **igual ou superior a 4 milhões** – Brasil e Argentina (cerca de 5 milhões cada) e a República Dominicana (4 milhões) – enquanto que Cuba, o Chile, Andorra, a Costa Rica, o Peru e o Uruguai apresentam um número de chegadas de turistas internacionais de **entre 2 e 3 milhões**. Por outro lado, destinos como El Salvador, a Guatemala, o Panamá, a Colômbia, e o Equador registam **mais de um milhão de chegadas**.

Além de turistas, a maioria dos destinos recebe igualmente um **número considerável de visitantes que não pemoitam no país** (excursionistas). Não obstante, o facto de que vários países não disponham dessa informação impossibilita a estimativa de um valor global. No México (62 milhões), em Andorra (8 milhões) e no Paraguai (3 milhões) o número de

excursionistas é entre três e seis vezes superior ao de turistas. Espanha (41 milhões) e Portugal (11 milhões em 2007) apresentam igualmente um volume significativo de excursionistas, 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, destaque para o México que conseguiu um desenvolvimento espectacular do mercado de cruzeiros, passando de 143 mil chegadas de passageiros em 1980 a 890 mil em 1990, 3,5 milhões em 2000 e 6,4 milhões em 2008.

Motivo de visita - destaque para as viagens de lazer

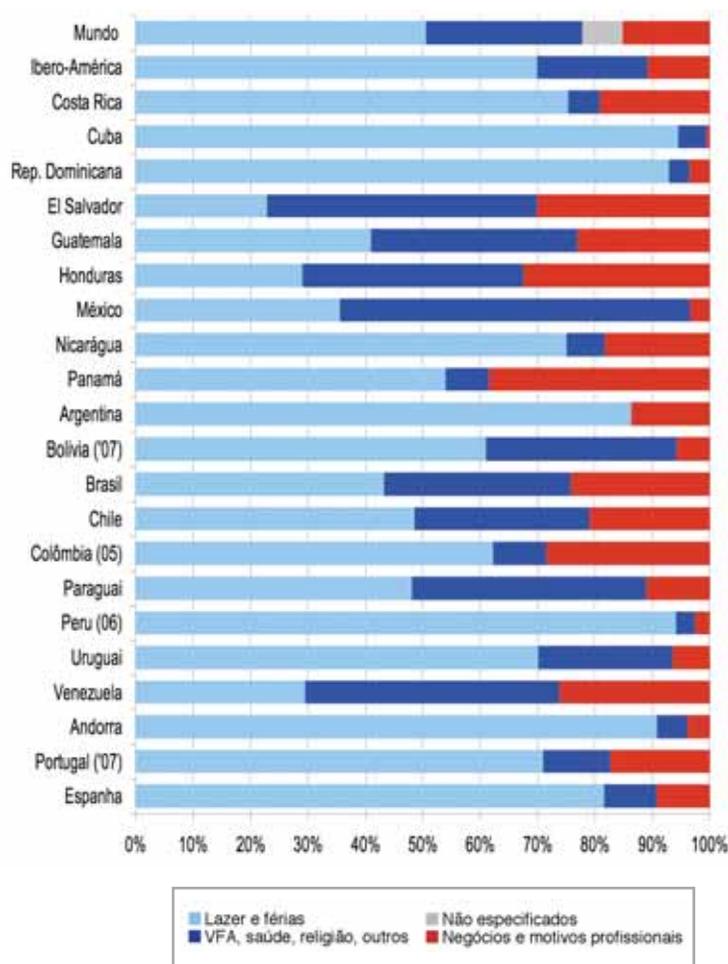
70% do total das chegadas de turistas internacionais aos destinos ibero-americanos tem por motivo principal de viagem o **lazer e as férias**, uma percentagem significativamente mais elevada que a média mundial (51%). **19% dos turistas** visitam um dos destinos ibero-americanos por motivo de **'visita 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, na Nicarágua, no Peru, no Uruguai, em Portugal, em Andorra e em Espanha, países nos quais o lazer e as férias são o motivo de 70% ou mais das chegadas. As viagens por motivos profissionais representam cerca de 30% do total das chegadas a El Salvador, Honduras, Panamá, Colômbia e Venezuela. As viagens para visitar familiares e amigos (VFA), ou por razões de saúde, religião e outros motivos são comparativamente mais importantes no México (onde alcançam os 61%), em El Salvador; no Paraguai, na Venezuela, nas Honduras e na Guatemala.

Mercados emissores – a importância do tráfego intra-regional

Como acontece na maioria dos destinos mundiais – 90% das chegadas mundiais são geradas por

Chegadas de turistas internacionais por motivo de visita, 2008



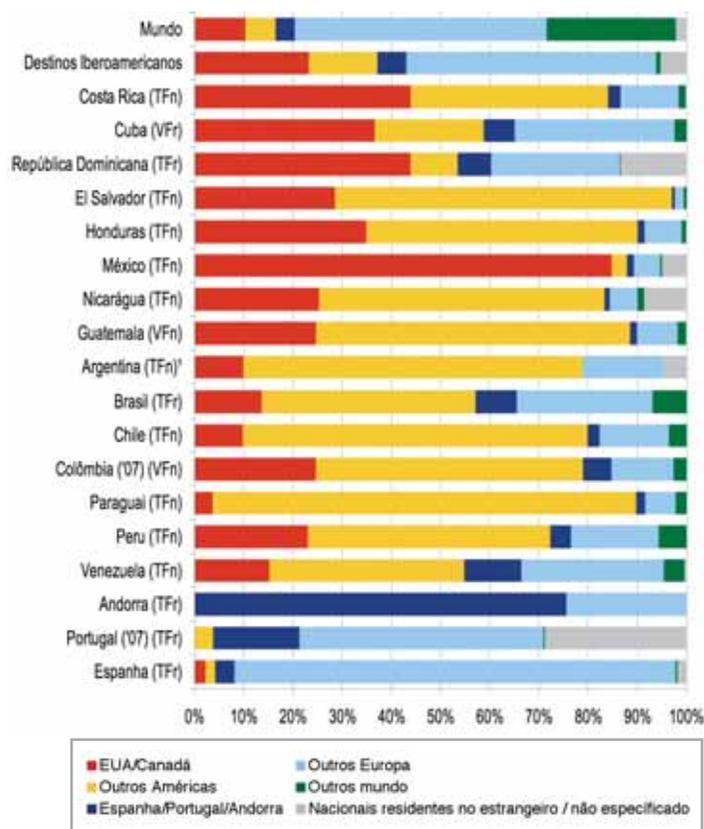
Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©



