

El Turismo Internacional en una Era de Cambio

Augusto Huéscar Martínez, Michel Julian

Resumen

■ El turismo es una actividad de una importancia económica considerable: exportó en 2009 unos 2.700 millones de dólares diarios. Ese mismo año, el turismo internacional sufrió un decrecimiento de 4,2 por ciento superior a los tres únicos años negativos previamente registrados desde el año 1950: 1982 (-0,1%), 1991 (-0,3%) y 2003 (-1,5%). Es una corrección apreciable a la tendencia que el turismo internacional ha experimentado de forma sostenida. El turismo es vulnerable, pero se recupera. No obstante volver a la senda de crecimiento histórico en la que estaba instalada tomará su tiempo y es cierto que ha de desarrollarse con renovados criterios de gestión. El marco económico y social que se ha ido conformando en los meses pasados crea un nuevo entorno que hace necesaria, más que nunca, una reflexión sobre el rumbo que ha de darse al desarrollo del turismo. El año 2008 presentó un punto de inflexión hacia mediados del año. En sus seis primeros meses el turismo internacional aumentó un 6 por ciento, pero decreció en los meses posteriores. El año 2009 consolidó un retroceso del turismo internacional en todas las regiones, salvo en África; los datos iniciales disponibles muestran un mantenimiento y en muchos casos crecimiento del turismo interno. Los turistas siguieron viajando pero en su propio país o a destinos cercanos, y mantuvieron un comportamiento mucho más conservador en el momento del gasto. Para el año 2010 la Organización Mundial del Turismo (OMT) espera que la demanda internacional crezca un 4% o quizás algo más. El mercado se ha hecho más rígido, mucho más competitivo y más dependiente de los mercados de proximidad y de algunos de los emergentes. El presente artículo aborda las características actuales del turismo y analiza su evolución entre 2008 y 2010, haciendo hincapié en el Caribe.

Palabras clave:

Crecimiento, resistencia, competencia, cambio, situación económica, factores de influencia

Abstract

Tourism is an activity of major economic importance. In 2009 it exported 2,700 million dollars a day. That same year, international tourism experienced a decline in arrivals of 4.2 per cent. It is the highest decrease recorded since 1950. International tourism has previously decreased only three times: 1982 (-0.1%), 1991 (-0.3%) and 2003 (-1.5%). It is a significant correction to the trend that international tourism has been experiencing in a sustained way. Tourism is vulnerable, but resilient. Going back to the historical growth path in which tourism was placed will take time and will certainly require renewed management criteria. The economic and social framework which has been taken shape in recent months creates a new environment that requires, more than ever, a reflection on the course tourism development should follow. The year 2008 showed a turning point in the mid-year. In its first six months, international tourism grew by 6 percent, but declined in subsequent months. 2009 consolidated the decline of international tourism in all regions except Africa. Preliminary data show the resilience and, in many cases, the growth of domestic tourism. Tourists continued to travel but closer to home and adopted more conservative expenditure behaviour. By 2010 the World Tourism Organization (UNWTO) expects international demand to grow by 4% or even some more. The market has become more rigid, much more competitive and more dependent on local markets as well as on some emerging ones.

This article deals with current characteristics of tourism and examines its evolution between 2008 and 2010, with emphasis on the Caribbean.

Key Words:

Growth, strength, competition, change, status of the economy, factors of influence

Introducción

Una mirada convencional sobre el turismo

■ Una vista retrospectiva de la evolución del turismo nos define los rasgos estructurales del turismo tal como lo conocemos en la actualidad. El turismo, tanto el internacional como el interno, se ha caracterizado por su permanente tendencia al crecimiento. Entre 1950 y 2008 las llegadas por turismo internacional pasaron de 25 millones a 900 millones, creciendo a una tasa media anual de 6,3 por ciento. Conviene recordar que las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) cifran el turismo interno en hasta cinco veces el volumen del turismo internacional.

El paso del tiempo ha impuesto, por un lado, ritmos de crecimiento menor y, por otro, un claro proceso de diversificación de destinos, de motivación y de momento de practicar el turismo. Esto se ha potenciado por la incorporación permanente de nuevos destinos deseados de contar con el turismo en su estrategia de desarrollo. Una muestra: en 1950 el 97 por ciento del flujo turístico se concentraba en tan solo 15 países; en 2009 los primeros quince países receptores captaron poco más de la mitad del total mundial (53%). La primera consecuencia es que el turismo se hace más complejo y más competitivo. Se tiende a viajar todo el año gracias al fraccionamiento creciente de las vacaciones y al escalonamiento de las vacaciones escolares y laborales.

