



TURISMO DOMINICANO
UNA DÉCADA DE APORTES
2009  2019



TURISMO DOMINICANO

UNA DÉCADA DE APORTES

2009  2019



CONTENIDO

CARTA DEL PRESIDENTE DE ASOHAHORES	6
CARTA DEL PRESIDENTE EJECUTIVO DEL BANCO POPULAR DOMINICANO, S. A. - BANCO MÚLTIPLE	8
1. CONTEXTO MUNDIAL	10
1.1. Una mirada al turismo mundial en 2018	12
1.2. Evolución del turismo aéreo	16
1.3. Evolución marítima	19
1.4. Gasto turístico	20
1.5. Estadía	21
1.6. Principales emisores de turismo	22
1.6.1. Europa	23
1.6.2. Estados Unidos	26
1.6.3. Crecimiento en China	28
1.6.4. Países emisores de América	31
1.7. Principales receptores de turismo	34
2. EL TURISMO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA	36
2.1. Segmentación de turistas en República Dominicana	38
2.2. Etapas del turismo aéreo y marítimo en República Dominicana	40
2.3. Análisis macroeconómico	41
2.4. Turismo en República Dominicana	43
2.5. Características del turista aéreo en República Dominicana	47
2.5.1. Turista que llega a República Dominicana	47
2.5.2. Turista extranjero	49
2.6. Polos turísticos	50
2.7. Otros indicadores de turismo	54
2.8. La industria del transporte turístico (aviación)	54
2.9. Industria hotelera en República Dominicana	56
2.10. Mercado laboral	59
2.11. Indicadores de rentabilidad hotelera	61
2.11.1. Tarifa diaria promedio (ADR)	61
2.11.2. Ingresos por habitación disponible (RevPar)	61
2.12. Visitantes extranjeros en hoteles	62
2.13. Habitación promedio por hotel por zona	63
2.14. La industria de cruceros en República Dominicana	64
2.15. Puertos de cruceros en República Dominicana	65
2.15.1. Amber Cove	65
2.15.2. Casa de Campo	65
2.15.3. Santo Domingo	65
2.15.4. Marina Cap Cana	65
2.16. Industria del transporte marítimo	66
3. IMPACTO DEL TURISMO	68
3.1. Producto Interno Bruto	70
3.2. Cadena de valor	72
3.3. Impacto del turismo en el empleo de República Dominicana	76
3.4. Impacto por el mar-19	77
3.4.1. Perspectivas mundiales	77
3.4.2. Cambio en las perspectivas de viajes mundiales	78
3.5. Impacto en República Dominicana	80
3.5.1. Impacto del COVID-19 en el empleo	80

3.5.2.	Impacto del COVID-19 en el PIB	84
3.5.3.	Impacto en divisas	87
3.5.4.	Impacto del COVID-19 a corto plazo	88

4. A MODO DE CONCLUSIÓN 92

5. REFERENCIA 98

ILUSTRACIONES

Ilustración 1.	Países por llegadas aéreas	12
Ilustración 2.	Llegadas marítimas	13
Ilustración 3.	Gasto turístico mundial	14
Ilustración 4.	Estadía turística mundial	15
Ilustración 5.	Evolución del turismo aéreo mundial	16
Ilustración 6.	Evolución turismo marítimo mundial	19
Ilustración 7.	Evolución del gasto turístico	20
Ilustración 8.	Evolución de la estadía de turistas	21
Ilustración 9.	Emisores de turismo mundial	22
Ilustración 10.	Turismo emisor europeo	23
Ilustración 11.	Gasto de viaje promedio en Europa	24
Ilustración 12.	¿Hacia dónde viajan los turistas europeos?	25
Ilustración 13.	Turismo emisor de Estados Unidos	26
Ilustración 14.	Gasto de viaje promedio de Estados Unidos	27
Ilustración 15.	¿Hacia dónde viajan los turistas americanos?	27
Ilustración 16.	Turismo emisor de China	28
Ilustración 17.	Gasto de viaje promedio en China	29
Ilustración 18.	¿Hacia dónde viajan los turistas asiáticos?	30
Ilustración 19.	Países emisores de turismo en América	31
Ilustración 20.	Países emisores de turismo en África	32
Ilustración 21.	Países emisores de turismo en Asia	33
Ilustración 22.	Países receptores de turismo	34
Ilustración 23.	Características de los turistas	38
Ilustración 24.	Distribución del gasto de turistas en República Dominicana	39
Ilustración 25.	Llegadas por aire y mar	40
Ilustración 26.	Divisas generadas por el Turismo	41
Ilustración 27.	Inversión extranjera directa por sector	42
Ilustración 28.	Market share de llegadas a República Dominicana	43
Ilustración 29.	Llegada de turistas al Caribe	44
Ilustración 30.	Gasto Diario Promedio en El Caribe	44
Ilustración 31.	Estadía promedio en el Caribe	45
Ilustración 32.	Turismo como % del PIB	46
Ilustración 33.	Tipo de alojamiento	47
Ilustración 34.	Distribución por género	48
Ilustración 35.	Distribución por generación	48
Ilustración 36.	Nacionalidad de turistas extranjeros	49
Ilustración 37.	Llegadas por polo turístico	50
Ilustración 38.	Preferencias de turistas extranjeros por polos turísticos	51
Ilustración 39.	Distribución por género según polo turístico	52
Ilustración 40.	Distribución por generación según polo turístico	53
Ilustración 41.	Estadía promedio de noches	54

Ilustración 42.	Cantidad de vuelos que llegan a República Dominicana	54
Ilustración 43.	Ocupación promedio de vuelos de República Dominicana por aerolínea	55
Ilustración 44.	Líneas destacadas en República Dominicana	56
Ilustración 45.	Cantidad de hoteles y habitaciones en República Dominicana	56
Ilustración 46.	Tasa de ocupación hotelera en República Dominicana	57
Ilustración 47.	Tasa de ocupación por polo turístico	58
Ilustración 48.	Cantidad de empleados	59
Ilustración 49.	Cantidad de empleados por polo turístico	60
Ilustración 50.	Tarifa diaria promedio	61
Ilustración 51.	Ingresos por habitación disponible (RevPar)	62
Ilustración 52.	Cantidad de visitantes extranjeros en hoteles	62
Ilustración 53.	Habitación promedio por hotel por zona	63
Ilustración 54.	Llegada de cruceros a República Dominicana	64
Ilustración 55.	Estacionalidad en la llegada de pasajeros	66
Ilustración 56.	Distribución regional de cruceros	66
Ilustración 57.	Tamaño barcos	67
Ilustración 58.	PIB asociado a la demanda	70
Ilustración 59.	Impacto de la actividad turística en el PIB total	71
Ilustración 60.	Impacto del turismo en crecimiento	71
Ilustración 61.	Brecha de crecimiento	72
Ilustración 62.	PIB generado por el turismo	73
Ilustración 63.	PIB generado por el turismo	74
Ilustración 64.	Fuente del impacto del turismo en República Dominicana	75
Ilustración 65.	Distribución de lo generado por el turismo	75
Ilustración 66.	Impacto en el empleo	76
Ilustración 67.	Impacto del turismo en el empleo por provincia	77
Ilustración 68.	Llegada de turistas mundial: disminuye	78
Ilustración 69.	Propensión para viajar	79
Ilustración 70.	Propensión para viajar	79
Ilustración 71.	Impacto choques en empleo	81
Ilustración 72.	Impacto en 2019 respecto a 2018	82
Ilustración 73.	Impacto en el empleo	83
Ilustración 74.	Impacto de choques en PIB	84
Ilustración 75.	Impacto en el PIB	85
Ilustración 76.	Impacto estimado del PIB 2020	86
Ilustración 77.	Divisas netas generadas	87
Ilustración 78.	Impuestos vinculados a la actividad	88
Ilustración 79.	PIB asociado a la demanda de turismo	89
Ilustración 80.	Indicadores	90

TABLAS

Tabla 1	Contribución de cruceros en el Caribe	64
---------	---------------------------------------	----

TURISMO DOMINICANO, UNA DÉCADA DE APORTES

La industria turística es un sector de cambios constantes, en el que convergen partes importantes de otros actores del aparato productivo nacional. La Asociación de Hoteles y Turismo de la República Dominicana (ASONAHORES) se comprometió con actualizar la información contenida en el estudio *Turismo dominicano, un mar de oportunidades*, con el objetivo de ilustrar la evolución que ha visto la participación del sector en el desarrollo socioeconómico de la República Dominicana. Al presentar *Turismo dominicano - Una década de aportes*, hacemos un recuento de los avances obtenidos a partir de los distintos marcadores que se utilizan para evidenciar los cambios de la industria en los últimos diez años.

En la mayoría de las economías mundiales, el sector turismo crece con gran rapidez y es un importante promotor del progreso. En la República Dominicana, esto se evidencia en su importante contribución al Producto Interno Bruto, en el volumen de empleos que genera, y en las distintas cadenas de valor que lo conforman. Además, forma parte de los tres grandes responsables de la sostenibilidad macroeconómica nacional.

Esta importante industria siempre se ha enfocado en mantener y elevar el prestigioso posicionamiento alcanzado en la región, a pesar de los distintos desafíos que esto conlleva. Esta determinación ha servido como motor de inspiración para enfrentar los efectos generados por la COVID-19, el mayor de los retos a nivel global. Esta situación ha demostrado que el turismo, actividad económica de rápido reflejo en los mercados, es un importante recurso de recuperación.

ASONAHORES agradece al Banco Popular Dominicano por su reiterado apoyo al sector turismo, y por su participación en este proyecto como socio estratégico de primer orden. Confiamos en que la colaboración fortalecerá los esfuerzos para alcanzar el objetivo propuesto de reposicionar nuestra industria turística.

Rafael Blanco Tejera

Presidente
ASONAHORES



EL BANCO DEL TURISMO, **CON EL TURISMO**

Desde hace meses, como consecuencia de la pandemia por coronavirus, la sociedad mundial se enfrenta a un desafío sumamente complejo y uno de los sectores que ha recibido un mayor impacto es el del turismo.

Los destinos de todo el mundo están a la expectativa de que la situación sanitaria mejore cuanto antes y con ella regresen los turistas a los niveles acostumbrados. Nuestro país no ha sido ajeno a esta realidad, por supuesto. Y en este tiempo, nuestra industria turística ha debido adaptarse a las circunstancias de cada momento, con la misión de proteger el empleo y las inversiones de un sector capital para el modelo de desarrollo económico de la República Dominicana.

Como banco del turismo, tenemos la plena convicción de que la actividad turística nacional es fuerte y resiliente, porque lleva años trabajando con tesón, de forma mancomunada, elevando la calidad de un destino de clase mundial, como es el dominicano. Los fundamentos de nuestro turismo son, por tanto, la mejor garantía de una pronta y rápida reactivación.

El compromiso de todos los actores de la industria, hoteleros, gobierno, sector privado y sector financiero, será clave. Con este estudio de la Asociación de Hoteles (ASONAHORES), auspiciado por nuestra organización financiera y elaborado por la firma de inteligencia económica Analytica, queremos aportar conocimiento cierto sobre la fortaleza y el potencial del turismo dominicano, para continuar como líderes turísticos de la región.

En el Banco Popular, banco del turismo, estamos más que nunca al lado del turismo dominicano.

Christopher Paniagua

Presidente Ejecutivo del Banco Popular
Dominicano, S. A. - Banco Múltiple





An aerial photograph of a beach. The top half shows the golden sand of the beach, and the bottom half shows the turquoise water of the ocean. White foam from waves is visible at the shoreline. A dark blue rectangular box is overlaid on the right side of the image, containing the text '1 CONTEXTO MUNDIAL'.

1 CONTEXTO MUNDIAL

1. CONTEXTO MUNDIAL

1.1 Una mirada al turismo mundial en 2018

Con un crecimiento ininterrumpido del 5%, por noveno año consecutivo, el 2018 implantó récord en la demanda turística mundial, al alcanzar los 1,400 millones de llegadas internacionales¹, cifra que no estaba prevista alcanzar hasta dos años después.

En este período, la marcada tendencia al uso de la tecnología en la demanda de reservas, tours y otras actividades de último minuto, registraron una alta valoración². Siendo además, que de acuerdo con datos arrojados por *Booking*, reconocida plataforma utilizada para estos fines, la predisposición a viajar en grupos, lo cual permite tarifas de viaje más bajas, se proyectó al alza como resultado principalmente de los beneficios económicos de esta práctica.

Así mismo, las llegadas turísticas aéreas, con un incremento del 8%, colocaron a Turquía como beneficiario³ del mercado chino, consolidando al gigante asiático como uno de los socios turísticos más importantes de esa nación. Mientras que, el país con mayor recepción de visitantes fue Estados Unidos, con 50 millones de turistas, seguido de Italia, Turquía y Reino Unido, que han conformado el top 4 desde 1995. Cabe señalar que Turquía exhibió un crecimiento interanual de 25%.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT o UNWTO por sus siglas en inglés), el desenvolvimiento de la demanda turística en 2018 fue consecuencia, en parte, de un entorno económico mundial favorable que ofreció unos bajos tipos de interés, variaciones de los tipos de cambio generalmente moderadas, y un PIB mundial que exhibió un crecimiento de 3.6%. Adicional a esto, el uso de la inteligencia artificial (IA) ha ido transformando el turismo, permitiendo abarcar y brindar servicios a una mayor cantidad de personas al instante.

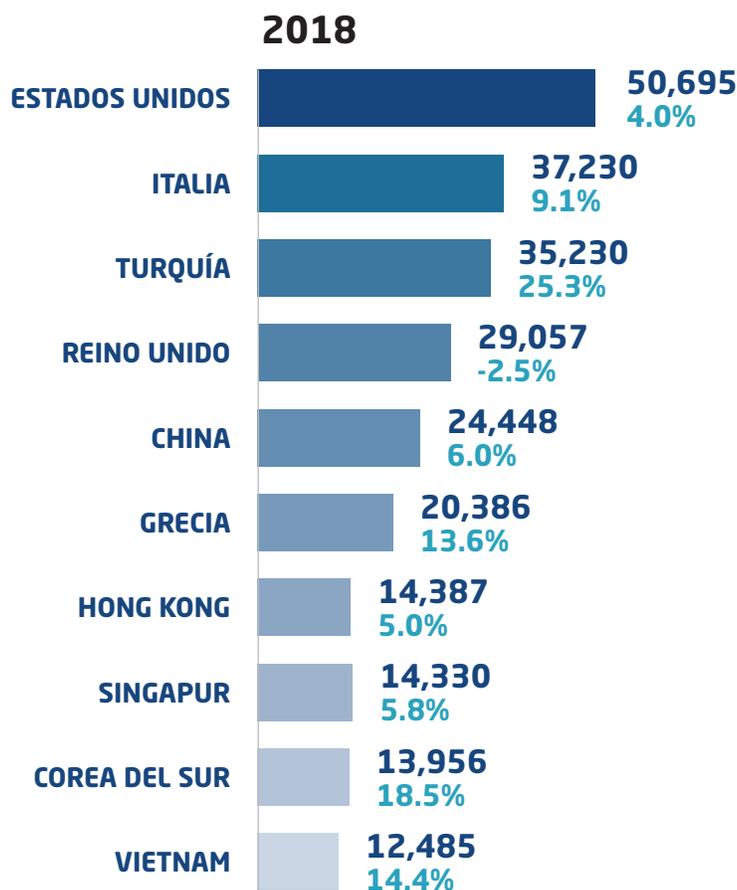


ILUSTRACIÓN 1:
PAÍSES POR LLEGADAS AÉREAS
(TOP 10, LLEGADAS, TURISTAS EN MILES,
CREC. INTERANUAL, 2018)
FUENTE: OMT

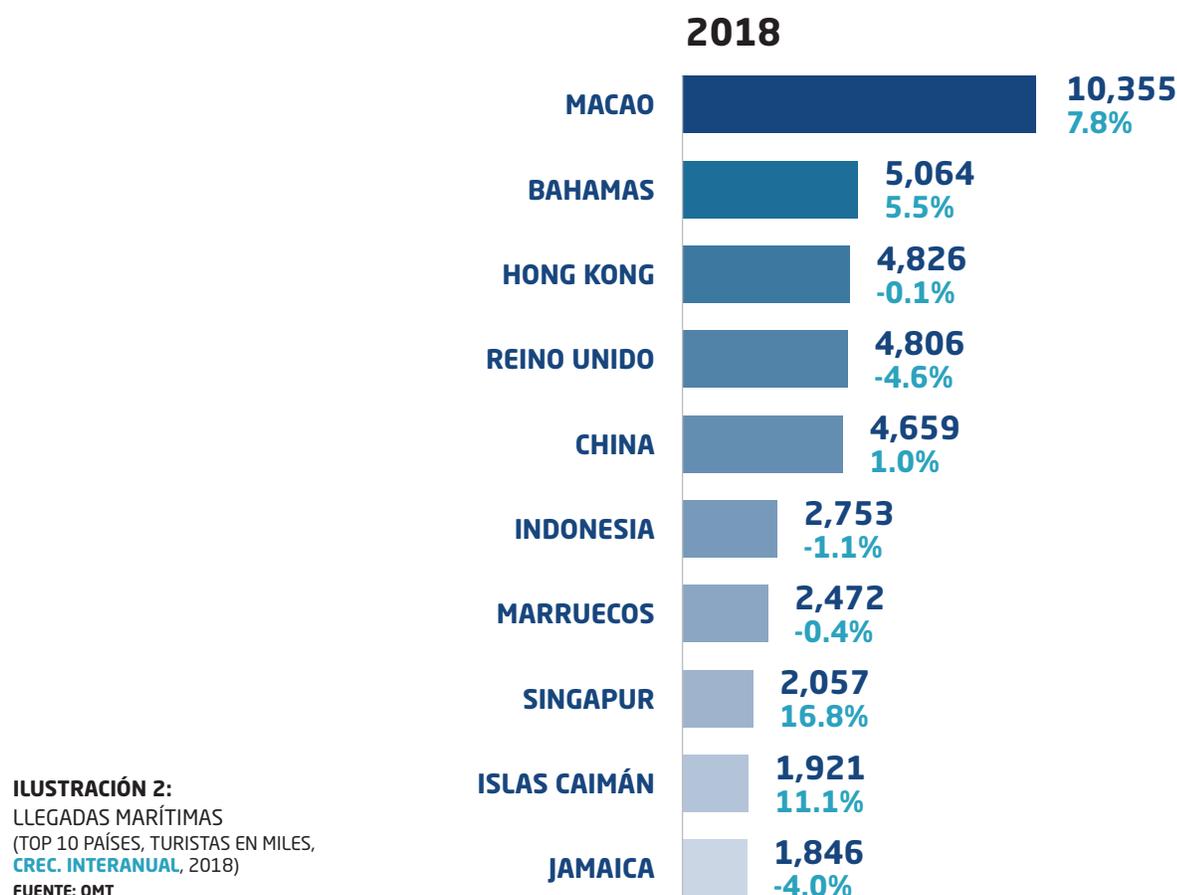
¹ Organización Mundial del Turismo: Panorama del Turismo Internacional - Edición 2019.

² Organización Mundial del Turismo: Panorama del Turismo Internacional - Edición 2019.

³ Bolsamanía (2018): Economía/Turismo. - Vuelos directos y facilidad de visado, elementos claves para atraer al turista chino.

La participación de las tecnologías y la inteligencia artificial, IA, en la industria, condujeron a que el 27 de septiembre de 2018, el Día Mundial del Turismo, la OMT utilizara el lema “Turismo y la transformación digital”, con la finalidad de promover los avances tecnológicos que incluyen el big data, la inteligencia artificial y las plataformas digitales como motor para lograr un desarrollo sostenible⁴.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) también indicó que los turistas mostraron mayor sensibilidad y concientización con respecto a la sostenibilidad, pues muchos orientaron su viaje a turismo ecológico, al mismo tiempo que se popularizó la reducción del uso de plásticos para fortalecer la lucha contra el cambio climático. En este aspecto, ⁵los *influencers* jugaron un papel muy importante, pues a medida que se hacían más famosos los destinos “*instagrammeables*”, su aporte fue promover viajes que respetan la cultura local y minimizan el impacto. Fueron tendencia durante 2018 además, tanto el turismo deportivo, como el de salud.



Siendo Macao, China, durante 2018 el destino que recibe la mayor cantidad de llegadas marítimas registró también una caída de 7.8% con respecto al año anterior, al presentarse la desaceleración del turismo en China durante dicho año debido a la caída del flujo de turistas en los principales puertos de Shanghai y Tianjin⁶. Respecto a esto, el presidente de la Wuhan Chunqiu International Travel Service expresó que dicha reducción podría ser resultado de “los bajos niveles de gastos de los viajeros chinos, especialmente en los adultos mayores que buscan boletos más baratos, pero no están dispuestos a gastar dinero en el barco”, por ende, las compañías de cruceros redujeron los viajes a China en vista de que tanto el boleto como el consumo a bordo no fueron suficientes para subsidiar sus costos (Portal Portuario, 2018).

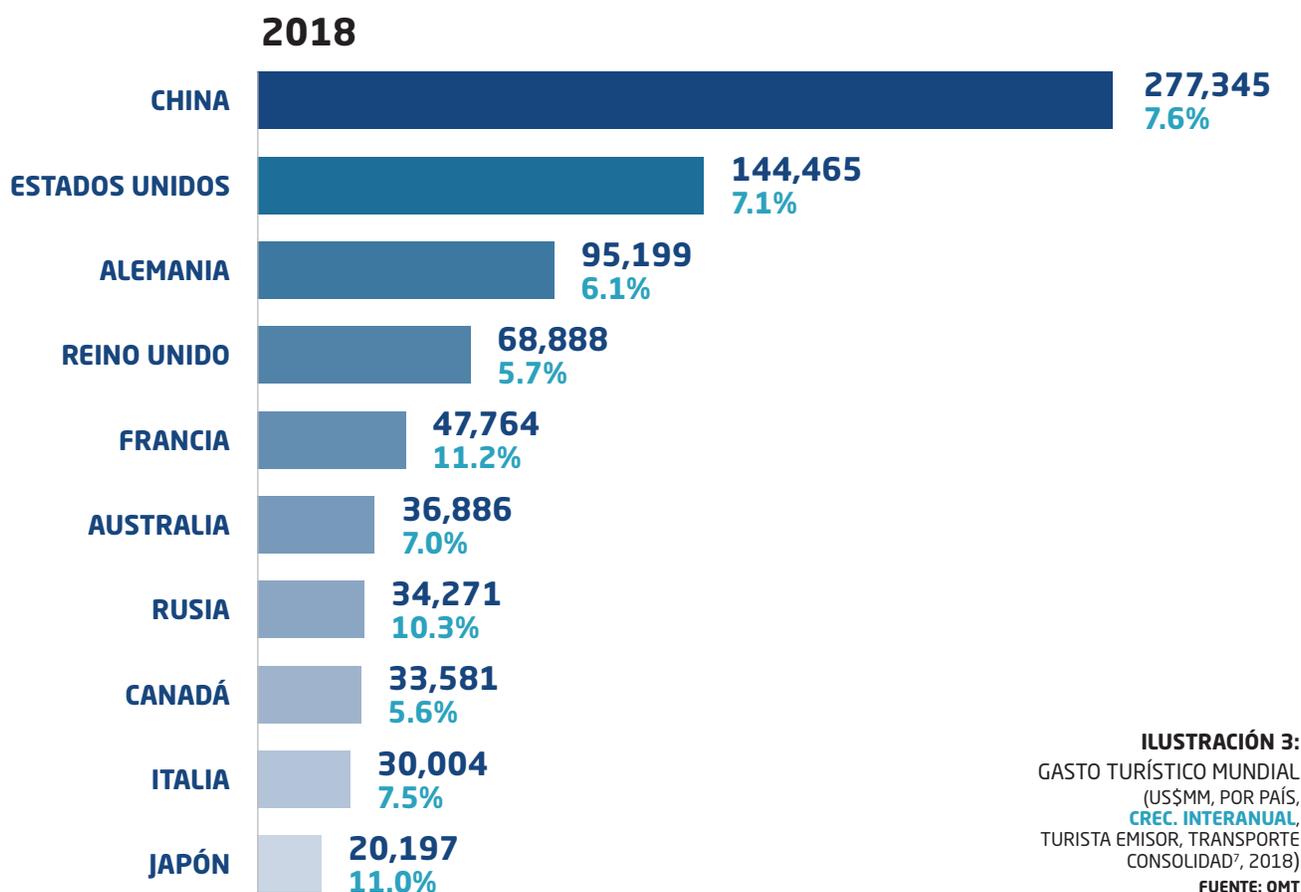
⁴ Banco Mundial: Las plataformas digitales y el futuro del turismo.

⁵ Ostelea Tourism Management School: Tendencias que marcan el turismo internacional en 2020.

⁶ Portuario, China evidencia reducción de recaladas y cruceristas en 2018.

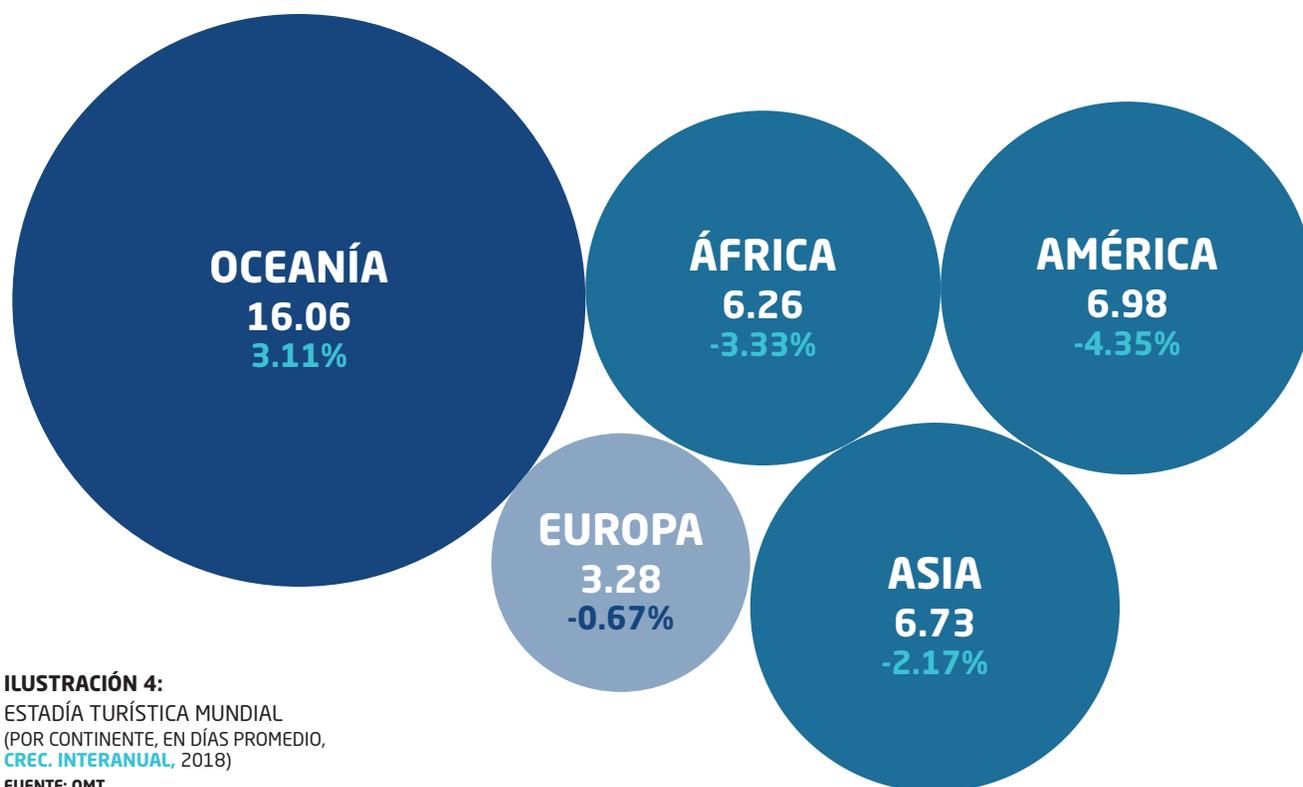
El segundo destino en registrar más llegadas a través de este tipo de transporte fue Bahamas, –uno de los tres países pertenecientes al Caribe o América del Sur que forman parte del top 10 por llegadas marítimas– con un crecimiento interanual de 5.5%.