Catedral de la Havana, Cuba

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 79% do total nos destinos ibero-americanos da América, sendo 50% 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. As chegadas com origem nos mercados emissores dos EUA e do Canadá representam mais de 30% das chegadas de turistas a Cuba, Honduras ou Panamá, mas são de especial importância, além do México (85%), para a Costa Rica (44%) e para a República Dominicana (44%). Excepto no caso da Costa Rica, as chegadas de turistas internacionais nos destinos ibero-americanos da América Central têm origem na sua maioria em mercados americanos que não os EUA e o Canadá, facto que coloca em evidência o dinamismo do fluxo turístico entre os países centro-americanos. Nos destinos ibero-americanos da América do Sul, ainda que se verifique um peso significativo do tráfego com origem nos EUA e no Canadá, a grande maioria das chegadas procede de outros mercados emissores americanos, os quais representam 50% ou mais do

Chegadas por país de origem, 2008



Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©

¹Andorra, Espanha e Portugal incluídos 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

total de chegadas anuais de turistas internacionais em todos os destinos sul-americanos, com exceção do Brasil e da Venezuela. No que se refere aos destinos da Península Ibérica, as chegadas de turistas procedentes da Europa ascende a 89% 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 predomínio 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 e à Venezuela. Em termos absolutos, Espanha, Portugal e Andorra são responsáveis por 1,7 milhões de chegadas aos destinos americanos da Ibero-América, sendo o Brasil (425 mil), o México (323 mil), a República Dominicana (272 mil) e Cuba (147 mil) os maiores beneficiados. Com exceção 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 (1,4 milhões), no México (1,2 milhões), na República Dominicana (1 milhão), na Argentina (770 mil, Espanha, Portugal e Andorra incluídos) e em Cuba (762 mil). 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 1% das chegadas totais aos destinos ibero-americanos. No entanto, representam mais de 5% das chegadas ao Brasil e ao Peru, e entre 2% e 4% nos casos de Cuba, da Guatemala, do Chile, da Colômbia, do Equador, do Paraguai e da Venezuela. O maior volume é registado no Brasil (352 mil) e em Espanha (238 mil). Ultrapassam ainda a marca dos 100 mil, o Peru (117 mil) e o México (106 mil).

É igualmente importante ressaltar a importância das chegadas de nacionais residentes no estrangeiro para o turismo de alguns destinos ibero-americanos. De acordo com os dados disponíveis, esta categoria representa 13% do total das chegadas de turistas internacionais na República Dominicana e 9% na Nicarágua.

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

Os **22 países da Ibero-América** foram responsáveis em 2007 por **53 mil milhões de dólares de gasto turístico por viagens internacionais**. Espanha (20 mil milhões), México e Brasil (8 mil milhões cada), Portugal e Argentina (4 mil milhões cada) são os principais mercados emissores em termos de gasto por turismo internacional.

Capacidade e ocupação hoteleiras

Cresce a capacidade hoteleira na Ibero-América

Em **2008**, os **destinos ibero-americanos** dispunham de cerca de **3,3 milhões de quartos em hotéis e estabelecimentos similares**, o que corresponde a **15% do total mundial**. A capacidade mais significativa encontra-se com destaque em Espanha (839 mil quartos), seguida do México (604 mil) e da Argentina (208 mil). O Peru (165 mil, dados de 2007) e Portugal superam os 100 mil quartos, enquanto que um número importante de destinos dispõe de uma capacidade hoteleira que

oscila entre os 15 e os 90 mil quartos. El Salvador (8 mil), a Nicarágua (7 mil) e o Paraguai (6 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 (79 milhões), a Argentina (34 milhões) e o Peru (24 milhões em 2007), o volume de dormidas de visitantes internos é entre dois e três vezes superior ao de visitantes internacionais. Esta situação contrasta com os casos de Espanha e Portugal, onde o número de dormidas



Vulcão Chimborazo, Equador

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, de acordo com os dados disponíveis, a Venezuela (76%) e a República Dominicana (70%) apresentam as taxas de ocupação mais elevadas entre os destinos ibero-americanos, enquanto que a Bolívia (28% em 2007) e o Peru (26% em 2007) apresentam as taxas mais baixas.

Capacidade em estabelecimentos hoteleiros e similares, dormidas de turistas internacionais e residentes e taxa de ocupação												
	Hotéis e estabelecimentos similares									Taxa de ocupação		
	Quartos			Dormidas								
				de turistas internacionais			de turistas internos					
	2000	2007*	2008*	2000	2007	(1000) 2008*	2000	2007	(1000) 2008*	2000	2007	2008*
Mundo	17.073.000	20.453.000	21.189.000									
<i>Destinos iberoamericanos</i>	<i>2.406.961</i>	<i>3.084.942</i>	<i>3.263.114</i>									
na Américas	1.619.345	2.132.941	2.290.568									
Costa Rica	29.497	41.340	41.759	60	60	58
Cuba	38.072	47.370	49.094	10.323	14.544	15.765	3.262	3.052	3.382	74	61	60
Rep. Dominicana	51.916	64.898	66.116	32.849	31.469	28.166	70	72	70
El Salvador	4.899	7.264	7.967	3.133	61	57	59
Guatemala	16.230	42.726	43.708	39	48	48
Honduras	13.943	19.583	57	64
México	421.850	584.331	604.051	33.970	48.780	52.746	58.288	74.600	78.498	55	55	54
Nicarágua	3.320	6.233	7.408	300	708	838	96	286	188
Panamá	13.663	16.560	16.843	1.161	2.243	2.523	40	66	67
Argentina	170.935	197.277	207.515	..	10.905	10.753	..	35.608	34.279	..	46	43
Bolívia	15.795	21.617	..	991	916	..	1.293	1.464	..	24	28	..
Brasil	46.650	186.705	61
Chile	47.204	63.294	66.481	2.181	3.605	3.709	3.926	6.578	6.900	31	36	39
Colômbia	47.104	43	55	..
Equador	36.726	52.127	64.568
Paraguai	4.894	5.560	6.411	755	45	46	46
Peru	114.581	165.443	..	2.702	6.756	..	11.828	24.033	..	27	26	..
Uruguai	16.052	13.216	18.521	2.565	2.964	4.014	..	776
Venezuela	76.016	74.976	86.525	5.338	77	76
na Europa	787.617	952.001	972.546									
Andorra	..	16.293	17.257	..	4.644	4.298
Portugal	97.709	117.976	121.013	24.102	26.769	26.204	9.693	12.968	13.024	42	43	41
Espanha	677.134	821.143	838.522	143.762	155.093	155.364	83.382	116.597	113.188	59	56	54