Los destinos de alguna manera ya consolidados, como buena parte de los caribeños, tienen que mantenerse en el mercado en base a creatividad, innovación, calidad y autenticidad frente a la oferta que plantean los recién llegados más orientada hacia precios, aunque se beneficien del acceso a la experiencia de gestión turística (transferencia tecnológica) y de unos aceptables niveles de calidad.

También las vacaciones son mucho más variadas por su motivación, la duración de la estancia y el tipo de alojamiento utilizado. Esto ha propiciado una ampliación de la oferta de destinos y un fuerte desarrollo tanto en el turismo cultural, rural, urbano o en el turismo de deportes, de naturaleza, de aventura, de cruceros y toda clase de combinaciones entre los tipos de turismo. Se ha registrado por igual una sustancial expansión de los segmentos de turismo de incentivos, congresos y reuniones. A pesar de esa clara tendencia a la diversificación de los flujos turísticos, conviene decir que aún perduran pautas tradicionalmente observadas en el comportamiento de los turistas de forma que el segmento de sol y playa es y seguirá siendo, a medio plazo, el de mayor dimensión.

El turismo ha hecho frente a numerosos impactos exógenos (económicos, políticos, desastres naturales, pandemias, entre otros) y seguirá haciéndolo. El turismo es vulnerable, pero también ha demostrado ser resistente a los choques externos. El turismo se ve afectado por

dichos factores pero no está a su merced porque: a) es una necesidad para quienes lo practican, ya sea por ocio, negocio u otros motivos; b) por la capacidad de gestión de crisis acumulada en los sectores público y privado; y c) por la nueva percepción que hoy tienen los turistas sobre la "seguridad".

Los acontecimientos vividos en los años 2001 y 2003 originaron lo que posiblemente hayan sido los momentos de mayor dificultad sufridos por el turismo hasta la fecha. No obstante, en 2004 el turismo internacional experimentó una recuperación de escasos antecedentes en la serie histórica de llegadas del turismo internacional: un crecimiento de 10 por ciento respecto al año anterior.

La experiencia de varias décadas de análisis muestra que si bien es cierto que puede sufrir desaceleración en su crecimiento, el turismo tiende a recuperarse con una rapidez que no es usual en un sector económico tan importante. En el año 2009 sólo el turismo internacional generó 852.000 millones de dólares en el mundo, a los que se ha de añadir unos 161.000 millones por los servicios exportados en el capítulo de transporte internacional.

Dónde estamos...?

En 2010 tenemos que plantearnos si todo sigue igual. Estamos instalados irremediablemente en una pendiente de crecimiento? Todo parece indicarnos que nos adentramos en una nueva era. La economía está cambiando, la sociedad mundial también. El turismo no puede permanecer como antes. Se transforma a resultados de la mutación de su entorno.

... en un entorno de cambio

En un mundo capaz de romper con tradiciones tan largamente asentadas que hacen noticia universal la elección del primer presidente afroamericano en los Estados Unidos de América.

En una crisis económica a la que hay que buscar parangón en los años treinta del pasado siglo.

En un debate generalizado sobre la velocidad del cambio climático, donde los gobiernos y la sociedad civil se esfuerzan en aplicar medidas para mitigar sus efectos a la vez que se impulsa una economía verde de la que se espera una contribución innovadora a la economía convencional y un nuevo yacimiento de puestos de trabajo.

En un mundo en el que los flujos migratorios se cuentan en millones y se calcula que hasta el año 2050 han de ser bastantes millones más.

En un mundo con una creciente conciencia en la preservación de su patrimonio cultural, social y natural. Con un mayor interés por mejorar la gestión de recursos básicos como el agua, el aire o las materias primas. Con ajustes pendientes en los tipos de cambio en países con peso importante en la economía internacional, con unos precios volátiles de los productos energéticos o de alimentación humana que hacen bascular las balanzas de pagos de países proveedores y compradores de forma dramática en poco tiempo.

En el campo estrictamente turístico asistimos a la presencia de mercados emergentes que superan las previsiones más optimistas en cuanto a emisión y también como receptores, lo que no sólo reordena la lista de destinos nacionales sino que potencia la competencia entre destinos de forma significativa. Se profundiza la necesidad de reforzar los destinos, es decir la acción y la gestión a escala local, o se presta cada vez más atención al enorme segmento de oferta que en todos los países forman las micro, pequeñas y medianas empresas y a la participación de la población local. También a la internacionalización de las empresas turísticas. La preocupación por el uso eficiente de los recursos es

2008: el inicio del deterioro económico

que están influyendo de forma positiva y negativa en la evolución del turismo internacional.