Según la Cruise Lines Internacional Association (CLIA), en el 2018 el volumen de pasajeros que se desplazaron mediante cruceros se incrementó en un 6.8% con una duración promedio de 7 días.



Tal como expresan los datos de la OMT, a nivel mundial el turismo generó US\$1,361,607 millones por gasto turístico con un crecimiento de 6.1%, superior al exhibido en las llegadas turísticas. China es el país con mayor gasto turístico, aportando US\$277,345 millones, escenificando el 20.4% por este concepto. Lo que convierte al gigante asiático tanto en el principal emisor de turistas –representan el 16.6% del total de turistas emisores– como en el país que más gasta en turismo a nivel mundial. Seguido de Estados Unidos que aporta el 10.6%, ascendiendo a US\$144,465 millones y un crecimiento de 7.1%.

⁷ Transporte consolidado abarca todo tipos los medios de transporte utilizado por los turistas.



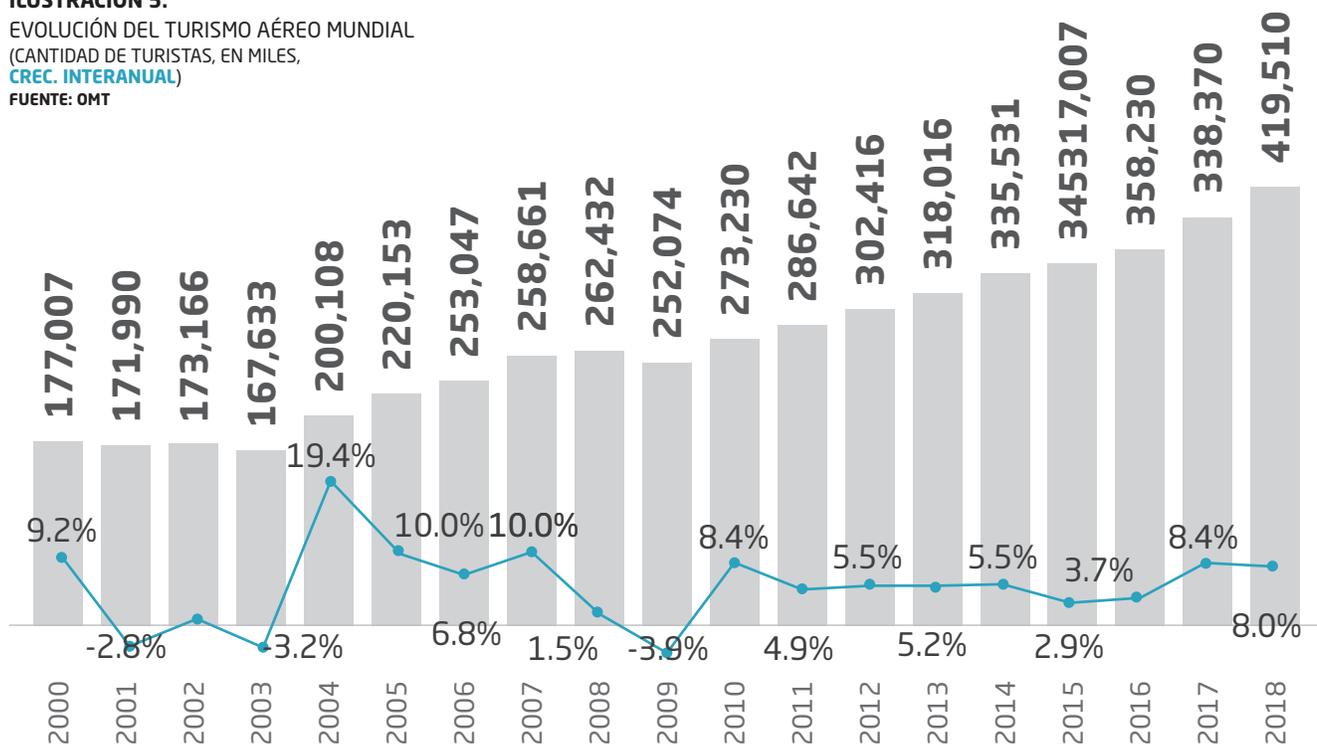
Si bien es cierto que las llegadas turísticas internacionales crecieron en 2018, la estadía promedio se redujo en un 1.7%. Esto se debe a que en los últimos años algunos países, como España, han presentado una tendencia de viajar durante menos días, pero de manera más frecuente, de forma que las personas puedan conocer la mayor cantidad de destinos de manera rápida, razón por la cual también se han popularizado los tours y guías turísticos⁸.

⁸ El Mundo: Más vacaciones al año, pero durante menos días y no sólo en verano.

1.2 Evolución del turismo aéreo

ILUSTRACIÓN 5:

EVOLUCIÓN DEL TURISMO AÉREO MUNDIAL
(CANTIDAD DE TURISTAS, EN MILES,
CREC. INTERANUAL)
FUENTE: OMT



Según datos presentados por la OMT, aproximadamente 419 millones de turistas fueron transportados vía aérea en 2018, lo que supone un crecimiento interanual de 8% al verse que aproximadamente el 58% del visitante utiliza este medio de transporte para viajar. Las aerolíneas de bajo costo tuvieron un papel importante en el crecimiento de la demanda de transporte aéreo, pues éstas acapararon el 31% de la demanda total de este mercado⁹.

El fortalecimiento de la economía estadounidense y la expansión internacional de las líneas aéreas canadienses permitió que el turismo aéreo registrara un área de expansión de 5.2%, causando que América del Norte fuese la única subregión que superó el crecimiento del año anterior¹⁰.

Según la UNWTO, el avión se ha posicionado como “medio hegemónico de transporte”, que ha abarcado durante varios años la mayor parte de la demanda turística como medio de movilización¹¹.

La preferencia por viajar mediante aire predomina a partir de 2008, cuando los viajes aéreos superaron a la cantidad de viajes realizados mediante transporte terrestre y ferrocarril; esto se dio como resultado, en parte, por la promoción hecha al transporte aéreo durante los últimos años.

Cabe señalar que, vía aérea¹², es la tendencia predominante en los viajes intrarregionales, esto quiere decir que la mayor parte de los turistas de una región utiliza este transporte dentro de su misma región, esencialmente por razones de costos más bajos, cercanía, rapidez y comodidad. De acuerdo con datos ofrecidos por la OMT, cuatro de cada cinco turistas viaja dentro de su propia región.

⁹ Organización de Aviación Civil Internacional (OACI).

¹⁰ Arecoa: Tráfico aéreo crece un 6.1% en 2018: OACI.

¹¹ Panorama de Turismo Internacional (2009).

¹² Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, El Turismo Mundial.

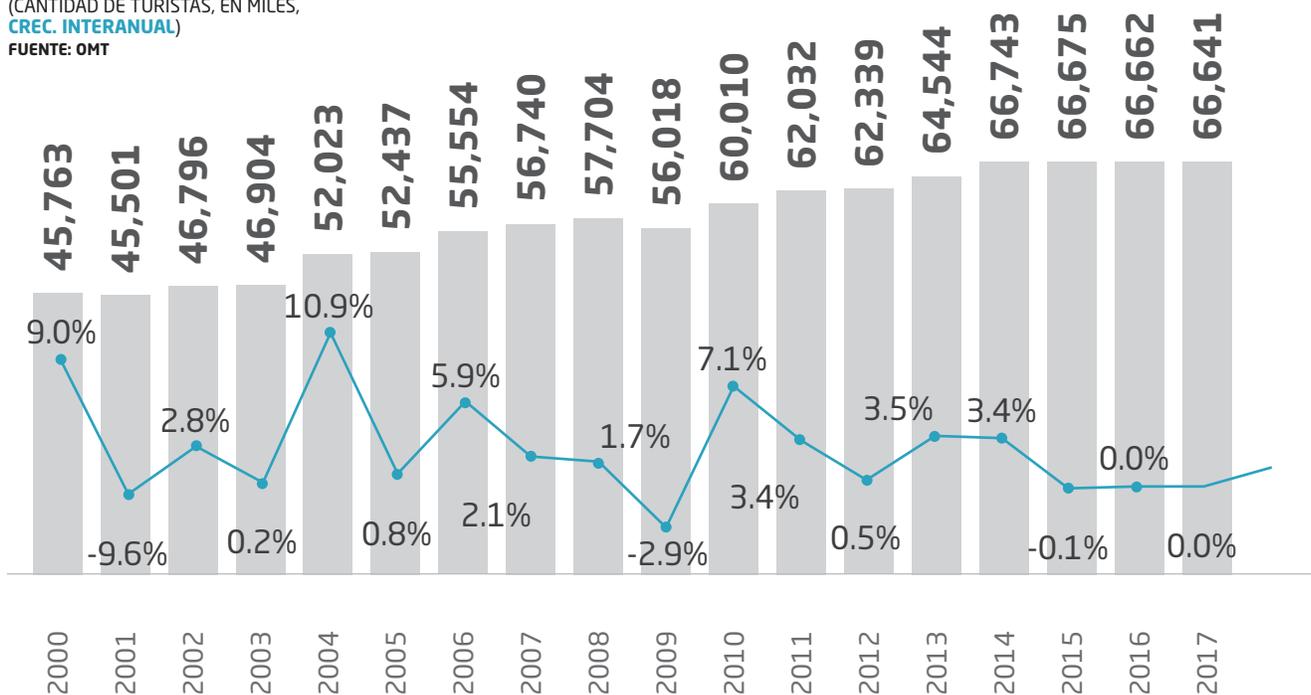




1.3 Evolución marítima

ILUSTRACIÓN 6:

EVOLUCIÓN TURISMO MARÍTIMO MUNDIAL
(CANTIDAD DE TURISTAS, EN MILES,
CREC. INTERANUAL)
FUENTE: OMT



La OMT dio a conocer que en 2018 el turismo marítimo logró crecer un 1.4%, luego de dos años de crecimiento nulo, transportando aproximadamente 67.5 millones de turistas de los cuales, según datos de la CLIA, la industria de cruceros aportó 28.5 millones, generando un impacto económico de ¹³US\$150.13 billones a través de este medio. El turismo de cruceros es una de las actividades con mayor crecimiento en todo el mundo¹⁴. Según Hosteltur, una comunidad dedicada a la creación de contenido turístico por profesionales en el tema, a pesar de que la industria de cruceros es relativamente “joven” con relación a otras, ha mostrado un gran dinamismo y crecimiento, permitiéndole colocarse como tendencia mayoritaria en los últimos años. En este aspecto, Frank Del Río –presidente y gerente general de *Norwegian Cruise Line*– resaltó que la generación de baby boomers ha focalizado el consumo de los viajes por cruceros, seguidos de la población más joven, la cual se ha incorporado en la demanda rápidamente¹⁵. El crecimiento de la industria, por ende, ha sido sostenido. Desde 2008 los pasajeros procedentes de América del Norte han aumentado en un 39% al acaparar la mayor parte de la demanda crucerista, representando aproximadamente el 50% de los pasajeros mundiales¹⁶. Los datos ofrecidos por la CLIA demuestran que los visitantes norteamericanos eligen al Caribe como destino principal en sus viajes por crucero, el share de la región caribeña en la industria mundial de cruceros se ha mostrado relativamente constante en el período 2013 - 2018, representando, en promedio, un 35% de la demanda mundial.

¹³ Dicha cifra se refiere a un impacto directo, indirecto e inducido.

¹⁴ FUDE: El turismo de cruceros.

¹⁵ Hosteltur: Los cruceros generan más de 100.000 M € anuales a nivel mundial.

¹⁶ CLIA: The Contribution of the International Cruise Industry to the Global Economy in 2018.

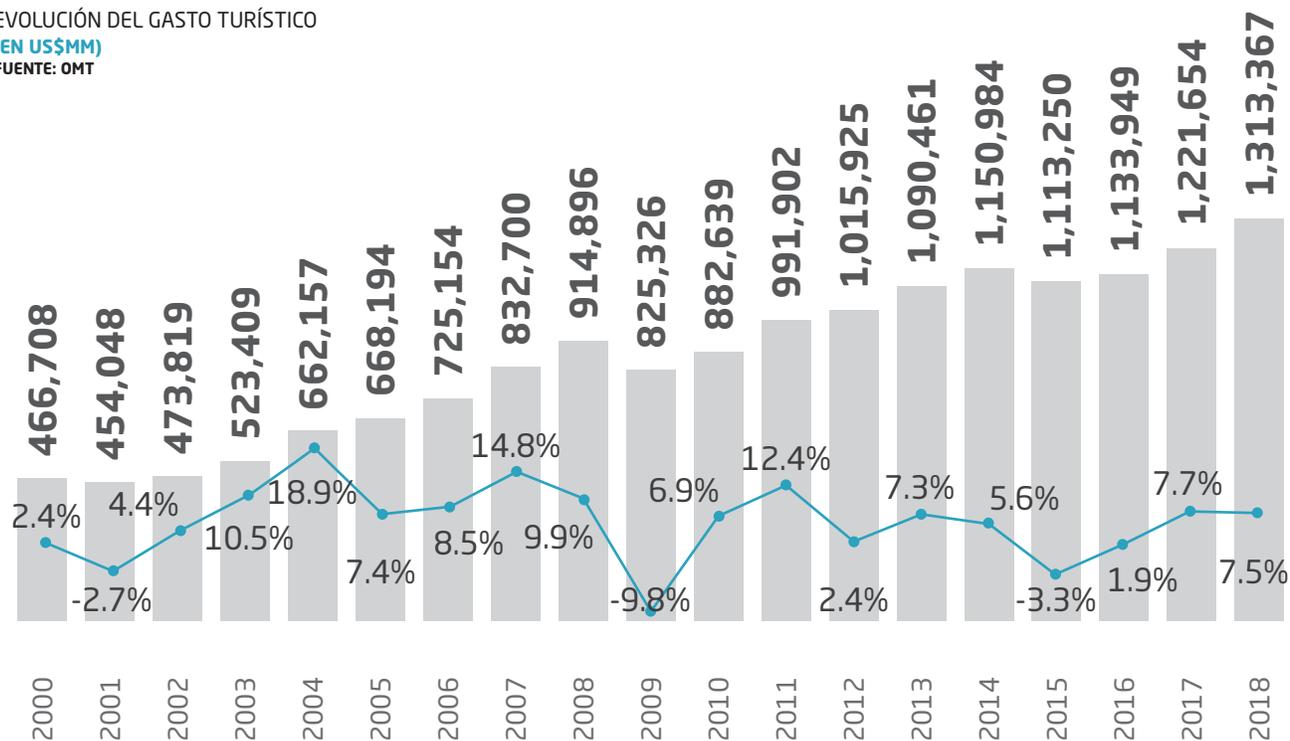
1.4 Gasto turístico

ILUSTRACIÓN 7:

EVOLUCIÓN DEL GASTO TURÍSTICO

(EN US\$MM)

FUENTE: OMT

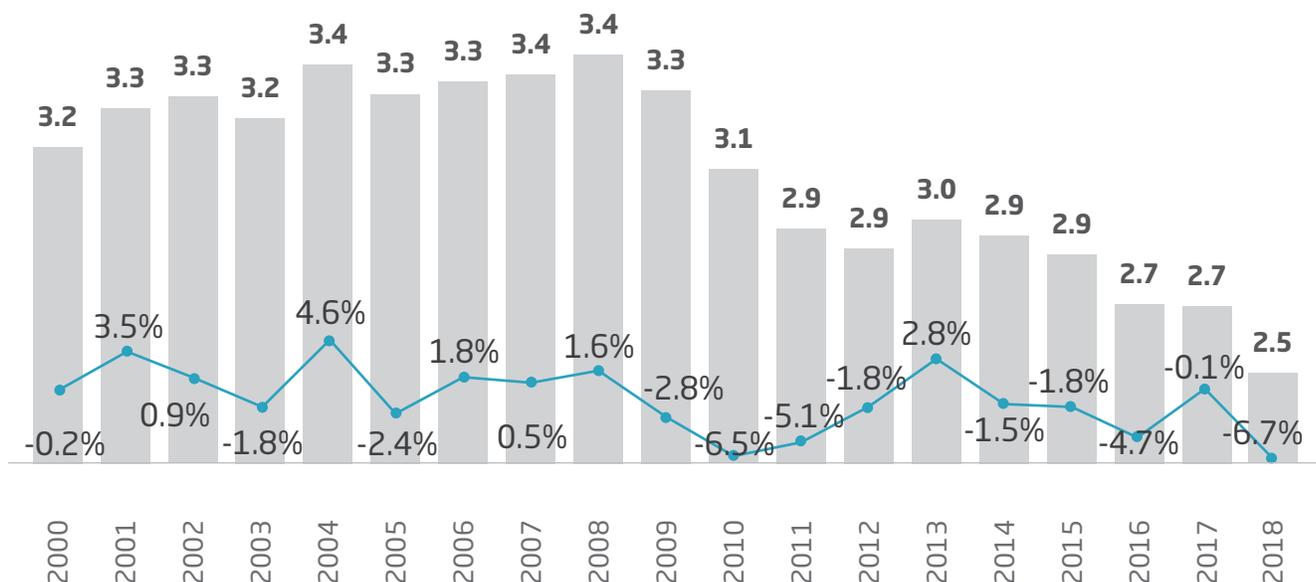


El ¹⁷gasto turístico en 2018 ascendió hasta los US\$1,313 billones y estuvo liderado por el aumento del gasto de Francia, la Federación Rusa y Australia. En promedio, el gasto registró una tasa de crecimiento de 5.9% entre los años 2000 y 2018. Aun con la crisis financiera de 2009 y los atentados terroristas en París en 2015 –los cuales presionaron a la baja el flujo y, por ende, el gasto de los turistas internacionales–, se registró una rápida recuperación gracias al desenvolvimiento de las economías emergentes que fueron las protagonistas del crecimiento económico.

¹⁷ Gasto turístico hace referencia a los pagos efectuados por visitantes en el extranjero, incluyendo el costo del traslado.

1.5 Estadía

ILUSTRACIÓN 8:
EVOLUCIÓN DE LA ESTADÍA DE TURISTAS
(EN DÍAS PROMEDIO, CREC. INTERANUAL)
FUENTE: OMT



La estadía promedio de los turistas internacionales es de tres días, cifra que tiende a variar ligeramente a través de toda la serie. Puede observarse que la misma en promedio 2000 vs 2018 exhibe una caída de -21.9%, sin embargo, en términos absolutos esto equivale a una reducción de tan solo 0.7 "días".¹⁸Esta disminución se debe a los crecientes costos de viajes y la popularización de los tours de guías y operadores turísticos, que han incentivado permanecer menos tiempo en un destino para poder conocer otros en un solo viaje.

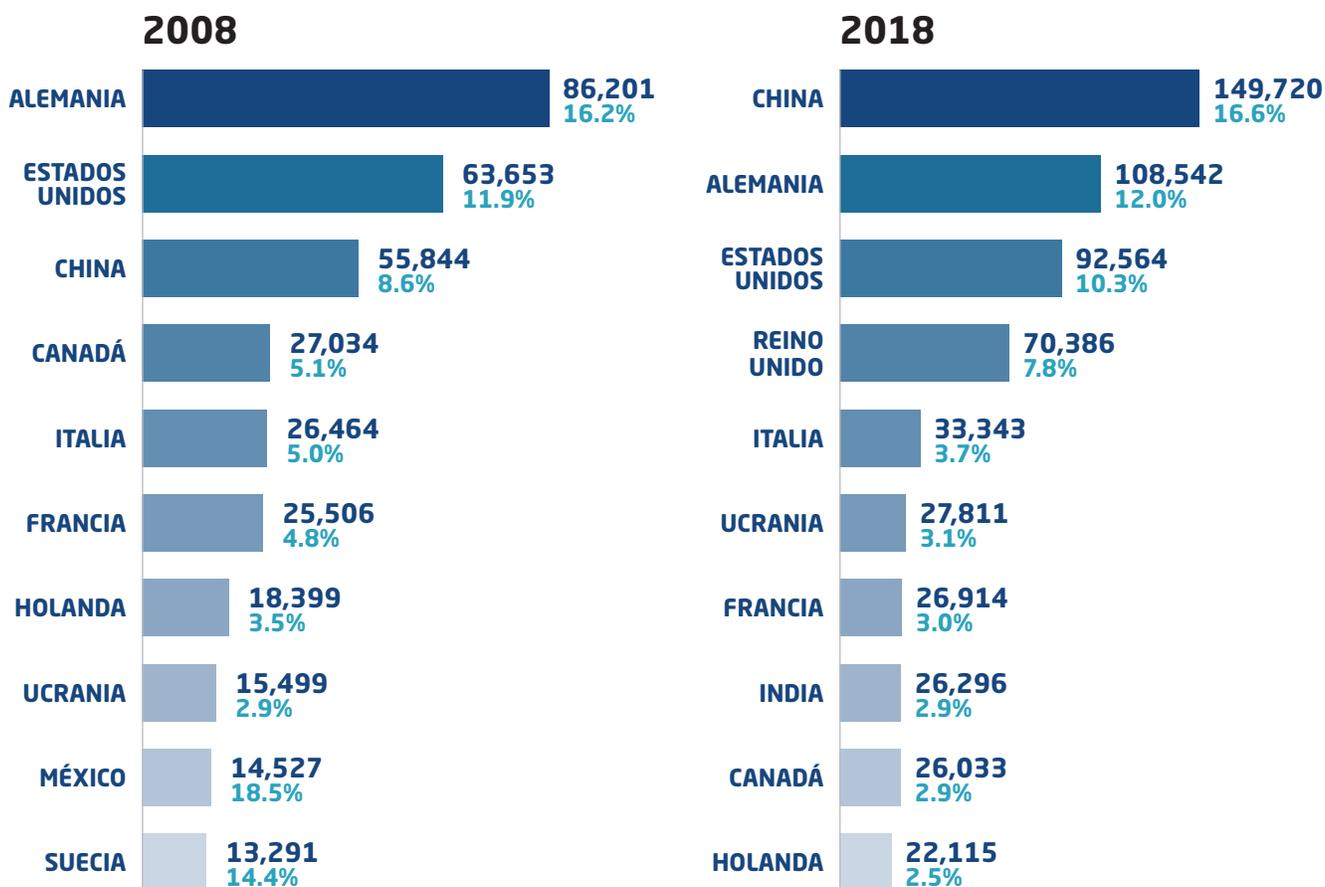
¹⁸ El Mundo: Más vacaciones al año, pero durante menos días y no sólo en verano.

1.6 Principales emisores de turismo

ILUSTRACIÓN 9:

EMISORES DE TURISMO MUNDIAL
(TOP 10, SALIDAS, EN MILES DE TURISTAS, % DEL TOTAL)

FUENTE: OMT



En 2008 el país que más emitía visitantes era Alemania, el cual representaba el 16.2% de las salidas turísticas mundiales. Diez años después, China se posicionó en el primer lugar, superando a Alemania en poco más de 40 millones de personas. Según la OMT, el turismo emisor de China y de la India impulsó el crecimiento en numerosos destinos de la subregión, sin embargo, China es el único país asiático que está en el top 10. Tailandia, por otro lado, añadió casi 3 millones más de llegadas y 6,000 millones más de dólares estadounidenses en ingresos.

1.6.1 Europa

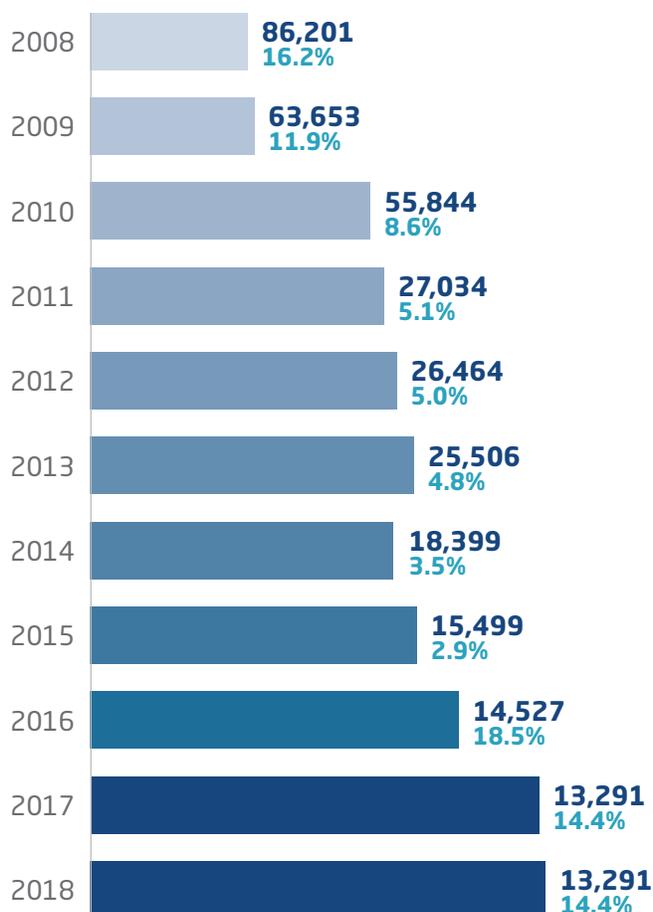


ILUSTRACIÓN 10:
TURISMO EMISOR EUROPEO
(SALIDAS, TURISTAS EN MILES, % DEL TOTAL MUNDIAL)
FUENTE: OMT

La crisis financiera de 2009 trajo consecuencias en el turismo mundial que se reflejaron, en gran parte del continente europeo, según datos de la OMT, mientras que el turismo mundial cayó en un 4.3%, el turismo de Europa se redujo en un 5.6%.

Tras un año pasada la crisis, la comunidad internacional se enfocó en la recuperación económica, pero la del turismo europeo fue más lenta que otras zonas geográficas como consecuencia del cierre del espacio aéreo en abril de 2010 en vista de la ocurrencia de una erupción volcánica en Islandia¹⁹, y la incertidumbre económica que estaba afectando la Zona Euro.

Durante el período 2008-2014 se produjo la crisis económica española, que supuso un factor de gran incidencia sobre el país, el cual se proyectaba como el principal receptor de ingresos por turismo de toda Europa. A pesar de esto, Europa, que comprende más de la mitad de las llegadas de turistas internacionales del mundo, fue la región que registró un mayor crecimiento, tanto en términos relativos – un 6%– como en términos absolutos –29 millones más de visitantes–.

De acuerdo con los datos arrojados por la OMT, el año 2018 fue el noveno año de crecimiento consecutivo en la región europea con una variación interanual de un 5% en las llegadas turísticas internacionales, con respecto a 2017 y unos ingresos por turismo equivalentes a US\$570,000 millones. Este crecimiento se debió a factores como la simplificación del régimen de visados a los turistas chinos en algunos destinos de Europa, la celebración de la Copa Mundial de la FIFA 2018 en Rusia y la recuperación de países como España, Turquía, Italia, Bélgica, Grecia y Portugal²⁰.

¹⁹ Cinco Días (2010), Un volcán en Islandia colapsa el tráfico aéreo en Europa.