A importância económica do turismo internacional

Estima-se que as **receitas** dos destinos ibero-americanos por **turismo internacional** tenham ascendido a **117 mil milhões de dólares** em 2008 (ver quadro da página 4), o que corresponde a **12% do total mundial** (944 mil milhões de dólares). Os destinos europeus captam a maior parte das receitas (73 mil milhões de dólares), enquanto que os destinos americanos ingressam 45 mil milhões de dólares. Espanha é, sem dúvida, o destino que apresenta um volume de receitas mais significativo (62 mil milhões de dólares), seguida à distância pelo México (13 mil milhões de dólares) e por Portugal (11 mil milhões de dólares). O Brasil recebe 6 mil milhões de dólares por turismo internacional enquanto que a República Dominicana e a Argentina ingressam mais de 4 mil milhões de dólares. Por seu lado, a Costa Rica, Cuba, a Guatemala, o Panamá, o Chile, a Colômbia, o Uruguai e o Peru recebem entre 1 e 2 mil milhões de dólares. As receitas por turismo internacional dos restantes destinos não superam os mil milhões de dólares. A receita média por chegada de turista na Ibero-América é de 905 dólares e, em relação à população é de 193 dólares per capita. As receitas por chegada são mais elevadas na Colômbia (1.510 dólares). Destinos como a Costa Rica, a República Dominicana, o Panamá, o Brasil e a Venezuela ultrapassam os 1.000 dólares de receitas por chegada de turista.

As **receitas** por turismo **internacional na Ibero-América** aumentaram mais de **57 mil milhões de dólares desde 2000**. As receitas dos destinos da América aumentaram 20 mil milhões de dólares durante os últimos oito anos, enquanto que o aumento nos destinos da Península Ibérica foi de 37 mil milhões de dólares. Não obstante, o aumento verificado na Península Ibérica constitui antes de mais um reflexo da debilidade do dólar americano face ao euro durante parte deste período.

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 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 no caso 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 **2007**, no qual as **receitas por viagens** dos destinos ibero-americanos ascenderam a **109 mil milhões de dólares**, acrescidos de **15 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 53 mil milhões de dólares em viagens e quase 10 mil milhões em transporte internacional**, o que implica um saldo positivo de 56 mil milhões de dólares por viagens e de 5 mil milhões por transporte de passageiros. O saldo por viagens (44 mil milhões) e por transporte de passageiros (5 mil milhões) é particularmente importante nos destinos europeus. Os países americanos registaram um saldo positivo por viagens de 12 mil milhões de dólares mas um saldo negativo de 769 mil dólares por transporte de passageiros. Além de ser o país com maior volume de receitas (58 mil milhões), Espanha é igualmente o país com maior gasto (20 mil milhões). No entanto, o saldo final é positivo (38 mil milhões). O excedente da balança turística é igualmente considerável em Portugal (6 mil milhões), no México (4,5 mil

milhões) e na República Dominicana (3,7 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 124 mil milhões de dólares de receitas por turismo internacional e transporte de passageiros registados em 2007 representam cerca de **9%** do valor total das **exportações de bens e serviços** do espaço ibero-americano e têm um valor **equivalente a 2% do Produto Interno Bruto (PIB)** da Ibero-América. O peso das receitas por turismo e transporte internacional nas exportações é comparativamente maior nos destinos da Europa (17%). Por país, é de

destacar que as receitas por turismo e transporte internacionais representam 34% das receitas de exportação da República Dominicana e 10% ou mais nos casos da Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Panamá, Uruguai, Portugal e Espanha.

Vários países dispõem de dados estimados sobre a parte do PIB correspondente ao turismo na **Conta Satélite de Turismo (CST)**. Trata-se de um indicador muito mais exaustivo, pois também considera o turismo interno, o investimento, as fugas por importações, etc. Segundo os dados disponíveis da CST, a parte do **turismo nas economias nacionais da Ibero-América oscila entre 10-11% em Espanha e Portugal e 3% no Chile.**

A importância económica do turismo, 2007											
	Turismo internacional na balança de pagamentos						Exportações de bens e serviços		Producto Interno Bruto (PIB)		Turismo no PIB segundo Conta Satélite de Turismo (CST)
	Exportações (receitas)		Importações (gastos)		Saldo		das quais				
	viagens	transporte de passageiros	viagens	transporte de passageiros	viagens	transporte de passageiros	receitas viagens + transp. passageiros		receitas viagens + transp. passageiros		
	(milhões de US\$)		(milhões de US\$)		(milhões de US\$)		milhares de milhões de US\$		milhares de milhões de US\$		
Mundo	857.000	164.000	857.000	164.000	0	0	11.442	8,9	55.270	1,8	
<i>Destinos ibero-americanos</i>	<i>109.186</i>	<i>14.803</i>	<i>53.407</i>	<i>10.302</i>	<i>55.779</i>	<i>4.500</i>	<i>1.330</i>	<i>9,3</i>	<i>5.308</i>	<i>2,3</i>	
na Américas	41.396	5.426	29.795	6.195	11.601	-769	862	5,4	3.638	1,3	
Costa Rica	2.026	195	632	117	1.394	78	12,9	17,2	26,3	8,5	
Cuba	2.141	275	11,9	20,3	58,6	4,1	
Rep. Dominicana	4.064	..	326	205	3.738	..	11,9	34,1	39,8	10,2	6,9
El Salvador	482	311	279	85	204	226	5,5	14,4	20,4	3,9	
Guatemala	1.055	..	597	139	458	..	8,7	12,1	34,0	3,1	
Honduras	557	6	306	79	251	-73	6,3	8,9	12,4	4,5	4,9 ^a
México	12.852	1.136	8.375	1.456	4.477	-320	289,5	4,8	1.025,4	1,4	7,7
Nicarágua	255	..	121	74	135	..	2,7	9,4	5,7	4,5	4,8 ^a
Panamá	1.185	621	307	150	878	471	14,3	12,7	19,5	9,3	
Argentina	4.314	670	3.921	764	393	-94	66,1	7,5	260,4	1,9	7,6 ^b
Bolívia	292	34	304	71	-12	-37	5,0	6,6	13,3	2,5	
Brasil	4.953	331	8.211	1.185	-3.258	-854	184,6	2,9	1.333,5	0,4	
Chile	1.478	753	1.661	304	-183	449	76,6	2,9	163,9	1,4	3,0 ^c
Colômbia	1.669	593	1.537	435	132	158	34,2	6,6	208,0	1,1	
Equador	623	3	504	215	119	-212	16,0	3,9	45,8	1,4	4,1 ^d
Paraguai	102	19	109	51	-7	-32	6,4	1,9	12,2	1,0	
Peru	1.723	284	973	218	749	66	31,3	6,4	107,3	1,9	3,3
Uruguai	809	118	239	79	570	39	6,9	13,5	24,3	3,8	
Venezuela	817	77	1.394	567	-577	-490	70,8	1,3	227,8	0,4	6,4
na Europa	67.790	9.377	23.612	4.108	44.177	5.269	468	16,5	1.670	4,6	
Andorra	0,9	..	3,2	..	
Portugal	10.145	2.100	3.932	696	6.213	1.404	75,1	16,3	223,7	5,5	10,0
Espanha	57.645	7.277	19.681	3.412	37.964	3.865	392,0	16,6	1.442,9	4,5	10,8

Fonte: Organização Mundial de Turismo (OMT) ©, Fundo Monetário Internacional (FMI), Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD).

