

Exploración de mercados emisores de turistas a la provincia de Mendoza, otros orígenes

Norteamérica

Estados Unidos de América

Canadá

Estados Unidos Mexicanos

Sudamérica

República de Colombia

República Bolivariana de Venezuela

República del Paraguay

Estado Plurinacional de Bolivia

Asia

República Popular China

Mendoza

Período 2.009 a 2.011

Año 2012



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS



OBSERVATORIO
PARA EL TURISMO SOSTENIBLE
MENDOZA

MendozaArgentina
espíritu grande

Ministerio de
TURISMO

Índice de Contenidos

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN Y PRINCIPALES CONCLUSIONES	
CAPÍTULO I	DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE ESTADOS UNIDOS Período 2.009 a 2.012
CAPÍTULO II	CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS ESTADOUNIDENSES QUE VISITARON LA PROVINCIA DE MENDOZA Período junio de 2.009 a mayo de 2.012
CAPÍTULO III	DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE CANADÁ Período 2.009 a 2.012
CAPÍTULO IV	CARACTERIZACIÓN DE LOS TURISTAS CANADIENSES QUE VISITARON LA PROVINCIA DE MENDOZA Período junio de 2.009 a mayo de 2.012
CAPÍTULO V	DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE MÉXICO Período 2.009 a 2.012
CAPÍTULO VI	DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE COLOMBIA Período 2.009 a 2.012
CAPÍTULO VII	DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE VENEZUELA Período 2.009 a 2.012
CAPÍTULO VIII	DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE PARAGUAY Período 2.009 a 2.012
CAPÍTULO IX	DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE BOLIVIA Período 2.009 a 2.012
CAPÍTULO X	DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE CHINA Período 2.009 a 2.012
METODOLOGÍA	



Introducción y principales conclusiones



INTRODUCCIÓN

La finalidad del presente informe es caracterizar a países emisores, actuales y potenciales, de turistas a la provincia de Mendoza, con el objeto de servir como insumo para la toma de decisiones promocionales estatales y privadas.

Se analizan variables macroeconómicas en el período junio de 2.009 a mayo de 2.012 de los siguientes lugares¹:

- Norteamérica
 - Estados Unidos de América
 - Canadá
 - Estados Unidos Mexicanos
- Sudamérica
 - República de Colombia
 - República Bolivariana de Venezuela
 - República del Paraguay
 - Estado Plurinacional de Bolivia
- Asia
 - República Popular China

Además se caracteriza el comportamiento como turistas en la provincia de Mendoza de los estadounidenses y de los canadienses²

LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES OBTENIDAS

PBI, disponibilidad de Divisas y competitividad de su moneda.

- **Norteamérica.** Estados Unidos y Canadá poseen, según el Banco Mundial, ingresos Per cápita altos y México medios altos. Además sus economías han mostrado crecimiento en el período analizado, inflaciones moderadas³ y excedentes de divisas en el caso de México y déficit⁴ comercial en Estados Unidos y Canadá. Del análisis de las variables macroeconómicas se puede concluir que presentan el comportamiento necesario para mantener y/o incrementar la demanda por viajes al exterior.
- **Sudamérica.** Colombia y Venezuela poseen, según el Banco Mundial, ingresos Per medios altos y Paraguay y Bolivia medios bajos. Además

¹ En el presente Informe los valores están expresados en dólares estadounidenses.

² Ondas 63 a 98 de la "Encuesta Provincial de Caracterización del Turista" de la DEIE del Gobierno de Mendoza.

³ Para analizar la pérdida de competitividad de un país se debe observar lo que sucede con el tipo de cambio real. El tipo de cambio real entre países, tiene en cuenta el nivel de precios del país de origen, el tipo de cambio nominal (entre las monedas de los países comparados) y los precios del país foráneo

⁴ Se carece de los resultados de la Balanza de Pagos para asegurar si el país posee o no excedentes de divisas.



sus economías han mostrado crecimiento en el período analizado, inflaciones moderadas en el caso de Colombia, medias en Bolivia y Paraguay, y elevada en Venezuela. Colombia, Venezuela y Bolivia poseen excedentes de divisas provenientes del Comercio Internacional, en cambio Paraguay posee déficit. Del análisis de las variables macroeconómicas se puede concluir que presentan el comportamiento necesario para mantener la demanda por viajes al exterior.

- **Asia.** China posee, según el Banco Mundial, ingresos Per cápita medios altos. Su economía han mostrado un elevado crecimiento en el período analizado, inflación moderada y un gran excedente de divisas proveniente del Comercio Internacional. Del análisis de las variables macroeconómicas se puede concluir que presentan el comportamiento necesario para y/o incrementar la demanda por viajes al exterior.

Cantidad de turistas y gastos en el exterior

- **Norteamérica.** En conjunto realizaron 104 millones de visitas a otros países y gastaron aproximadamente 150 mil millones de dólares en viajes al exterior en el año 2.010. El gasto por visita fue de u\$ 1.725 en el caso de los estadounidenses, u\$ 1.279 y u\$ 630 de los canadienses y mexicanos respectivamente.
- **Sudamérica.** En conjunto efectuaron 4,79 millones de visitas a otros países y gastaron aproximadamente 5,2 mil millones de dólares en viajes al exterior en el año 2.010. u\$ 1.353 fue el gasto por visita de los venezolanos, u\$ 1.084 de los colombianos, u\$ 859 de los paraguayos y u\$ 594 de los bolivianos.
- **Asia.** Los chinos realizaron 57,3 millones de visitas a otros países, gastaron aproximadamente 60 mil millones de dólares en viajes al exterior en el año 2.010. Además el gasto por visita fue de u\$ 1.042.

Turismo Internacional - Año 2.010 (Valores en u\$ corrientes)					
Residencia		Cantidad de Viajes	Cantidad de viajes por habitante	Gasto total	Gasto por viaje
Norteamérica	Estados Unidos*	61.419.000	0,19	\$ 105.966.000.000	\$ 1.725
	Canadá	28.678.000	0,83	\$ 36.677.000.000	\$ 1.279
	México	14.395.000	0,12	\$ 9.075.000.000	\$ 630
Sudamérica	Venezuela*	1.651.000	0,05	\$ 2.234.000.000	\$ 1.353
	Colombia*	2.122.000	0,04	\$ 2.302.000.000	\$ 1.084
	Paraguay	313.000	0,04	\$ 269.000.000	\$ 859
	Bolivia	708.000	0,07	\$ 421.000.000	\$ 594
Asia	China	57.386.000	0,04	\$ 59.840.000.000	\$ 1.042

*Datos del año 2.009 - Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial



Cantidad de turistas en la Provincia.

- En el trienio 2.009 a 2.012 la Provincia captó una escasa cantidad del total de los turistas canadienses y estadounidenses que viajan al exterior con un 0,07% y 0,02% respectivamente⁵. Además los estadounidenses fueron el 0,53% de total de los turistas que visitaron la provincia de Mendoza y los canadienses el 0,92%. Los mexicanos, venezolanos, bolivianos, colombianos y chinos forman parte del ítem "otros extranjeros" que en conjunto explicaron el 2,98% del total de los visitantes de Mendoza.

Turistas que visitaron la provincia de Mendoza							
Distribución por lugar de residencia - Período 2.009 a 2.012							
Residencia	Año				Promedio 2.009-2.012		
	2.009	2.010	2.011	2.012	Cantidad	Participación	
Resto del Mundo	Alemania	47.318	64.321	44.809	42.196	49.661	2,18%
	Estados Unidos	13.931	17.581	6.211	10.940	12.166	0,53%
	España	20.416	35.591	30.169	21.359	26.884	1,18%
	Brasil	23.539	45.025	59.450	81.267	52.320	2,29%
	Canadá	13.931	13.722	20.408	35.424	20.871	0,92%
	Inglaterra	7.686	9.434	4.880	13.024	8.756	0,38%
	Francia	4.083	11.149	24.401	17.191	14.206	0,62%
	Suiza	7.206	9.863	7.099	2.605	6.693	0,29%
	Perú	29.784	17.581	25.288	28.652	25.326	1,11%
	Italia	16.573	10.291	7.542	9.377	10.946	0,48%
	Otros extranjeros*	49.960	53.601	84.295	84.393	68.062	2,98%
Chilenos	264.634	305.170	351.651	324.962	311.604	13,66%	
Argentinos	1.296.542	1.503.509	1.885.647	2.007.472	1.673.293	73,36%	
Total	1.795.603	2.096.838	2.551.851	2.678.861	2.280.788	100,00%	

*En Otros están incorporados los turistas con residencia en Paraguay, Colombia, Venezuela, México, Bolivia, China
Elaboración Propia

Autoridades OPTS Mendoza

Lic. Econ. María Cecilia Gatta

Directora del Observatorio para el Turismo Sostenible de la provincia de Mendoza

Coordinación y realización

Lic. Econ. Germán Eduardo Herrera

Observatorio para el Turismo Sostenible de la provincia de Mendoza

Corrección y diseño

Lic. CS. Sebastián Jorge Herrera

Observatorio para el Turismo Sostenible de la provincia de Mendoza

Mendoza, julio de 2.013

⁵ Se carece de los datos necesario para poder analizar el porcentaje de turistas captados de México, Venezuela, Colombia, Bolivia, Paraguay y China

Capítulo I

Datos económicos y turísticos de Estados Unidos

Período
2.009 a 2.012



DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE ESTADOS UNIDOS⁶

En el presente apartado se muestra información acerca del desempeño económico y turístico del país, en el cuatrienio 2.009 a 2.012.

INGRESOS POR HABITANTE

Los estadounidenses poseían un PBI Per cápita en 2.011 de aproximadamente 48.500 dólares, por lo que el Banco Mundial lo considera como un país de ingresos alto. Estados Unidos posee el mayor PBI del Mundo.