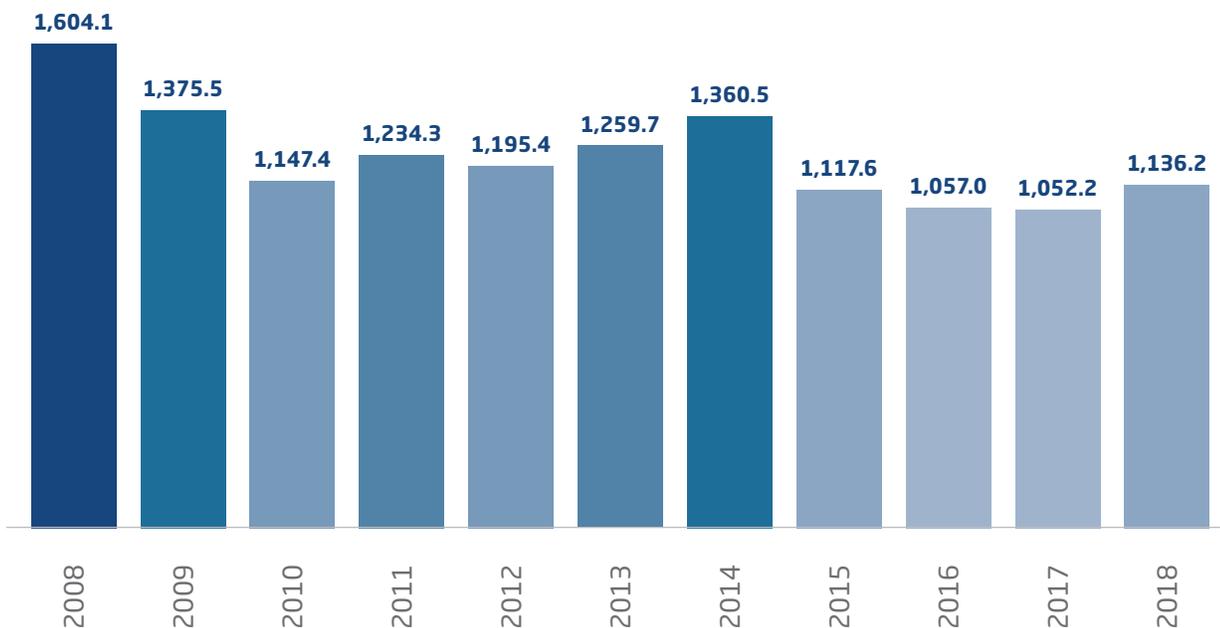
²⁰ OMT: Panorama del Turismo Internacional, Edición 2019.

ILUSTRACIÓN 11:

GASTO DE VIAJE PROMEDIO EN EUROPA

(EN US, TURISTA EMISOR, TRANSPORTE CONSOLIDADO)

FUENTE: OMT



El gasto de viaje promedio en Europa se ha visto afectado por diversos factores a través del tiempo. Entre 2009 y 2010 la demanda turística mundial, y por ende el gasto turístico, registró reducciones remarcadas por la crisis, sin embargo, en años posteriores se presentó un crecimiento relativamente sostenido hasta 2015. En noviembre de dicho año, París fue víctima de una serie de ataques terroristas que provocaron que la demanda turística en uno de los principales destinos de Europa se redujera drásticamente. En vista de esto, los viajeros se dirigieron hacia otros países de este continente, principalmente España, donde las personas viajaron buscando principalmente costas y playas²¹.

A partir de entonces, el gasto de viaje promedio continuó decreciendo hasta 2018, momento en el que mostró una variación interanual de un 8% como consecuencia del incremento del flujo turístico a Europa protagonizado por la nueva tendencia de viajar a España²², principalmente por sus playas, su historia y gastronomía.

²¹ Libre Mercado El turismo explica casi la mitad del crecimiento del PIB desde el 2010.

²² Ep Turismo: El turismo mundial crece un 6% en 2018: suma ya 1.400 millones de viajeros dos años antes.

ILUSTRACIÓN 12:

¿HACIA DÓNDE VIAJAN LOS TURISTAS EUROPEOS?

(TOP 5, MILES DE TURISTAS, % DEL TOTAL, 2018)

FUENTE: OMT



Acorde a los datos de la OMT, en promedio, los 5 países que más visitaron al continente europeo en 2018 corresponden a Polonia, el cual ha adquirido mucha popularidad con el tiempo. Cracovia, una ciudad de Polonia, que fue declarada Capital Gastronómica de Europa y tiene una de las minas de sal más famosas del mundo, –las Minas de Sal de Wieliczka, declarada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO—²³.

Italia logró obtener un crecimiento de 9.8% aún con la recesión que experimentó durante los dos últimos trimestres del año, producto de la ralentización de la demanda interna, sobre todo la inversión, relacionada a la orientación política del gobierno y el aumento de los costes de financiación²⁴. Francia, por otro lado, fue el destino más visitado en el mundo en 2018 y ocupa el cuarto lugar entre los países más visitados por los europeos desde 2016.

²³ Viajes El Corte Inglés: Polonia, el país de moda en Europa.

²⁴ Blog de Salmón: La recesión de Italia ¿El primer aviso de Europa?.

1.6.2 Estados Unidos

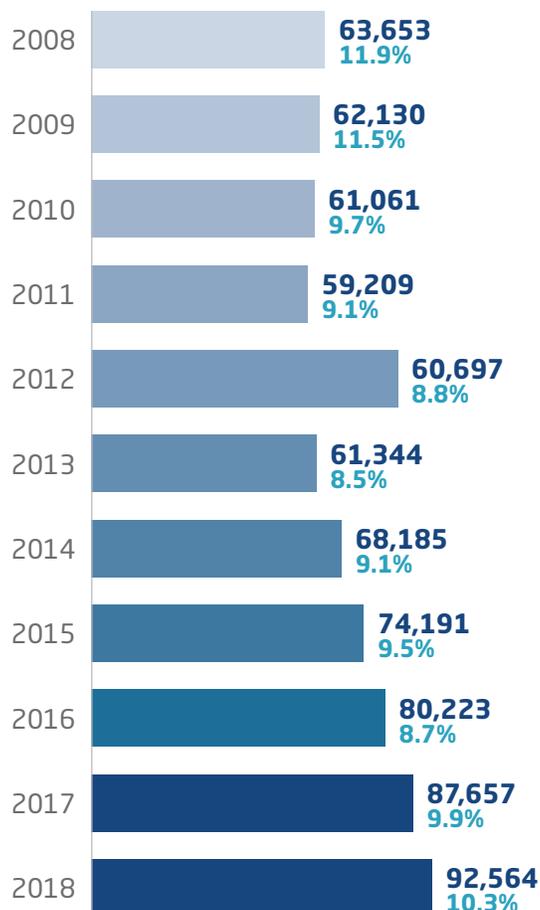


ILUSTRACIÓN 13:
 TURISMO EMISOR DE ESTADOS UNIDOS
 (SALIDAS, TURISTAS EN MILES, % DEL TOTAL MUNDIAL)
 FUENTE: OMT

La OMT revela que Estados Unidos ha emitido prácticamente el 13% del total de turistas mundiales. Con un crecimiento interanual promedio equivalente a 9.8%. En 2018 la cantidad de turistas ascendió a 92 millones, representando el 10.27% del total, valor no visto desde el 2009.

El impacto de las redes sociales y la digitalización han incentivado el crecimiento de las salidas turísticas estadounidenses a través del tiempo, lo que a su vez los ha alentado a utilizar plataformas turísticas como *TripAdvisor*, *AirBnB*, *Booking*, entre otras²⁵. Asimismo, se registró que prefieren viajar más de una vez al año, principalmente por motivos de negocios o reuniones. Se identificó además, que el turista estadounidense usualmente viaja en familia, realiza viajes a eventos planificados (mediante agencias turísticas), busca experiencias que lo lleven a conocer lo exótico, y ser los protagonistas de la aventura elegida²⁶.

²⁵ American Society of Travel Agents: U.S. Outbound Tourism Market Research.

²⁶ Ministerio de Turismo, Presidencia de la Nación: Guía de atención al turista estadounidense.

ILUSTRACIÓN 14:

GASTO DE VIAJE PROMEDIO DE ESTADOS UNIDOS
(EN US\$, TURISTA EMISOR, CREC. INTERANUAL)

FUENTE: OMT



El gasto de viaje promedio de los estadounidenses tiende a la baja, lo que podría deberse, en parte, a la reducción de las veces promedio que estos turistas viajan al año. En 2009, el gasto estadounidense se contrajo un 9.9% en vista de la recesión causada por la crisis financiera, cuyo epicentro fue precisamente este país, previo a su expansión por el resto del mundo.

Para 2012, fue celebrada la 46ta. edición del famoso partido de fútbol americano, conocido como *Super Bowl*, que fue el torneo deportivo más rentable del mundo. Este evento tiene mucha importancia entre los estadounidenses y todos los fanáticos del deporte a nivel internacional, por lo que la rentabilidad obtenida dicho año, incidió sobre el gasto promedio de los turistas del país norteamericano²⁷.

En 2010 el gasto empezó a recuperarse al aumentar 8.3%, expandiéndose hasta 2012, pasada esta fecha se observa una caída en el valor hasta 2018 que incrementa 1.4% para un promediar US\$1,561 por turista, por viaje.

ILUSTRACIÓN 15: ¿HACIA DÓNDE VIAJAN LOS TURISTAS AMERICANOS?

(TOP 5, MILES DE TURISTAS, % DEL TOTAL, 2018). FUENTE: OMT



²⁷ Tinsa, Super Bowl 2012, el partido más rentable del mundo.

Contrario a la media, los turistas americanos disfrutaron de viajar al extranjero; el top 5 de los destinos turísticos a los que se dirigen incluyen dos países que se encuentran fuera de la región: Francia e Italia.

Siendo México el destino más visitado en América Latina, recibió el 16% de las llegadas turísticas de americanos en el año 2018, ²⁸también, es el único país de América Latina y el Caribe que aparece en la lista de los diez países más visitados del mundo. Las cifras de las llegadas que recibe México al año superan en gran magnitud al flujo entrante de otros países de la región.

En el caso de Canadá, el turismo de reuniones tuvo gran relevancia en el crecimiento presentado, pues ocupó el sexto lugar entre los principales receptores de viajeros de negocios²⁹. Es un destino diverso que ofrece desde actividades de aventura en la parte rocosa y montañosa del país, hasta hermosos paisajes como las Cataratas del Niágara y el famoso Cabot Trail en Nueva Escocia, un sendero de 300 kilómetros por las montañas costeras³⁰.

1.6.3 Crecimiento en China

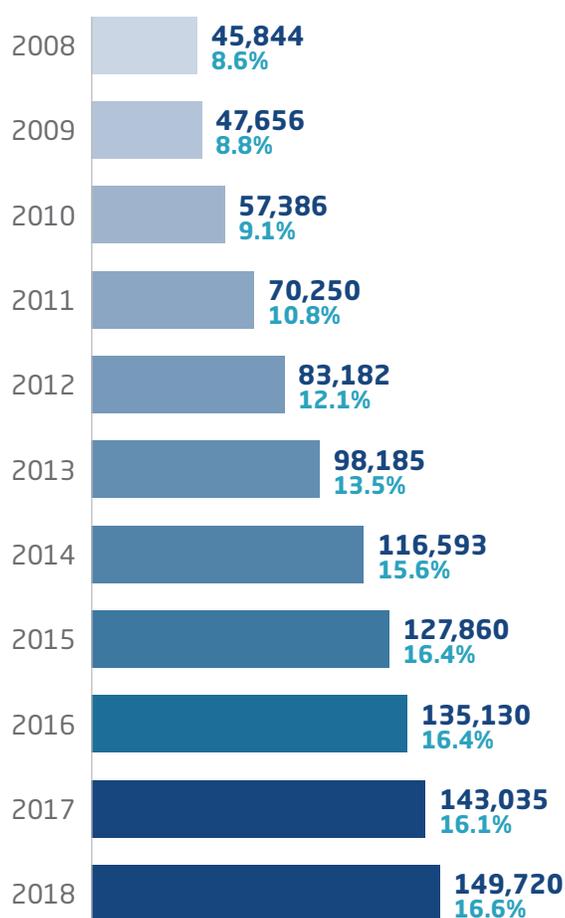


ILUSTRACIÓN 16:
TURISMO EMISOR DE CHINA
(SALIDAS, TURISTAS EN MILES, % DEL TOTAL MUNDIAL)
FUENTE: OMT

²⁸ National Geographic: ¿Cuál es el país más visitado en América Latina?

²⁹ Revista Ven América: 2018, un año de éxito para el turismo de reuniones de Canadá.

³⁰ El País: 11 razones para viajar a Canadá.

El turismo emisor chino, creció con velocidad hasta que en 2012 logró superar a Alemania por aproximadamente 453,000 viajeros, localizándose como el principal país emisor de turistas³¹. En 2018 aportaron 149 millones de visitantes los cuales representan el 16.6% del turismo mundial, comparado con 2008 que tan solo escenificaban 8.6%. Dicho incremento se debió, parcialmente, a una liberalización paulatina de las políticas gubernamentales sobre los viajes de sus ciudadanos, junto con una simplificación en la obtención de visados en numerosos países, así como el incremento del número total de vuelos directos entre China y otros destinos turísticos³².

El año 2009 estuvo marcado principalmente por dos factores: la aparición del virus de la influenza (H1N1) y la continuación de la crisis financiera iniciada en 2008³³. En esta coyuntura económica y sanitaria el volumen del turismo mundial cayó en un 4%, mientras que tan solo en el primer semestre del año China dejó de recibir un 8.2% de sus llegadas³⁴. Sin embargo, para final de año la industria turística china experimentó un crecimiento de 3.6% con respecto al año anterior.

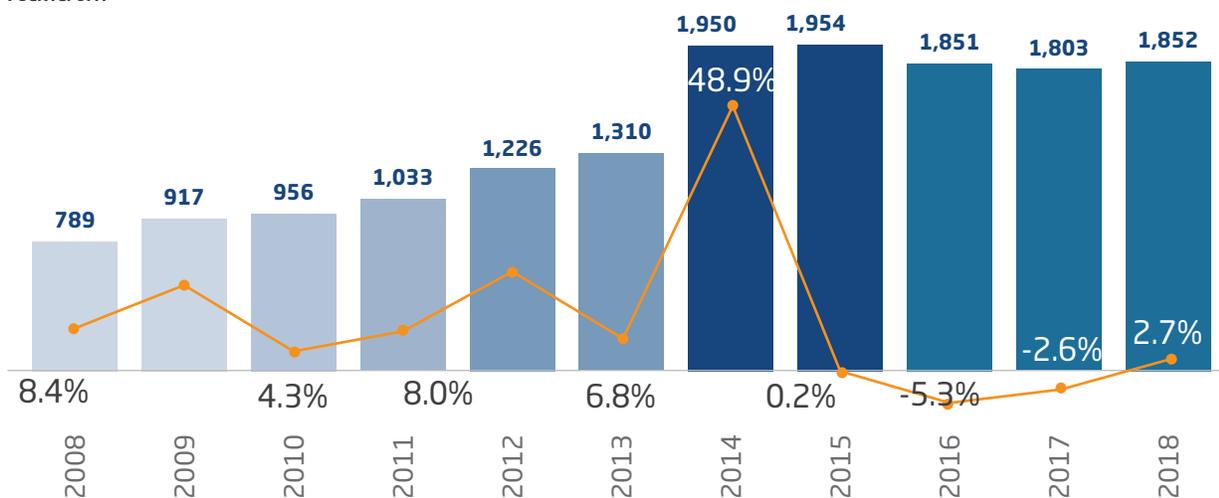
Una tendencia que se hacía popular en China —y en todo el mundo— es comprar paquetes de viaje grupales que en promedio brindan un costo por persona inferior a los viajes independientes, sin embargo, dicha tendencia se ha revertido a medida que los planes turísticos de cruceros se han hecho más famosos, acompañado además, del aumento en la participación de los *millennials* en los viajes internacionales totales³⁵.

ILUSTRACIÓN 17:

GASTO DE VIAJE PROMEDIO EN CHINA

(EN US\$, CREC. INTERANUAL)

FUENTE: OMT



En 2012 China se convirtió en el país con mayor gasto turístico del mundo, tomando el puesto de Alemania y Estados Unidos que se habían posicionado como líderes en este renglón durante varios años; visto además, que hasta aquel punto, el crecimiento de China como país emisor había sido el más rápido del mundo³⁶.

Según la OMT, en el top 5 de los países con turistas que tiene un mayor gasto, está encabezado por los chinos, para quienes en 2018 el desembolso por gasto total turístico fue de US\$277,000 millones, un 5% más que en 2017, lo que representa un 20% del gasto turístico mundial. El elevado gasto realizado de estos turistas los ha llevado a ser llamados “monederos andantes” en algunos países.

En promedio un turista gasta US\$1,852 por viaje, un crecimiento significativo frente al monto de 2008.

³¹ Según datos de la Organización Internacional del Turismo.

³² CaixaBank Research: Chino y Rusia: Los nuevos emergentes en emisión de turismo.

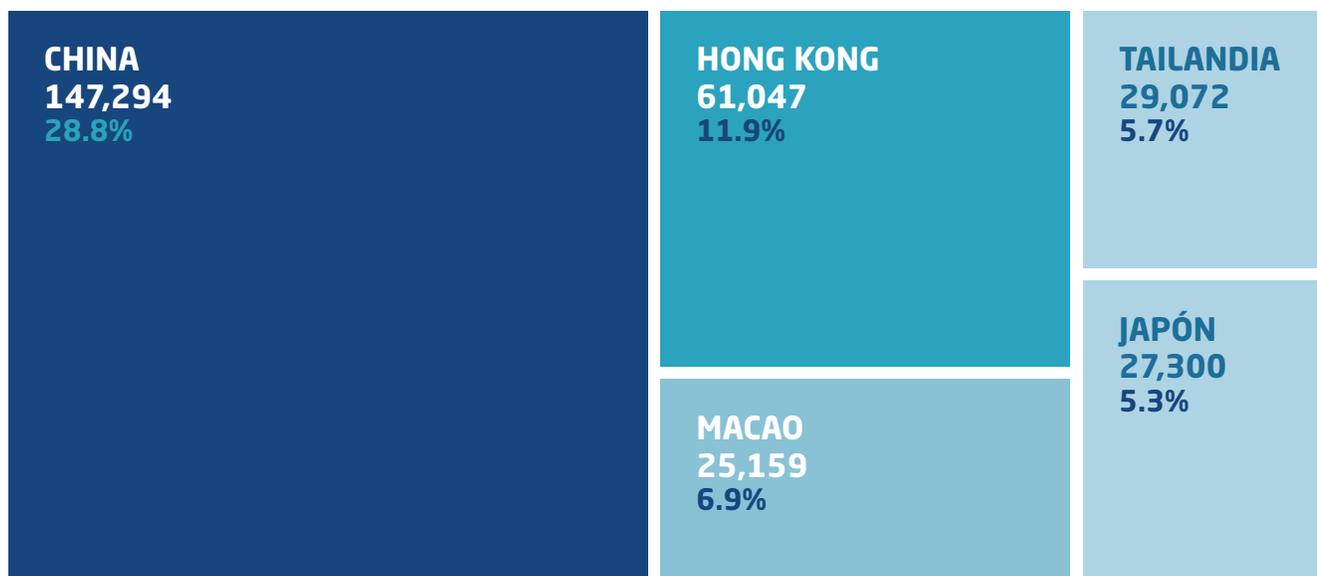
³³ C. Alonso Reynoso (2010): La influenza A (H1N1) y las medidas adoptadas por las autoridades sanitarias.

³⁴ Zhendong Ma: Análisis de la diferencia del turismo entre China y España. La imagen de España en China.

³⁵ OMT: Guidelines for Success in the Chinese Outbound Tourism Market.

³⁶ Hosteltur (2013): China supera a Alemania y se convierte en el mercado emisor de turismo líder del mundo.

ILUSTRACIÓN 18: ¿HACIA DÓNDE VIAJAN LOS TURISTAS ASIÁTICOS? (TOP 5, MILES DE TURISTAS, \$ DEL TOTAL, 2018). FUENTE: OMT



China, además de ser el principal emisor de turistas en el mundo y el país cuyos turistas registran el mayor gasto promedio por viaje, es el principal destino hacia el cual se dirigen los turistas asiáticos, acaparando el 28.8%. Tailandia es un destino con tradiciones muy religiosas que cuenta con templos emblemáticos y contemporáneos que rinden homenaje a la esencia del país. También, cuenta con zonas montañosas en las que los viajeros disfrutan tomar fotografías y hablar con los monjes que pasean entre los diversos templos que se albergan en las montañas³⁷. Por otro lado, el turismo en Japón ha adquirido mucha popularidad en los últimos años; ³⁸lo exótico de viajar a una cultura milenaria que a la vez ha logrado ser líder en cuanto avances tecnológicos, permite una mezcla de modernidad y tradición que llama la atención de turistas tanto asiáticos como internacionales.

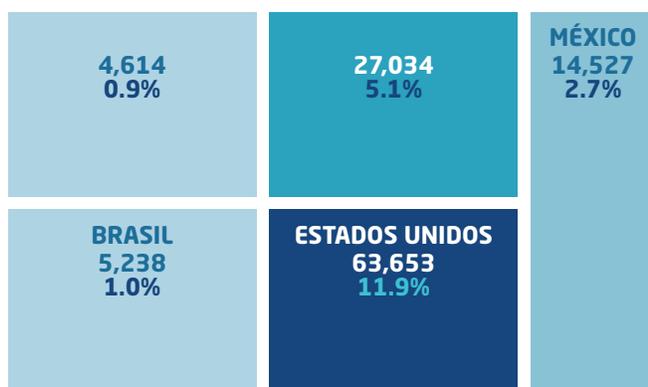
³⁷ El Confidencial: Estas son las razones que han convertido a Tailandia en el destino de moda.

³⁸ Panavisión: Turismo en Japón, exotismo y modernidad.

1.6.4. Países Emisores de América

ILUSTRACIÓN 19: PAÍSES EMISORES DE TURISMO EN AMÉRICA
(TOP 5, SALIDAS, TURISTAS EN MILES, % DEL TOTAL MUNDIAL). FUENTE: OMT

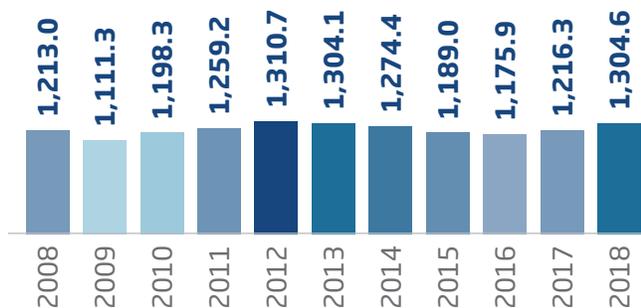
2008



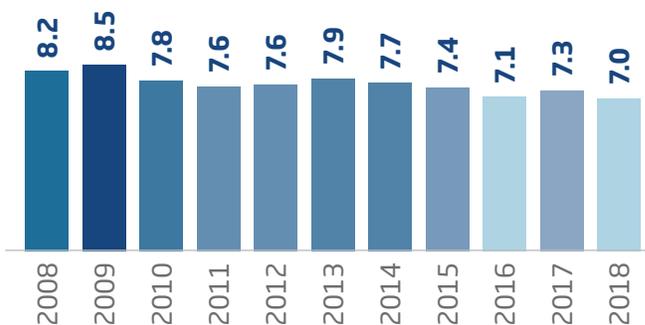
2018



GASTO PROMEDIO DE LOS TURISTAS AMERICANOS
(EN US\$)

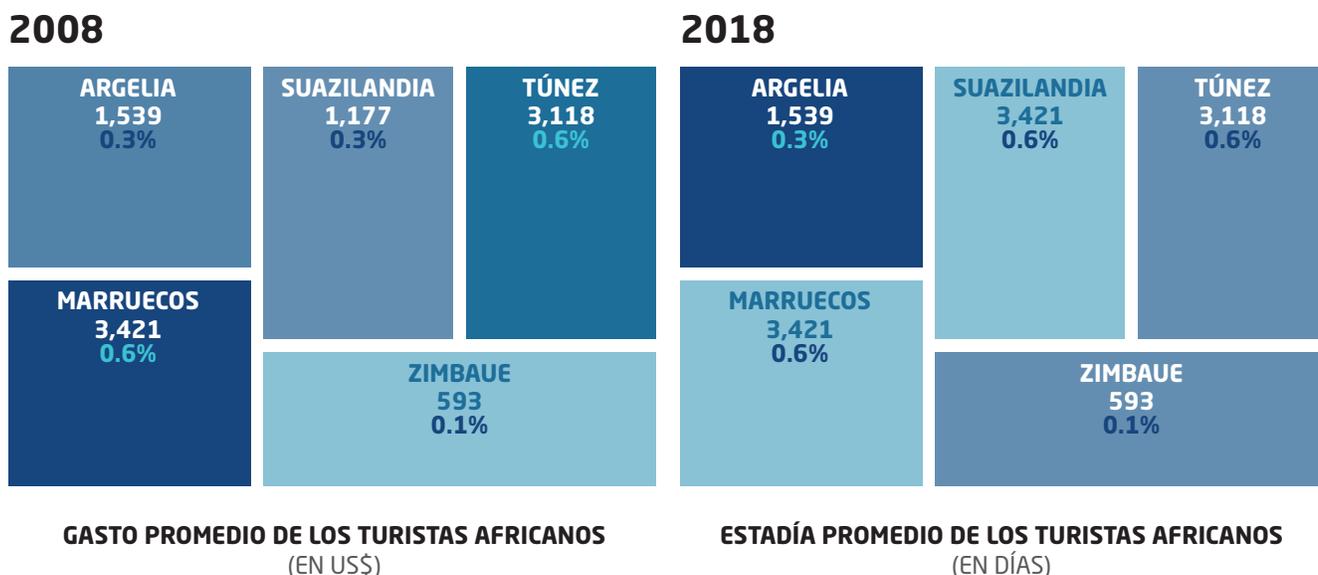


ESTADÍA PROMEDIO DE LOS TURISTAS AMERICANOS
(EN DÍAS)



Al comparar el 2008 con el 2018, los integrantes del top 5 de los países emisores americanos de turismo, se mantuvieron dentro del ranking. Estados Unidos encabeza el ranking en ambos años, con un crecimiento de 45.4% en las salidas turísticas respecto a 2008, mientras que otros países, como Argentina y Brasil, se mantienen en la cuarta y quinta posición, pero muestran crecimientos superiores al 100%.

ILUSTRACIÓN 20: PAÍSES EMISORES DE TURISMO EN ÁFRICA. (TOP 5, SALIDAS, TURISTAS EN MILES, % DEL TOTAL MUNDIAL). FUENTE: OMT



GASTO PROMEDIO DE LOS TURISTAS AFRICANOS (EN US\$)

ESTADÍA PROMEDIO DE LOS TURISTAS AFRICANOS (EN DÍAS)



La OMT señala que los turistas del continente africano tienden a viajar dentro de su misma región, cónsono con lo expresado por el informe de Desarrollo Económico en África 2017, que sostiene que los africanos impulsan el crecimiento turístico de la zona³⁹. Marruecos, que ocupó el primer lugar en el ranking de 2008, acumuló bajas de 43.8% en las salidas turísticas en vista de que el país se ha plantado como mercado receptor desde Europa Occidental⁴⁰. El puesto que ocupó Marruecos lo tomó Argelia, el cual representó el 0.6% de las salidas turísticas internacionales en 2018. Las salidas de dicho país podrían ser mayores, pero las dificultades a las que se enfrentan los residentes durante el proceso de visado, tanto por la lentitud con las que son procesadas sus solicitudes, como lo complicado que es obtener una cita⁴¹. El continente apuesta al ecoturismo y a la diversificación de la experiencia de safaris como estrategia de crecimiento, sin embargo, tanto el gasto como la estadía promedio de los turistas africanos se ha proyectado a la baja durante los años de estudios, debido principalmente a la inestabilidad política de la región⁴².