(Dados recolhidos pela OMT, Outubro 2009)

^a Resultados de CST experimentais para 2007, Projecto OMT-CEPAL Conta Satélite de Turismo para a América Central 2007-2010

^b 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 7,6% do PIB.

^c Dados de 2005

^d Dados de 2001

Temas de actualidade

1. O TURISMO E A CRISE ECONÓMICA GLOBAL

A economia mundial atravessa a pior recessão do período pós Segunda Guerra Mundial, com consequências devastadoras para milhões de pessoas, empresas e postos de trabalho em todo o mundo. As projecções económicas mais recentes indicam que a economia mundial poderia ter tocado fundo e ter começado a recuperar-se desta recessão sem precedentes. Mas os especialistas advertem que a recuperação pode ser lenta. Por outro lado, o desemprego, que aumentou rapidamente, levará mais tempo para recuperar-se.

Ainda que tenha resistido melhor que muitos outros sectores à crise económica global, o turismo não permaneceu imune ao actual deterioro da situação económica. Após quatro anos consecutivos de crescimento sustentado, em meados de 2008 verificou-se uma mudança brusca desta tendência e a procura turística mundial sofreu uma caída em virtude de uma economia extremamente volátil. As condições económicas, em conjunto com a incerteza resultante do aparecimento da gripe A(H1N1) em Abril deste ano, continuarão a impactar na procura turística, pelo menos no curto prazo.

A resposta à crise: o turismo significa emprego, infra-estrutura, comércio e desenvolvimento

Após o início da crise, a OMT desenvolveu um programa destinado a oferecer ao sector, e aos seus membros em particular, o apoio necessário para responder da melhor forma possível a este momento difícil. Em Outubro de 2008, a OMT estabeleceu um Comité de Reactivação do Turismo (CRT) que reúne todos os membros da OMT bem como os principais responsáveis do sector. Simultaneamente, o CRT criou um grupo de trabalho central para orientar a preparação de um *Mapa de rota para a recuperação*.

É neste contexto que a OMT tem vindo a promover o **Mapa de rota para recuperação**. O *Mapa de rota* dirige-se aos líderes responsáveis pelas decisões destinadas a estimular a economia mun-



Catedral de Granada, Nicarágua

dial, apoiar os países em desenvolvimento e acelerar a transição para uma economia verde. O *Mapa de rota*, destinado a apoiar o sector turístico e a economia mundial, é composto por uma série de quinze recomendações baseadas em três áreas inter-relacionadas: **Capacidade de recuperação – Estimulo – Economia verde**.

O *Mapa de rota* tem como objectivo destacar a contribuição que o turismo pode ter no quadro dos actuais esforços mundiais de luta contra a crise através da criação de emprego e a promoção de trocas comerciais. O *Mapa* posiciona o turismo como instrumento primordial para a criação de emprego e a recuperação económica.

• O turismo é um dos principais geradores de emprego no mundo

- Gera milhões de postos de trabalho directos em todo o mundo¹.
- Oferece rápido acesso ao mundo do trabalho, em especial aos jovens e às mulheres em comunidades urbanas e rurais.

• O turismo é um sector primordial de exportação, em especial nos países em desenvolvimento

- 30% das exportações mundiais de serviços (mil milhões de dólares por ano)².
- Até 45% do total das exportações de serviços dos países em desenvolvimento².

• O turismo pode ajudar na transição para a economia verde

- Contribui, directamente e através dos seus efeitos multiplicadores, para a criação de emprego no mundo e para a recuperação económica.
- Enquanto responsável por uma parte comparativamente pequena das emissões de CO₂ (5%), o turismo encontra-se bem posicionado e comprometido para reduzir progressivamente as suas emissões de carbono e contribuir assim para a transformação para a economia verde.

¹ A partir da limitada informação providenciada pelos países que dispõem de dados, a OMT estima que a contribuição global do turismo para emprego é de cerca de 6-7% do total mundial dos postos de trabalho (directos e indirectos). O World Travel and Tourism Council (WTTC), calcula que, em 2009, o turismo gerou 77 milhões de postos de trabalho directos no sector (2,7% do emprego) e cerca de 220 milhões de postos de trabalho directos e indirectos (7,6% do emprego total).

² Organização Mundial de Turismo (OMT), www.unwto.org.

³ Em comparação com outros sectores como o uso da terra e a silvicultura (24%) ou a construção e a indústria (13%).

MAPA DE ROTA PARA A RECUPERAÇÃO

O turismo e as viagens: um instrumento primordial para a criação de emprego e para a recuperação económica

I. CAPACIDADE DE RECUPERAÇÃO

1. Concentrar as medidas na manutenção de postos de trabalho e no apoio ao sector
2. Compreender o mercado e reagir rapidamente
3. Impulsionar as parcerias e a «competição cooperativa»
4. Fomentar a inovação e a utilização da tecnologia
5. Fortalecer o apoio regional e interregional

II. ESTÍMULO

6. Criar novos empregos, em particular nas pequenas e médias empresas (PMEs)
7. Integrar o turismo nos programas de estímulo e de fomento de infra-estruturas
8. Reavaliar os obstáculos fiscais e os obstáculos relativos a vistos que dificultem o crescimento
9. Melhorar a promoção do turismo e capitalizar o efeito dos grandes eventos
10. Incluir o turismo na ajuda ao comércio e no apoio ao desenvolvimento

III. ECONOMIA VERDE

11. Fomentar a criação de postos de trabalho e a formação com vista à economia verde
12. Responder com eficácia à mudança climática
13. Incluir o turismo em todas as estratégias orientadas à economia verde
14. Incentivar o investimento em infra-estrutura turística verde
15. Promover uma cultura de turismo verde entre fornecedores, consumidores e comunidades

Medidas de estímulo para a reactivação do turismo

Vários países em todo o mundo, e igualmente na Ibero-América, reconheceram a importância do turismo na economia e como consequência actuaram com rapidez no desenvolvimento de medidas de estímulo para manter a procura, apoiar as empresas turísticas e manter ou aumentar o emprego.