El año 2008 estuvo marcado por la situación económica mundial en la que la crisis financiera global irrumpió con fuerza a mediados de año, produciendo la mayor recesión económica desde la Segunda Guerra Mundial. Aunque el turismo resiste mejor a la crisis económica global que muchos otros sectores, no ha permanecido inmune al actual deterioro económico. Tras cuatro años consecutivos de crecimiento sostenido, a mediados del 2008 se produjo un cambio brusco de tendencia con una caída significativa de la demanda turística provocada por una crisis primero financiera y luego económica que ha afectado a buena parte del mundo, especialmente al mundo desarrollado.

De acuerdo a las cifras divulgadas por la OMT, en 2008 las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 919 millones, en comparación con los 900 millones de llegadas registradas el año anterior. Este crecimiento mundial (+2%) se debe a los buenos resultados de la primera parte del año, justo antes del colapso de los mercados financieros. Globalmente, el crecimiento del 6 por ciento en los seis primeros meses de 2008 dio lugar a una disminución del 1 por ciento durante la segunda mitad del año.

La OMT señala que todas las regiones obtuvieron resultados positivos salvo Europa que sufrió un estancamiento de las llegadas (+0,4%). El mejor

universal y por ello todas las administraciones, por supuesto también las empresas turísticas, se ven afectadas en sus sistemas de gestión. La lucha contra la pobreza y, más recientemente, contra el cambio climático, son objetivos explícitos de la comunidad internacional. La implantación cada vez más generalizada de tecnologías de información y comunicación están modificando los esquemas tradicionales de administración, producción, distribución y venta en el sector turístico.

Hay pues una larga lista de factores que señalan al cambio; algunos sólo se han hecho explícitos o, simplemente, ahora son más visibles. La respuesta pendiente sin duda ha de pasar por el conocimiento, la preparación de los profesionales y en una acción mejor coordinada entre los actores públicos, los agentes empresariales y la sociedad civil.

A continuación se presenta un análisis de la evolución del turismo internacional en el período comprendido entre 2008 y el primer cuatrimestre del 2010. Se incluye una mención a las previsiones establecidas por la Secretaría de la OMT para todo el año 2010. Para el Caribe se presenta, además, un resumen de los factores

comportamiento se observó en Oriente Medio, donde las llegadas de turistas internacionales alcanzaron los 56 millones, un aumento del 19 por ciento sobre el año anterior. África registró un crecimiento del 3 por ciento. Por el contrario, Asia y el Pacífico sufrieron una disminución importante en las llegadas en comparación con los excelentes años anteriores, creciendo poco más del 1 por ciento en 2008.

En cuanto a Las Américas, las llegadas a esta región alcanzaron los 148 millones (+3%), impulsadas por el buen comportamiento de los destinos de América Central y del Sur (6% y 4% respectivamente) y por la fortaleza del tráfico hacia los Estados Unidos de América durante la primera mitad del año.

El Caribe registró un modesto crecimiento de las llegadas del 1 por ciento. Algunos destinos como Cuba (+9%) y Aruba (+7%) lograron excelentes resultados, mientras que los inferiores resultados del resto del área caribeña se pueden atribuir en gran medida a los elevados precios de los billetes de avión y a la disminución de la capacidad aérea, así como a las dificultades económicas en los Estados Unidos de América y en Europa.

La OMT estima que los ingresos provenientes del turismo internacional alcanzaron los 941.000 millones de dólares en 2008, lo que supuso un crecimiento de 1.3 por ciento en términos reales (es decir, ajustado al tipo de cambio y a la inflación). El Caribe captó 23.600 millones de dólares EE.UU., lo que representa un 2,5 por

ciento del total mundial. Estos ingresos derivados del turismo representan la primera categoría de exportación para gran parte de las islas del Caribe. En algunas, los ingresos por turismo internacional pueden representar hasta seis veces las exportaciones de bienes. En cuanto a

la participación de los ingresos por turismo internacional en las exportaciones de servicios, la mayor parte de las islas del Caribe registran ratios dentro del rango 60-90 por ciento, muestra de la prominencia del turismo en dichos Estados y territorios insulares.