³⁹ Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo: Según un informe de la UNCTAD, los turistas africanos se están convirtiendo en el motor del turismo en el continente.

⁴⁰ Hosteltur: Marruecos registra 13 millones de turistas, un 5% más.

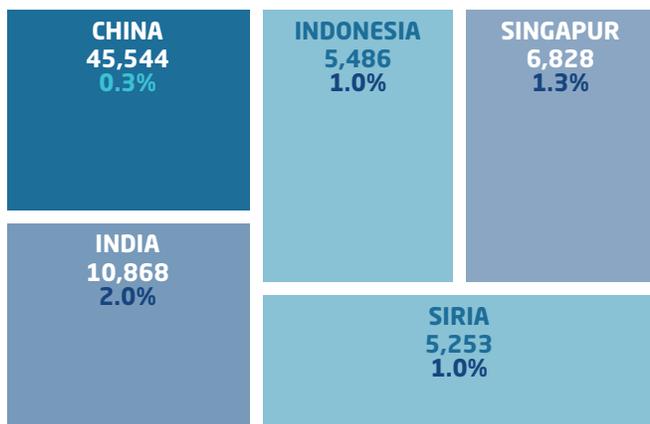
⁴¹ Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior: El visado, una amenaza para Argelia.

⁴² El País: Ecoturismo

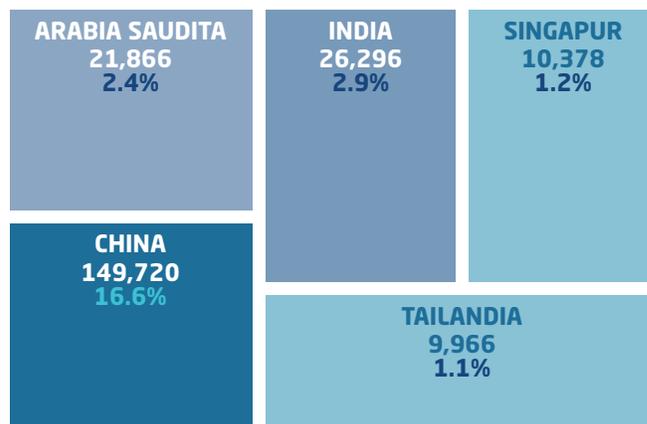
África recibe 5% de turistas al no tener estabilidad política

ILUSTRACIÓN 21: PAÍSES EMISORES DE TURISMO EN ASIA. (TOP 5, SALIDAS, TURISTAS EN MILES, % DEL TOTAL MUNDIAL). FUENTE: OMT

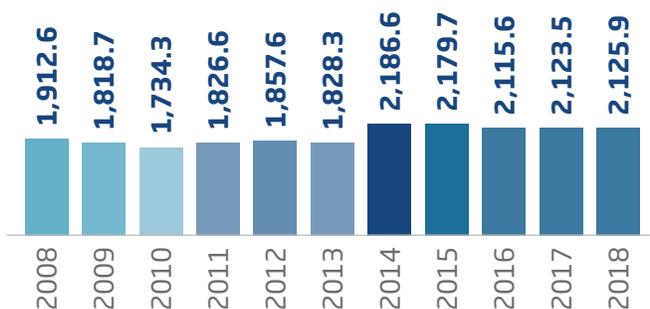
2008



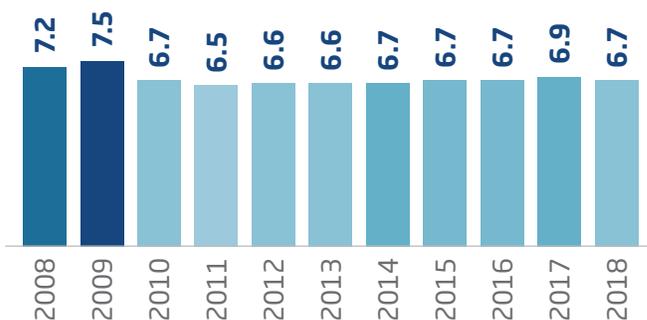
2018



GASTO PROMEDIO DE LOS TURISTAS AFRICANOS (EN US\$)



ESTADÍA PROMEDIO DE LOS TURISTAS AFRICANOS (EN DÍAS)



China es el principal emisor de turistas de Asia y del mundo, y se espera que continúe creciendo hasta que en 2030 alcance una proporción de 12 turistas por cada 100 habitantes chinos⁴³. Esto, debido a que el turismo emisor asiático está estrechamente relacionado con el “turismo de calidad”; fundamentado en el alto valor añadido que el flujo puede ofrecer a la industria del turismo receptor por varias razones, tales como el alto poder adquisitivo de sus turistas, la estacionalidad —relacionada a las tradiciones festivas de países como China—, su interés por el arte, la gastronomía, los eventos culturales y la inclinación por las compras de productos de lujo⁴⁴.

El turista asiático tiene un gasto promedio elevado; ellos optan por hoteles de lujo y destinan aproximadamente el 70% de su presupuesto total del viaje a las compras, principalmente a relojerías, grandes almacenes y tiendas de complementos⁴⁵, por lo que se dice que el turista asiático genera mucha riqueza y empleo, pero demanda pocos recursos del país. Similar al promedio mundial, la estadía de los turistas de esta región ha disminuido; el viaje de los asiáticos pasó de durar 7.2 días aproximadamente en 2008, a 6.7 días en 2018. Esta tendencia está relacionada a que muchos prefieren viajar varias veces al año por menos días, a viajar menos veces al año durante menos días⁴⁶.

⁴³ Turismo asiático, turismo de calidad: Informe sobre turismo asiático 2017.

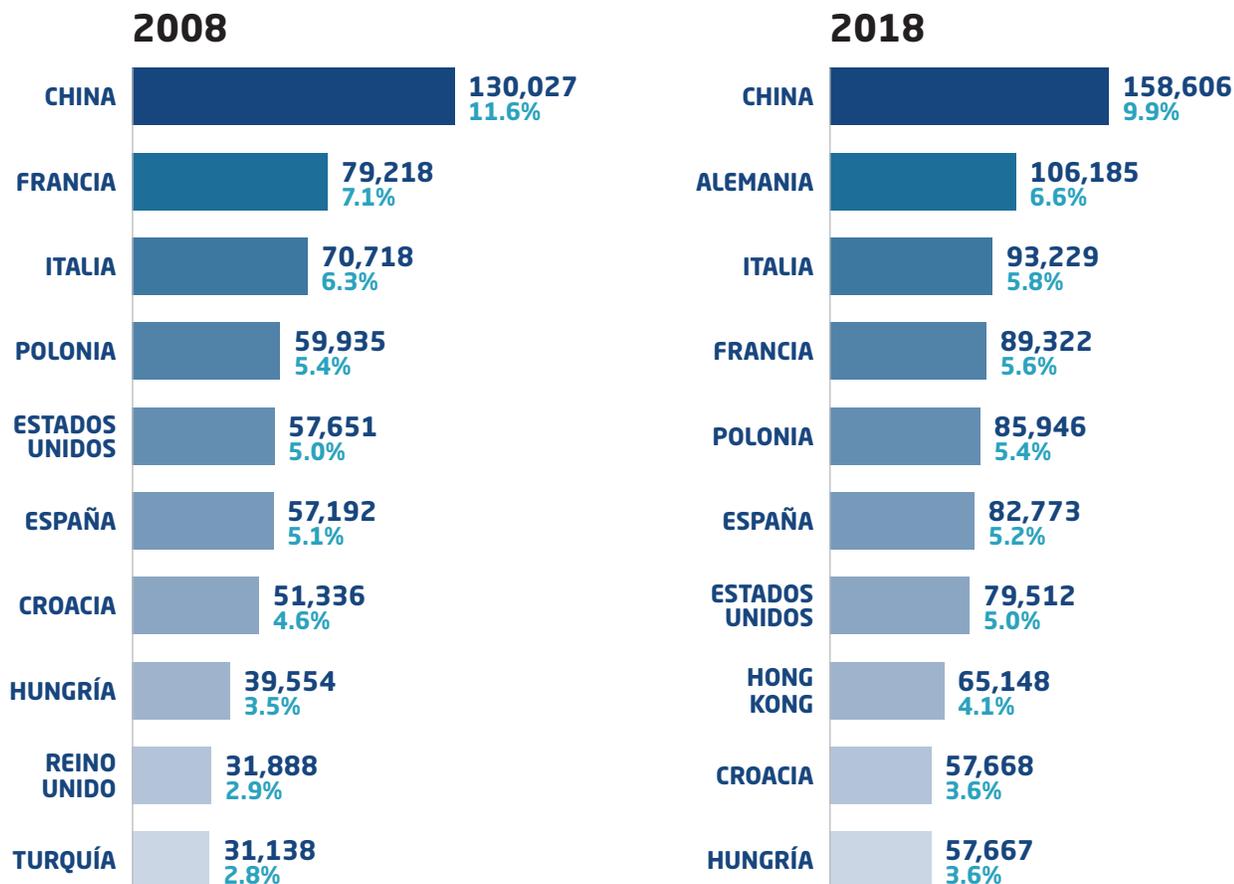
⁴⁴ Casa Asia (2017), Informe sobre el turismo asiático.

⁴⁵ Caribbean News: ¿Cómo es el turista asiático?.

⁴⁶ Casa Asia: Turismo asiático, turismo de calidad.

1.7. Principales receptores de turismo

ILUSTRACIÓN 22: PAÍSES RECEPTORES DE TURISMO. (TOP 10, LLEGADAS, TURISTAS EN MILES, % DEL TOTAL). FUENTE: OMT



Cifras de la OMT reportan que la recuperación sólida de la demanda de viajes en Brasil y en la Federación de Rusia, tras algunos años de descenso, así como el aumento continuo de la India, fueron grandes contribuyentes al crecimiento del turismo receptor en muchos destinos, como consecuencia del repunte económico mundial. Durante los 10 años de la serie, China, Alemania, Italia, Francia, Polonia, España y Estados Unidos se mantienen como líderes, entre todos acaparando aproximadamente el 40% de las llegadas turísticas internacionales de 2018.

En 2017, Estados Unidos recibió un menor flujo turístico como resultado de las restricciones de viajes impuestas por el gobierno del expresidente estadounidense, Donald Trump⁴⁷. Según datos de la OMT, los diez principales destinos a los que se dirigen los turistas abarcan el 40% de las llegadas mundiales de estos países; tan solo Reino Unido registró una caída en las llegadas durante 2018⁴⁸, atadas parcialmente a las especulaciones relacionadas al Brexit.

Resulta importante resaltar que, aunque en el top 10 no se muestre ningún país africano, África fue la segunda región de más rápido crecimiento con respecto al turismo, tras Asia-Pacífico. ⁴⁹En Etiopía se flexibilizaron las restricciones de visado así como se mejoró la conectividad de vuelos, logrando que la capital del país se convirtiera en un centro de transporte, lo que permitió que Etiopía pasara a transformarse en el país de África con un acelerado crecimiento turístico en 2018.

El Consejo de Turismo y Viajes Mundial (WTTC), indicó que en 2018 más de 67 millones de personas visitaron algún país africano, haciendo que el continente represente un 5% del turismo mundial como resultado de su oferta turística diversa y natural, la cual llama la atención de turistas alrededor del mundo⁵⁰.

⁴⁷ La Información: Menos reservas y pérdidas millonarias: El turismo en EE. UU. ya padece el "Efecto Trump".

⁴⁸ La Información: Menos reservas y pérdidas millonarias: El turismo en EE. UU. ya padece el "Efecto Trump".

⁴⁹ Quartz Africa: Africa's tourism industry is now the second fastest growing in the world.

⁵⁰ La Vanguardia: El boom del turismo en África.





2

**TURISMO
EN LA
REPÚBLICA
DOMINICANA**

2. EL TURISMO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

2.1. Segmentación de turistas en República Dominicana

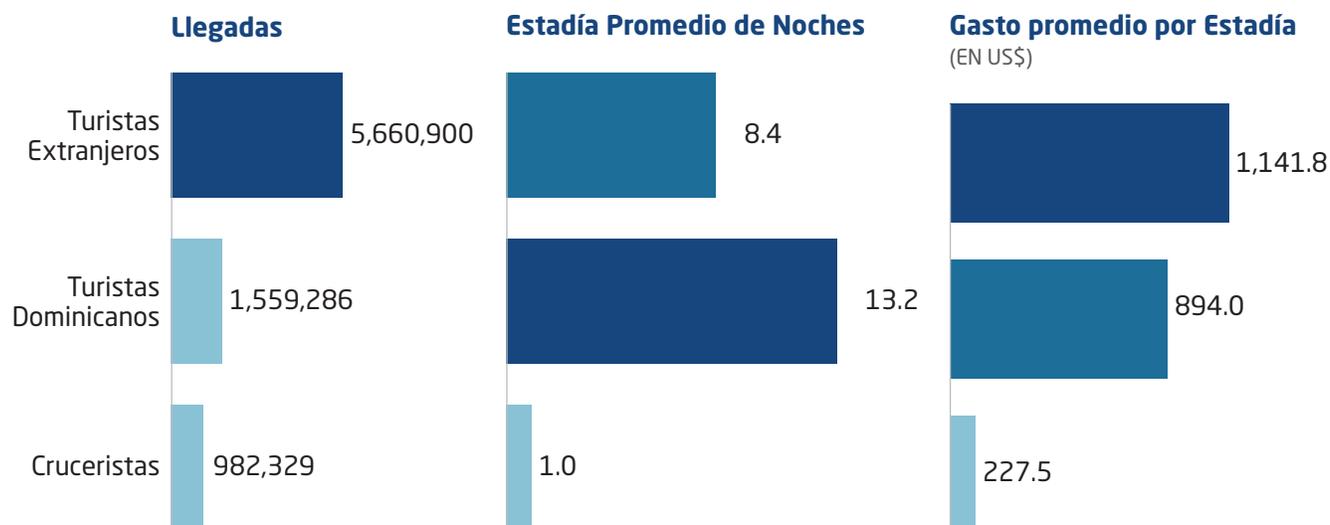


ILUSTRACIÓN 23: CARACTERÍSTICAS DE LOS TURISTAS (2018). FUENTE: BCRD

Según las características (nacionalidad, residencia y transporte) de los turistas que llegan al país, se crean los siguientes segmentos:

- **Turistas extranjeros:** llegan al país de forma aérea y como lo indica el nombre, son de nacionalidad extranjera.
- **Turistas dominicanos:** comprendido por los dominicanos no residentes en el país que llegan vía aérea.
- **Crucevistas:** turistas que ingresan al país a través de cruceros.

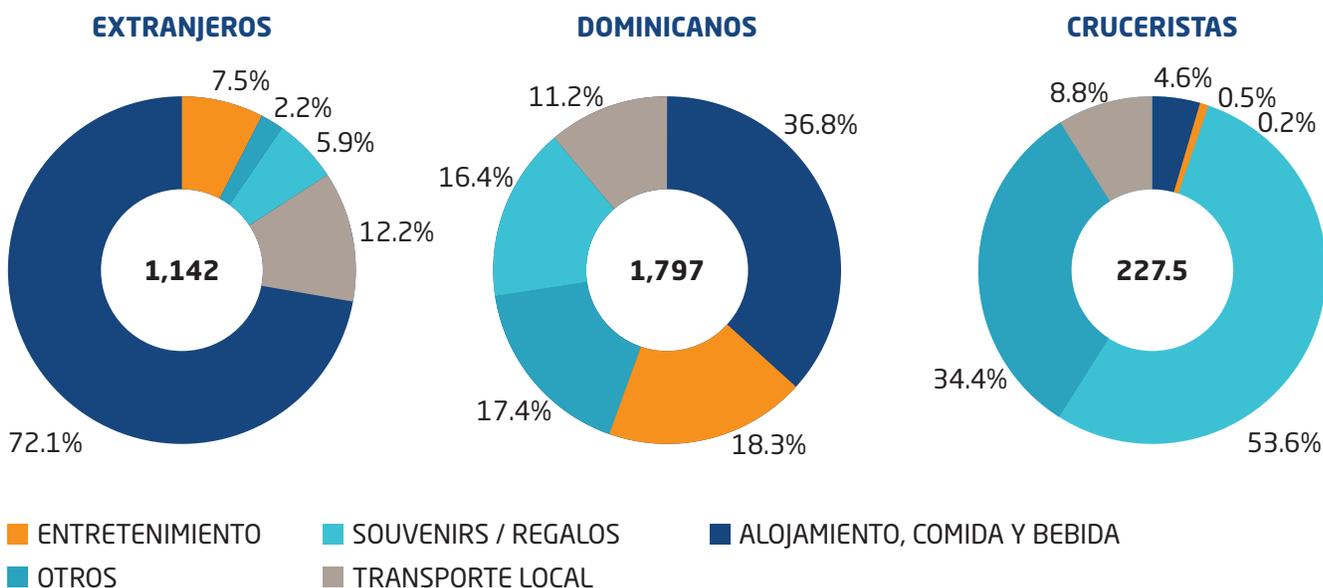
En lo adelante cuando se refiera a **turistas aéreos**, se hace alusión a los turistas extranjeros y dominicanos que ingresan al país a través del transporte aéreo.

Analizando a los turistas extranjeros, estos representan la mayor proporción de las llegadas de visitantes al país con el 69% del total en 2018, incidido por la diversificación de las actividades de recreación y la mejora en la promoción de la República Dominicana como destino turístico. Estos se caracterizan por promediar unas 8.4 noches por estadía y registran el mayor gasto por visita, ascendiendo a US\$1,141.8 dólares.

A diferencia de los extranjeros, los dominicanos permanecen unas 13.2 noches vacacionando, liderando la lista en este renglón; no obstante, realizan un gasto menor por estadía al totalizar US\$894 dólares —debido a la dinámica que caracterizan a este tipo de turista, quienes por lo general se hospedan en casas propias o de sus familiares—. En cuanto a las llegadas, rondan el 19% del total con 1.5 millones de dominicanos residentes y no residentes que vacacionaron en el país en 2018.

En ese orden, los crucevistas dado el modelo de transporte que utilizan exhiben el menor gasto y estadía promedio de noches, debido a que solo pasan una cierta cantidad de horas en los puertos donde tocan los cruceros, por tal razón sus gastos ascienden a US\$227.5 dólares y duran aproximadamente una noche en el país.

ILUSTRACIÓN 24: DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DE TURISTAS EN REPÚBLICA DOMINICANA. (% DEL TOTAL, 2018). FUENTE: BCRD

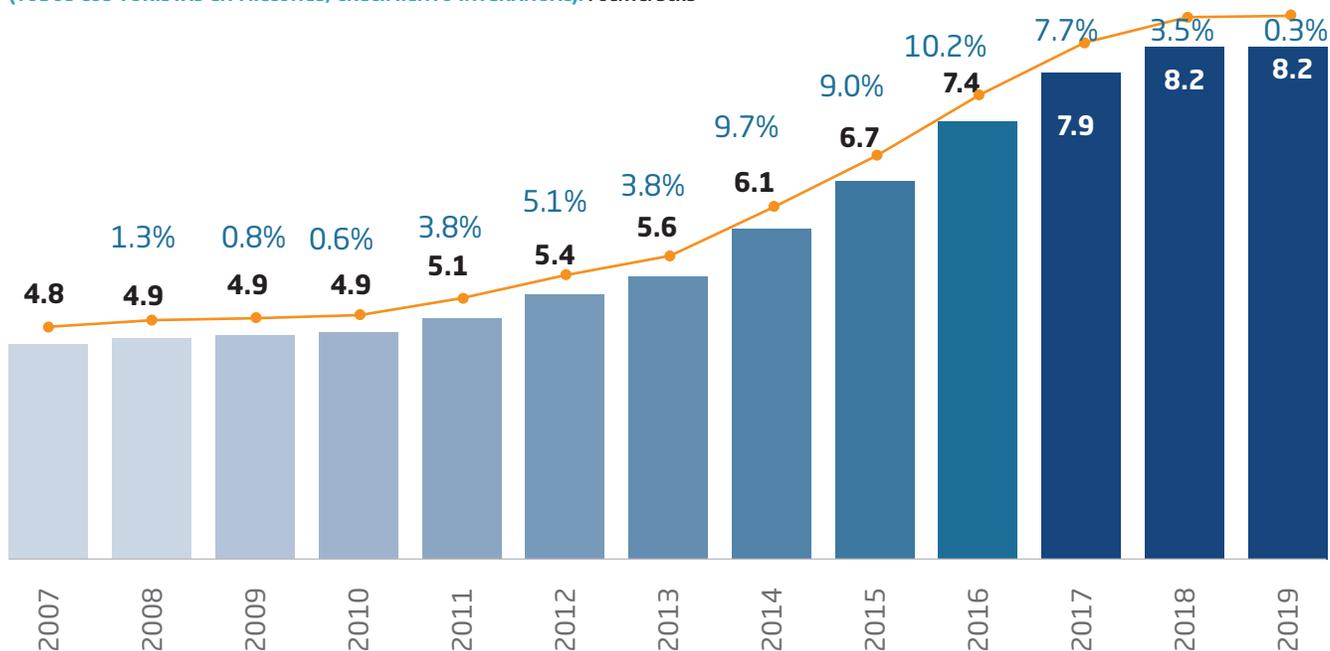


Con lo relacionado a la distribución del gasto por tipo de turistas, se observa que para 2018, los turistas extranjeros y dominicanos gastan la mayor parte de su presupuesto en la categoría de alojamiento—72% y 37%, respectivamente—, comida y bebida, y en menor proporción en souvenirs y regalos; contrario a los turistas de cruceros que utilizan el 53.6% de su consumo en esta categoría. Este comportamiento se debe a que los cruceristas realizan paradas cortas en los puertos, por esto el flujo de sus gastos es menor que el de turistas dominicanos y extranjeros. Asimismo, cabe destacar que la experiencia “todo incluido”⁵¹ que ofrecen gran parte de los hoteles en el país, puede explicar la mayor contribución del gasto en alojamiento, comida y bebida que se observa en esta clase de turistas. Los dominicanos exhiben una mayor diversificación del gasto contrario a los extranjeros y cruceristas, quienes concentran la mayor parte en una sola categoría, mientras que los turistas dominicanos llegan al país a visitar a sus familiares, y disfrutar de sus vacaciones.

⁵¹ Todo Incluido: Modelo donde el precio de estadía incluye desayuno, almuerzos, cenas, bebidas; y, en ocasiones, acceso a cenas en los restaurantes temáticos de sus establecimientos.

2.2. Etapas del turismo aéreo y marítimo en República Dominicana

ILUSTRACIÓN 25: LLEGADAS AIRE Y MAR.
(TODOS LOS TURISTAS EN MILLONES, CRECIMIENTO INTERANUAL). FUENTE: BCRD



Durante la última década, la llegada de turistas a la República Dominicana por vía aérea y marítima ha aumentado considerablemente. Las nuevas rutas aéreas y la apertura de nuevos puertos de cruceros han permitido el desarrollo acelerado que se puede observar en la industria turística del país.

Sin embargo, el sector se ha visto impactado por factores externos en el panorama económico internacional. La crisis financiera de 2008 impactó negativamente al turismo mundial, mientras la actividad turística nacional, no se vio tan afectada. La llegada de extranjeros en ese año disminuyó solo un 0.6%, mientras el año siguiente registró un modesto desempeño de 0.3%, asimismo, el Producto Interno Bruto (PIB) solo se contrajo un 1.2%. En cuanto al comportamiento de los países emisores, los estadounidenses incrementaron su flujo de llegadas en 3.9% y los canadienses en 1.6%, mientras el mercado europeo se redujo en 8.0%.

Los demás países de América Latina y el Caribe vieron reducidos el número de llegadas de turistas y experimentaron una contracción del PIB de la industria producto de la crisis. Una vez superada, el sector en el país mantuvo la expansión registrada los años anteriores exhibiendo un crecimiento del PIB real de 5.1% y 3.9% de las llegadas de turistas en 2010.

La apertura de la Autopista del Coral o Autopista del Este, en 2012, produjo un gran impacto en el turismo. Siendo considerada una de las obras de infraestructuras más importante para el sector, su finalidad fue facilitar la comunicación vial y reducir la distancia recorrida entre Santo Domingo y Punta Cana, ya que acorta el tiempo del trayecto en cuatro horas de ida y vuelta. Asimismo, favorece la comunicación entre La Romana, Bayahíbe, Higüey, Punta Cana, Bávaro, Cap Cana, Macao y Uvero Alto, que representan alrededor del 65% de la oferta hotelera en el país.

El año siguiente se terminó la construcción del Malecón Turístico de Barahona, con una inversión de RD\$314.0 millones, aumentando el atractivo de la provincia sureña. En ese orden, se concluyó la Carretera Sánchez-Las Terreras, la Planta de Tratamiento de Juan Dolio y Guayacanes, con un costo de RD\$109.3 millones, la construcción de aceras en Bávaro, el reacondicionamiento de la Plaza Güibia y el Parque Eugenio María de Hostos en Santo Domingo. (Turismo, 2013).

En este orden, fueron concluidas para 2014, la remodelación de varias carreteras para mejorar la vialidad, donde se destacan: la reconstrucción de la Carretera Macao - Hotel Sirenis, con un monto invertido de RD\$237,490,279.00; el acondicionamiento de vías Las Galeras - Playa Rincón - La Tinaja - Entrada Arroyo Cabo, en Samaná, para un total invertido de RD\$44,502,478.00. (Turismo, 2013).

En 2018 el país contaba con unas 78,599 habitaciones de hotel, mientras desde el 2012 la tasa de ocupación hotelera se ha mantenido sobre el 70%, siendo Punta Cana la zona con la mayor tasa, seguida por La Romana. Dentro del sector turismo, la industria de cruceros también ha aumentado sustancialmente en las últimas dos décadas, pasando de recibir unos 183,220 cruceristas en el año 2000 a un millón en 2019, por lo que ha registrado un crecimiento promedio de 7.4% anual. Los puertos de La Romana, Puerto Plata y Sans Souci son los que reciben el mayor porcentaje de cruceristas al año, y dado el auge de los cruceros en el país a partir de 2016, se crea el puerto de Cap Cana con una visita de 20,044 pasajeros de cruceros en 2019.

Tratando de diversificar el sector y crear nuevas opciones para aumentar la oferta de actividades, hace unos años surge el ecoturismo, que es una nueva modalidad turística caracterizada por ofrecer actividades en la naturaleza. Un ejemplo de estos son las rutas de montañas cada más populares en las zonas de La Vega, Jarabacoa y Constanza. A mediados de 2019 el sector se vio gravemente afectado por una campaña negativa contra la industria en la República Dominicana, luego del fallecimiento de tres turistas norteamericanos en hechos totalmente separados. Más adelante se determinó que las causas de esos decesos no fueron consecuencia de acciones criminales, sino acontecimientos al azar.

La llegada de turistas luego de estos eventos se vio reducida en un 1.9%, asimismo, la llegada de turistas provenientes de los Estados Unidos se contrajo un 9.3%, los canadienses en 2.9%, franceses 3.9%, alemanes 16.9%, entre otros.

Es importante destacar la fortaleza de la industria en el país donde a pesar de ver reducido el número de visitantes en el primer semestre de 2019, el PIB real del sector pudo crecer un 0.2% ese año, reflejando el efecto de las medidas que se implementaron para limpiar la imagen del turismo en la República Dominicana.