Os pacotes nacionais de estímulo para a recuperação do turismo focam-se em grande parte na promoção e no marketing, mas igualmente em medidas fiscais e monetárias. Estas medidas incluem o aumento do gasto público, a diminuição de impostos e a utilização de instrumentos de política monetária tais como a criação de novas linhas de crédito e de sistemas de garantia mútua destinados em particular às pequenas e médias empresas.

As medidas de estímulo podem classificar-se em oito grandes categorias:

- **Medidas fiscais:** Muitos países adoptaram medidas fiscais para diminuir a pressão sobre empresas e consumidores. A maioria das medi-

das nesta área inclui a redução ou suspensão de taxas específicas ou a melhoria/desenvolvimento de infra-estrutura. Entre várias medidas destacam-se a redução ou isenção de taxas aeroportuárias, a redução ou eliminação de taxas no sector hoteleiro ou o investimento directo em infra-estrutura turística. Na Ibero-América, por exemplo, o governo mexicano desenvolveu incentivos fiscais para as empresas turísticas, in-

cluindo a redução de 50% dos custos de utilização do espaço aéreo e dos portos de cruzeiros.

- **Medidas monetárias:** Muitos governos incluíram nos seus pacotes de estímulo monetário, fundos para criar liquidez, permitir às empresas o acesso ao crédito e combater o desemprego. Algumas destas medidas incluem linhas de crédito especiais para a indústria turística, benefícios financeiros para as companhias aéreas e marítimas que operam rotas de/para áreas remotas ou pouco desenvolvidas, ou o apoio ao investimento estrangeiro. O governo de Espanha, por exemplo, disponibilizou, através do *Plan Renove*, créditos especiais para unidades de alojamento turístico e agências de viagem para renovação e modernização da sua infra-estrutura. No Brasil, o banco estatal Caixa Econômica Federal abriu uma linha de crédito especial para financiar viagens internas a taxas de juro menores e com um prazo de 10 meses, enquanto que a Argentina desenvolveu um programa de crédito de até seis meses a taxa zero para fomentar o turismo interno.

- **Medidas na área de recursos humanos/emprego:** A criação e a manutenção de empregos é de importância crucial na luta contra a actual crise. O turismo, como sector de mão-de-obra intensiva, pode ter um



Triângulo do Café, Colômbia



O Colibri, Nazca, Peru

papel fundamental na criação e manutenção de emprego. As ações e medidas nesta área incluem a criação de novos empregos a tempo completo e parcial em turismo, a formação para os profissionais do turismo ou o desenvolvimento de programas de assistência técnica em áreas como novas técnicas comerciais e de marketing.

- **Medidas na área do marketing:** As ações de marketing são prioritárias na agenda dos países. Tendo em consideração que geralmente as administrações/organizações nacionais de turismo são responsáveis directas das actividades de marketing turístico, é-lhes naturalmente mais fácil desenvolver e implementar actividades específicas de publicidade e promoção que medidas fiscais e/ou monetárias, as quais requerem maior coordenação com outras áreas de governo. A maior parte das medidas implementadas na área do marketing inclui o aumento dos orçamentos promocionais assim como o desenvolvimento de campanhas especiais destinadas a mercados de proximidade, em particular o mercado interno. Nesta área, Portugal, por exemplo desenvolveu um programa de promoção destinado ao mercado interno que inclui uma campanha publicitária e uma página web específicas onde os agentes do sector privado associados podem comercializar ofertas especiais. Na Bolívia, o foco tem sido na promoção internacional do país como destino de turismo rural comunitário.
- **Facilitação de viagens:** A simplificação da regulamentação das viagens no que se refere à redução de taxas de vistos e a facilitação de procedimentos de entrada, pode ser um factor competitivo chave no momento actual, ao mesmo tempo que ajuda a

fortalecer a confiança do consumidor e das empresas. A Nicarágua, por exemplo, implementou medidas de facilitação de vistos através da eliminação de vistos para nacionais da Costa Rica.

- **Parcerias público-privadas (PPP):** As parcerias público-privadas são um instrumento valioso no desenvolvimento turístico, e ainda mais em tempos de crise. Este modelo foi incluído nos planos de reactivação do turismo em vários países. As administrações nacionais de turismo estabeleceram parcerias com a indústria turística local, mas igualmente com instituições financeiras e económicas a nível regional e nacional a fim de obter soluções de apoio ao sector. Estas parcerias incluem descontos especiais para um grande número de produtos, actividades de lazer e restaurantes a nível nacional, ou a criação de grupos de trabalho constituídos por representantes do governo e do sector privado para seguir o desenvolvimento do sector e dos seus mercados emissores. Por exemplo, o governo da Costa Rica estabeleceu uma plataforma pública/privada para seguir o desenvolvimento do mercado e tomar decisões sobre as medidas mais adequadas.
- **Cooperação regional:** Alguns governos têm focado a sua actividade no aumento da cooperação regional através do desenvolvimento e promoção de produtos e destinos turísticos que potenciam as sinergias existentes entre países vizinhos. As medidas de cooperação regional incluem o desenvolvimento e promoção de rotas multi-destino, a criação de eventos e festivais transfronteiriços, assim como a facilitação de viagens dentro de uma região específica (por exemplo, a América Central). Nesta

área, é de mencionar o lançamento de 'packages' multi-destino por parte da República Dominicana e de Porto Rico com o objetivo de que, por um lado, os visitantes procedentes da Europa e dos Estados Unidos visitem ambas ilhas, e por outro lado, fomentar o intercâmbio turístico entre ambos países.