Producto Bruto Interno				
Período	PBI TOTAL (corriente)	Crecimiento del PBI TOTAL (A valores constantes)	Per cápita (corriente)	Categorización de ingresos (s/Banco Mundial)
2.010	\$ 14.447.100.000.000	3,02%	\$ 46.702	Ingreso alto
2.011	\$ 15.094.000.000.000	1,70%	\$ 48.442	

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

INFLACIÓN Y MONEDA

La inflación minorista en el país ha sido igual al 3,16% en 2.011 lo que generaría en principio una mediana pérdida de poder adquisitivo de su moneda⁷

Inflación anual (Moneda: Dólar estadounidense)	
Período	Inflación (IPC)
2.010	1,64%
2.011	3,16%

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

COMERCIO EXTERIOR

En relación al Comercio Exterior, Estados Unidos, tuvo un déficit comercial de más de 500 mil millones de dólares en 2.010 y en 2.011, que representa aproximadamente un 3% de su PBI.

Comercio Exterior (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Saldo Balanza Comercial (Comercio neto de bienes y servicios)	Exportaciones	Importaciones
2.010	\$ -500.031.000.000	\$ 1.837.576.000.000	\$ 2.337.607.000.000
2.011	\$ -559.958.000.000	\$ 2.105.044.000.000	\$ 2.665.002.000.000

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

DEMOGRAFÍA

⁶ En el presente Informe los valores están expresados en dólares estadounidenses.

⁷ Para analizar la pérdida de competitividad de un país se debe observar lo que sucede con el tipo de cambio real. El tipo de cambio real entre países, tiene en cuenta el nivel de precios del país de origen, el tipo de cambio nominal (entre las monedas de los países comparados) y los precios del país foráneo



Estados Unidos posee una población aproximada de 311 millones de habitantes, siendo su capital Washington D. C.

Demografía/Geográficos	
Población	Capital
311.591.917	Washington D. C

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

TURISMO INTERNACIONAL

En 2.009 los estadounidenses realizaron 61,4 millones de viajes al exterior. En promedio cada uno de los viajes tuvo un gasto de 1.725 dólares, y en conjunto el país gastó en turismo fuera de sus fronteras más de 105 mil millones de dólares.

Turismo Internacional (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Cantidad de viajes	Monto total de los viajes	Gasto promedio por Viaje
2.009	61.419.000	\$ 105.966.000.000	\$ 1.725

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

RELACIÓN CANTIDAD DE VIAJES POR HABITANTE⁸

En promedio 197 de cada 1.000 estadounidenses visitaron otros países en 2.009

Relación entre viajes y población			
Año	Cantidad de viajes	Población	Relación
2.009	61.419.000	311.591.917	0,197

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

ESTADOUNIDENES EN MENDOZA

La provincia de Mendoza en promedio, en el período 2.009 a 2.012, ha recibido 12.166 turistas estadounidenses. En el período 2.009 a 2.012, la Provincia recibió un 21,4% menos del mencionado origen. En promedio el destino ha captado el 0,02% del total de turistas de Estados Unidos que viajan al exterior.

⁸ Se ha relacionado la cantidad total de viajes y la población del país, lo que arroja como resultado la cantidad de viajes en promedio que realiza cada habitante. Se carece de datos suficientes para dividir a los habitantes en dos grupos: los que viajan al exterior y los que no lo hacen; para poder saber en promedio la cantidad de viajes que realiza cada poblador que sale de su país.



Cantidad de estadounidenses que visitaron la provincia de Mendoza						
Período 2.009 a 2.012						
Residencia	Año				Promedio 2.009-2.012	
	2.009	2.010	2.011	2.012	Cantidad	Participación
Estados Unidos	13.931	17.581	6.211	10.940	12.166	0,53%
Total	1.795.603	2.096.838	2.551.851	2.678.861	2.280.788	100,00%

Elaboración propia

Capítulo II

Caracterización de los turistas estadounidenses que visitaron la provincia de Mendoza

Período

**Junio de 2.009 a mayo de
2.012**



CARACTERIZACIÓN DE LOS ESTADOUNIDENSES QUE VISITARON LA PROVINCIA DE MENDOZA

En este apartado se muestra el comportamiento que tuvieron los turistas estadounidenses en su visita a la provincia de Mendoza en el trienio comprendido entre junio de 2.009 a mayo de 2.012, además se comparan sus características particulares con el total de turistas que visitaron el destino.

CON QUIÉN VIAJA

El 41,67% de los turistas estadounidenses viajaron acompañados por sus amigos, un 33,09% por su familia y un 22,06% solo. Comparando con el total de los turistas, observamos que una mayor cantidad viaja con su familia, el 67,12%; una menor cantidad con amigos y en soledad con el 15,71% y 11,69% respectivamente.

¿Con quién viaja? Período junio de 2.009 a mayo de 2.012						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Estados unidos	22,06%	33,09%	41,67%	2,21%	0,00%	0,98%
Todos los orígenes	11,69%	67,12%	15,71%	0,70%	1,26%	3,51%

Elaboración propia

ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA MENDOZA

Un 88,9% de los estadounidenses que arribó a la Provincia lo hacía por primera vez, en cambio del total de los turistas que visitaron el destino un 54,1% no lo había visitado con anterioridad



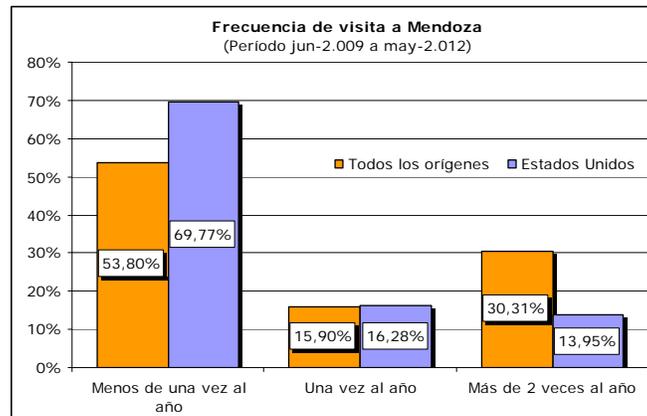
Elaboración propia

FRECUENCIA DE VISITA

Del 11,03% de los estadounidenses que habían visitado la Provincia, un 69,77% arriba menos de 1 vez por año al destino. Cuando no discriminamos por



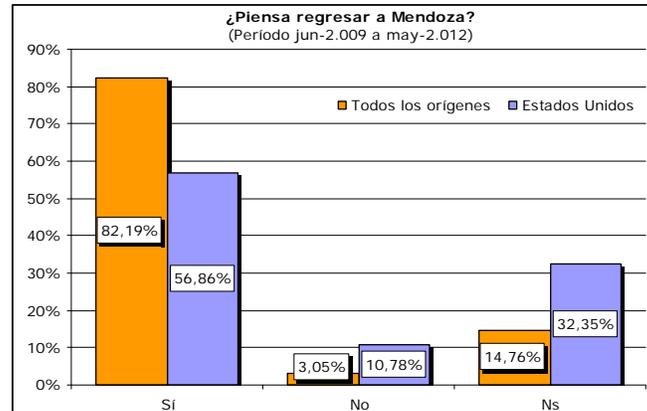
origen observamos, que del 45,9% que conocía Mendoza, un 30,31% ingresa a la Provincia como mínimo 2 veces al año.



Elaboración propia

PIENSA REGRESAR

El 82,19% de los turistas piensa regresar a la Provincia, en el caso de los estadounidenses el valor es del 56,86%. Alrededor de un tercio de los norteamericanos tiene dudas acerca de su retorno y un 10,78% asegura que no regresará.



Elaboración propia

EN QUÉ MEDIOS CONSULTÓ LA INFORMACIÓN ACERCA DEL VIAJE⁹

Un 58,29% de los turistas obtiene información a través de "Internet", un 23,88% recibe "Recomendaciones de familiares y/o amigos" y un 13,67% se asesora en "Agencias de Viaje". En el caso de los estadounidenses, el medio más consultado, para obtener información acerca del viaje, fue "Internet" con un 85,29%; seguido por las "Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas"

⁹ Los turistas hacen uso de más de un medio para informarse (Por ejemplo un visitante: navega en Internet, ve guías turísticas y consulta agencias de viaje)



con un 35,78% y en tercer lugar las “Recomendaciones de familiares y/o amigos” con 19,61%.

Medios consultados para obtener información acerca del viaje Periodo junio de 2.009 a mayo de 2.012						
Residencia	Casas de Provincia o delegaciones oficiales	Internet	Agencias de Viaje	Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas	Recomendaciones de familiares y/o amigos	Otros medios
Estados Unidos	2,21%	85,29%	9,31%	35,78%	19,61%	3,92%
Todos los orígenes	2,65%	58,29%	13,67%	7,33%	23,88%	7,81%

Elaboración propia

CÓMO ORGANIZÓ SU VIAJE¹⁰

El 82,12% de quienes visitaron la Provincia organizaron ellos mismos el viaje (Ud. mismo); el 12,83% lo hizo a través de “Agencias de Viaje” y un 3,34% lo organizó con una “Institución u obra social”. En el caso de los estadounidenses un 93,38% armó el viaje por su cuenta, un 3,43% contrató los servicios de “Agencias de Viaje” y menos de un 3% a través de una “Institución u obra social”.

¿Cómo organizó su viaje? Periodo junio de 2.009 a mayo de 2.012					
Residencia	Ud. mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencias de Viaje	Institución u obra social	Otros
Estados Unidos	93,38%	0,25%	3,43%	2,70%	0,25%
Todos los orígenes	82,12%	0,78%	12,83%	3,34%	0,93%

Elaboración propia

QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZÓ PARA LLEGAR A LA PROVINCIA DE MENDOZA

El “Ómnibus o servicio similar” con un 47,76% fue el medio de transporte más elegido, seguido por el “Automóvil particular” con el 33,9% y en tercer lugar el “Avión” con el 17,83%. En tanto, los turistas estadounidenses, un 65,69% utilizó el “Ómnibus o servicio similar” y un 31,61% el “Avión”.