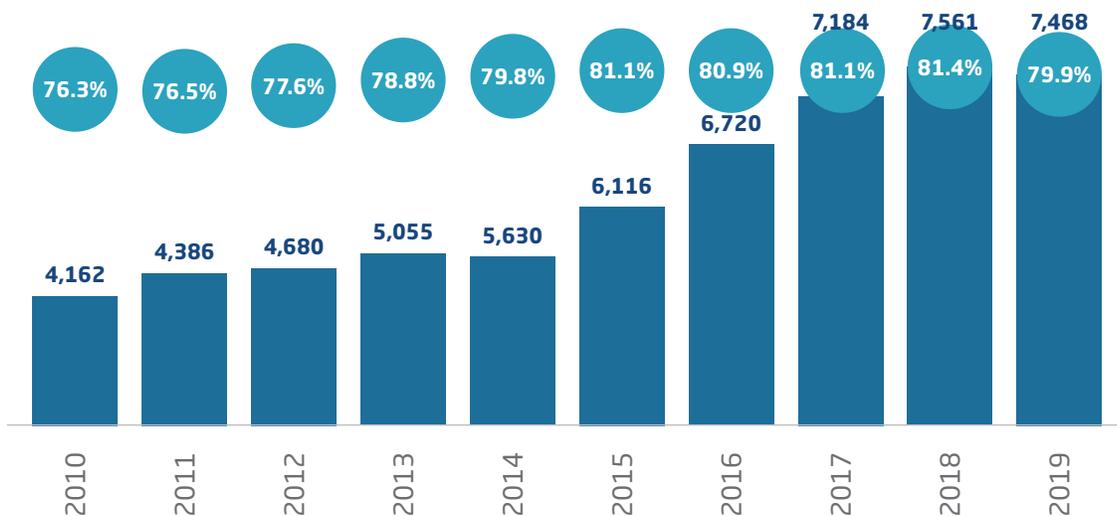
Con el inicio de la pandemia del COVID-19 a mediados de marzo de 2020 en el país, la actividad turística se vio totalmente paralizada con el cierre de los hoteles en los principales puntos turísticos. Las medidas que se apliquen para controlar la pandemia en el país dictarán el desenvolvimiento del sector los próximos meses.

2.3. Análisis macroeconómico

ILUSTRACIÓN 26:

DIVISAS GENERADAS POR EL TURISMO.

(US\$MM, % INGRESOS BALANZA DE SERVICIOS). FUENTE: BCRD

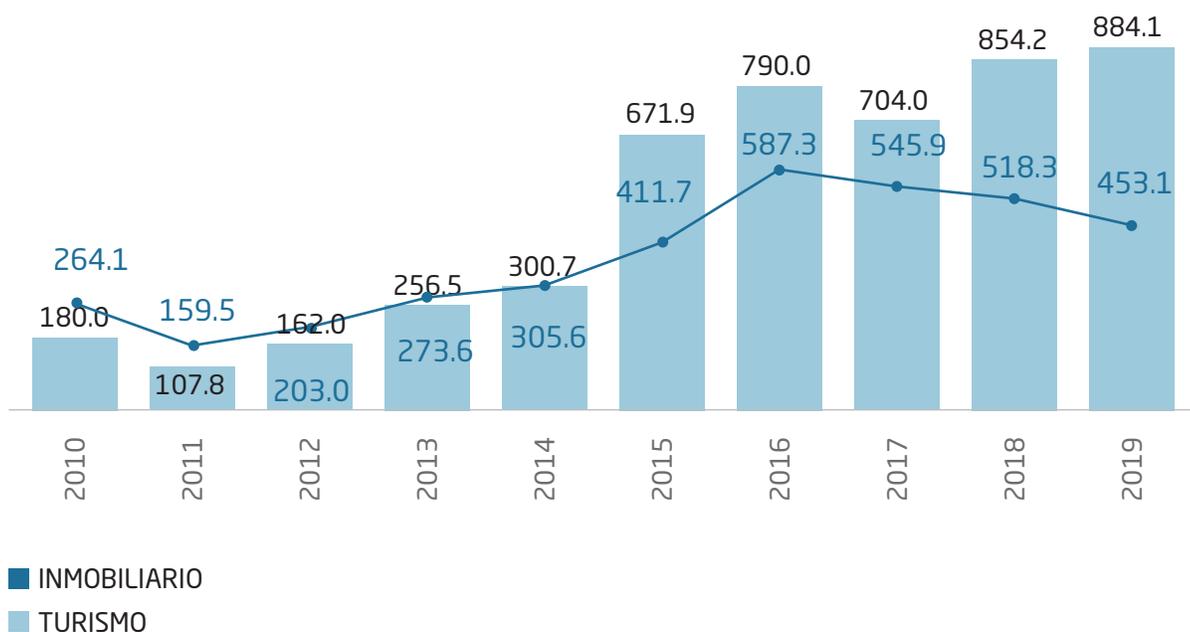


■ DIVISAS

■ DIVISAS % INGRESOS DE BALANZA SERV.

El turismo es una de las actividades más importantes para la economía del país, aportando una suma significativa en la entrada de divisas al mercado monetario. Con el crecimiento en la llegada de turistas el flujo de divisas del sector es cada vez mayor, ascendiendo a US\$7,561 millones de dólares en 2018, destacando que este fue un año récord para la industria turística del país por el aumento en el arribo de visitantes. Las divisas del turismo representan sobre el 76% de los ingresos de la balanza de servicios, llegando a registrar su pico en 2015 y 2017 con 81.1% del total.

ILUSTRACIÓN 27: INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA POR SECTOR. (US\$ MM). FUENTE: BCRD



La industria es uno de los principales destinos de la inversión extranjera directa, IED, de la cual ha captado una parte importante en El Caribe. En los últimos años el crecimiento por este concepto ha significado un alcance del 123.4% en 2015 respecto al año anterior.

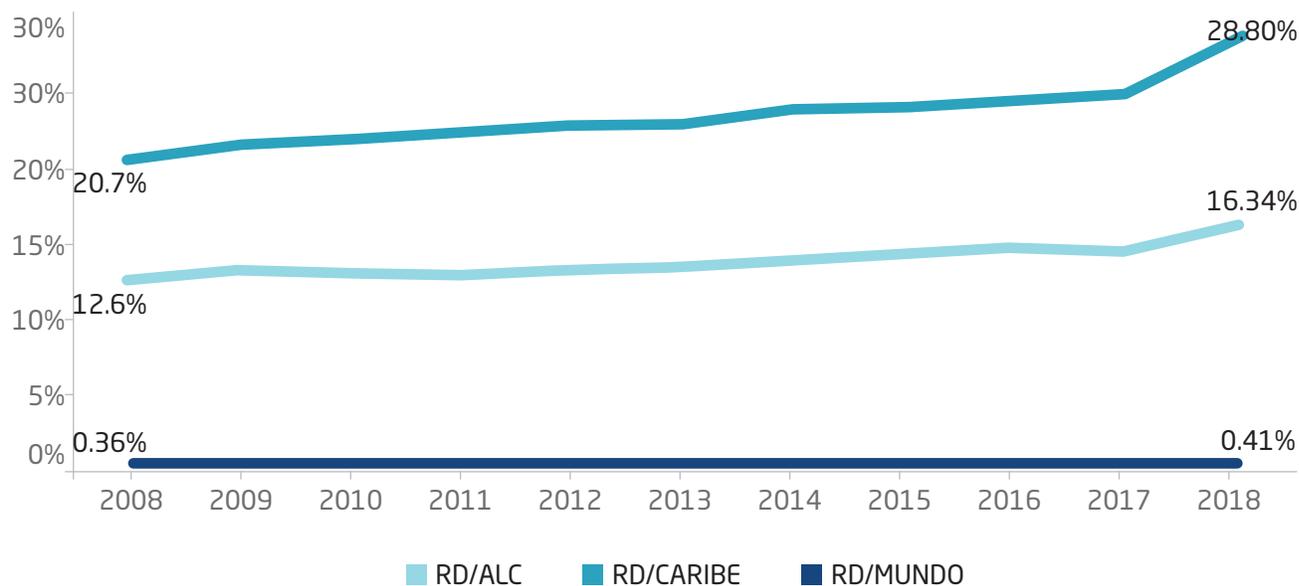
Dentro del impacto positivo a otros sectores de la economía, es importante destacar la inversión extranjera directa en las actividades inmobiliarias, que permite la creación de nuevos complejos turísticos, hoteles, entre otros. Este sector ha experimentado un crecimiento extraordinario en los últimos años, siendo consistente con el aumento de la inversión, registrando su pico en 2016 cuando ascendió a US\$587.3 millones.

Asimismo, el sector eléctrico es otra de las actividades que se beneficia del desarrollo del turismo, debido a que parte de su producción es consumida por esta industria. La inversión extranjera directa en este sector alcanzó su punto máximo en 2013 con unos US\$449.6 millones invertidos.

2.4. Turismo en República Dominicana

ILUSTRACIÓN 28:

MARKET SHARE DE LLEGADAS A REPÚBLICA DOMINICANA. (TURISTAS AÉREOS, % DEL TOTAL). FUENTE: OMT

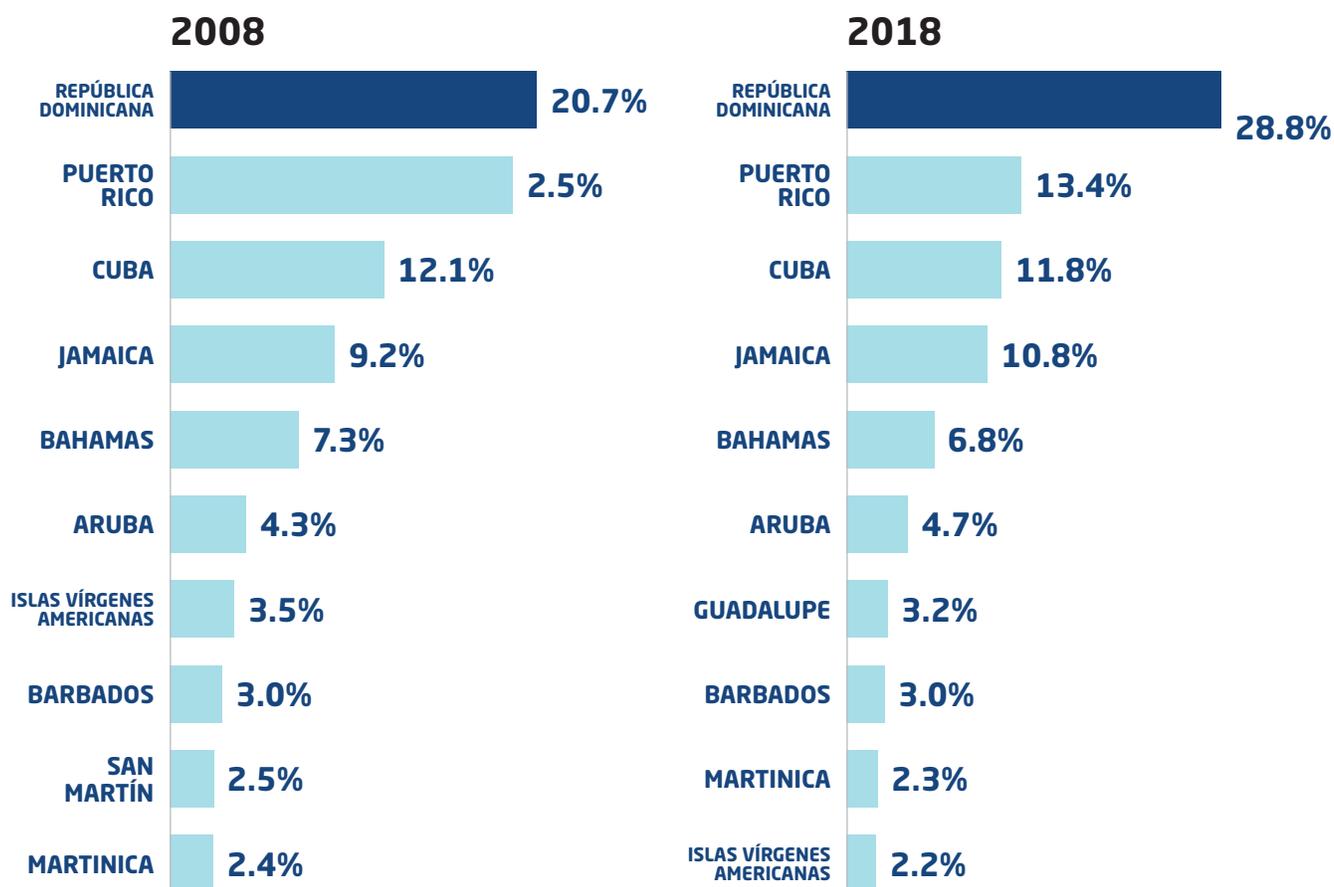


República Dominicana, con aproximadamente el 0.4% del total de llegadas aéreas a nivel mundial, representa una parte importante del turismo en América Latina y el Caribe.

Su participación en las llegadas de turistas en Latinoamérica y el Caribe, figura por encima del 12% de la región, ascendiendo hasta 16.34% en 2018. Este comportamiento ha sido gracias a la diversificación y desarrollo que ha experimentado el turismo en los últimos años, el aumento de la inversión extranjera y el incremento de las llegadas.

Mientras que en la región del Caribe, representó el 28.8% del total de llegadas producidas en 2018, posicionándose como uno de los lugares más visitados en la última década.

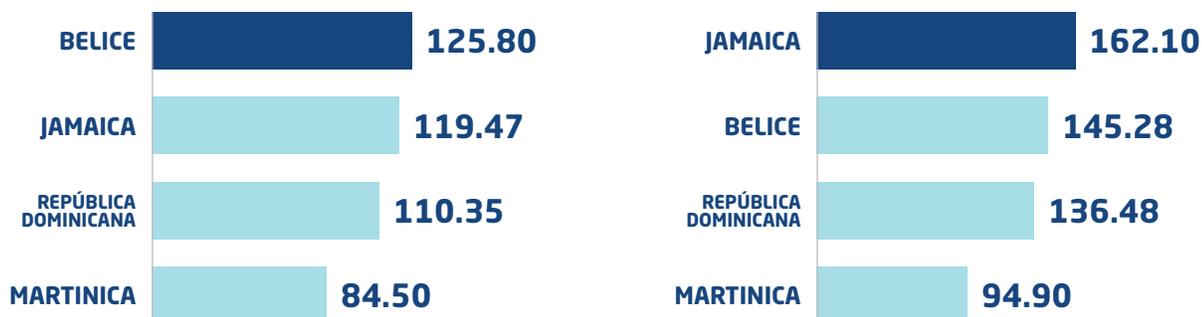
ILUSTRACIÓN 29: LLEGADA DE TURISTAS AL CARIBE. (TOP 10, TURISTAS AÉREOS % DEL TOTAL). FUENTE: OMT



República Dominicana, se ha caracterizado por ser uno de los destinos turísticos con mayor demanda de América Latina y el Caribe durante los últimos años, gracias a la diversidad de su gastronomía, cultura y las actividades que ofrece. Junto a Bahamas, Jamaica, Puerto Rico y Costa Rica, representan el top cinco de los países que captaron la demanda de turismo de la región, durante 2018.

Con el 6% de la demanda total de turismo de América Latina y el Caribe durante los últimos diez años, República Dominicana ha logrado mantenerse en el top cinco desde 1998, gracias al aumento en la llegada de turistas por vía aérea y marítima, permitiendo recibir en promedio unos 5.5 millones de turistas al año.

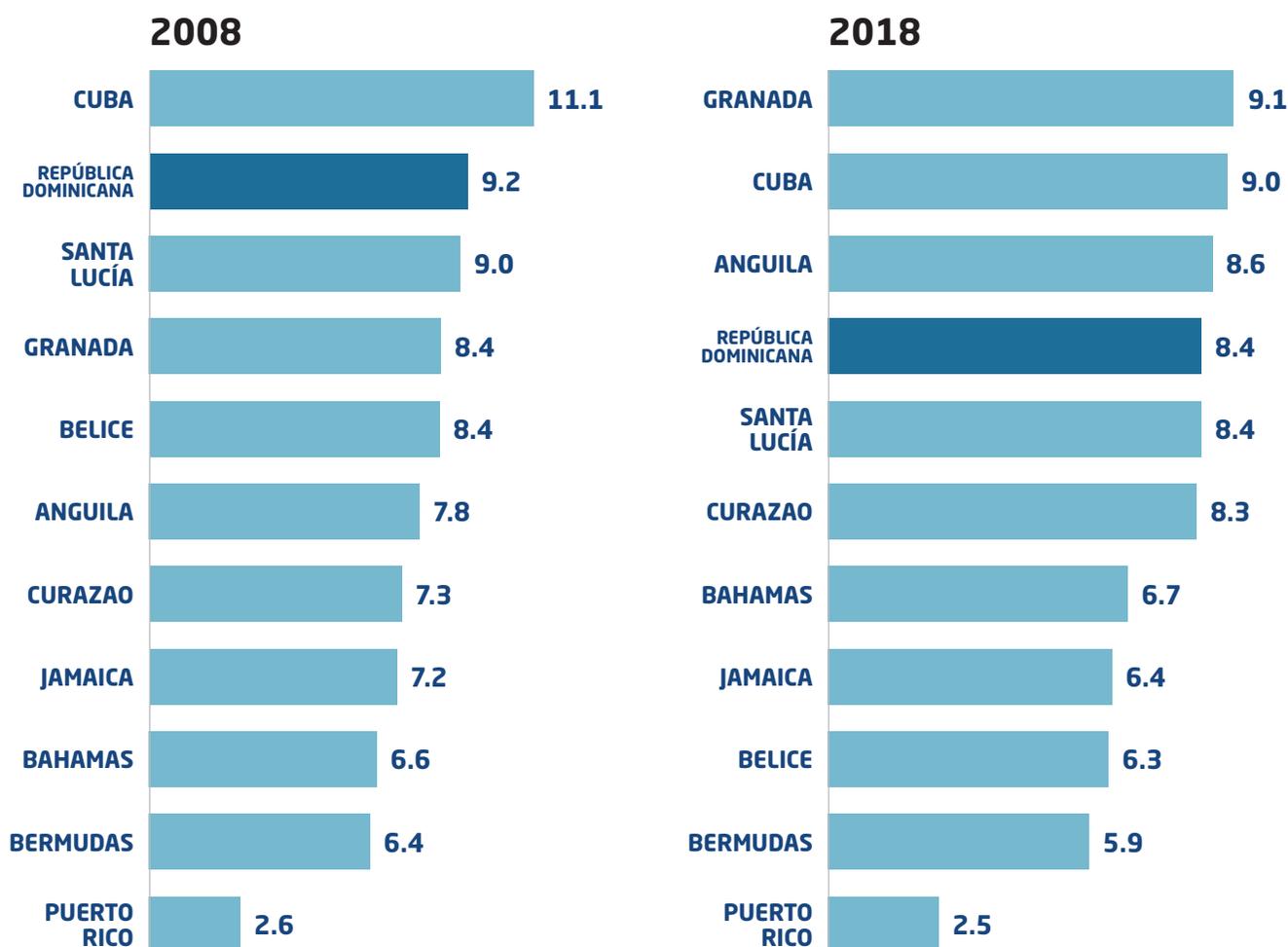
ILUSTRACIÓN 30: GASTO DIARIO PROMEDIO EN EL CARIBE⁵². (US\$, TRANSPORTE AÉREO Y MARÍTIMO). FUENTE: OMT



⁵² Solo con los países con datos para ambos años.

Entendamos que el gasto de los turistas es la referencia a la sumatoria pagada por la adquisición de bienes y/o servicios durante su estadía. Esto así, Belice registra el gasto diario promedio más alto en la región del Caribe, con unos US\$126 dólares en 2008, mientras que República Dominicana totalizó aproximadamente US\$110 dólares. Para 2018 se observa un aumento en el consumo diario de los turistas en el país, ascendiendo de US\$110 en promedio a unos US\$134 dólares. El incremento en los precios de alojamiento, comida, bebidas y entretenimiento causaron, parcialmente, la subida vertical del gasto con relación a 2008, también explicado por el incremento en la llegada de turistas durante el mismo periodo.

ILUSTRACIÓN 31: ESTADÍA PROMEDIO EN EL CARIBE⁵³. (EN DÍAS, TRANSPORTE AÉREO Y MARÍTIMO). FUENTE: OMT

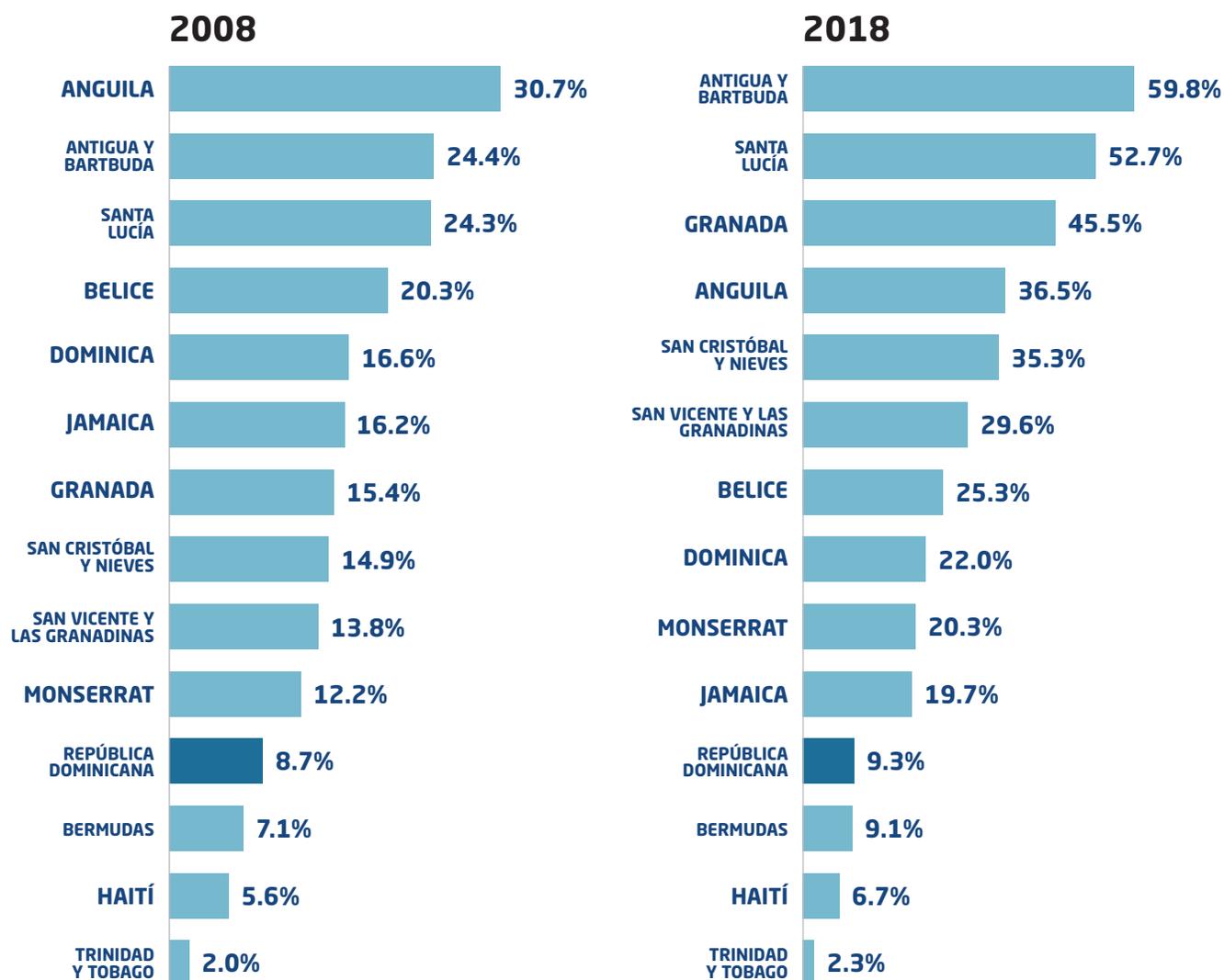


Tal cual se expresa en la ilustración, para 2008 Cuba dominaba la estadía promedio del Caribe con 11 días, seguido de República Dominicana con un promedio de 9 días, lo que los posicionó como los destinos preferidos de la región, en la citada fecha.

Para 2018 se observa un cambio en el comportamiento de los turistas, donde Granada lidera la lista con 9 días de estadía; cifra menor a la registrada por Cuba en 2008. República Dominicana cierra el top cuatro ese año con una estadía promedio de 8 días, destacando que durante este periodo se observa una reducción en sentido general, en el Caribe. Este comportamiento puede ser adjudicado a la restricción de tiempo disponible a la que se enfrentan los turistas a lo largo del año.

⁵³ Solo con los países que contaban con información disponible para ambos años.

ILUSTRACIÓN 32: TURISMO COMO % DEL PIB. (REGIÓN DEL CARIBE). FUENTE: OMT



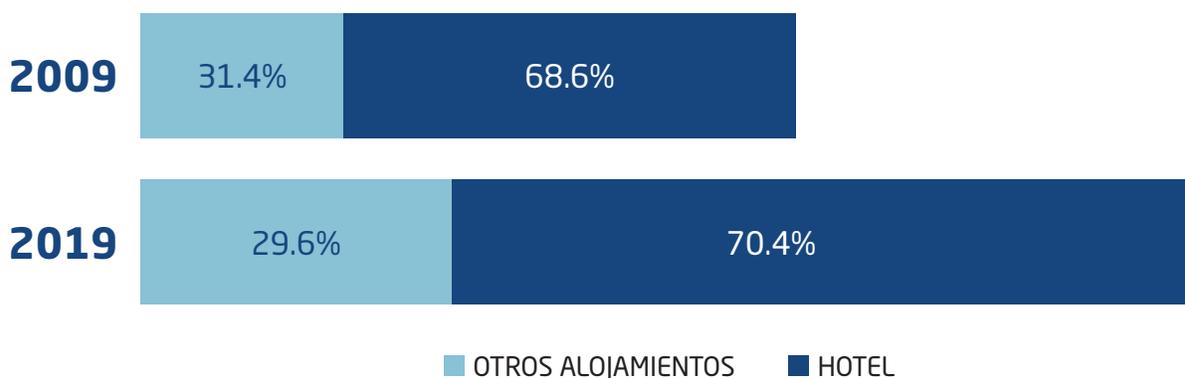
Las islas del Caribe tienden a tener un mayor aporte del turismo a su economía dado que se dedican en su mayoría a esta actividad económica. En 2008 el turismo en Anguila aportó el 30.7% de su PIB, al ocupar el puesto número uno con el mayor aporte de la región, seguida por Antigua y Barbuda con 24.4% y Santa Lucía con 24.3% cerrando el top 3.

República Dominicana, por su parte, aportó el 8.7% a su PIB en 2008 y un 9.3% en 2018, constituyéndose como uno de los países del Caribe con el menor aporte de la industria al Producto Interno Bruto, debido a la diversificación de su economía.