Turismo en el Caribe: Factores que han influido en su reciente evolución

La situación turística en el Caribe actual está fuertemente marcada por la de la economía mundial y la de los países emisores a los destinos de esta región. Es sin duda el factor más veces señalado por el Grupo de Expertos de la OMT. Según estos expertos, el deterioro de la economía se manifiesta por elementos tales como:

- el aumento del desempleo,
- la pérdida de confianza de los consumidores,
- las tasas de cambio desfavorables,
- y las previsiones económicas negativas en algunos mercados emisores.

Sobre esa base se apoya parte de las opiniones de los expertos a la hora de manifestar que se está produciendo una contracción de la demanda a pesar de las reducciones de precios y tarifas de los servicios turísticos. Esta situación a su vez lleva a una clara reducción del gasto medio por turista recibido.

El mercado se está haciendo más complejo dado el sensible incremento de la competencia en destinos de Europa, Norte de África, Estados Unidos y Canadá. Buena parte de ellos está actuando en base a precios muy agresivos.

Se aprecia también una contracción de llegadas en el segmento de negocios e industria de reuniones.

Los factores que han influido de forma negativa según el Grupo de Expertos de la OMT se enumeran a continuación:

1. Contracción de la demanda a pesar de las reducciones de precios y tarifas de los servicios turísticos. Esta situación a su vez lleva a una clara reducción de los gastos medios por turista recibido.
2. Un mercado más complejo dado el sensible incremento de la competencia en destinos de Europa, Norte de África, Estados Unidos y Canadá. Buena parte de ellos está actuando en base a precios muy agresivos.
3. Contracción en la inversión para la ampliación o mejora de la oferta.
4. Reducción de los presupuestos de apoyo a la promoción y sistemas de venta.
5. Inestabilidad del transporte aéreo.
6. La amenaza de huracanes en la zona como factor estacional.

También se puede sintetizar los factores de influencia que contribuyen a paliar o mejorar la situación de algunos destinos caribeños:

1. Mejorar la relación calidad-precio percibida por los turistas.
2. Incrementar el valor añadido para los turistas.
3. Aumentar y mejorar la inversión promocional
4. Mejorar la comercialización
5. Focalizar en segmentos que han mostrado mejor comportamiento como los turistas repetitivos, los del segmento de viajes de novio y la creación de nuevos productos.

Esta trama de factores puede tener muchas lecturas pero hay una que parece muy sugerente en el sentido de la preocupación percibida por actualizar, refrescar y diversificar el producto turístico caribeño. En este sentido se ha de citar los esfuerzos que en muchos destinos se está haciendo por ofrecer nuevos productos que tienen su raíz en el patrimonio natural y cultural, en eventos deportivos, en eventos de otra naturaleza (musicales por ejemplo) o en nichos específicos en los que se puede mejorar la calidad de los servicios prestados.

Otra preocupación evidente es la de actuar mejor en los mercados emisores. Significa mejor información del cliente objetivo y desde luego más pero sobre todo mejor acción promocional. En el contexto actual de limitaciones económicas, y por lo tanto presupuestarias, hay dos vías que se hacen más evidentes: La eficacia en las campañas promocionales y la cooperación entre el sector público y el privado. Tradicionalmente los tiempos de crisis alientan el trabajo en común, también entre las administraciones públicas.

En tercer lugar, aunque de gran importancia, es el conjunto de factores que tienen que ver con facilitar la accesibilidad a los destinos. En el Caribe eso significa mantener la preocupación por ampliar la oferta de transporte aéreo a tarifas competitivas, además de mejorar la infraestructura portuaria para atraer más cruceros.

2009: año de la crisis anunciada

■ Como se preveía, la tendencia a la baja de la demanda turística que se inició a partir de mediados del año 2008 como consecuencia del deterioro económico mundial se intensificó en 2009, año en el que la OMT estima que las llegadas de turistas internacionales en el mundo, 880 millones, descendieron un 4,2 por ciento. Generaron 852.000 millones de dólares de los Estados Unidos, lo que supuso un descenso, en términos reales, del -5,7 por ciento respecto al año anterior.

En las Américas, la gripe A(H1N1) se sumó a los efectos de la crisis económica mundial, impactando los flujos de llegadas a México y en destinos tanto de América Central como del Sur.