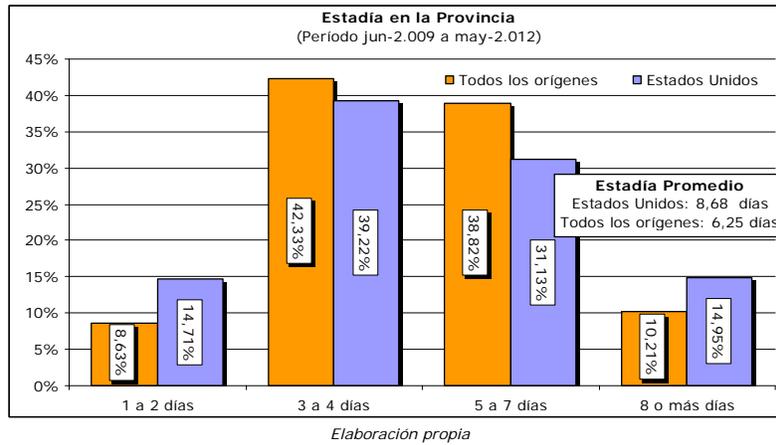
Transporte utilizado para el arribo Periodo junio de 2.009 a mayo de 2.012				
Residencia	Automóvil particular	Ómnibus o servicio similar	Avión	Otros
Estados Unidos	1,96%	65,69%	31,62%	0,74%
Todos los orígenes	33,99%	47,76%	17,83%	0,42%

Elaboración propia

ESTADÍA

La permanencia en el destino fue de 6,25 días y de 8,68 en el caso de los estadounidenses. El 80% aproximadamente de los turistas permaneció entre 3 y 7 días, y en el caso de los estadounidenses un 39,22% permaneció entre 3 y 4 días.

¹⁰ Existe una fuerte correlación entre la manera de organizar el viaje y los medios utilizados para informarse.



ACTIVIDADES¹¹

En relación a las actividades que han realizado o pensaban realizar, el 64,34% de los turistas de la Provincia mencionó visitas a “atractivos culturales”, un 45,06% manifestó “atractivos naturales” y un 40,96% “bodegas y turismo rural”. Un 65% aproximadamente de los estadounidenses expresó que las actividades realizadas o a realizar eran a “atractivos culturales”, entorno del 48% declaró visitas a “atractivos naturales” y a “bodegas y turismo rural”.

¿Cuáles son las actividades que realizó o piensa realizar?
Periodo junio de 2.009 a mayo de 2.012

Actividades	Estados Unidos	Todos los orígenes
Visita a bodegas - Turismo rural	47,55%	40,96%
Visita a spa, termas	12,25%	19,15%
Deportes invernales	4,17%	2,52%
Turismo aventura	17,16%	8,53%
Caza y/o pesca	0,49%	0,27%
Asistencia de festivales y espectáculos culturales	7,60%	13,34%
Visita a atractivos culturales	65,20%	64,34%
Visita a atractivos naturales	49,75%	45,06%
Casino - Juegos de azar	1,96%	4,98%
Compras	10,29%	19,83%
Salidas nocturnas	16,91%	12,28%
Congresos y eventos	0,49%	2,25%
Otros	2,21%	3,82%

Elaboración propia

LUGARES VISITADOS¹²

El 57,64% de los visitantes de la provincia de Mendoza visitó o iba a visitar “Alta Montaña”, un 37,98% “Cacheuta”, un 17,71% “Villavicencio”, un 14,37%

¹¹ En la Encuesta se les solicita a los turistas que seleccionen la/s actividades realizada/s o a realizar, por lo que los totales excepcionalmente pueden ser igual a 100%

¹² Debido a que la muestra se toma en el Gran Mendoza puede haber un sesgo a favor de los lugares que se encuentran en su zona de influencia. Además en la Encuesta se les solicita a los turistas que seleccionen el o los lugar/es visitado/s y/o a visitar, por lo que los totales excepcionalmente pueden ser igual a 100%.



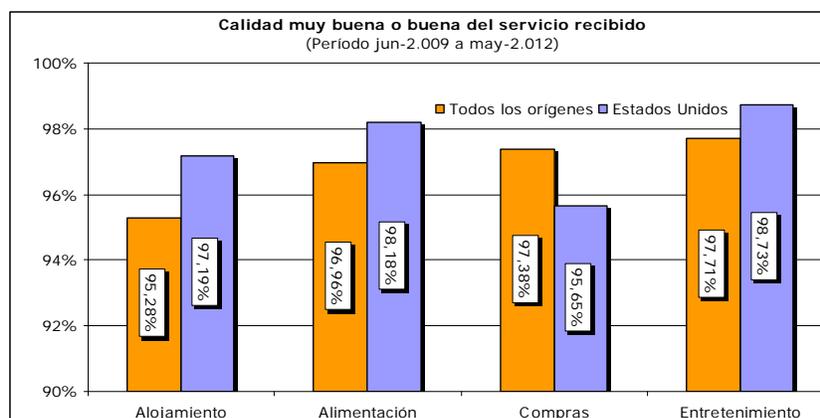
“Potrerillos” y un 11,44% “San Rafael”. En el caso de los estadounidenses el 75,33% manifestó “Alta Montaña”, un 22,70% “Cacheuta” y un 13,16% “San Rafael”

¿Qué otros lugares ha visitado o planea visitar? Período junio de 2.009 a mayo de 2.012										
Residencia	Alta Montaña	Uspallata	Potrerillos	Cacheuta	Villavicencio	Malargüe	San Rafael	Valle de Uco	Zona este	Otros
Estados Unidos	75,33%	7,24%	7,89%	22,70%	5,92%	3,62%	13,16%	4,28%	5,59%	2,30%
Todos los orígenes	57,64%	11,20%	14,37%	37,98%	17,71%	2,62%	11,44%	3,24%	6,58%	3,58%

Elaboración propia

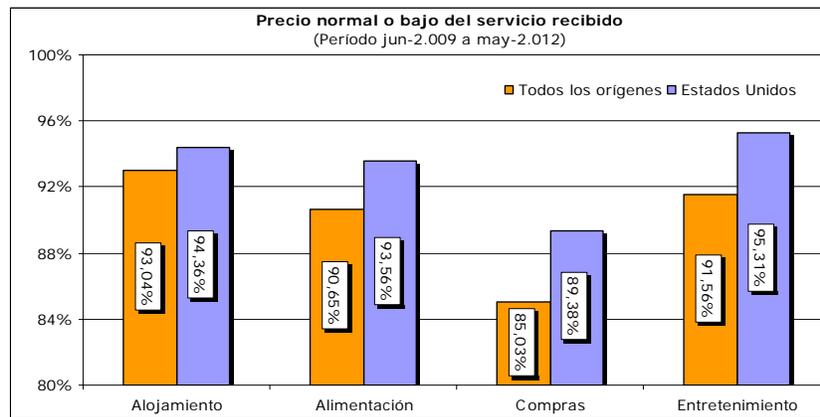
CALIDAD Y PRECIOS DE LOS SERVICIOS

Más del 95% de los turistas consideró la calidad del servicio recibido de “alojamiento”, “alimentación”, “compras” y “entretenimiento”, como bueno o muy bueno. En el caso de los estadounidenses los valores son mayores a los del total de los turistas salvo en el caso de las compras.



Elaboración propia

En relación a los precios de los servicios de “alojamiento”, “alimentación”, y “entretenimiento”, más del 90% respondió que eran normales o bajos, en el caso de las “compras” el valor disminuye al 85%. Los estadounidenses consideraron en mayor magnitud que los precios eran normales o bajos con relación al total de los turistas que visitan el Destino.



Elaboración propia

En el siguiente cuadro se muestran las valoraciones de calidad y precio de los servicios de: alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras, del total de los turistas y de los estadounidenses.

¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza?
Período Junio de 2.009 a mayo de 2.012

Servicio		Calidad				Precio de los servicios		
		MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	Todos los orígenes	27,87%	67,41%	3,83%	0,89%	6,96%	84,78%	8,26%
	Estados Unidos	30,34%	66,85%	2,25%	0,56%	5,64%	73,00%	21,36%
Alimentación	Todos los orígenes	23,19%	73,76%	2,21%	0,83%	9,35%	83,40%	7,25%
	Estados Unidos	31,31%	66,87%	1,22%	0,61%	6,44%	74,23%	19,33%
Compras	Todos los orígenes	20,59%	76,79%	2,30%	0,32%	14,97%	75,25%	9,77%
	Estados Unidos	34,16%	61,49%	4,35%	0,00%	10,63%	59,38%	30,00%
Entretenimiento	Todos los orígenes	24,16%	73,55%	1,73%	0,55%	8,44%	82,79%	8,77%
	Estados Unidos	39,24%	59,49%	1,27%	0,00%	4,69%	64,84%	30,47%

Elaboración propia

Capítulo III

Datos económicos y turísticos de Canadá

**Período
2.009 a 2.012**



DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE CANADÁ

En el presente apartado se muestra información acerca del desempeño económico y turístico del país, en el cuatrienio 2.009 a 2.012.

INGRESOS POR HABITANTE

Los canadienses poseían un PBI Per cápita en 2.011 de aproximadamente 50.000 dólares, por lo que el Banco Mundial lo considera como un país de ingresos altos.