2.5. Características del turista aéreo en República Dominicana

2.5.1 Características del turista aéreo en República Dominicana

ILUSTRACIÓN 33: TIPO DE ALOJAMIENTO. (% DEL TOTAL, TURISTA AÉREO). FUENTE: BCRD



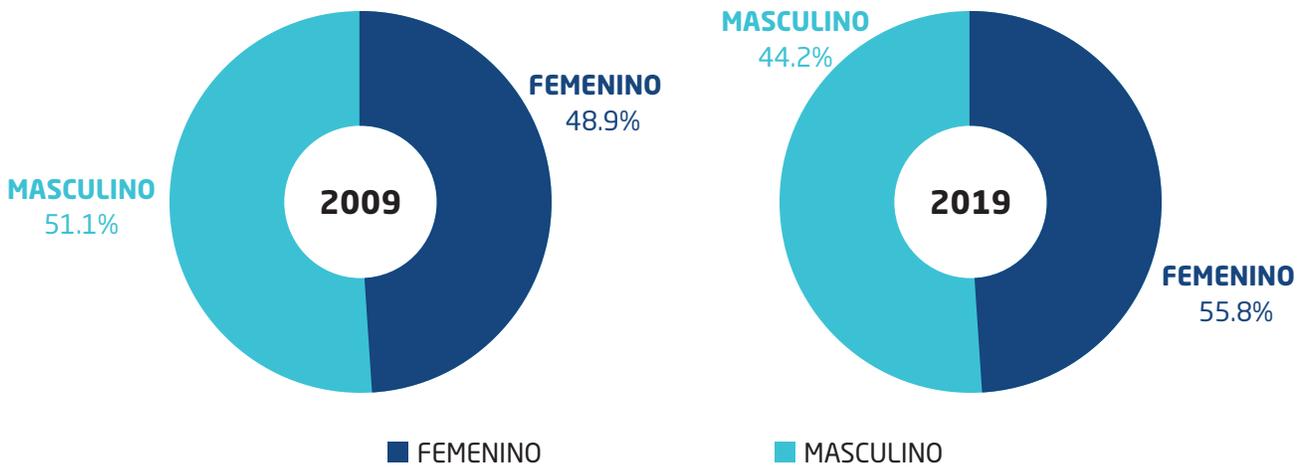
El 68.6% de los turistas aéreos⁵⁴ que visitaron República Dominicana en 2009 se hospedaron en hoteles, mientras que alrededor del 31.4% optó por otro tipo de alojamiento. Cónsono a la consolidación del país como destino más visitado de la región, en 2018 las llegadas de turistas aumentaron 5.7%, alcanzando un total de 7.2 millones de viajeros.

El establecimiento de prestigiosas cadenas internacionales, así como la remodelación de hoteles ya existentes, permitió un aumento del 68.6% a 70.4% del alojamiento en éstos, mientras que, otros lugares de hospedaje captaron el 29.6% de los turistas durante 2019.

Con la participación en el mercado local de tres grandes cadenas hoteleras internacionales, tales como Chic By Royalton, JW Marriott y Alsol Luxury fue fortalecida la oferta existente. Asimismo, se renovó el Gran Bahía Príncipe San Juan, el Ámbar y el Esmeralda en Punta Cana, y Cayo Levantado en Samaná. Para 2015 trece instalaciones hoteleras inician operaciones, y unas nueve en 2018, sumándose seis ampliaciones, y unos diez proyectos inmobiliarios turísticos en ese mismo año.

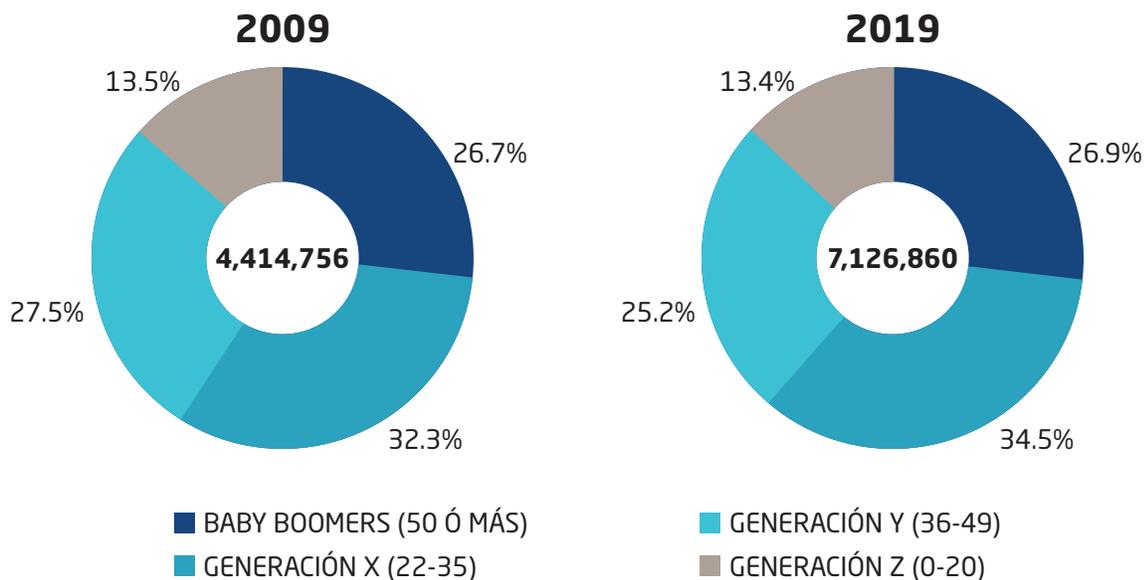
⁵⁴ Turistas aéreos, se refiere a los turistas dominicanos y extranjeros que llegan al país por vía aérea.

ILUSTRACIÓN 34: DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO. (% DEL TOTAL, TURISTA AÉREO). FUENTE: BCRD



Al analizar la llegada de turistas según su sexo, la tendencia en los últimos diez años refiere un cambio con relación al 2009, donde los hombres representaban el 51.1%, mientras que en 2019 se redujo al 44.2%. Como consecuencia, se ha consolidado la presencia de visitantes femeninas en el país, pasando de 48.9% en 2009 a 55.8% en 2019.

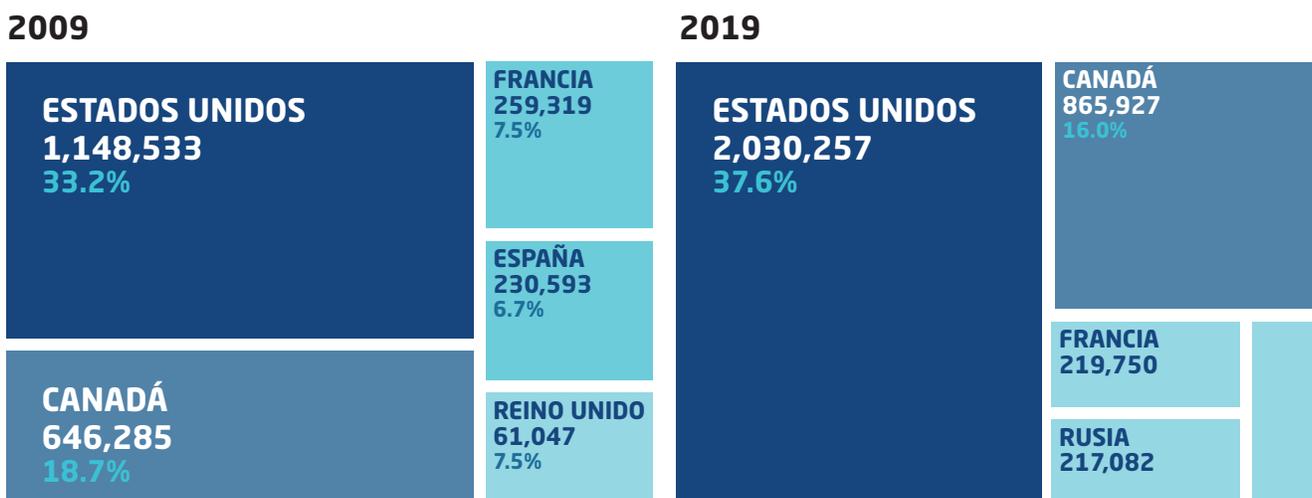
ILUSTRACIÓN 35: DISTRIBUCIÓN POR GENERACIÓN. (% DEL TOTAL, TURISTA AÉREO). FUENTE: BCRD



De acuerdo con los datos obtenidos, se percibe constancia en la distribución de las edades de los turistas que llegaron al país entre 2009 y 2019, con el rango de 36-49 años -generación y- presentando la mayor variación en sentido negativo. El análisis del perfil de los turistas durante el año 2019 presenta que el 34.5% de los visitantes oscila entre el rango de 21 a 35 años, seguido por el grupo de 50 años y más, con 26.9%, para concluir con los comprendidos entre 36-49 años con 25.2%.

2.5.2. Turista extranjero

ILUSTRACIÓN 36: MARKET SHARE DE LLEGADAS A REPÚBLICA DOMINICANA (TURISTAS AÉREOS, % DEL TOTAL). FUENTE: OMT



Históricamente alrededor del 80% de los visitantes del país provienen del continente americano y el 20% del resto del mundo.

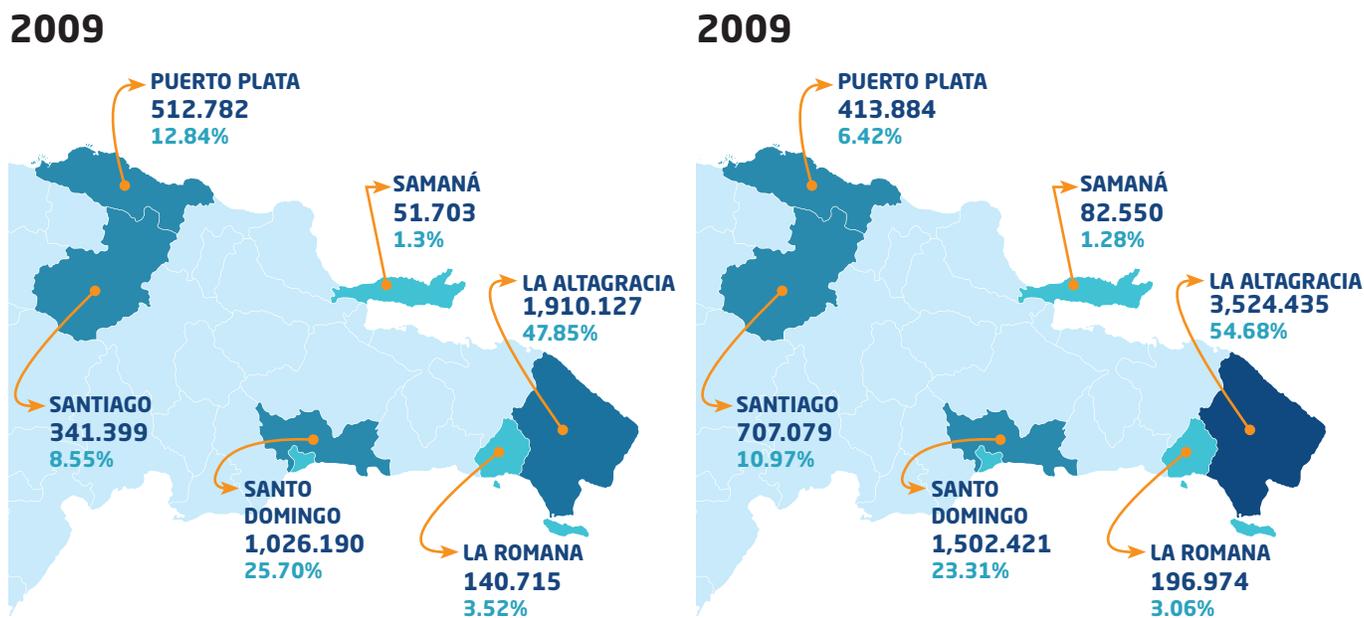
Al analizar el flujo de los extranjeros según el país de origen en la última década, se observa que alrededor de siete países (EE. UU., Canadá, Francia, España, Reino Unido, Alemania y Rusia) sostienen el 80% de las llegadas totales al país. A pesar de ciertas fluctuaciones en los porcentajes del total de arribos, Estados Unidos, Canadá y Francia han logrado mantener los tres primeros lugares desde el 2009. En 2019, Estados Unidos lideró las llegadas con 37.6%, seguido por Canadá (16.0%), Francia (4.1%), Rusia (4.0%) y Argentina (3.5%).

A partir de 2017 se empezó a percibir un incremento de 33% en las llegadas de rusos al país debido en parte al aumento en destinos que exigen visas a rusos - República Dominicana les permite la entrada con sólo pagar la tarjeta de turismo-, y el aumento en los vuelos entre ambas naciones. Esto así, Rusia y Argentina son dos países que han logrado incrementar su participación en las llegadas al país, desplazando los arribos de españoles e ingleses. Por otro lado, en 2018 se registra un crecimiento de 21.5% en las llegadas de argentinos al país, gracias a la fuerte campaña de promoción turística del Ministerio de Turismo, MITUR, en diversas ferias internacionales, donde Argentina se encontraba presente.

2.6. Polos turísticos

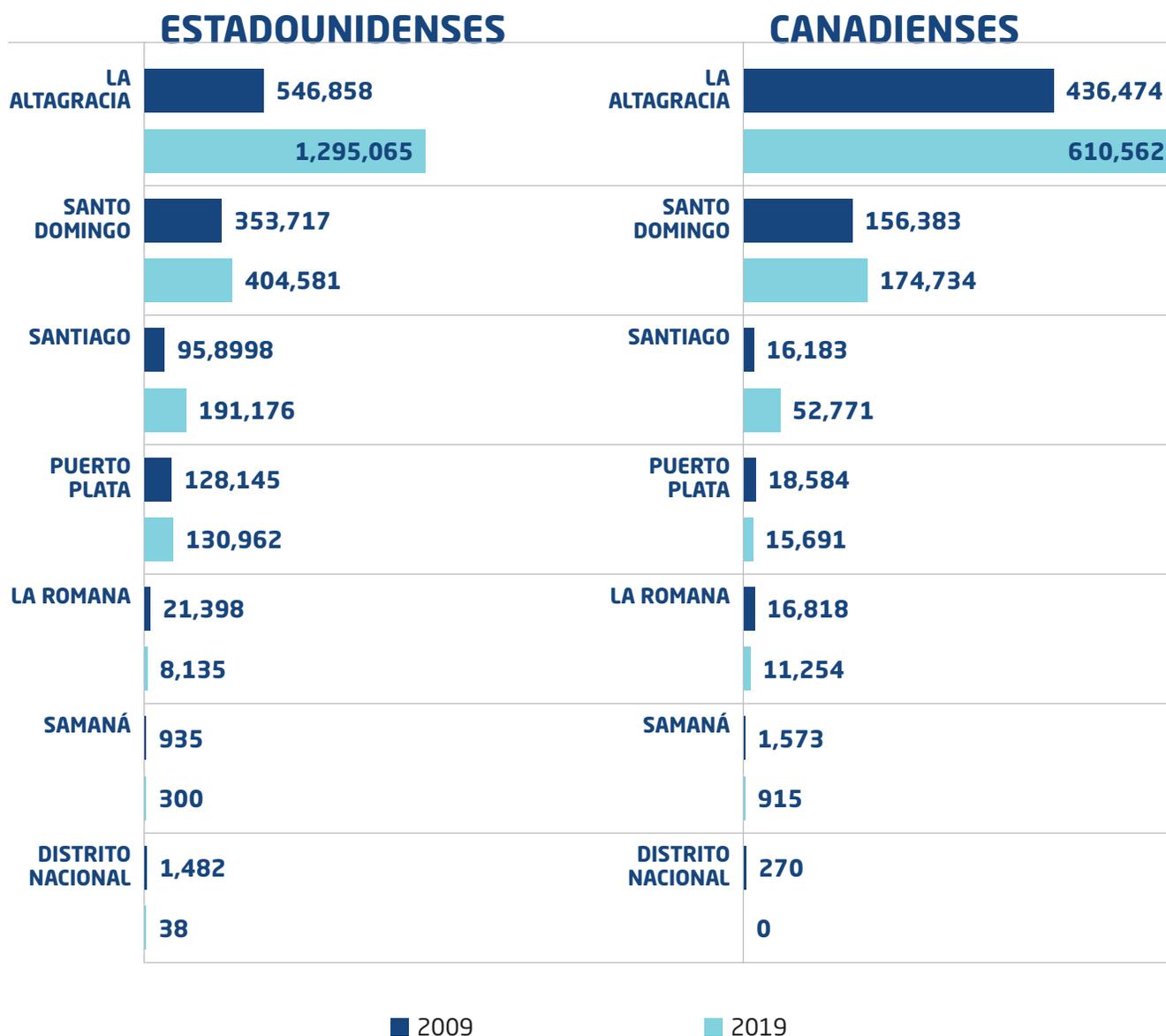
ILUSTRACIÓN 37:

LLEGADAS POR POLO TURÍSTICO. (% DEL TOTAL, TURISTAS AÉREOS). FUENTE: OMT



Al exhibir un desarrollo acelerado, La Altagracia es el polo más visitado por los turistas en el país. Registra un incremento tanto en la oferta de servicios turísticos como en la demanda. En 2009 recibió el 47.8% de la llegada de extranjeros que equivale a unos 1.9 millones de turistas y aumentó hasta el 55% del total en 2019, mientras que Santo Domingo y Santiago cierran el top tres en ese año, con el 25.7% y 8.55% respectivamente. Mientras tanto, entre los destinos que exhibieron un cambio negativo en relación con 2009, se encuentra Puerto Plata, que pasó de representar el 13% en 2009 a 6% en 2019.

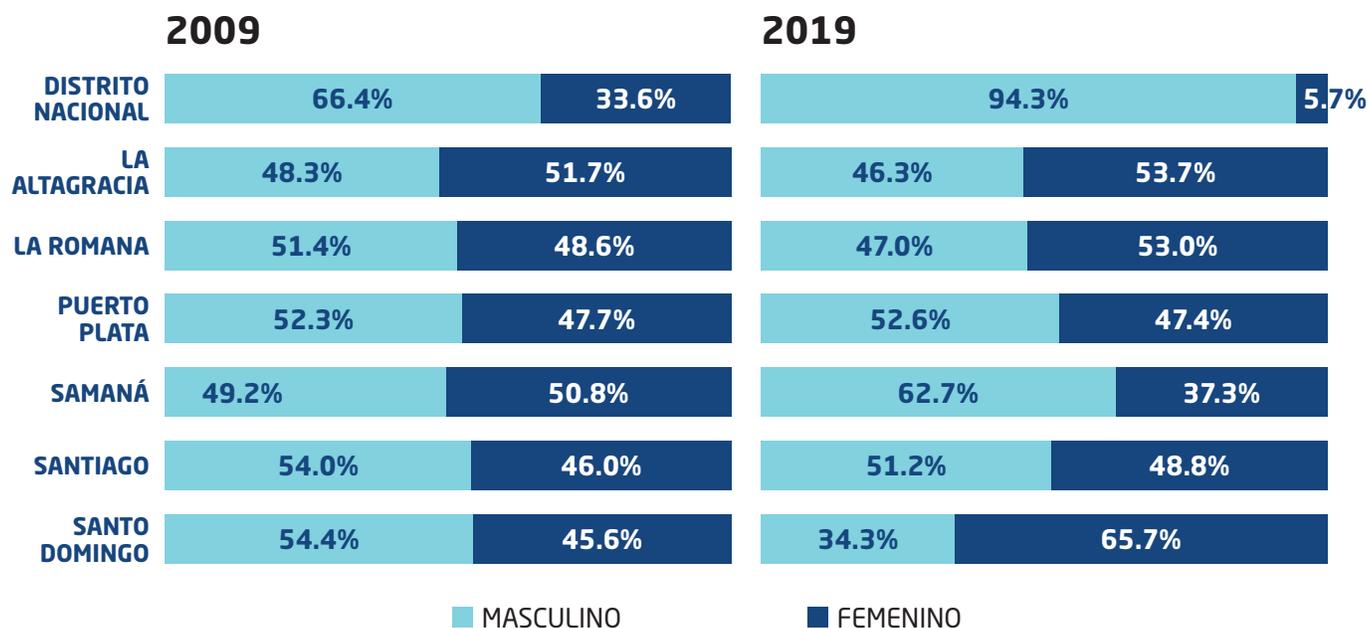
ILUSTRACIÓN 38: PREFERENCIAS DE TURISTAS EXTRANJEROS POR POLOS TURÍSTICOS. (2009-2019). FUENTE: BCRD



Como se ha observado anteriormente, La Altagracia es el destino de preferencia de los turistas extranjeros que visitan la isla. En 2019, aproximadamente 1.2 millones de los estadounidenses prefirieron visitar este destino turístico y solo unos 38 estadounidenses el Distrito Nacional.

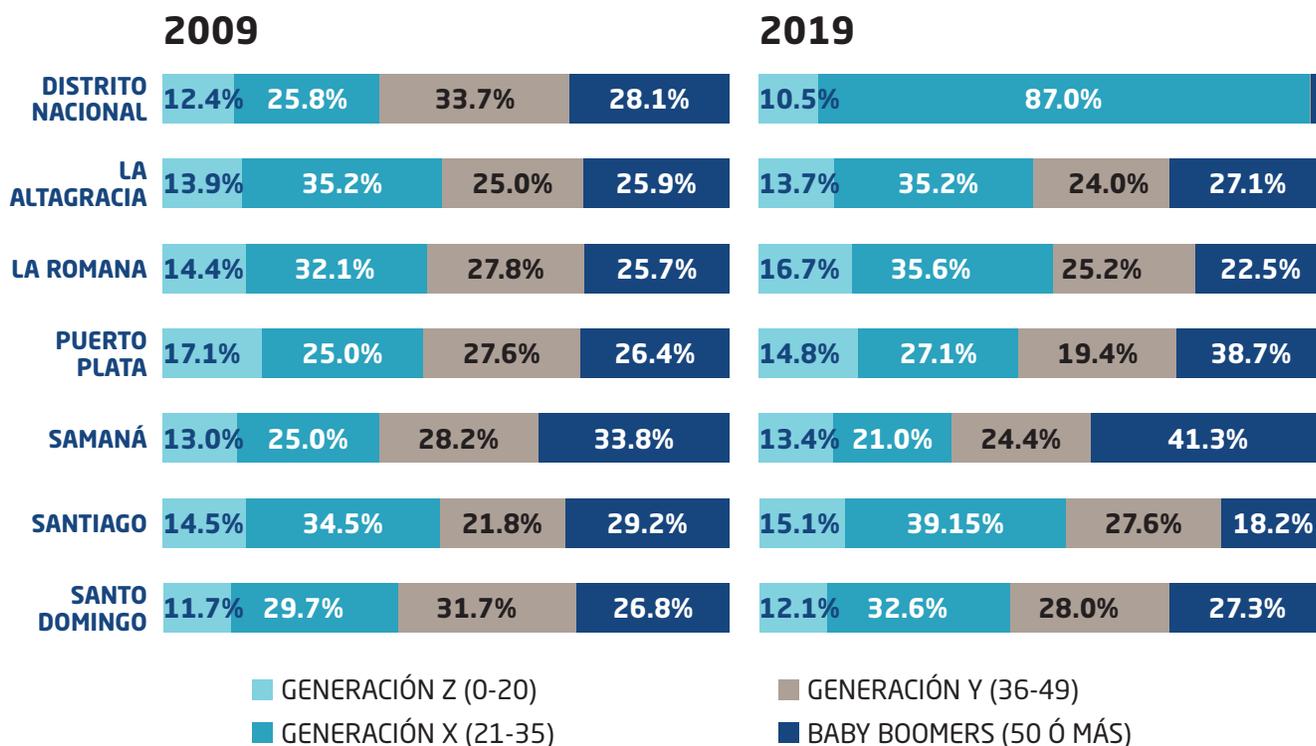
La misma tendencia se observa en los canadienses que optan por la región este en su mayoría quienes a diferencia de los estadounidenses y franceses, prefieren Puerto Plata y Samaná, cerrando el top tres.

ILUSTRACIÓN 39: DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO SEGÚN POLO TURÍSTICO. (% DEL TOTAL, TURISTAS AÉREOS). FUENTE: BCRD



Según la data presentada en la distribución por género y polo turístico, los hombres representan en mayor proporción la llegada de turistas al Distrito Nacional en 2019, sin embargo, en otros polos turísticos se percibe una mayor proporción de mujeres que de hombres, destacando Santo Domingo donde las mujeres representan el 65.7% y los hombres el 34.3% de los extranjeros que visitan la provincia.

ILUSTRACIÓN 40: DISTRIBUCIÓN POR GENERACIÓN SEGÚN POLO TURÍSTICO. (% DEL TOTAL). FUENTE: BCRD



Al revisar la data presentada, vemos que la generación X, comprendida entre los 21-35 años, tiene mayor presencia en la zona del Distrito Nacional, La Altagracia, Santiago y Santo Domingo; mientras que los baby boomers, en un rango entre los 50-75 años, visitan en su mayoría las zonas de Puerto Plata y Samaná. Es importante destacar el cambio observado en el Distrito Nacional, donde en 2009 se exhibe una mayor diversificación en la distribución por generación; mientras que para 2019 la generación X acapara la mayor representación de visitantes en este polo turístico.

2.7. Otros indicadores de turismo

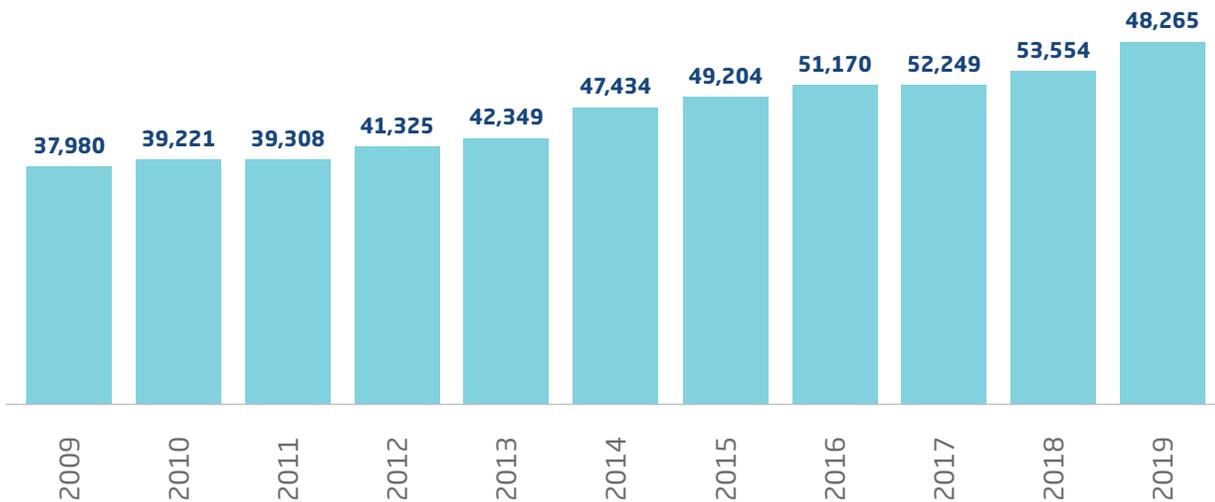
ILUSTRACIÓN 41: ESTADÍA PROMEDIO DE NOCHES. (TURISTAS AÉREOS, POR NACIONALIDAD Y PROMEDIO CONSOLIDADO). FUENTE: BCRD



El informe muestra que los turistas extranjeros suelen pasar 9.8 días en el país, cifra que tiende a variar ligeramente a través de toda la serie. Se observa además, que la estadía promedio 2009 vs 2019 exhibe un decrecimiento de -9.6%. Los turistas dominicanos permanecen en el país aproximadamente 16 días, cifra superior a la de los extranjeros, tal como era de esperarse.