Las llegadas a los destinos del Caribe disminuyeron un 2,9 por ciento en 2009, reflejando la debilidad y los cambios de comportamiento de los mercados de ocio de América del Norte y de Europa. De los países con datos de llegadas muy pocos finalizaron en positivo el año, entre ellos Cuba, Jamaica, República Dominicana y San Eustaquio. Los ingresos por turismo internacional, sin considerar los atribuibles a transporte internacional, ascendieron a 22.200 millones de dólares EE.UU., un 4,4 por ciento menos que el año precedente. Nótese que esa cifra es de un orden de magnitud similar a los ingresos de América del Sur (18.200 millones de dólares) y de América Central (5.900 millones de dólares) juntos.

Llegadas de turistas internacionales por (sub)regiones

Llegadas de turistas internacionales (millones)	Cuota de mercado (%)		Variación (%)		Crecimiento medio anual (%)			
	1990	2000	2008	2009*	08/07'	09*/08	'00-'09*	
Mundo	438	683	919	880	100	2.0	-4.2	2.9
Europa	265.0	392.2	487.2	459.7	52.2	0.4	-5.7	1.8
Europa del Norte	28.6	43.7	56.4	53.1	6.0	-2.9	-5.8	2.2
Europa Occidental	108.6	139.7	153.2	146.0	16.6	-0.4	-4.7	0.5
Eur. Central/Oriental	33.9	69.3	100.0	89.5	10.2	3.5	-10.4	2.9
Eu. Meridional/Medit.	93.9	139.5	177.7	171.1	19.4	0.5	-3.7	2.3
Asia y el Pacífico	55.8	110.1	184.0	181.2	20.6	1.1	-1.6	5.7
Asia del Nordeste	26.4	58.3	101.0	98.1	11.1	0.0	-2.9	5.9
Asia del Sudeste	21.2	36.1	61.7	62.1	7.1	3.4	0.6	6.2
Oceanía	5.2	9.6	11.1	10.9	1.2	-0.9	-1.8	1.4
Asia Meridional	3.2	6.1	10.3	10.1	1.1	1.1	-1.5	5.8
Américas	92.8	128.9	147.8	140.7	16.0	2.8	-4.8	1.0
América del Norte	71.7	91.5	97.7	92.1	10.5	2.6	-5.7	0.1
El Caribe	11.4	17.1	20.1	19.5	2.2	1.2	-2.9	1.5
América Central	1.9	4.3	8.2	7.6	0.9	6.4	-7.4	6.5
América del Sur	7.7	15.9	21.8	21.4	2.4	3.8	-1.6	3.3
África	14.8	26.5	44.3	45.7	5.2	2.5	3.1	6.2
África del Norte	8.4	10.2	17.1	17.6	2.0	4.8	2.5	6.2
África Subsahariana	6.4	16.3	27.2	28.1	3.2	1.1	3.4	6.3
Oriente Medio	9.6	24.9	55.6	52.9	6.0	19.0	-4.9	8.8

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)
* Cifras preliminares

Aunque las condiciones económicas desfavorables influyeron negativamente en la demanda turística, a lo largo del año se evidenció una moderación en el decrecimiento de los flujos turísticos mundiales.

Los factores que más han influido en la elección de destinos han sido: distancia, precios, relación calidad/precio, y calidad de recursos y productos.

Los turistas, por lo general, todavía viajan a un reducido número de destinos. Pesan mucho "los tópicos". Hay, por consiguiente, muchas oportunidades para generar nuevos productos. Con frecuencia muchos de los recursos turísticos, e incluso algunos países de la región americana, son auténticos desconocidos para el viajero.

2010: Recuperación con crecimiento incierto

■ En el cuatrimestre enero-abril 2010 hubo una recuperación notable de la demanda: creció un 7 por ciento. Se confirma así la evolución en positivo ya detectada en los últimos meses de 2009. Es una recuperación desigual de forma que es claramente al alza en países emergentes de Asia y Oriente Medio. Los primeros datos hasta mayo 2010 muestran que se mantiene la tendencia al crecimiento en positivo. Asia y el Pacífico creció un 12 por ciento. La región de las Américas mejoró respecto al primer cuatrimestre de 2009 en un 6 por ciento. Por encima de ese valor medio regional se situaron América Central (8%) y América

Naturaleza y cultura son los recursos básicos de atracción para el mercado turístico de las Américas. Entre los tipos de viajes realizados, los más frecuentes son los que combinan: ciudades + naturaleza + cultura; playa + naturaleza + cultura; ciudad + playa + cultura.