Producto Bruto Interno				
Período	PBI TOTAL (corriente)	Crecimiento del PBI TOTAL (A valores constantes)	Per cápita (corriente)	Categorización de ingresos (s/Banco Mundial)
2.010	\$ 1.577.040.082.218	3,21%	\$ 46.212	Ingreso alto
2.011	\$ 1.736.050.505.051	2,46%	\$ 50.345	

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

INFLACIÓN Y MONEDA

La inflación minorista en el país ha sido igual al 2,91% en 2.011 lo que generaría en principio una leve pérdida de poder adquisitivo de su moneda¹³

Inflación anual (Moneda: Dólar Canadiense)	
Período	Inflación (IPC)
2.010	1,78%
2.011	2,91%

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

COMERCIO EXTERIOR

En relación al Comercio Exterior, Canadá, tuvo déficit comercial de casi 23 mil millones de dólares en 2.011. Por lo que en principio no posee restricciones en la disponibilidad de divisas¹⁴.

Comercio Exterior (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Saldo Balanza Comercial (Comercio neto de bienes y servicios)	Exportaciones	Importaciones
2.010	\$ -30.770.486.921	\$ 462.349.365.810	\$ 493.119.852.731
2.011	\$ -22.868.435.671	\$ 539.058.676.110	\$ 561.927.111.780

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

¹³ Para analizar la pérdida de competitividad de un país se debe observar lo que sucede con el tipo de cambio real. El tipo de cambio real entre países, tiene en cuenta el nivel de precios del país de origen, el tipo de cambio nominal (entre las monedas de los países comparados) y los precios del país foráneo

¹⁴ Se carece de los resultados de la Balanza de Pagos para asegurar si el país posee o no excedentes de divisas.



DEMOGRAFÍA

Canadá tiene una población de aproximadamente 34,5 millones de habitantes, siendo su capital Ottawa.

Demografía/Geográficos	
Población	Capital
34.482.779	Ottawa

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

TURISMO INTERNACIONAL

En 2.010 los canadienses realizaron 36,6 millones de viajes al exterior. En promedio cada uno de los viajes tuvo un gasto de 1.279 dólares, y en conjunto el país gastó en turismo fuera de sus fronteras 36,6 mil millones de dólares.

Turismo Internacional (Valores en u\$ corrientes)			
Periodo	Cantidad de viajes	Monto total de los viajes	Gasto promedio por Viaje
2.009	26.203.000	\$ 30.232.000.000	\$ 1.154
2.010	28.678.000	\$ 36.677.000.000	\$ 1.279
Promedio	27.440.500	\$ 33.454.500.000	\$ 1.216

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

RELACIÓN CANTIDAD DE VIAJES POR HABITANTE¹⁵

En promedio 83 de cada 100 canadienses visitaron otros países en 2.010

Relación entre viajes y población			
Año	Cantidad de viajes	Población	Relación
2.010	28.678.000	34.482.779	0,83

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

CANADIENSES EN MENDOZA

La provincia de Mendoza en promedio, en el período 2.009 a 2.012, ha recibido 20.871 turistas canadienses. En el período 2.009 a 2.012, la Provincia recibió un 154% más de visitas del mencionado país. En promedio el destino ha captado el 0,07% del total de turistas de Canadá que viajan al exterior.

¹⁵ Se ha relacionado la cantidad total de viajes y la población del país, lo que arroja como resultado la cantidad de viajes en promedio que realiza cada habitante. Se carece de datos suficientes para dividir a los habitantes en dos grupos: los que viajan al exterior y los que no lo hacen; para poder saber en promedio la cantidad de viajes que realiza cada poblador que sale de su país.



Cantidad de canadienses que visitaron la provincia de Mendoza						
Período 2.009 a 2.012						
Residencia	Año				Promedio 2.009-2.012	
	2.009	2.010	2.011	2.012	Cantidad	Participación
Canadá	13.931	13.722	20.408	35.424	20.871	0,92%
Total	1.795.603	2.096.838	2.551.851	2.678.861	2.280.788	100,00%

Elaboración propia

Capítulo IV

Caracterización de los turistas canadienses que visitaron la provincia de Mendoza

Período

**Junio de 2.009 a mayo de
2.012**



CARACTERIZACIÓN DE LOS CANADIENSES QUE VISITARON LA PROVINCIA DE MENDOZA

En este apartado se muestra el comportamiento que tuvieron los turistas canadienses en su visita a la provincia de Mendoza en el trienio comprendido entre junio de 2.009 a mayo de 2.012, además se comparan sus características particulares con el total de turistas que visitaron el destino.

CON QUIÉN VIAJA

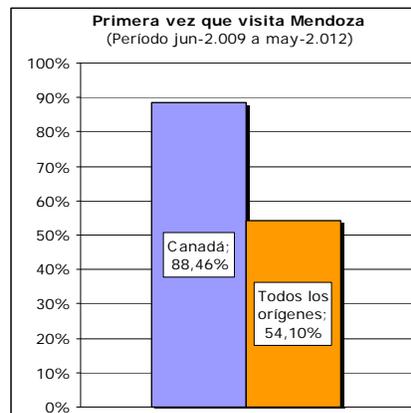
El 45,19% de los turistas canadienses viajaron acompañados de su familia, un 33,65% acompañado de sus amigos y un 21,15% solo. Comparando con el total de los turistas, observamos que una mayor cantidad viaja con su familia, el 67,12%; una menor cantidad con amigos y en soledad con el 15,71% y 11,69% respectivamente.

¿Con quién viaja? Período junio de 2.009 a mayo de 2.012						
Residencia	Solo	Familia	Amigos	Grupo de Estudiantes	Grupo de trabajo	Otros
Canadá	21,15%	45,19%	33,65%	0,00%	0,00%	0,00%
Todos los orígenes	11,69%	67,12%	15,71%	0,70%	1,26%	3,51%

Elaboración propia

ES LA PRIMERA VEZ QUE VISITA MENDOZA

Un 88,46% de los canadienses que arribó a la Provincia lo hacía por primera vez un porcentaje menor que cuando no se discrimina por origen, en ese caso el valor asciende al 54,1%.



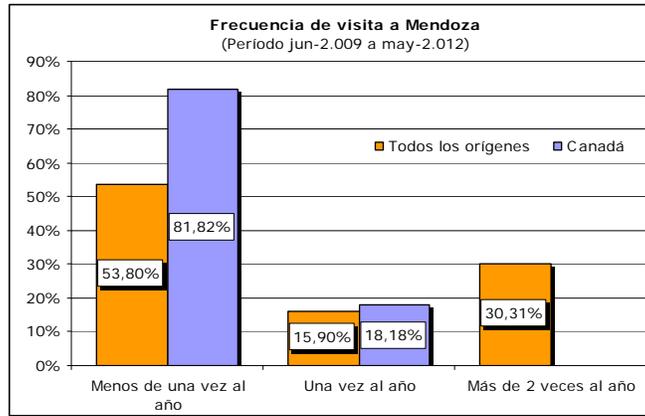
Elaboración propia

FRECUENCIA DE VISITA

Del 11,54% de los canadienses que habían visitado la Provincia, el 81,82% arriba menos de 1 vez por año. Cuando no discriminamos por origen observamos,



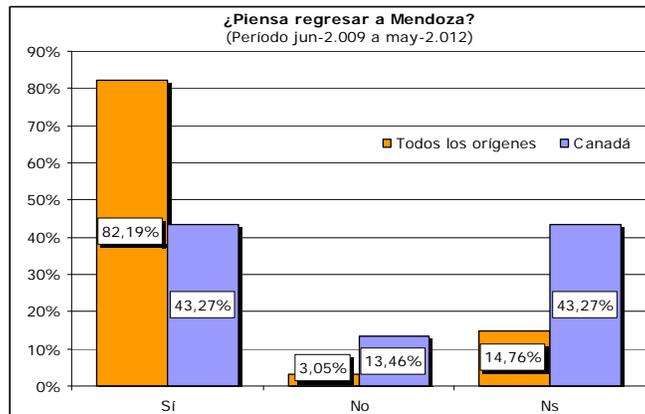
que del 45,9% que conocía Mendoza, un 30,31% ingresa a la Provincia como mínimo 2 veces al año.



Elaboración propia

PIENSA REGRESAR

El 82,19% de los turistas piensa regresar a la Provincia, en el caso de los canadienses el valor es del 43,27%. Un 13,46% de los oriundos de Canadá respondió que no regresará y un 43,27% duda acerca de su retorno.



Elaboración propia

EN QUÉ MEDIOS CONSULTÓ LA INFORMACIÓN ACERCA DEL VIAJE¹⁶

Un 58,29% de los turistas obtiene información a través de "Internet", un 23,88% recibe "Recomendaciones de familiares y/o amigos" y un 13,67% se asesora en "Agencias de Viaje". En el caso de los canadienses, el medio más consultado, para obtener información acerca del viaje, fue "Internet" con un 88,46%; seguido por las "Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas" con el 28,85% y las "Recomendaciones de familiares y/o amigos" con un 16,35%.

¹⁶ Los turistas hacen uso de más de un medio para informarse (Por ejemplo un visitante: navega en Internet, ve guías turísticas y consulta agencias de viaje)



Medios consultados para obtener información acerca del viaje Período junio de 2.009 a mayo de 2.012						
Residencia	Casas de Provincia o delegaciones oficiales	Internet	Agencias de Viaje	Guías turísticas o publicaciones especializadas escritas	Recomendaciones de familiares y/o amigos	Otros medios
Canadá	1,92%	88,46%	10,58%	28,85%	16,35%	2,88%
Todos los orígenes	2,65%	58,29%	13,67%	7,33%	23,88%	7,81%

Elaboración propia

CÓMO ORGANIZÓ SU VIAJE¹⁷

El 82,12% de quienes visitaron la Provincia organizaron ellos mismos el viaje (Ud. mismo); el 12,83% lo hizo a través de "Agencias de Viaje" y un 3,34% lo organizó con una "Institución u obra social". En el caso de los canadienses un 87,5% armó el viaje por su cuenta y un 8,65% contrató los servicios de las "Agencias de Viaje".