- **Medidas meio-ambientais:** No curto prazo, a maior parte dos países têm focado a sua actividade em medidas de carácter imediato de tipo monetário, fiscal ou de marketing, como parte dos seus pacotes nacionais de estímulo. No entanto, alguns países anunciaram planos de medio e longo prazo com vista à transformação do turismo numa indústria verde. Entre as medidas de estímulo meio-ambientais identificadas destacam-se o apoio ao desenvolvimento de programas de diminuição de emissões de carbono no sector; o apoio financeiro ao desenvolvimento de infra-estruturas turísticas 'verdes' e de meios de transporte que utilizem energias renováveis; assim como a organização de ações de formação, programas educativos e o uso dos meios de comunicação para aumentar a consciência dos profissionais de turismo e dos turistas em relação às questões meio-ambientais. A Câmara Nacional de Turismo da Costa Rica (CANATUR), por exemplo, uniu-se ao sector privado e ao Instituto Costarricense de Turismo (ICT) para reforçar o turismo sustentável. No quadro desta iniciativa, a CANATUR criará uma Direcção de Sustentabilidade Turística, com o objectivo de avaliar e unir os empresários que tenham recebido ou recebam o Certificado de Sustentabilidade Turística (CTS), além de oferecer formação e assistência técnica na gestão ambiental e social responsável, e em temas de certificação e de marketing em turismo sustentável.

A plataforma online da OMT sobre a crise económica global e o turismo (www.unwto.org/trc) oferece toda a informação relevante sobre o impacto da crise no turismo e as medidas nacionais de resposta à crise.

2. RECOMENDAÇÕES ESSENCIAS DO ESTUDO DA OFERTA E DA PROCURA DE FORMAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS NO SECTOR TURISMO NA AMÉRICA LATINA (OMT-SEGIB)

Conscientes da necessidade de promover o desenvolvimento competitivo dos destinos turísticos da América Latina, através de políticas educativas e laborais que assegurem a disponibilidade de mão-de-obra qualificada, os Chefes de Estado e de Governo Ibero-americanos decidiram na XVIII Conferência celebrada em São Salvador (El Salvador), nos dias 29 a 31 de Outubro de 2008, “*instruir a SEGIB, conforme decidido pelos Ministros de Turismo Ibero-americanos em sua VIII Conferência, a realizar, com o apoio e sob a coordenação da OMT, um estudo da oferta e da demanda de formação de recursos humanos no sector turismo na região Ibero-americana*”.

A Organização Mundial de Turismo (OMT), através da sua Fundação UNWTO.Themis, seleccionou para a realização do estudo sete instituições educativas certificadas pelo programa UNWTO.TedQual. O Instituto Politécnico Nacional (México), a Universidade Anáhuac México Norte, a Universidade Externado de Colômbia, a Pontificia Universidade Católica do Equador, a Escola Superior de Educação de Coimbra (Portugal), a Universidade de San Martín de Porres (Perú) e a Universidade Politécnica de Valencia (Espanha).

O **objectivo** deste projecto de investigação é a realização de um **estudo da oferta e da procura de formação de recursos humanos no sector turismo na América Latina**, tendo em conta as perspectivas e os planos de investimento na região e o desenvolvimento de políticas educativas e laborais.

O crescimento do **sector turístico** e a sua contribuição à riqueza nacional é uma constante em todos os países da América Latina. No entanto, existem diversos factores que limitam o seu desenvolvimento, entre os quais se destacam, as deficiências em termos de capital humano e a qualidade do serviço. No que se refere à **oferta e à procura de recursos humanos** no sector do turismo, existe uma diferença sig-

nificativa entre as necessidades do sector hoteleiro e as competências dos estudantes formados pelas instituições de turismo e hotelaria. Esta diferença reflecte-se na limitada qualidade de conhecimentos, competências e profissionalismo dos jovens formados necessários para desempenhar funções nas áreas de turismo e hotelaria. A este factor acresce o facto de **não existir a coordenação adequada entre o sector privado, as instituições educativas e os diferentes níveis de governo**.

Recomendações

Uma das principais conclusões do estudo refere que é essencial a implementação de mecanismos de **coordenação e cooperação** entre o sector hoteleiro e as instituições educativas, sendo imprescindível o apoio e a participação neste processo das administrações públicas competentes.

Existem diversas iniciativas que podem contribuir para reduzir esta diferença entre a oferta e a procura de recursos hu-

manos no sector hoteleiro, algumas das quais são da responsabilidade do sector hoteleiro, outras das instituições educativas, e outras, de forma conjunta, com o apoio dos governos.

Recomendações para o sector educativo:

1. Impulsionar **processos de certificação das instituições** responsáveis pela educação e formação turísticas.
2. Desenvolver programas de **'retro-alimentação'** leccionados pelos alunos formados que trabalhem no sector hoteleiro de forma a apoiar a formação contínua, a actualização de conhecimentos e a 're-formação'.
3. Estabelecer **alianças estratégicas** entre as instituições educativas e os hotéis.
4. Desenvolver programas de adaptação às novas tendências da hotelaria em termos de **inovação turística** e do uso das tecnologias da informação que incentivem a inovação no desen-



Punta del Este, Uruguai



Picos da Europa, Espanha

volvimento de novos produtos turísticos.

5. Priorizar as **especialidades que permitam satisfazer as necessidades operacionais** que requerem os hotéis.
6. Adequar a **formação ao tipo de turismo** dos diversos hotéis, por exemplo, sol e praia, turismo de negócios e convenções, turismo cultural, etc.
7. Criar **vínculos entre as instituições educativas na hotelaria através de secretarias, ministérios e organismos** responsáveis pelo desenvolvimento da educação e da actividade hoteleira.
8. Descentralizar a oferta de formação superior das principais cidades e levá-la para as regiões, tornando o acesso à **educação** mais equitativo e contribuindo, deste modo, ao desenvolvimento social e económico das várias regiões.
9. Impulsionar a formação e avaliação do pessoal docente através de programas de actualização e criação de vínculos entre os docentes, o âmbito laboral turístico e as novas necessidades do sector e dos turistas.

*Recomendações relativas à coordenação e co-
operação entre os sectores público, privado e
as instituições educativas*

1. Difundir os **serviços de apoio** que as organizações empresariais nacionais e internacionais **podem ofere-**

cer às instituições de educação e formação turísticas.

2. **Apresentar propostas de programas educativos** destinados às instituições educativas e elaborados pelo próprio sector hoteleiro de forma a integrar as necessidades do sector.
3. Criar mecanismos inovadores de **financiamento multilateral** da formação com a participação dos sectores privado e público, das instituições educativas e dos beneficiários.
4. Considerar um maior número de **estágios pré-profissionais** para que os titulados se integrem no mundo laboral hoteleiro com maior facilidade.
5. É urgente a **coordenação** entre o sector público, o produtivo e o mundo académico para a definição de prioridades de formação e a consolidação da oferta de programas adequados às necessidades reais de desenvolvimento do sector.
6. **Articular políticas nacionais** entre os ministérios de turismo e de educação que facilitem a criação de programas especializados com um elevado nível de envolvimento e coordenação, focados directamente ao sector hoteleiro.