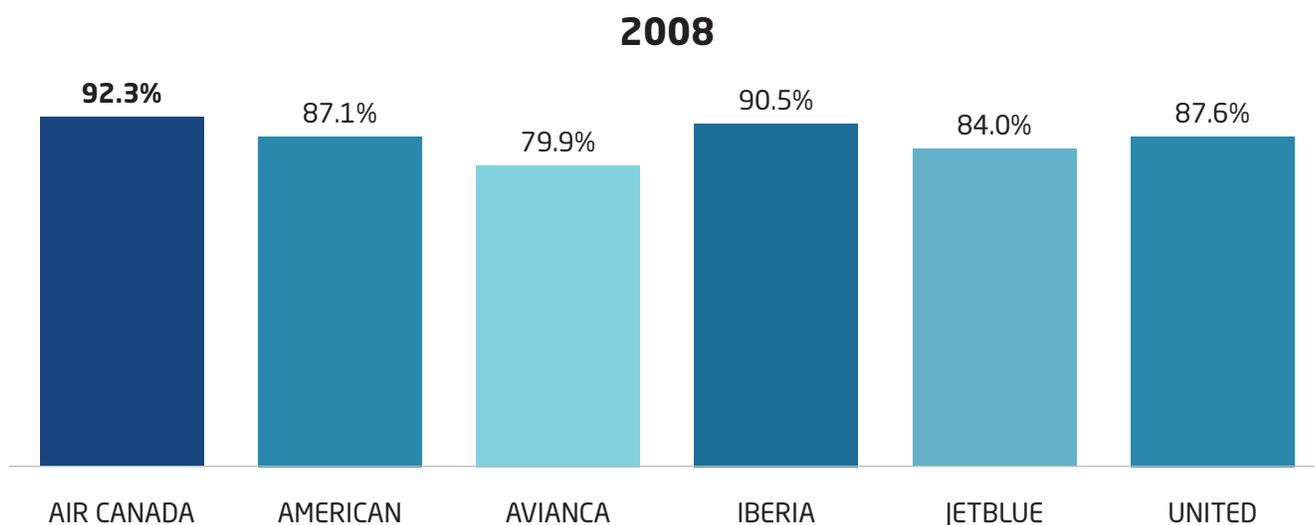
2.8. La industria del transporte turístico (aviación)

ILUSTRACIÓN 42: CANTIDAD DE VUELOS QUE LLEGAN A REPÚBLICA DOMINICANA. FUENTE: JAC



Actualmente, las operaciones aéreas que se registran en el territorio dominicano han aumentado sustancialmente en los últimos años, pasando de unos 37,980 vuelos en 2009 a 58,265 en 2019. Esta alza en la cantidad de recibimientos aéreos se debe en mayor medida al volumen de las llegadas de extranjeros no residentes y residentes, atraídos por el incremento de la oferta turística, la cual permite una mayor variedad en la nacionalidad de los turistas que visitan la isla, abriendo paso tanto a nuevas rutas comerciales como a aerolíneas que operan en el país. A mediados de 2019 a pesar de la campaña negativa contra República Dominicana, las proyecciones para 2020 indicaban un alza importante tanto en el número de vuelos como en la cantidad de llegadas de turistas; sin embargo, luego de la pandemia del COVID-19, que mantuvo los aeropuertos cerrados por varias semanas, estas proyecciones tienden a la baja.

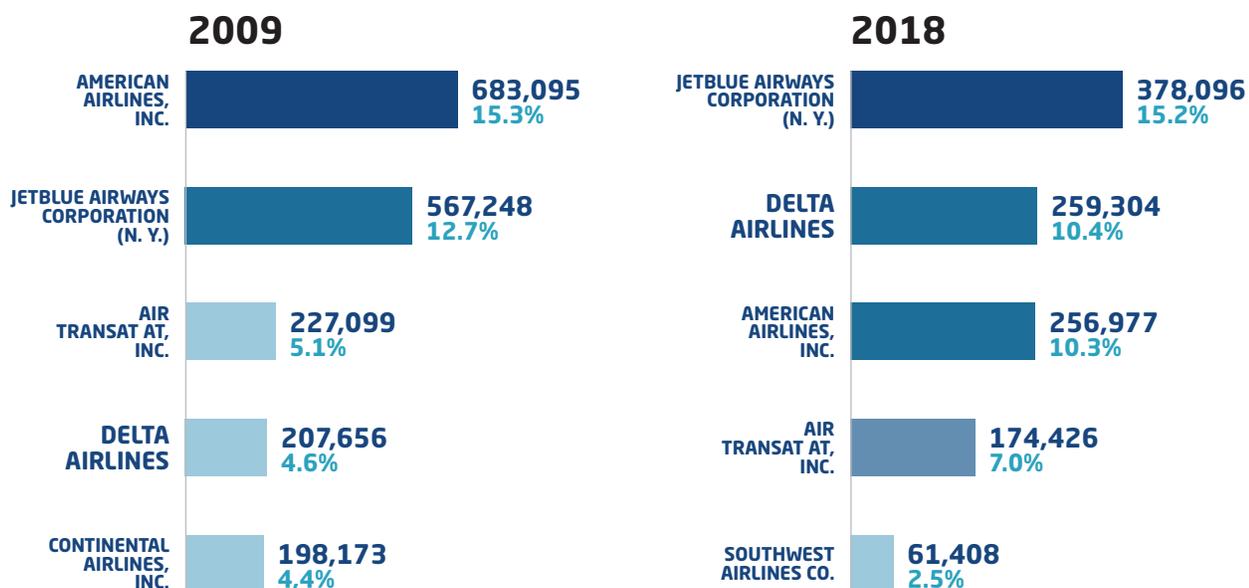
ILUSTRACIÓN 43: OCUPACIÓN PROMEDIO DE VUELOS DE REPÚBLICA DOMINICANA POR AEROLÍNEA. FUENTE: JAC



En República Dominicana, la tasa de ocupación promedio de vuelos ronda el 79%, una cifra menor que la tasa mundial, la cual ronda el 82%. Mientras que las aerolíneas canadienses, con un 92.3 %, presentan la tasa de ocupación más alta para Air Canadá. Las estadounidenses registraron en promedio una tasa de ocupación de 85%, destacando a American con 87.1%, United con 87.6% y Jetblue con 84.0%.

Las aerolíneas de Latinoamérica exhiben una tasa de ocupación cercana al 70% destacándose como la más baja de los vuelos hacia República Dominicana. En ese orden, Avianca totalizó en 79.9% para el año 2018.

ILUSTRACIÓN 44: LÍNEAS DESTACADAS EN REPÚBLICA DOMINICANA. (TOP 5, ENTRADAS, CANTIDAD DE PASAJEROS, % DEL TOTAL). FUENTE: JAC



Entre las aerolíneas más destacadas que ofrecían rutas al país durante 2009, se encontraban American Airlines con el 15.3% del total de pasajeros, seguida por Jetblue con 12.7% y Air Transat, 5.1%. Para 2019 se observa un cambio en el número de pasajeros que movilizan estas aerolíneas, reflejando a Jetblue en el primer puesto, 15.2%; Delta Airlines, 10.4%; cerrando el top tres, American Airlines con 10.3%.

2.9. Industria hotelera en República Dominicana

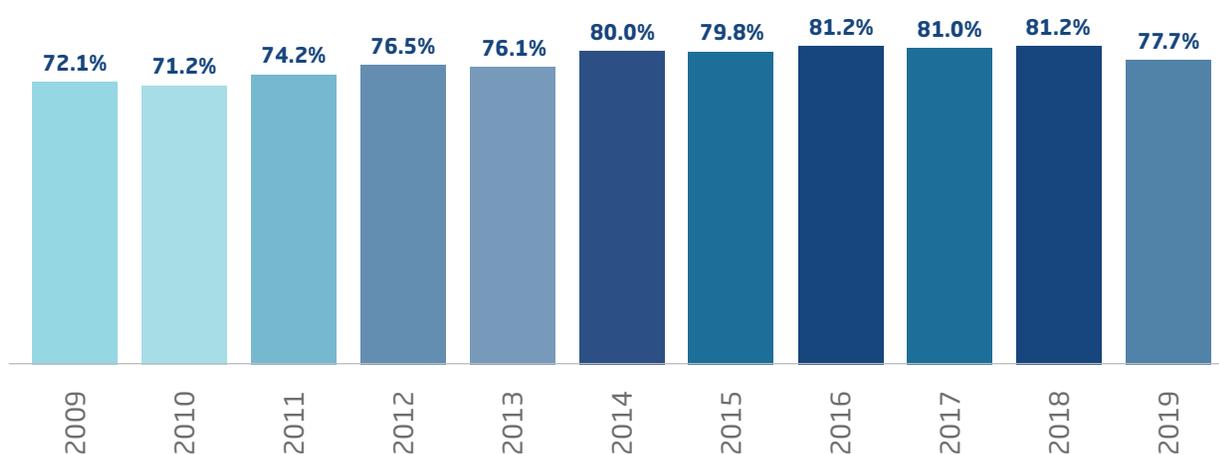
ILUSTRACIÓN 45: CANTIDAD DE HOTELES Y HABITACIONES EN REPÚBLICA DOMINICANA. FUENTE: ONE



Los datos ofrecidos por la Oficina Nacional de Estadística, ONE, refieren que la cantidad de habitaciones hoteleras en el país empieza a exhibir un crecimiento sostenido a partir de 2014, al presentar una expansión promedio de 4.8% para 2014-2018.

En consonancia con lo anterior, el crecimiento de turistas que se alojan en hoteles aumentó en promedio para el mismo periodo -2014 a 2018- alrededor de 7.4%, evidenciando la demanda de los visitantes por este tipo de hospedaje, y permitiendo a su vez un aumento considerable en la oferta en los últimos años hasta ascender a unos 816 hoteles en 2018 y un incremento sustancial en el número de habitaciones, pasando de unas 63,546 en 2009, a las 81,168, en 2018.

ILUSTRACIÓN 46: TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA EN REPÚBLICA DOMINICANA. FUENTE: BCRD

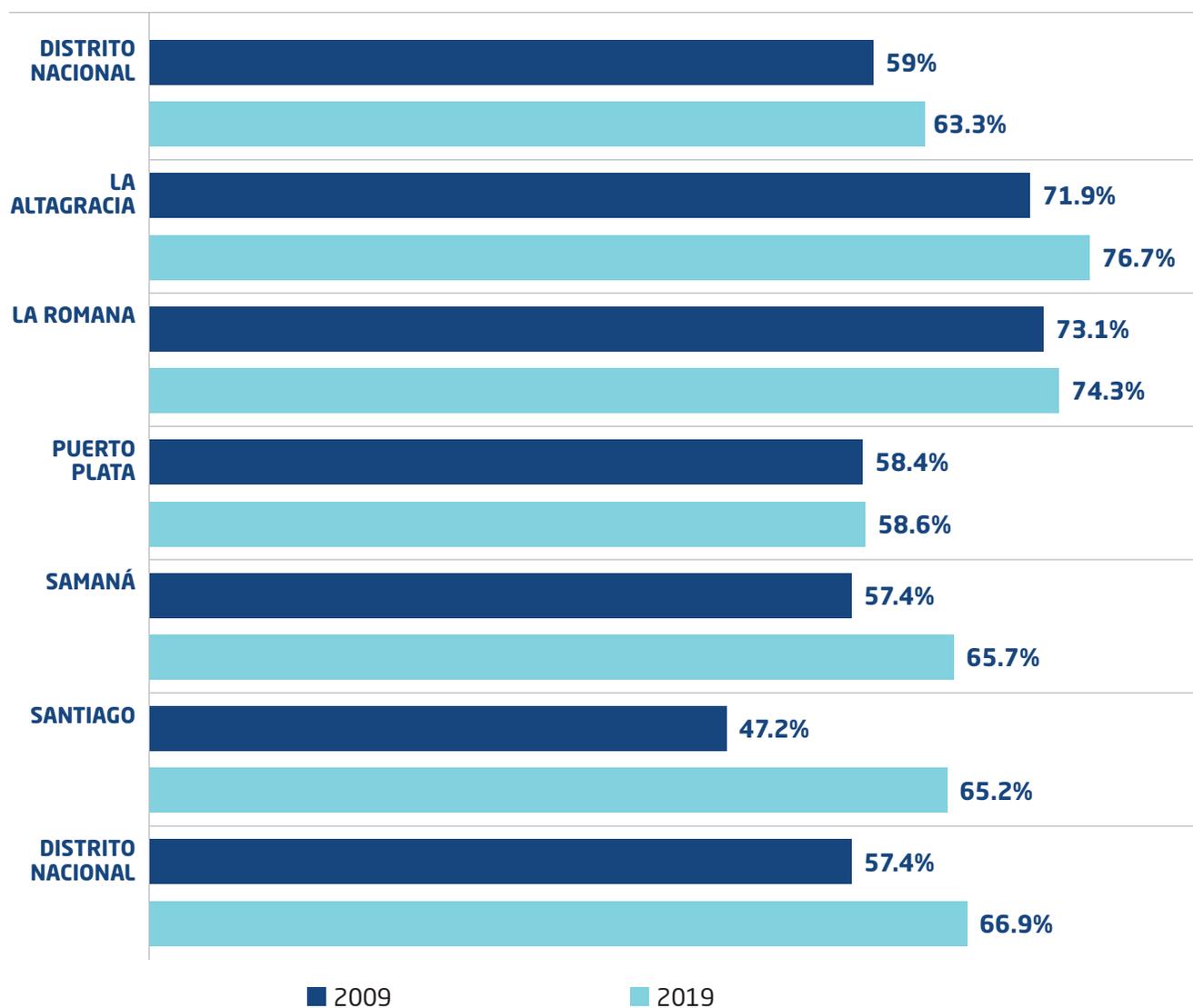


Al observar la tasa de ocupación hotelera promedio, podemos identificar que esta mantiene una tendencia al alza desde 2009. El repunte significativo en este indicador durante 2011 se debió a mejoras en el ámbito político, económico y social a nivel internacional. Además, el incremento en 5.2% en la llegada de extranjeros no residentes, explicó en gran medida el crecimiento de 200 puntos básicos -equivalente a una variación absoluta de 2%- en dicha tasa, a nivel nacional, la cual experimentó un comportamiento similar en 2014, al aumentar en 320 puntos básicos. Este suceso fue posible debido a la recuperación económica de los mercados emergentes, la buena relación entre la calidad y el precio de la oferta, la producción agrícola local - lo que permite que 80% del consumo turístico sea de origen nacional- y la entrada de tres nuevas cadenas hoteleras al mercado.

Dichas observaciones de continuo crecimiento fueron quebrantadas en 2017 -la tasa de ocupación disminuyó en 40 puntos básicos en comparación a 2016- al verse afectada la ocupación hotelera promedio durante este período debido a la llegada del huracán Irma así como el María, donde alrededor de 4,000 turistas fueron desalojados y albergados.

Más tarde en 2019, volveríamos a encontrarnos con una disminución de 320 puntos básicos en la tasa promedio de ocupación respecto a 2018, como consecuencia de una menor llegada de turistas, y una reducción en los extranjeros no residentes que decidieron alojarse en hoteles.

ILUSTRACIÓN 47: TASA DE OCUPACIÓN POR POLO TURÍSTICO. FUENTE: BCRD

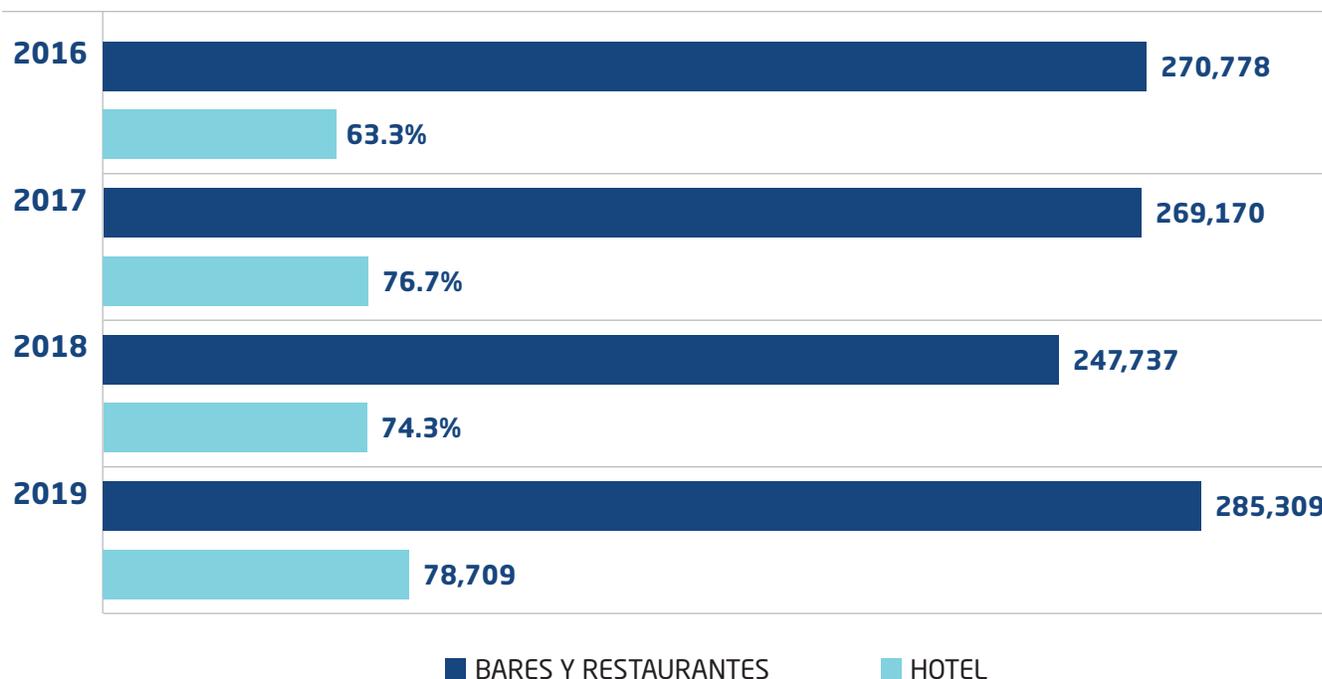


De acuerdo con el análisis realizado, la mayor tasa de ocupación hotelera registrada durante 2019 por polo turístico corresponde a La Altagracia, mucho de esto debido a la excepcional calidad de sus playas; donde este mismo año, las playas ubicadas en La Romana recibieron el certificado de Bandera Azul⁵⁸, otorgado por la Fundación de Educación Ambiental, a nivel nacional, y por el Instituto de Derecho Ambiental, a nivel internacional.

⁵⁸ Bandera Azul: Programa internacional de reconocimiento de playas y marinas que galardonan los segmentos que cumplen con altos estándares de calidad y que crean condiciones necesarias para desarrollar un manejo sostenible e integral de las playas, así como establecer programas de educación ambiental para los visitantes que permitan crear conciencia en la preservación y conservación de espacios costero-marinos a nivel mundial.

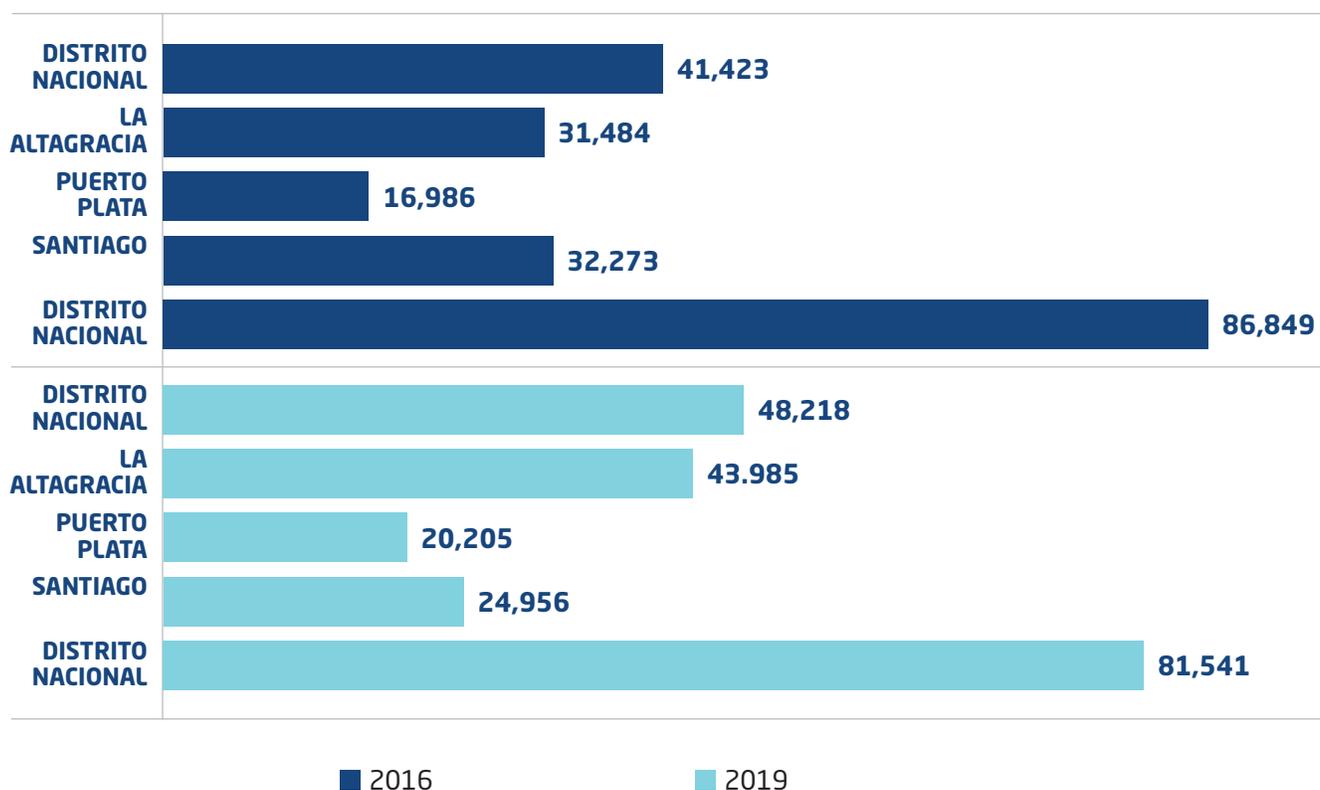
2.10. Mercado laboral

ILUSTRACIÓN 48: MARKET SHARE DE LLEGADAS A REPÚBLICA DOMINICANA. (HOTELES, BARES Y RESTAURANTES). FUENTE: ENCFT



La industria del turismo aportó al mercado laboral más de 330 mil empleos directos durante 2016 y unos 364 mil en 2019, constituyéndose en uno de los sectores con mayor presencia en la contratación de capital humano. Cabe señalar que la mayor proporción de estos empleos son dados por los bares y restaurantes, y en menor medida por los hoteles.

ILUSTRACIÓN 49: CANTIDAD DE EMPLEADOS POR POLO TURÍSTICO. (HOTELES, BARES Y RESTAURANTES). FUENTE: ENCFT



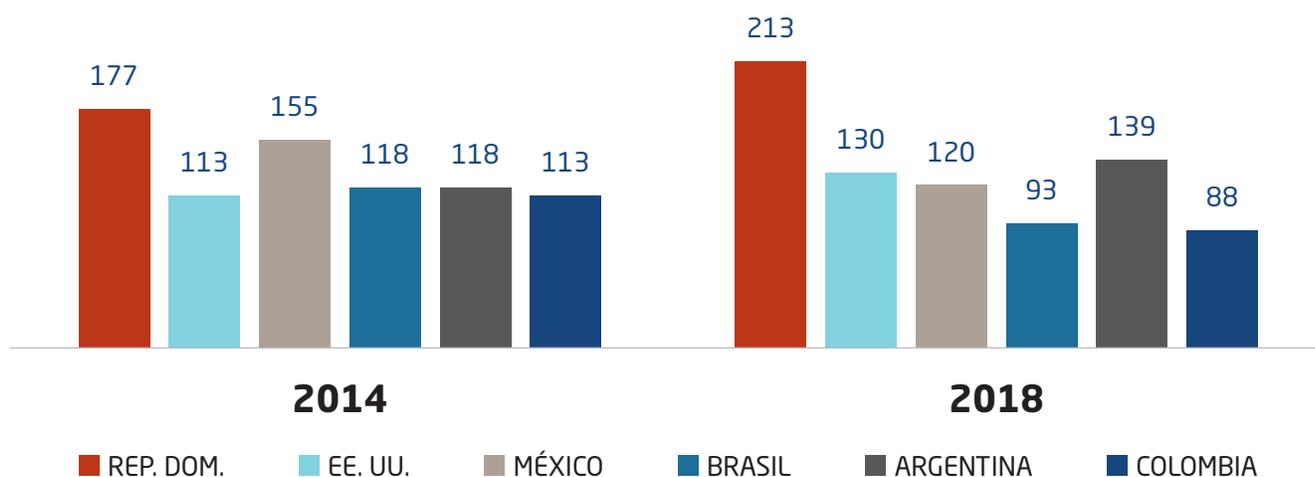
Como se muestra en la gráfica, de los empleos que genera la industria por polos turísticos, Santo Domingo cuenta con la mayor participación, sobrepasando los 80 mil empleos directos, seguido por el Distrito Nacional que genera aproximadamente 40 mil, y cerrando el top tres se encuentra La Altagracia que alcanzó los 43,985 en 2019.

2.11. Indicadores de rentabilidad hotelera

2.11.1. Tarifa Diaria Promedio (ADR)

La tarifa diaria promedio -ADR por sus siglas en inglés-, hace referencia a los ingresos totales recibidos por cada habitación ocupada en un período específico. Mientras más alta la tasa y/o el crecimiento del ADR, mejor, ya que esto significa que el hotel ha logrado incrementar sus ingresos por cada habitación rentada.

ILUSTRACIÓN 50: TARIFA DIARIA PROMEDIO. (US\$). FUENTE: STATISTA



Analizando la tarifa diaria promedio, ADR, en América es posible observar un aumento en 2018 en comparación a 2011 en todas las regiones. El Caribe, a pesar de registrar la ocupación más baja, ha mostrado tener la ADR más alta en comparación con las demás regiones y países evaluados.

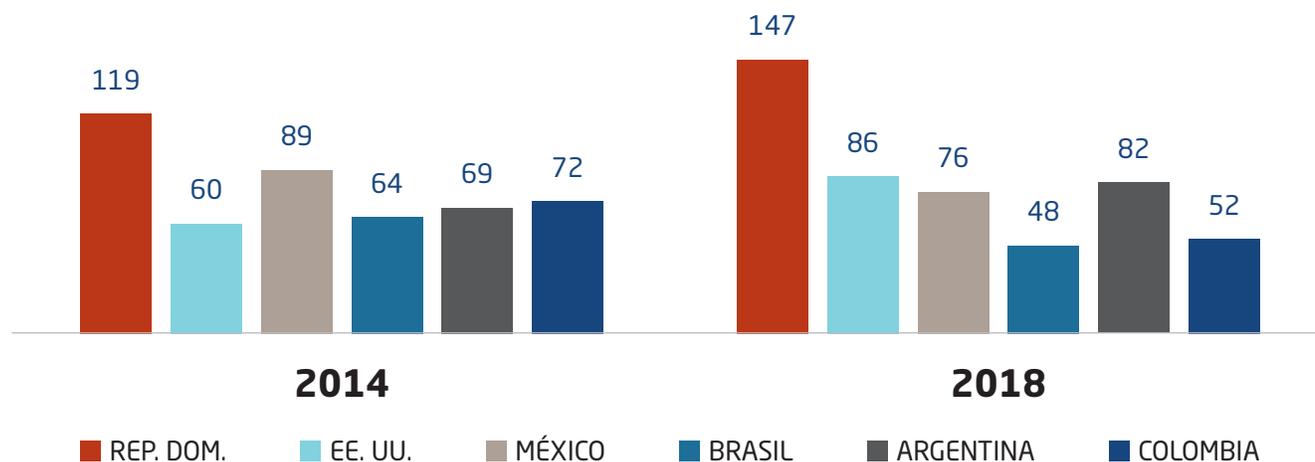
República Dominicana presentó la tarifa diaria promedio más alta, con US\$213 en 2018, al quedar por encima de México con US\$120, y EE. UU. con US\$130. El ADR de República Dominicana registró un crecimiento de 2% respecto a 2017 dejando entrever que el país ha logrado mantener mayores ingresos por renta de habitaciones que los demás países/regiones evaluadas. Cabe destacar que este indicador está fuertemente influenciado por la característica del paquete 'todo incluido' que predomina en sus hoteles.