¿Cómo organizó su viaje? Período junio de 2.009 a mayo de 2.012					
Residencia	Ud. mismo	Por las personas a cargo del evento	Agencias de Viaje	Institución u obra social	Otros
Canadá	87,50%	0,96%	8,65%	1,92%	0,96%
Todos los orígenes	82,12%	0,78%	12,83%	3,34%	0,93%

Elaboración propia

QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZÓ PARA LLEGAR A LA PROVINCIA DE MENDOZA

El "Ómnibus o servicio similar" con un 47,76% fue el medio de transporte más elegido, seguido por el "Automóvil particular" con el 33,9% y en tercer lugar el "Avión" con el 17,83%. En el caso de los turistas canadienses, un 64,42% utilizó "Ómnibus o servicio similar" y un 33,65% el "Avión".

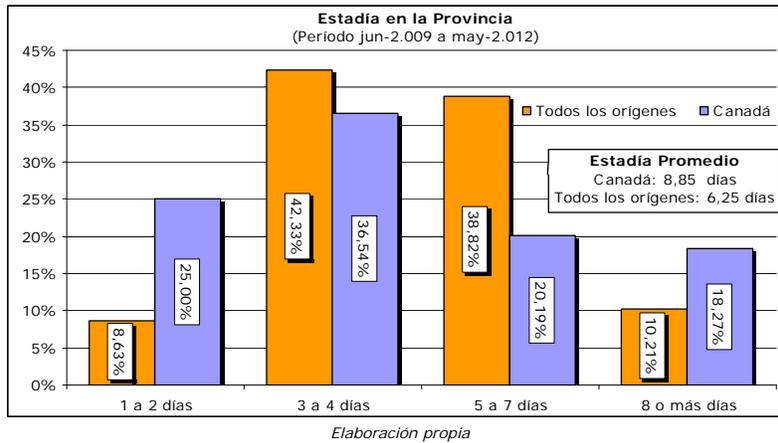
Transporte utilizado para el arribo Período junio de 2.009 a mayo de 2.012				
Residencia	Automóvil particular	Ómnibus o servicio similar	Avión	Otros
Canadá	0,96%	64,42%	33,65%	0,96%
Todos los orígenes	33,99%	47,76%	17,83%	0,42%

Elaboración propia

ESTADÍA

La permanencia en el destino fue de 6,25 días y de 8,85 en el caso de los canadienses. El 80% aproximadamente de los turistas permaneció entre 3 y 7 días, y en el caso de los oriundos de Canadá un 36,54% permaneció entre 3 y 4 días.

¹⁷ Existe una fuerte correlación entre la manera de organizar el viaje y los medios utilizados para informarse.



ACTIVIDADES¹⁸

En relación a las actividades que han realizado o pensaban realizar, el 64,34% de los turistas de la Provincia mencionó visitas a “atractivos culturales”, un 45,06% manifestó “atractivos naturales” y un 40,96% “bodegas y turismo rural”. Alrededor de un 50% los canadienses manifestaron realizar actividades en “atractivos culturales”, “atractivos naturales” y “bodegas - turismo rural”

¿Cuáles son las actividades que realizó o piensa realizar? Período junio de 2.009 a mayo de 2.012		
Actividades	Canadá	Todos los orígenes
Visita a bodegas - Turismo rural	50,96%	40,96%
Visita a spa, termas	23,08%	19,15%
Deportes invernales	1,92%	2,52%
Turismo aventura	20,19%	8,53%
Caza y/o pesca	0,96%	0,27%
Asistencia de festivales y espectáculos culturales	10,58%	13,34%
Visita a atractivos culturales	54,81%	64,34%
Visita a atractivos naturales	51,92%	45,06%
Casino - Juegos de azar	1,92%	4,98%
Compras	3,85%	19,83%
Salidas nocturnas	11,54%	12,28%
Congresos y eventos	3,85%	2,25%
Otros	1,92%	3,82%

Elaboración propia

LUGARES VISITADOS¹⁹

El 57,64% de los visitantes de la provincia de Mendoza visitó o iba a visitar “Alta Montaña”, un 37,98% “Cacheuta”, un 17,71% “Villavicencio”, un 14,37% “Potrerillos” y un 11,44% “San Rafael”. En relación a los canadienses, más de un 50% manifestó “San Rafael”, “Valle de Uco” y “Alta Montaña”.

¹⁸ En la Encuesta se les solicita a los turistas que seleccionen la/s actividades realizada/s o a realizar, por lo que los totales excepcionalmente pueden ser igual a 100%

¹⁹ Debido a que la muestra se toma en el Gran Mendoza puede haber un sesgo a favor de los lugares que se encuentran en su zona de influencia. Además en la Encuesta se les solicita a los turistas que seleccionen el o los lugar/es visitado/s y/o a visitar, por lo que los totales excepcionalmente pueden ser igual a 100%.

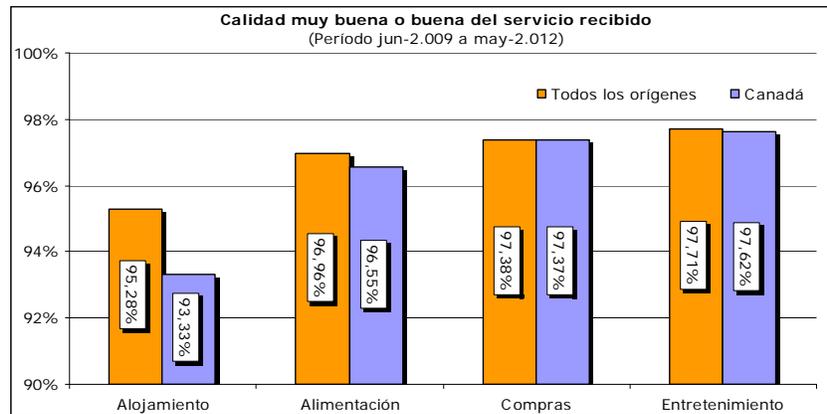


¿Qué otros lugares ha visitado o planea visitar? Periodo junio de 2.009 a mayo de 2.012										
Residencia	Alta Montaña	Uspallata	Potreriillos	Cacheuta	Villavicencio	Malargüe	San Rafael	Valle de Uco	Zona este	Otros
Canadá	50,96%	23,08%	1,92%	20,19%	0,96%	10,58%	54,81%	51,92%	1,92%	3,85%
Todos los orígenes	57,64%	11,20%	14,37%	37,98%	17,71%	2,62%	11,44%	3,24%	6,58%	3,58%

Elaboración propia

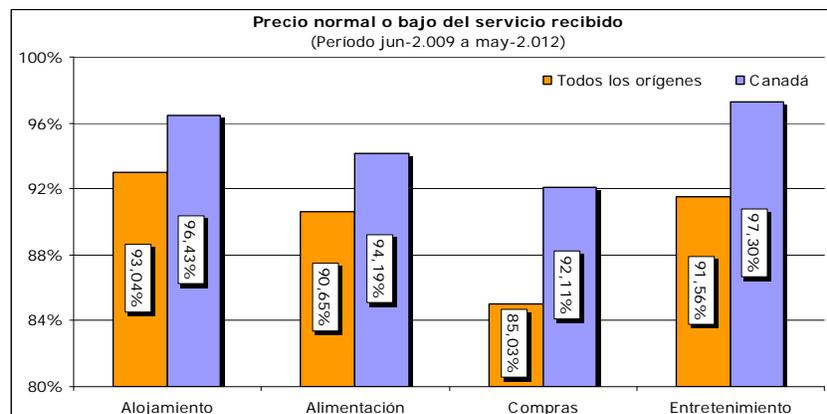
CALIDAD Y PRECIOS DE LOS SERVICIOS

Más del 95% de los turistas consideró la calidad del servicio recibido de "alojamiento", "alimentación", "compras" y "entretenimiento", como bueno o muy bueno. En el caso de los canadienses los valores son levemente inferiores, siendo el servicio con menor calificación positiva el "alojamiento" con valores el 93,33%.



Elaboración propia

En relación a los precios de los servicios de "alojamiento", "alimentación", y "entretenimiento", más del 90% respondió que eran normales o bajos, en el caso de las "compras" el valor disminuye al 85%. Los canadienses consideraron que los precios eran normales o bajos en mayor proporción que el total de los visitantes a la Provincia.