Hay cuatro asuntos clave que se han de operar eficazmente: a) gestionar convenientemente la marca del destino; b) proporcionar un papel clave al canal de distribución atendiendo debidamente las nuevas formas que adquiere; c) desarrollar una estrategia flexible de precios; y d) considerar la calidad del producto como una decisiva herramienta de marketing.

del Norte (7%). América del Sur (5%) y el Caribe (4%) crecieron ligeramente menos.

Hay un mensaje de esperanza: Para el año 2010 la OMT espera que el crecimiento en el mundo se sitúe en el entorno del 4 por ciento. Los resultados esperados se verán beneficiándose de la mejora de la situación económica. Como elementos de incertidumbre se mantienen: la elevada tasa de desempleo, la desaparición paulatina de los estímulos a las economías nacionales, los programas de austeridad o el incremento de la presión fiscal.

Conclusión

■ Las circunstancias actuales ponen a prueba, una vez más, la capacidad de desarrollo del turismo. Los datos disponibles muestran que vivimos una época de crecimiento limitado. Se abre un período difícil que se puede convertir en una oportunidad para volver a pensar estrategias de desarrollo y criterios de gestión del turismo. La mayor complejidad y competencia entre destinos, las consecuencias esperadas de un cambio climático o las limitaciones que existen a medio plazo de determinados recursos marcan la necesidad de buscar nuevas fórmulas de desarrollo que acerquen más decididamente a abordar temas que son base para un futuro cierto del sector turístico y de nuestra sociedad. Sin duda hay que pensar en una más intensa aplicación de los criterios de desarrollo sostenible y a usar de forma más racional los recursos. A la vez se ha de potenciar la conciencia cada vez más amplia de hacer del turismo una fuerza que contribuya de forma decidida a eliminar

las barreras que impiden reducir el desempleo, la pobreza, el hambre u otros estigmas que afectan a capas importantes de la población en el mundo.

Un factor clave en esa toma de conciencia es el hecho de que la sociedad se está moviendo en ese sentido de conseguir un mayor desarrollo, pero bajo criterios de sostenibilidad y solidaridad. Es la sociedad civil la que está de alguna manera apoyando, y acelerando, la puesta en práctica de nuevos criterios de gestión que hagan del turismo un sector más respetuoso con el medio que es su soporte. El turismo es víctima y también vector del cambio climático, por lo que la expansión del turismo no podrá realizarse indefinidamente con los criterios pasados. Los sectores público y privado tiene ante sí el reto de continuar trabajando conjuntamente y con la sociedad civil para garantizar la sostenibilidad económica, social y medioambiental del turismo.

Referencias

- Organización Mundial del Turismo (2009). Barómetro OMT del Turismo Mundial, vol. 7, núm. 3, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (2010). Barómetro OMT del Turismo Mundial, vol. 8, núm. 1-2, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo (2010). UNWTO Tourism Highlights, Edition 2010, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo – Secretaría General Iberoamericana (2009) Turismo en Iberoamérica, Edición 2009, Madrid.
- Nota de los autores: Las ideas expuestas en el presente artículo corresponden exclusivamente a sus autores.

Notas biográficas

Augusto Huéscar Martínez

Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense (Madrid). Trabajó en la Oficina Técnica de la Dirección General de Promoción del Turismo hasta 1971. Después prestó sus servicios en la Sociedad de Investigación Económica y en la Empresa Nacional de Ingeniería y Tecnología. En 1977 ingresó en la Organización Mundial del Turismo (OMT) donde fue responsable de la Unidad de Análisis Económico hasta 1985. Pasó luego a trabajar en el Departamento de Cooperación Técnica. En 1990 fue nombrado Representante Regional para las Américas y en 1998 Director ad interim del Departamento de Estadísticas, en 1999 Director del Departamento de Estudios de Mercado y desde 2006 a 2008 de nuevo se ocupó de la Representación Regional de las Américas.

Michel Julian

Licenciado en Economía por la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (Santo Domingo, República Dominicana). Posee un Master en economía internacional y un Master en economía del turismo (Université des Sciences Sociales – IEP, Toulouse). Es Doctorando de la Universidad Complutense de Madrid y su investigación se centra en la medición económica del turismo en los Pequeños Estados Insulares en Desarrollo. Desde 2001 es funcionario internacional del Programa de Tendencias del turismo y estrategias de marketing de la Organización Mundial del Turismo (OMT). Anteriormente trabajó en la Unidad de Análisis Económico de la Oficina Nacional de Planificación de la República Dominicana.

Contacto:

Augusto Huéscar Martínez: ahuescarmartinez@gmail.com
Michel Julian: mjulian7@hotmail.com