7. Desenvolver **procedimentos para a certificação de competências laborais** no sector hoteleiro com a

participação dos sectores público e privado e das instituições educativas.

8. Realizar projectos específicos de **educação e formação turísticas de âmbito local**, com base em acordos inter-institucionais e inter-associativos para cada destino ou região.
9. Criar **observatórios laborais e educativos do turismo** coordenados pelo ministério de turismo de cada país.
10. **Integrar órgãos de consulta e/ou mesas sectoriais** no âmbito local, nos quais participem autoridades, organismos empresariais e instituições de educação.
11. **Implementar a estrutura hotel-escola autosustentável.**
12. Estabelecer **programas e linhas de financiamento multilaterais** adequadas por parte dos organismos internacionais, assim como de organismos relacionados com a actividade hoteleira nacional e local.
13. Criar uma **entidade capaz de coordenar, agupar e difundir** conhecimentos estratégicos para a tomada de decisões do sector e servir de ponto de referência, para a rede de centros de educação e formação em hotelaria na América Latina.



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 de turistas 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.



Manual de 'branding' para destinos turísticos

O governos são cada vez mais conscientes do potencial do turismo como motor de desenvolvimento e prosperidade das nações. À medida que emergem mais destinos turísticos e se intensifica a concorrência pelos visitantes, a capacidade de um destino de projectar-se na cena internacional e diferenciar-se dos restantes destinos é cada vez mais importante. Conscientes da importância de criar e gerir com sucesso a marca de um destino, a CET e a OMT desenvolveram este guia prático dirigido tanto a profissionais que se iniciam no marketing como a gestores com experiência. O manual, que inclui uma introdução de Simon Anholt, é um guia 'passo-a-passo' do processo de criação e gestão de uma marca. O manual inclui igualmente casos práticos relativos a vários conceitos e a experiências inovadoras na área da criação de marcas aplicadas a destinos.



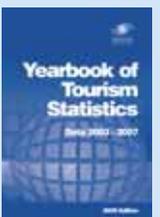
Manual de marketing electrónico para destinos turísticos

Este manual destina-se a ajudar os profissionais das organizações nacionais, regionais e municipais de turismo a melhorar os seus conhecimentos de marketing electrónico e a gerir novos projectos. O manual inclui todos os temas básicos como a construção de páginas web, a optimização de motores de busca, as redes sociais e o comércio electrónico. O manual inclui ainda conselhos, entre outros, sobre como construir melhor conteúdo, a distribuição de conteúdo, serviços de apoio ao cliente, relações públicas online e marketing móvel. A análise web, os métodos de investigação online e a avaliação de resultados, assim como novas áreas como a televisão digital, são analisados em detalhe. O manual inclui mais de 30 exemplos práticos de marketing electrónico.



Manual de segmentação do mercado turístico

A segmentação do mercado turístico é essencial para que as organizações nacionais de turismo (ONT) e organizações de marketing de destinos (OMD) garantam que os seus recursos são aplicados da melhor forma. O novo manual OMT/CET, elaborado com o objectivo de ajudar os destinos a melhorar a eficácia das suas actividades de marketing, divide-se em quatro secções. A primeira expõe a teoria e as causas do porquê da segmentação. As restantes secções analisam os métodos e práticas actuais, incluindo as especificidades de algumas das principais metodologias, as etapas necessárias para introduzir ou desenvolver novas actividades de marketing baseadas na segmentação e, finalmente, as práticas recomendadas no âmbito da segmentação do mercado turístico, com a análise de vários casos práticos.



Anuário de Estatísticas de Turismo, Edição 2009

O Anuário de Estatísticas de Turismo oferece dados totais de chegadas e dormidas do turismo receptor, por país de origem relativos a 204 países e territórios relativos ao período 2003-2007. O Anuário encontra-se disponível em inglês, com notas em inglês, francês e espanhol.



Compêndio de Estatísticas de Turismo, Edição 2009

O Compêndio de Estatísticas de Turismo é um guia sintético e de consulta rápida sobre os principais indicadores estatísticos de turismo de cada país. A edição de 2009 oferece informação estatística sobre o turismo em 208 países e territórios de todo o mundo no período 2003-2007. Esta publicação é editada em inglês e inclui os textos dos indicadores essenciais e das referências básicas em alemão, árabe, espanhol, francês e russo.



O turismo juvenil é importante – Compreender o fenómeno mundial do turismo de jovens

O turismo juvenil é importante – compreender o fenómeno mundial do turismo de jovens oferece um panorama geral do sector das viagens de jovens, revelando as últimas tendências no que se refere a destinos, produtos e inovação. O estudo, elaborado pela OMT e pela 'World Youth, Student and Educational (WYSE) Travel Confederation', mostra que os motivos de viagem dos jovens tornam este mercado especialmente importante para a realização de objetivos essenciais da agenda de desenvolvimento turístico, e que o valor pessoal, social e económico das viagens juvenis, de estudantes e das viagens educativas é cada vez mais reconhecido pelas instituições docentes, por empregadores, pelas organizações oficiais de turismo e pelos governos do mundo inteiro. O estudo explica que devido ao seu desejo de explorar e relacionar-se com outras culturas este segmento tem um carácter único ao combinar o desejo de viajar com o estudo, o trabalho, o voluntariado e a aventura.



Turismo de cruzeiros – situação actual e tendências

Nos últimos vinte anos a procura mundial de cruzeiros turísticos registou uma das maiores taxas de crescimento do sector do turismo. Este dinamismo permanente na actividade dos cruzeiros, assim como o cada vez maior número de países que incluem os cruzeiros como um produto chave para o seu desenvolvimento turístico, levou a OMT a atualizar e ampliar a primeira edição do estudo efectuado sobre cruzeiros turísticos (2003). O estudo agora publicado aborda temas como a actual oferta e a procura de cruzeiros ou as características, tendências e comercialização. Um dos elementos inovadores do estudo é a abordagem das relações entre os destinos e as companhias de cruzeiros, onde se analisam factores chave como a legislação, a promoção e o impacto económico dos cruzeiros através de casos de estudo. O estudo apresenta igualmente as tendências actuais dos cruzeiros em termos de inovação, segurança ou sustentabilidade, e apresenta as grandes linhas que definirão o sector a longo prazo.