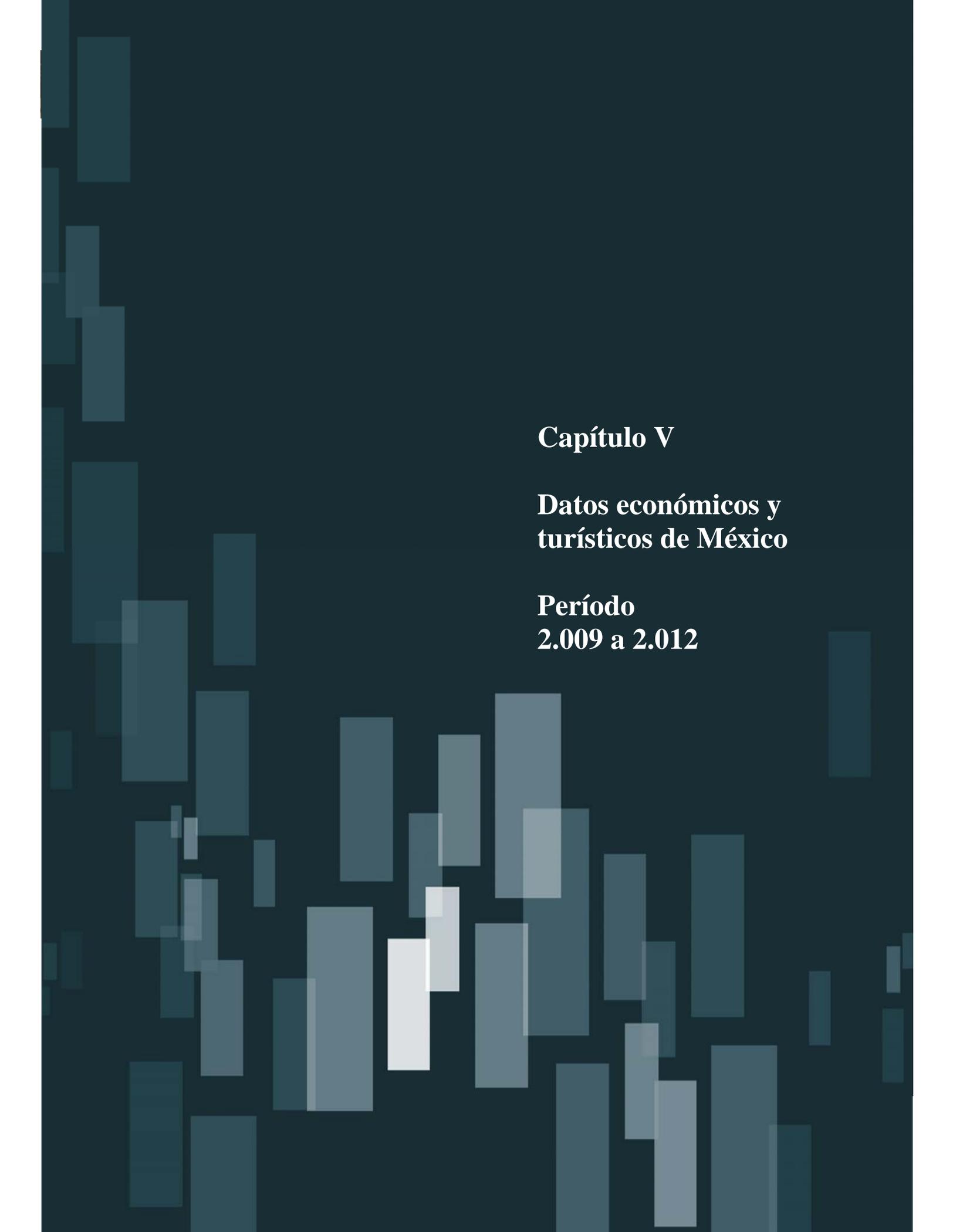
Elaboración propia



En el siguiente cuadro se muestran las valoraciones de calidad y precio de los servicios de: alojamiento, alimentación, entretenimiento y compras, del total de los turistas y de los canadienses.

¿Cuál es su opinión sobre la calidad (diversidad) y los precios de los siguientes bienes y servicios ofrecidos en Mendoza? Periodo junio de 2.009 a mayo de 2.012								
Servicio		Calidad				Precio de los servicios		
		MB	B	R	M	Alto	Normal	Bajo
Alojamiento	Todos los orígenes	27,87%	67,41%	3,83%	0,89%	6,96%	84,78%	8,26%
	Canadá	26,67%	66,67%	5,56%	1,11%	3,57%	86,90%	9,52%
Alimentación	Todos los orígenes	23,19%	73,76%	2,21%	0,83%	9,35%	83,40%	7,25%
	Canadá	22,99%	73,56%	2,30%	1,15%	5,81%	79,07%	15,12%
Compras	Todos los orígenes	20,59%	76,79%	2,30%	0,32%	14,97%	75,25%	9,77%
	Canadá	23,68%	73,68%	2,63%	0,00%	7,89%	68,42%	23,68%
Entretenimiento	Todos los orígenes	24,16%	73,55%	1,73%	0,55%	8,44%	82,79%	8,77%
	Canadá	23,81%	73,81%	2,38%	0,00%	2,70%	75,68%	21,62%

Elaboración propia



Capítulo V

Datos económicos y turísticos de México

**Período
2.009 a 2.012**



DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE MÉXICO

En el presente apartado se muestra información acerca del desempeño económico y turístico del país, en el cuatrienio 2.009 a 2.012.

INGRESOS POR HABITANTE

El PBI Per cápita, de los mexicanos, en 2.011 fue de 10.064 dólares, por lo que el Banco Mundial lo considera como un país de ingresos medios altos.

Producto Bruto Interno				
Período	PBI TOTAL (corriente)	Crecimiento del PBI TOTAL (A valores constantes)	Per cápita (corriente)	Categorización de ingresos (s/Banco Mundial)
2.010	\$ 1.035.870.880.242	5,52	\$ 9.133	Ingreso mediano alto
2.011	\$ 1.155.316.052.667	3,94	\$ 10.064	

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

INFLACIÓN Y MONEDA

La inflación minorista en el país ha sido igual al 3,41% en 2.011 lo que generaría en principio una leve pérdida de poder adquisitivo de su moneda²⁰

Inflación anual (Moneda: Nuevo Sol)	
Período	Inflación (IPC)
2.010	4,16%
2.011	3,41%

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

COMERCIO EXTERIOR

México tuvo un déficit comercial de 15 mil millones de dólares en 2.011, equivalente al 1,33% de su PBI. Por lo que en principio no posee restricciones en la disponibilidad de divisas²¹.

Comercio Exterior (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Saldo Balanza Comercial (Comercio neto de bienes y servicios)	Exportaciones	Importaciones
2.010	\$ -13.011.967.362	\$ 314.027.315.733	\$ 327.039.283.095
2.011	\$ -15.370.441.219	\$ 365.243.401.397	\$ 380.613.842.616

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

DEMOGRAFÍA

²⁰ Para analizar la pérdida de competitividad de un país se debe observar lo que sucede con el tipo de cambio real. El tipo de cambio real entre países, tiene en cuenta el nivel de precios del país de origen, el tipo de cambio nominal (entre las monedas de los países comparados) y los precios del país foráneo

²¹ Se carece de los resultados de la Balanza de Pagos para asegurar si el país posee o no excedentes de divisas.



México posee una población de aproximadamente 114 millones de habitantes, siendo su capital el México DF.

Demografía/Geográficos	
Población	Capital
114.793.341	México DF

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

TURISMO INTERNACIONAL

En 2.010, los mexicanos, realizaron 14,3 millones de viajes al exterior. En promedio cada uno de los viajes tuvo un gasto de 630 dólares, y en conjunto el país gastó en turismo fuera de sus fronteras 9 mil millones de dólares.

Turismo Internacional (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Cantidad de viajes	Monto total de los viajes	Gasto promedio por Viaje
2.009	13.942.000	\$ 8.626.000.000	\$ 618,71
2.010	14.395.000	\$ 9.075.000.000	\$ 630,43
Promedio	14.168.500	\$ 8.850.500.000	\$ 624,57

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

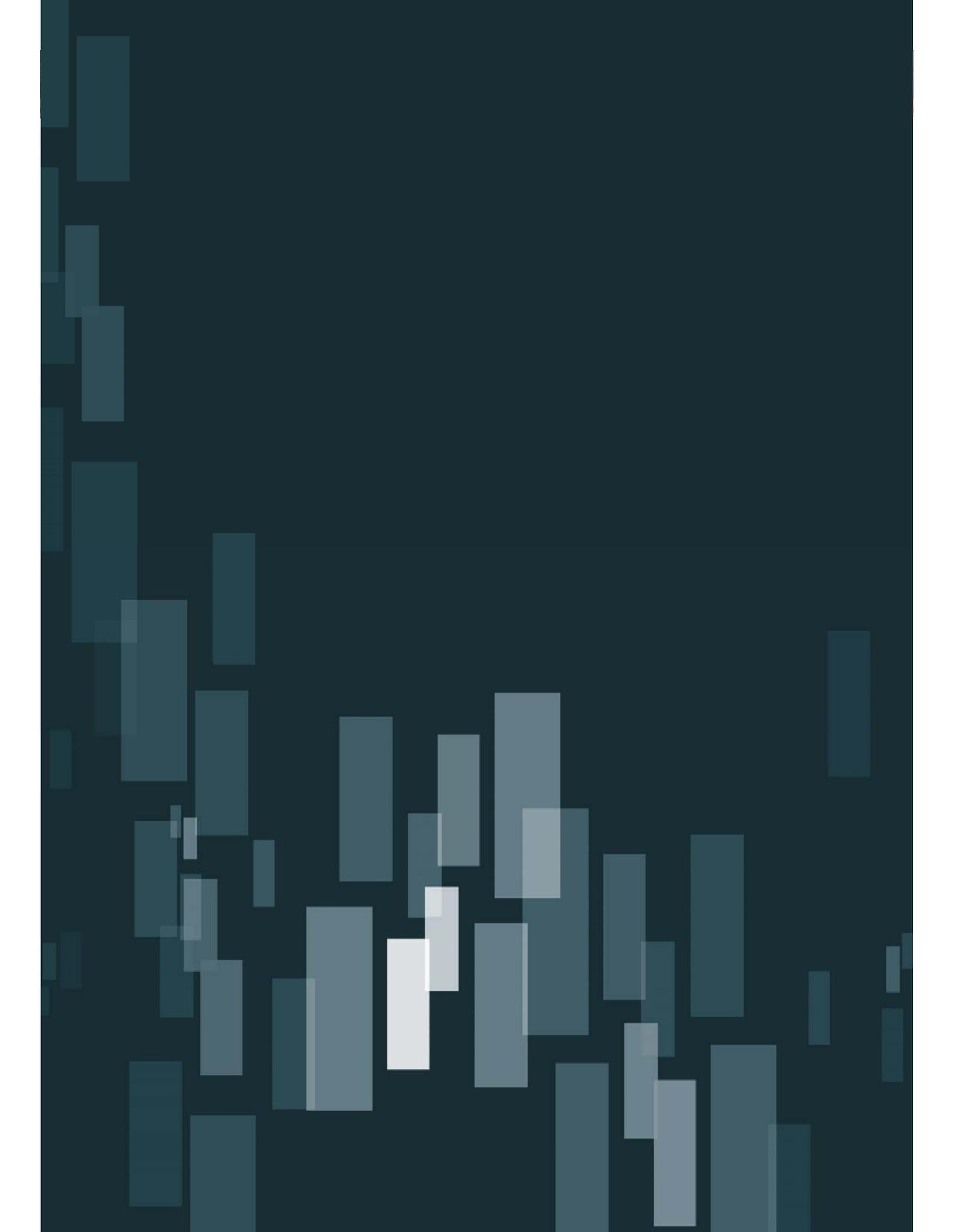
RELACIÓN CANTIDAD DE VIAJES POR HABITANTE²²

En promedio 12,5 de cada 100 mexicanos visitaron otros países en 2.010

Relación entre viajes y población			
Año	Cantidad de viajes	Población	Relación
2.010	14.395.000	114.793.341	0,125

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

²² Se ha relacionado la cantidad total de viajes y la población del país, lo que arroja como resultado la cantidad de viajes en promedio que realiza cada habitante. Se carece de datos suficientes para dividir a los habitantes en dos grupos: los que viajan al exterior y los que no lo hacen; para poder saber en promedio la cantidad de viajes que realiza cada poblador que sale de su país.





DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE COLOMBIA

En el presente apartado se muestra información acerca del desempeño económico y turístico del país, en el cuatrienio 2.009 a 2.012.

INGRESOS POR HABITANTE

Los colombianos poseían un PBI Per cápita en 2.011 de 7.067 dólares, por lo que el Banco Mundial lo considera como un país de ingresos medios altos.

Producto Bruto Interno				
Período	PBI TOTAL (corriente)	Crecimiento del PBI TOTAL (A valores constantes)	Per cápita (corriente)	Categorización de ingresos (s/Banco Mundial)
2.010	\$ 288.764.794.424	4,00%	\$ 6.237,52	Ingreso mediano alto
2.011	\$ 331.654.672.814	5,93%	\$ 7.067,44	

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

INFLACIÓN Y MONEDA

La inflación minorista en el país ha sido igual al 3,41% en 2.011 lo que generaría en principio una leve pérdida de poder adquisitivo de su moneda²³

Inflación anual (Moneda: Peso Colombiano)	
Período	Inflación (IPC)
2.010	2,28
2.011	3,41

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

COMERCIO EXTERIOR

En relación al Comercio Exterior, Colombia, obtuvo un superávit comercial de 851 millones de dólares en 2.011. Por lo que en principio no posee restricciones en la disponibilidad de divisas²⁴.

Comercio Exterior (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Saldo Balanza Comercial (Comercio neto de bienes y servicios)	Exportaciones	Importaciones
2.010	\$ -1.383.580.838	\$ 45.313.480.312	\$ 46.697.061.150
2.011	\$ 851.112.741	\$ 62.577.432.015	\$ 61.726.319.273

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

DEMOGRAFÍA

²³ Para analizar la pérdida de competitividad de un país se debe observar lo que sucede con el tipo de cambio real. El tipo de cambio real entre países, tiene en cuenta el nivel de precios del país de origen, el tipo de cambio nominal (entre las monedas de los países comparados) y los precios del país foráneo

²⁴ Se carece de los resultados de la Balanza de Pagos para asegurar si el país posee o no excedentes de divisas.



La población de Colombia es de aproximadamente 50 millones de habitantes, siendo su capital Bogotá.

Demografía/Geográficos	
Población	Capital
46.927.125	Bogotá

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

TURISMO INTERNACIONAL

En 2.009, los colombianos, realizaron 2,1 millones de viajes al exterior. En promedio cada uno de los viajes tuvo un gasto aproximado de 1.084 dólares, y en conjunto el país gastó en turismo fuera de sus fronteras 2,3 mil millones de dólares.

Turismo Internacional (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Cantidad de viajes	Monto total de los viajes	Gasto promedio por Viaje
2.009	2.122.000	\$ 2.302.000.000	\$ 1.084,83

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

RELACIÓN CANTIDAD DE VIAJES POR HABITANTE²⁵

En promedio 45 de cada 1.000 colombianos visitaron otros países en 2.009

Relación entre viajes y población			
Año	Cantidad de viajes	Población	Relación
2.009	2.122.000	46.927.125	0,045

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

²⁵ Se ha relacionado la cantidad total de viajes y la población del país, lo que arroja como resultado la cantidad de viajes en promedio que realiza cada habitante. Se carece de datos suficientes para dividir a los habitantes en dos grupos: los que viajan al exterior y los que no lo hacen; para poder saber en promedio la cantidad de viajes que realiza cada poblador que sale de su país.

Capítulo VII

Datos económicos y turísticos de Venezuela

**Período
2.009 a 2.012**



DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE VENEZUELA

En el presente apartado se muestra información acerca del desempeño económico y turístico del país, en el cuatrienio 2.009 a 2.012.

INGRESOS POR HABITANTE

Los venezolanos poseían un PBI Per cápita en 2.011 de 10.809 dólares, por lo que el Banco Mundial lo considera como un país de ingresos medios altos.

Producto Bruto Interno				
Período	PBI TOTAL (corriente)	Crecimiento del PBI TOTAL (A valores constantes)	Per cápita (corriente)	Categorización de ingresos (s/Banco Mundial)
2.010	\$ 393.807.511.437,28	-1,488791251	\$ 13.657,75	Ingreso mediano alto
2.011	\$ 316.482.190.800,36	4,176425359	\$ 10.809,56	

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

INFLACIÓN Y MONEDA

La inflación minorista en el país ha sido igual al 26,09% en 2.011 lo que generaría en principio una elevada pérdida de poder adquisitivo de su moneda²⁶

Inflación anual (Moneda: Bolívar)	
Período	Inflación (IPC)
2.010	28,19%
2.011	26,09%

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

COMERCIO EXTERIOR

Venezuela mostró un superávit comercial de más de 35 mil millones de dólares en 2.011. Por lo que en principio no posee restricciones en la disponibilidad de divisas²⁷.

Comercio Exterior (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Saldo Balanza Comercial (Comercio neto de bienes y servicios)	Exportaciones	Importaciones
2.010	\$ 17.941.000.000	\$ 67.602.000.000	\$ 49.661.000.000
2.011	\$ 35.665.000.000	\$ 94.633.000.000	\$ 58.968.000.000

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

DEMOGRAFÍA

²⁶ Para analizar la pérdida de competitividad de un país se debe observar lo que sucede con el tipo de cambio real. El tipo de cambio real entre países, tiene en cuenta el nivel de precios del país de origen, el tipo de cambio nominal (entre las monedas de los países comparados) y los precios del país foráneo

²⁷ Se carece de los resultados de la Balanza de Pagos para asegurar si el país posee o no excedentes de divisas.



La población total de Venezuela es de aproximadamente 29 millones de habitantes, siendo su capital Caracas.

Demografía/Geográficos	
Población	Capital
29.278.000	Caracas

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

TURISMO INTERNACIONAL

Los venezolanos, en 2.009, realizaron 1,6 millones de viajes al exterior. En promedio cada uno de los viajes tuvo un gasto de 1.353 dólares, y en conjunto el país gastó en turismo fuera de sus fronteras 2,2 mil millones de dólares.

Turismo Internacional (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Cantidad de viajes	Monto total de los viajes	Gasto promedio por Viaje
2.009	1.651.000	\$ 2.234.000.000	\$ 1.353,12

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

RELACIÓN CANTIDAD DE VIAJES POR HABITANTE²⁸

En promedio 56 de cada 1.000 venezolanos visitaron otros países en 2.009

Relación entre viajes y población			
Año	Cantidad de viajes	Población	Relación
2.009	1.651.000	29.278.000	0,056

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

²⁸ Se ha relacionado la cantidad total de viajes y la población del país, lo que arroja como resultado la cantidad de viajes en promedio que realiza cada habitante. Se carece de datos suficientes para dividir a los habitantes en dos grupos: los que viajan al exterior y los que no lo hacen; para poder saber en promedio la cantidad de viajes que realiza cada poblador que sale de su país.

Capítulo VIII

Datos económicos y turísticos de Paraguay

**Período
2.009 a 2.012**



DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE PARAGUAY

En el presente apartado se muestra información acerca del desempeño económico y turístico del país, en el cuatrienio 2.009 a 2.012.

INGRESOS POR HABITANTE

Los paraguayos poseían un PBI Per cápita en 2.011 de 3.635 dólares, por lo que el Banco Mundial lo considera como un país de ingresos medios bajos.

Producto Bruto Interno				
Período	PBI TOTAL (corriente)	Crecimiento del PBI TOTAL (A valores constantes)	Per cápita (corriente)	Categorización de ingresos (s/Banco Mundial)
2.010	\$ 18.331.385.476	15,05%	\$ 2.840	Ingreso mediano bajo
2.011	\$ 23.877.089.240	4,04%	\$ 3.635	

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

INFLACIÓN Y MONEDA

La inflación minorista en el país ha sido igual al 8,25% en 2.011 lo que generaría en principio una mediana pérdida de poder adquisitivo de su moneda²⁹

Inflación anual (Moneda: Guaraní)	
Período	Inflación (IPC)
2.010	4,65%
2.011	8,25%

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

COMERCIO EXTERIOR

En relación al Comercio Exterior, Paraguay, tuvo déficit comercial del 2,7% del PBI. Por lo que en principio posee restricciones en la disponibilidad de divisas³⁰.

Comercio Exterior (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Saldo Balanza Comercial (Comercio neto de bienes y servicios)	Exportaciones	Importaciones
2.010	\$ -677.683.205	\$ 9.993.137.579	\$ 10.670.820.784
2.011	\$ -664.075.594	\$ 12.305.155.595	\$ 12.969.231.189

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

DEMOGRAFÍA

²⁹ Para analizar la pérdida de competitividad de un país se debe observar lo que sucede con el tipo de cambio real. El tipo de cambio real entre países, tiene en cuenta el nivel de precios del país de origen, el tipo de cambio nominal (entre las monedas de los países comparados) y los precios del país foráneo

³⁰ Se carece de los resultados de la Balanza de Pagos para asegurar si el país posee o no excedentes de divisas.



Paraguay posee una población de aproximadamente 6,5 millones de habitantes, siendo su capital Asunción.

Demografía/Geográficos	
Población	Capital
6.568.290	Asunción

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

TURISMO INTERNACIONAL

Los paraguayos, en 2.010, realizaron 313 mil de viajes al exterior. En promedio cada uno de los viajes tuvo un gasto de 859,4 dólares, y en conjunto el país gastó en turismo fuera de sus fronteras 269 millones de dólares.

Turismo Internacional (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Cantidad de viajes	Monto total de los viajes	Gasto promedio por Viaje
2.010	313.000	\$ 269.000.000	\$ 859,42

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

RELACIÓN CANTIDAD DE VIAJES POR HABITANTE³¹

En promedio 48 de cada 1.000 paraguayos visitaron otros países en 2.010

Relación entre viajes y población			
Año	Cantidad de viajes	Población	Relación
2.010	313.000	6.568.290	0,048

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

³¹ Se ha relacionado la cantidad total de viajes y la población del país, lo que arroja como resultado la cantidad de viajes en promedio que realiza cada habitante. Se carece de datos suficientes para dividir a los habitantes en dos grupos: los que viajan al exterior y los que no lo hacen; para poder saber en promedio la cantidad de viajes que realiza cada poblador que sale de su país.

Capítulo IX

Datos económicos y turísticos de Bolivia

**Período
2.009 a 2.012**



DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE BOLIVIA

En el presente apartado se muestra información acerca del desempeño económico y turístico del país, en el cuatrienio 2.009 a 2.012.

INGRESOS POR HABITANTE

Los bolivianos son considerados por el Banco Mundial como un país de ingresos medios bajos al poseer un PBI Per cápita en 2.011 de 2.421 dólares.

Producto Bruto Interno				
Período	PBI TOTAL (corriente)	Crecimiento del PBI TOTAL (A valores constantes)	Per cápita (corriente)	Categorización de ingresos (s/Banco Mundial)
2.010	\$ 19.649.724.656	4,13%	\$ 1.979	Ingreso mediano bajo
2.011	\$ 24.426.829.466	5,09%	\$ 2.421	

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

INFLACIÓN Y MONEDA

La inflación minorista en el país ha sido igual al 9,81% en 2.011 lo que generaría en principio una elevada pérdida de poder adquisitivo de su moneda³²

Inflación anual (Moneda: Peso Boliviano)	
Período	Inflación (IPC)
2.010	2,50%
2.011	9,81%

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

COMERCIO EXTERIOR

En relación al Comercio Exterior, Bolivia, tuvo superávit comercial de 345 millones de dólares en 2.011. Por lo que en principio no posee restricciones en la disponibilidad de divisas³³.

Comercio Exterior (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Saldo Balanza Comercial (Comercio neto de bienes y servicios)	Exportaciones	Importaciones
2.010	\$ 681.406.339	\$ 6.840.094.924	\$ 6.158.688.585
2.011	\$ 345.773.475	\$ 9.132.799.526	\$ 8.787.026.051

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

DEMOGRAFÍA

³² Para analizar la pérdida de competitividad de un país se debe observar lo que sucede con el tipo de cambio real. El tipo de cambio real entre países, tiene en cuenta el nivel de precios del país de origen, el tipo de cambio nominal (entre las monedas de los países comparados) y los precios del país foráneo

³³ Se carece de los resultados de la Balanza de Pagos para asegurar si el país posee o no excedentes de divisas.



La población total de Bolivia es de aproximadamente 10 millones de habitantes y su capital es La Paz.

Demografía/Geográficos	
Población	Capital
10.088.108	La Paz

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

TURISMO INTERNACIONAL

Los bolivianos, en 2.010, realizaron 708 mil visitas al exterior. En promedio cada uno de los viajes tuvo un gasto de 594 dólares, y en conjunto el país gastó en turismo fuera de sus fronteras 421 millones de dólares.

Turismo Internacional (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Cantidad de viajes	Monto total de los viajes	Gasto promedio por Viaje
2.009	628.000	\$ 388.000.000	\$ 617,83
2.010	708.000	\$ 421.000.000	\$ 594,63
Promedio	668.000	\$ 404.500.000	\$ 606,23

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

RELACIÓN CANTIDAD DE VIAJES POR HABITANTE³⁴

En promedio 7 de cada 100 bolivianos visitaron otros países en 2.010

Relación entre viajes y población			
Año	Cantidad de viajes	Población	Relación
2.010	708.000	10.088.108	0,07

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

³⁴ Se ha relacionado la cantidad total de viajes y la población del país, lo que arroja como resultado la cantidad de viajes en promedio que realiza cada habitante. Se carece de datos suficientes para dividir a los habitantes en dos grupos: los que viajan al exterior y los que no lo hacen; para poder saber en promedio la cantidad de viajes que realiza cada poblador que sale de su país.

Capítulo X

Datos económicos y turísticos de China

**Período
2.009 a 2.012**



DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS DE CHINA

En el presente apartado se muestra información acerca del desempeño económico y turístico del país, en el cuatrienio 2.009 a 2.012.

INGRESOS POR HABITANTE

Los chinos poseían un PBI Per cápita en 2.011 de 5.445 dólares, por lo que el Banco Mundial lo considera como un país de ingresos medios altos.

Producto Bruto Interno				
Período	PBI TOTAL (corriente)	Crecimiento del PBI TOTAL (A valores constantes)	Per cápita (corriente)	Categorización de ingresos (s/Banco Mundial)
2.010	\$ 5.930.529.470.799	10,4	\$ 4.433	Ingreso mediano alto
2.011	\$ 7.318.499.269.769	9,3	\$ 5.445	

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

INFLACIÓN Y MONEDA

La inflación minorista en el país ha sido igual al 5,41% en 2.011 lo que generaría en principio una mediana pérdida de poder adquisitivo de su moneda³⁵

Inflación anual (Moneda: Yuan Chino)	
Período	Inflación (IPC)
2.010	3,31%
2.011	5,41%

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

COMERCIO EXTERIOR

China tuvo un superávit comercial de 188 mil millones de dólares en 2.011. Por lo que en principio no posee restricciones en la disponibilidad de divisas³⁶.

Comercio Exterior (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Saldo Balanza Comercial (Comercio neto de bienes y servicios)	Exportaciones	Importaciones
2.010	\$ 223.023.871.713	\$ 1.743.582.554.645	\$ 1.520.558.682.932
2.011	\$ 188.320.774.172	\$ 2.086.660.066.857	\$ 1.898.339.292.685

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

DEMOGRAFÍA

³⁵ Para analizar la pérdida de competitividad de un país se debe observar lo que sucede con el tipo de cambio real. El tipo de cambio real entre países, tiene en cuenta el nivel de precios del país de origen, el tipo de cambio nominal (entre las monedas de los países comparados) y los precios del país foráneo

³⁶ Se carece de los resultados de la Balanza de Pagos para asegurar si el país posee o no excedentes de divisas.



China posee una población de aproximadamente 1,3 mil millones de habitantes, siendo su capital Pekín.

Demografía/Geográficos	
Población	Capital
1.344.130.000	Pekín

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

TURISMO INTERNACIONAL

En 2.010 los chinos realizaron 57 millones de visitas al exterior. En promedio cada uno de los viajes tuvo un gasto de 1.042 dólares, y en conjunto el país gastó en turismo fuera de sus fronteras 59,8 mil millones de dólares.

Turismo Internacional (Valores en u\$ corrientes)			
Período	Cantidad de viajes	Monto total de los viajes	Gasto promedio por Viaje
2.009	47.656.000	\$ 47.108.000.000	\$ 988,50
2.010	57.386.000	\$ 59.840.000.000	\$ 1.042,76
Promedio	52.521.000	\$ 53.474.000.000	\$ 1.015,63

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

RELACIÓN CANTIDAD DE VIAJES POR HABITANTE³⁷

En promedio 42 de cada 1.000 chinos visitaron otros países en 2.010

Relación entre viajes y población			
Año	Cantidad de viajes	Población	Relación
2.010	57.386.000	1.344.130.000	0,042

Elaboración propia en base a datos del Banco Mundial

³⁷ Se ha relacionado la cantidad total de viajes y la población del país, lo que arroja como resultado la cantidad de viajes en promedio que realiza cada habitante. Se carece de datos suficientes para dividir a los habitantes en dos grupos: los que viajan al exterior y los que no lo hacen; para poder saber en promedio la cantidad de viajes que realiza cada poblador que sale de su país.

Metodología



DATOS ECONÓMICOS Y TURÍSTICOS

Fuente

Banco Mundial – Datos de Países

<http://datos.bancomundial.org/pais>

OPTS Mendoza

Anuario Estadístico de Turismo de Mendoza de 2.012

Anuario Estadístico de Turismo de Mendoza de 2.011

Anuario Estadístico de Turismo de Mendoza de 2.010

www.optsmendoza.blogspot.com

Procesamiento

Dirección de Planificación, Innovación y Prospectiva Turística de la Ministerio de Turismo y el Observatorio para el Turismo Sostenible de la Provincia de Mendoza.

CARACTERIZACIÓN DEL TURISTA

Fuente

Datos e informes provistos por la Encuesta Provincial de Caracterización del Turista-Ciudad de Mendoza-DEIE – Ondas 63 a 98.

Procesamiento

Filtrado de datos desde las bases de la Encuesta Provincial de Caracterización del Turista-Ciudad de Mendoza-DEIE – Ondas 63 a 98.

Dirección de Planificación, Innovación y Prospectiva Turística de la Ministerio de Turismo y el Observatorio para el Turismo Sostenible de la Provincia de Mendoza.