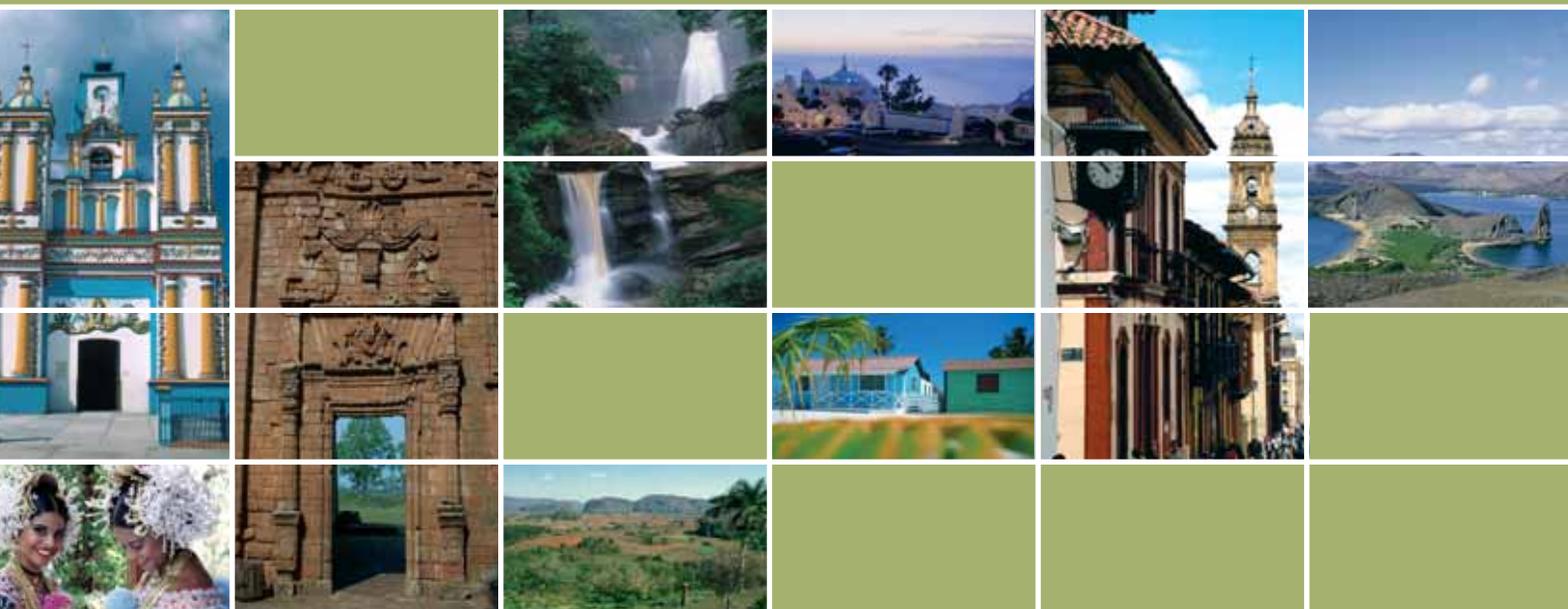
A forma mais fácil de pedir as publicações da OMT:
www.unwto.org

Se deseja mais informação:
Departamento de Publicações da OMT
Tel. (34) 91 567 8100 - Fax: (34) 91 571 3733
e-mail: pub@unwto.org

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

Andorra - Ministério de Turismo e Cultura do Governo de Andorra • Argentina - Secretaria de Turismo da Nação • Bolívia - Vice-ministério de Turismo/Embaixada da Bolívia em Espanha • Brasil - EMBRATUR • Chile - Corporação de Promoção Turística do Chile • Colômbia - Proexport Colômbia • Costa Rica - Instituto Nacional de Turismo • Cuba - Oficina de Turismo de Cuba • Equador - Direcção Geral de Promoção Cultural/Ministério de Relações Exteriores • Espanha - TurEspanha • Guatemala - Instituto Guatemalteco de Turismo • Honduras - Instituto Hondureño de Turismo • México - Conselho de Promoção Turística/Embaixada do México em Espanha • Panamá - Instituto Panamenho de Turismo • Paraguai - Secretaria Nacional de Turismo • Peru - Promperu/Embaixada do Peru em Espanha • Portugal - Turismo de Portugal • República Dominicana - Secretaria de Estado de Turismo • Uruguai - Ministério de Turismo e Desporto • Venezuela - Ministério do Poder Popular para o Turismo • Agência de Promoção Turística da América Central (CATA)

Capa: Salvador da Bahia, Brasil • Parque de Ischigualasto, Argentina • Esculturas de Botero, Medellín, Colômbia • Balsa Totora, Bolívia • Casco antigo, Cidade do Panamá, Panamá • Festas de São Sebastião, Diriamba Carazo, Nicarágua • Casa Típica, Óbidos, Portugal • Vale do Cibao, República Dominicana • Ponte da Margineda, Andorra • Valle da Lua, Chile • Panchimalco, El Salvador • Lago Petén Itzá, El Remate, Guatemala • Uxmal, Yucatán, México • Menorca, Espanha • **Contracapa:** Caldea, Andorra • Florianópolis, Brasil • Bairro La Candelaria, Bogotá, Colômbia • Valle Viñales, Cuba • Galápagos, Equador • Semana Santa, La Antigua, Guatemala • Ilhas da Bahia, Honduras • Igreja de Guadalupe, Tabasco, México • Polleras, Panamá • Cascata de Gera, Peru • Castelo da Pena, Sintra, Portugal • Casas típicas, Saona, República Dominicana • Maldonado, Uruguai • Anzoátequi, Venezuela • Reduções Jesuíticas, Trinidad, Paraguai • **Página 1:** Parapente, El Salvador • Vulcão Pacaya, Guatemala • Pontes Suspensas, Costa Rica • Museu de Belas Artes, Chile • Praia de Carmen, México • Ecohabs, Santa Marta, Colômbia • Vulcão Cotopaxi, Equador • Círculos de Moray, Cusco, Peru • Praia Holguín, Cuba • Praia Hermosa, Panamá • Baía das Águas, República Dominicana • Elétrico, Lisboa, Portugal • Parque Maya, Honduras • Estado de Barinas, Venezuela • Hidroelétrica de Itaipú, Paraguai • Santuário de Meritxell, Andorra • Corn Island, Nicarágua • Ilha do Sol, Bolívia • Gaúchos, Argentina • Teatro Romano, Mérida, Espanha • Rio de Janeiro, Brasil • Bodega, Uruguai.



PARA MAIS INFORMAÇÃO, CONTACTAR:



Organização Mundial de Turismo (OMT)
 Capitán Haya 42, 28020 Madrid, Espanha
 Tel.: +34 91 567 8100, 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, 28001 Madrid, Espanha
 Tel.: +34 91 590 1980, Fax: +34 91 590 1981 • Email: info@segib.org • www.segib.org