Por otro lado, Buenos Aires fue la ciudad con las tasas de ocupación más alta desde 2012, impulsada por un sinnúmero de eventos internacionales realizados en dicho país. A esto se le agrega una fuerte inflación en 2018, cuál resultó en un aumento de 88% en el ADR de la ciudad, alcanzando la cifra de US\$139.3 (Hosteltur Latam, 2019).

2.11.2. Ingresos por Habitación Disponible (RevPar)

Ingresos por habitación disponible -RevPar, de sus siglas en inglés- es considerado uno de los indicadores claves para determinar el desempeño de un hotel. Este se basa en la multiplicación del ADR por la tasa de ocupación promedio; el resultado indica cuál ha sido el beneficio obtenido en un tiempo determinado por cada unidad habitacional, sin importar si fue ocupada o no. En pocas palabras, el RevPar indica los ingresos generados por cada habitación de un complejo.

ILUSTRACIÓN 51: INGRESOS POR HABITACIÓN DISPONIBLE (REVPAR), (US\$). FUENTE: STATISTA



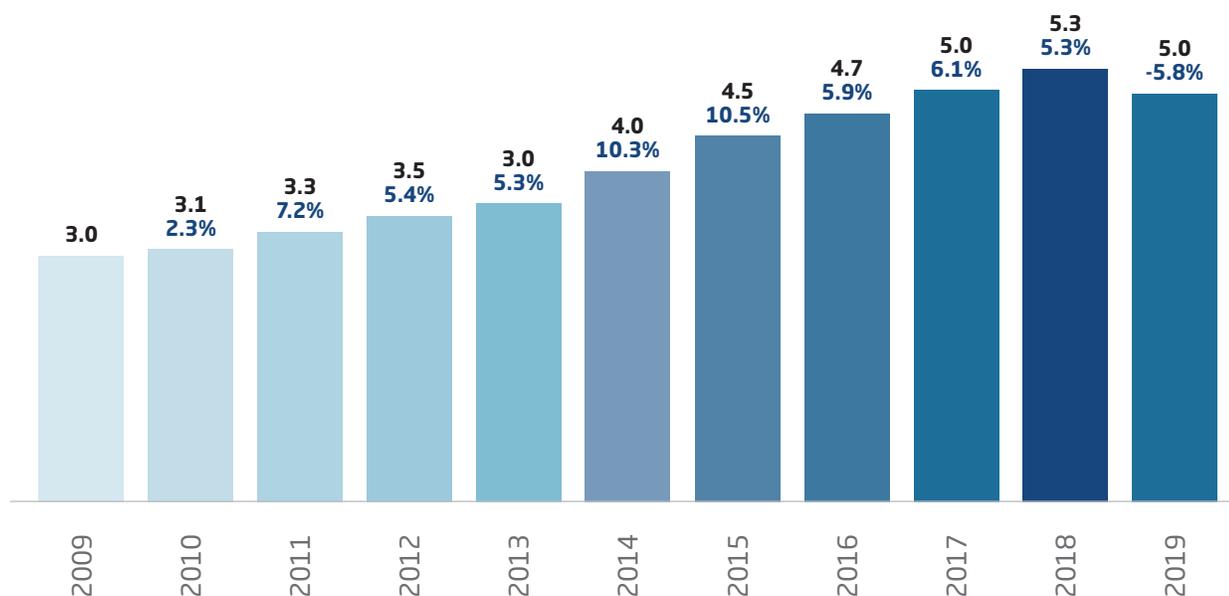
Al observarse un incremento en los ingresos por habitación disponible desde 2015 en toda América, se traduce como una situación favorable para la industria hotelera en países de la región, ya que un leve incremento en el ADR no afectó el crecimiento en los ingresos por habitación disponible.

De las zonas analizadas entre 2015 y 2018, América del Norte y América Central fueron las regiones que registraron el mayor cambio porcentual en dicho período, con +12% y +11% respectivamente. Sin embargo, el Caribe continúa presentando las tasas de ingresos por habitación disponible (Rev Par) más altas.

Los elevados ingresos en el Caribe se explican debido a que República Dominicana -destino turístico #1 de la zona- ha logrado mantener un RevPar promedio por encima de los US\$130, para un valor de US\$147 en 2018, consolidándose sobre el mexicano con US\$76 y de EE. UU. con US\$86.

2.12. Visitantes extranjeros en hoteles

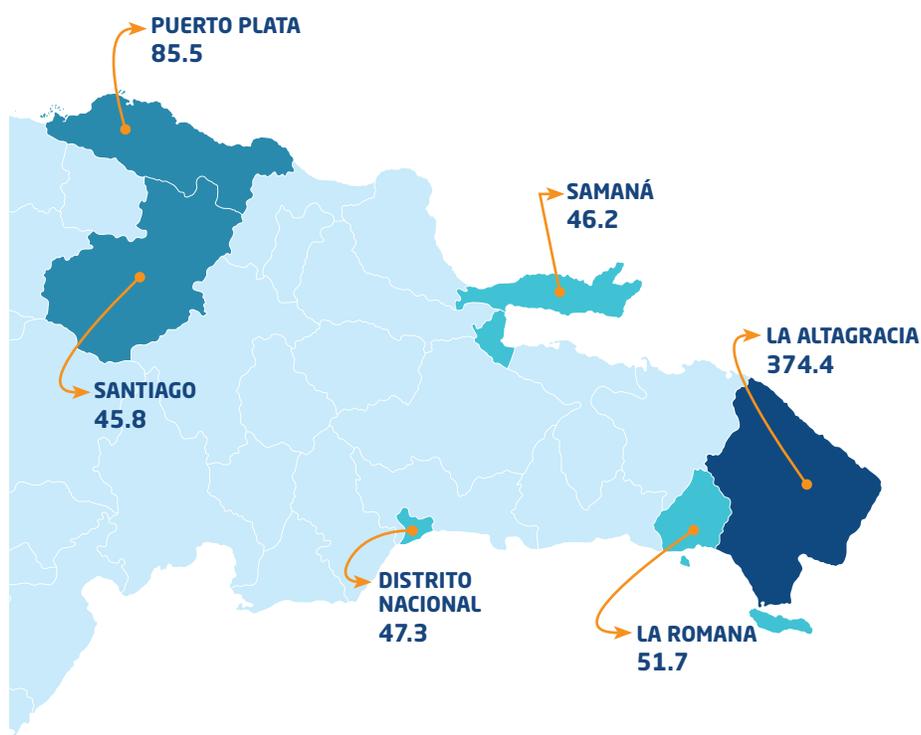
ILUSTRACIÓN 52: CANTIDAD DE VISITANTES EXTRANJEROS EN HOTELES. (MILLONES, CRECIMIENTO INTERANUAL). FUENTE: BCRD



Siendo que los visitantes extranjeros tienen una mayor propensión a quedarse en hoteles, la cantidad de turistas que visitan estas instalaciones han aumentado significativamente en los últimos años. En 2009 los hoteles recibieron unos tres millones de viajeros, mientras que en 2019 esta cifra aumentó hasta los cinco millones. Sin embargo, es importante resaltar que esta cantidad disminuyó un 5.8% en 2019 respecto al año anterior, debido a la campaña negativa contra el turismo en el país que redujo ligeramente la llegada de turistas.

2.13. Habitación promedio por hotel por zona

ILUSTRACIÓN 53: HABITACIÓN PROMEDIO POR HOTEL POR ZONA. FUENTE: BCRD



La zona turística de La Altagracia registra la mayor cantidad de habitaciones promedio por hotel del país, con unas 374.4 habitaciones, seguida por Puerto Plata, con unas 85.5 habitaciones aproximadamente; mientras que La Romana ocupa el tercer puesto, con 51.7 en promedio por hotel.

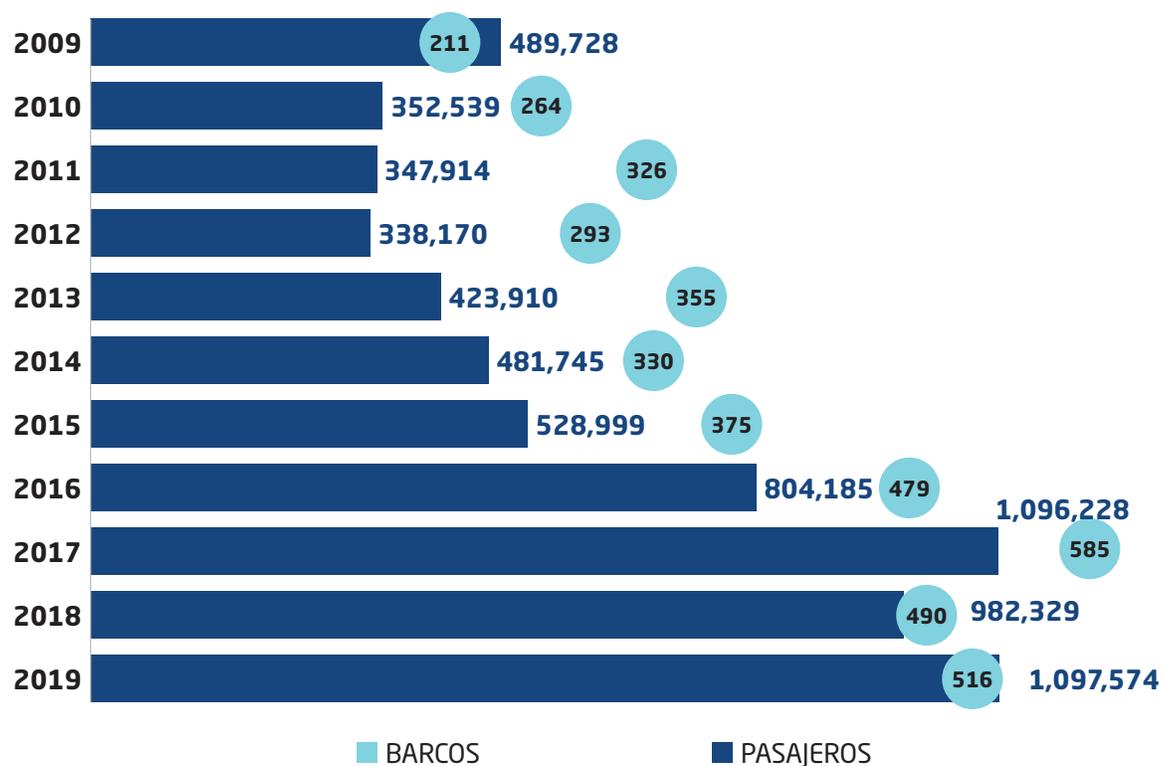
2.14. La industria de cruceros en República Dominicana

TABLA 1: CONTRIBUCIÓN DE CRUCEROS EN EL CARIBE. (2016). FUENTE: FCCA

PAÍS	PAÍS TOTAL	GASTO TOTAL (US\$MILLONES)	INGRESO DE EMPLEADOS (US\$MILLONES)
Aruba	2,255	103	38
Bahamas	9,004	406	156
Cozumel	11,945	474	78
Islas Caimán	4,622	225	92
Islas Vírgenes	3,439	185	78
Jamaica	8,293	245	57
República Dominicana	4,052	135	17

Cozumel es uno de los destinos más importantes en la industria en el Caribe. En 2016, totalizó US\$474.07 millones, con la llegada de 1,111 cruceros, que generaron 11,945 empleos. La República Dominicana recibió US\$135 millones por los gastos de los cruceristas y 4,052 empleos directos de la industria, según los datos publicados por la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA).

ILUSTRACIÓN 54: LLEGADA DE CRUCEROS A REPÚBLICA DOMINICANA. (CANTIDAD DE PASAJEROS Y CRUCEROS). FUENTE: BCRD



La industria de cruceros en República Dominicana representa uno de los segmentos del sector turístico de mayor crecimiento. Dada la importancia económica de este subsector, la creación de nuevos puertos ha reactivado el flujo de cruceristas que tocan semanalmente los principales puntos turísticos del país. Asimismo, representan recursos económicos importantes para las ciudades que visitan, ya que miles de visitantes con un alto poder adquisitivo participan de las actividades económicas en beneficio de la zona.

El flujo de turistas de cruceros exhibió un crecimiento extraordinario, pasando de recibir 496,728 cruceristas en 2009, hasta el millón en 2017 -un incremento de un 124%-. República Dominicana se ha convertido en uno de los puntos para cruceros más importantes del Caribe, lo que demuestra el avance en la industria. El país cuenta con puertos en Santo Domingo, La Romana, Puerto Plata, Samaná y Punta Cana, siendo estos la mayor disponibilidad de destinos del Caribe.

La llegada de cruceros ha tenido un impacto significativo en el turismo de República Dominicana visto que conforme aumenta el flujo de pasajeros, es cada vez mayor la contribución de la industria a la economía desde esta actividad. En 2015 el sector percibió US\$117 millones de dólares en gastos realizados por los turistas de cruceros, generando un total de 4,052 empleos directos; estas cifras ubicaron República Dominicana como el noveno destino con mayor contribución de Latinoamérica. Asimismo, 2017 fue un año récord para la industria, con una contribución de US\$238.6 millones de dólares, un aumento de un 44.6% respecto al año anterior, gracias a más de un millón de cruceristas que llegaron a los principales puertos del país.

Con el desarrollo de la industria de cruceros en República Dominicana la cantidad de barcos que atracan los principales puertos del país ha ido en aumento vertical, pasando de totalizar unos 211 barcos en 2009 a 516 en 2019, para reflejar un incremento de 144.5%.

2.15. Puertos de cruceros en República Dominicana

2.15.1. Amber Cove

El puerto Amber Cove de Puerto Plata, ubicado en la costa norte, e inaugurado en 2015, ha sido una pieza clave en el desarrollo de este importante sector de la industria. Gracias a su fácil acceso y cercanía a puntos turísticos se ha convertido en el más significativo del país. En 2019, recibió el mayor flujo de pasajeros: 653,106 cruceristas, representando el 59.5% del total. Exhibiendo una capacidad para recibir 8,000 pasajeros y 2,000 tripulantes diariamente.

2.15.2. Casa de Campo

Construido en la década de los años 50, el puerto de Casa de Campo es el segundo con mayor flujo de cruceristas, al reportar la llegada en 2019, de 334,516 visitantes por esta vía, representando el 29.9% del total -una disminución de un 4.2% respecto al año anterior, que recibió 349,074 pasajeros de cruceros-.

2.15.3. Santo Domingo

El puerto de Santo Domingo es el más antiguo del país. Cuenta con dos terminales para cruceros, Don Diego y Sans Souci. Este puerto se ha visto desplazado por los puertos de Samaná y La Romana en la cantidad de llegadas de pasajeros. Sin embargo, para esta temporada se espera que el flujo aumente con la llegada de múltiples cruceros de lujo, como el proveniente de Japón Ocean Dream, con unos mil cruceristas y quinientos tripulantes.

2.15.4. Marina Cap Cana

Ubicado en una de las zonas turísticas más importantes, este es el puerto que menos cruceristas recibe anualmente -al solo tener tres temporadas en funcionamiento-; sin embargo, ha sido el de mayor crecimiento, pasando de registrar un flujo de unos 5 mil pasajeros y cuatro tocadas de barcos en 2018, a 20 mil y ocho tocadas en 2019. "Para la temporada 2019-2020, unos tres cruceros tienen rutas pautadas en este puerto, por lo que se mantendría aumentado el flujo de pasajeros". (Turismo Global, 2019) .

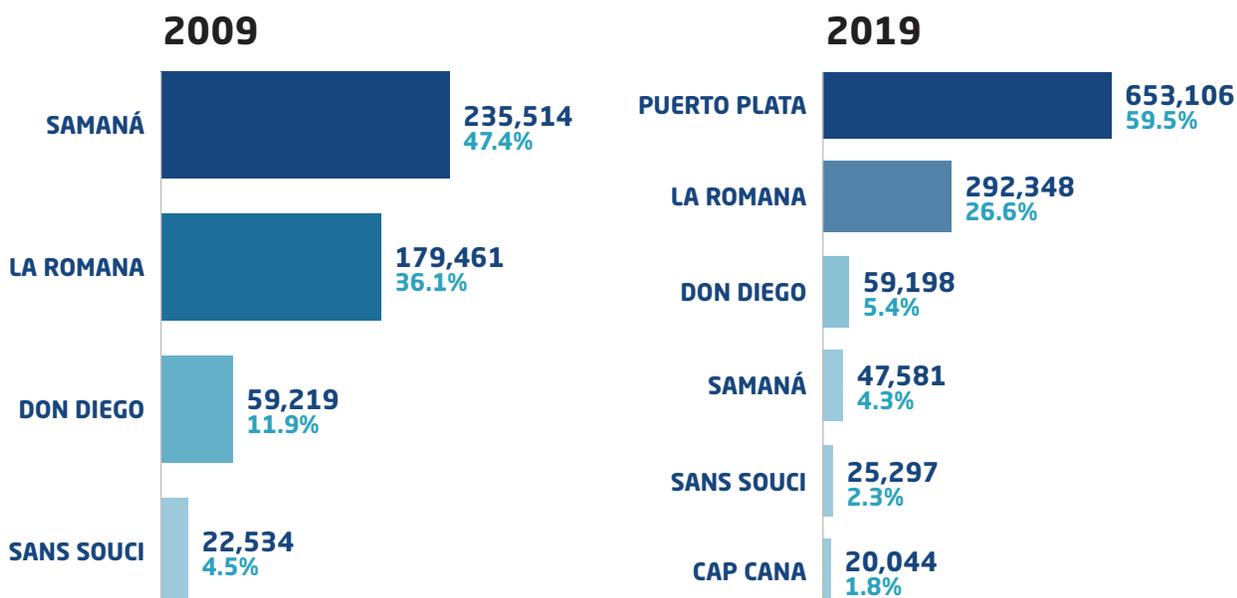
2.16. Industria del transporte marítimo

ILUSTRACIÓN 55: ESTACIONALIDAD EN LA LLEGADA DE PASAJEROS. FUENTE: BCRD



Al observar la estacionalidad en la llegada de cruceristas a República Dominicana, hay que destacar los meses de enero, marzo, noviembre y diciembre como los de temporada alta, que es donde más turistas de cruceros recibe el país. Los meses restantes reciben una menor cantidad de pasajeros considerándose como temporada baja.

ILUSTRACIÓN 56: DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE CRUCEROS. (CANTIDAD DE PASAJEROS, % DEL TOTAL). FUENTE: BCRD



El incremento acelerado en la llegada de turistas por vía marítima en la última década se atribuye, a la apertura del Puerto de San Souci en 2009, el puerto Amber Cove en Puerto Plata en 2015, y el puerto de Cap Cana en 2017. Sin embargo, Amber Cove ha sido el de mayor repunte, aportando alrededor de 500 mil pasajeros por año desde su inauguración.

En Puerto Plata, Amber Cove se ha convertido en el puerto con mayor número de visitantes al país, recibiendo alrededor del 50% de los visitantes por vía marítima anual. Además, la apertura de dicho puerto generó más de 430 empleos directos. Seguido de este, se encuentra el puerto de La Romana con una cantidad de 297 mil visitantes (26.6% del total) en el 2019.

En 2019 arribaron al país 1,115,722 pasajeros vía marítima, para un crecimiento de 11.1% respecto a 2018; exhibiendo un comportamiento totalmente diferente al observado en la llegada de pasajeros vía aérea. Durante 2019 el puerto de mayor expansión fue el de Cap Cana, ubicado en el polo turístico de Punta Cana; este presentó una variación de 84.1% sobrepasando los 20 mil turistas por primera vez, históricamente. A este le sigue Puerto Plata -que representa más del 50% del total de la llegada de pasajeros- con un crecimiento de 27%.

ILUSTRACIÓN 57: TAMAÑO BARCOS. (TOCADAS, CANTIDAD TRIPULANTES). FUENTE: MITUR



Mientras aumentan las rutas de cruceros hacia República Dominicana, el tamaño de los barcos que tocan los puertos del país es cada vez mayor. En años anteriores las tocadadas y cantidad de tripulantes en los barcos era mucho menor a lo observado en la actualidad. Entre 2017-2019, los cruceros en promedio anual realizan más de 485 tocadadas, siendo que cada una aproximadamente transporta a más de 2,100 pasajeros.





3

IMPACTO
DEL
TURISMO

3. IMPACTO DEL TURISMO

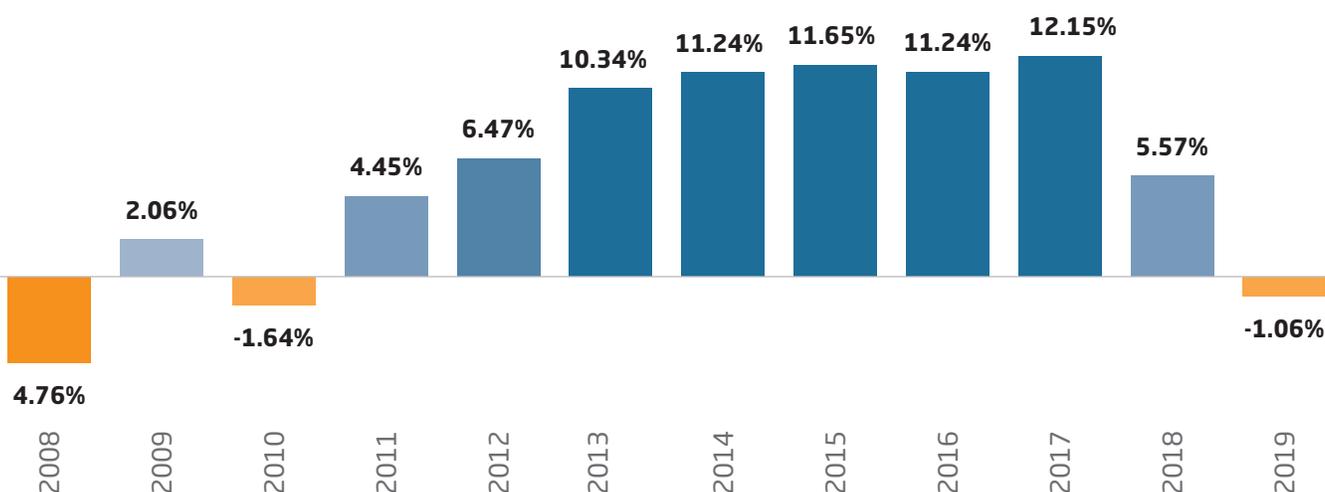
En esta sección se analizan los resultados directos, indirectos e inducidos de la actividad de turismo en la economía dominicana, de su aporte al Producto Interno Bruto y las cadenas de valor que alimenta el desarrollo de este sector.

3.1. Producto Interno Bruto

Las inversiones nacionales e internacionales realizadas en el país en el sector turístico, acompañadas del apoyo del sector público, desembocaron en la consolidación de República Dominicana como el mejor destino turístico de las Américas, y el más visitado de la región, durante años consecutivos.

El desarrollo de la actividad turística funge un rol importante en la economía dominicana. El crecimiento del Producto Interno Bruto asociado a la demanda de los turistas –Asume el turismo como un sector del PIB tomando en cuenta los efectos directos, indirectos e inducidos, es decir, hoteles, suplidores y el consumo que genera el empleo y la inversión creada por esta actividad– presenta un crecimiento promedio de 8.01% para el periodo comprendido entre 2011-2019. Entre 2013-2017 la expansión se mantuvo por encima del 10.3%, alcanzando su máximo en 2017 con 12.2%; como resultado de la inversión pública y privada en el sector. Desde 2012 a 2017 entraron en escena alrededor de 12,700 nuevas habitaciones hoteleras y más de 20 hoteles fueron inaugurados en el país, destacando el año 2017 donde se proporcionaron 2,054 nuevas habitaciones, 6,312 remodeladas y se incorporaron 13 hoteles nuevos a la red nacional.

ILUSTRACIÓN 58: PIB ASOCIADO A LA DEMANDA. (CRECIMIENTO INTERANUAL).
 FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



Siendo el turismo una de las principales actividades productivas, su participación en el desarrollo de bienes y servicios representa un importante porcentaje en la economía nacional. Desde 2007 a 2019 el aporte promedio de esta actividad asciende a 10.8%; considerando 2017 y 2018 los que mostraron mayor contribución, gracias a la demanda turística exhibida en este periodo.

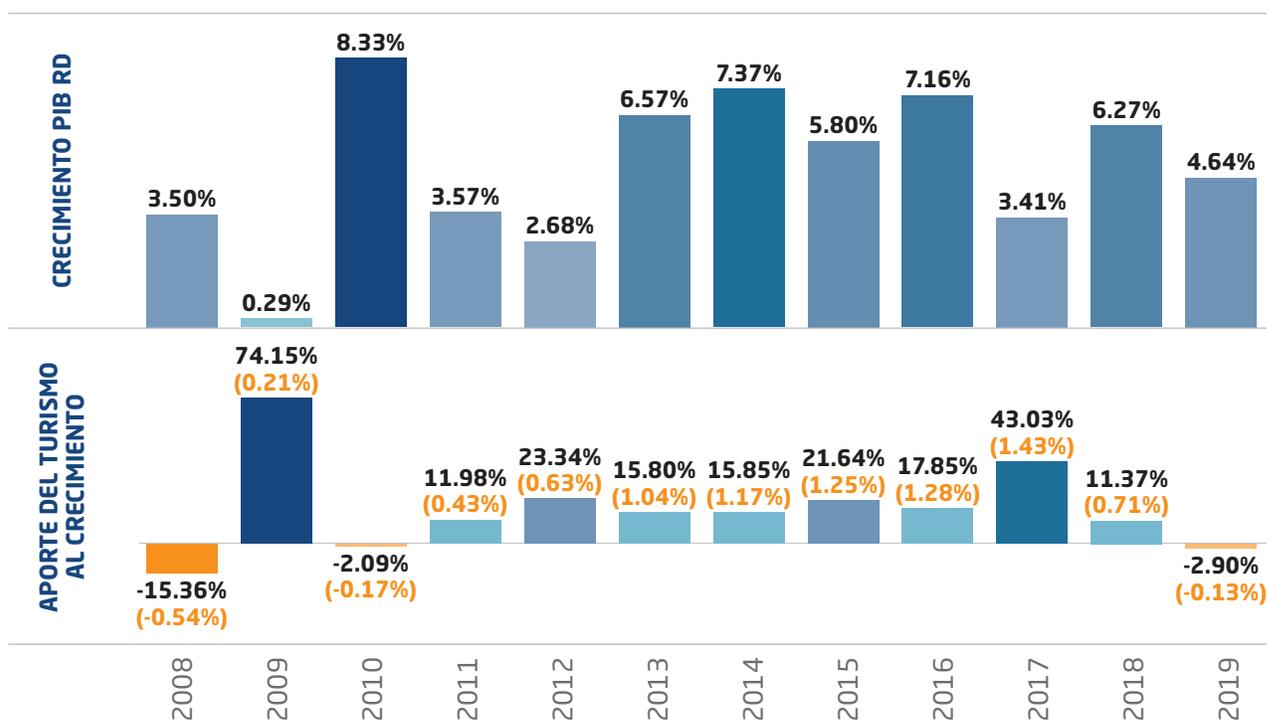
ILUSTRACIÓN 59: IMPACTO ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL PIB TOTAL. (CRECIMIENTO VALOR AGREGADO GENERADO).

FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



ILUSTRACIÓN 60: IMPACTO TURISMO EN CRECIMIENTO. (% DEL CRECIMIENTO TOTAL).

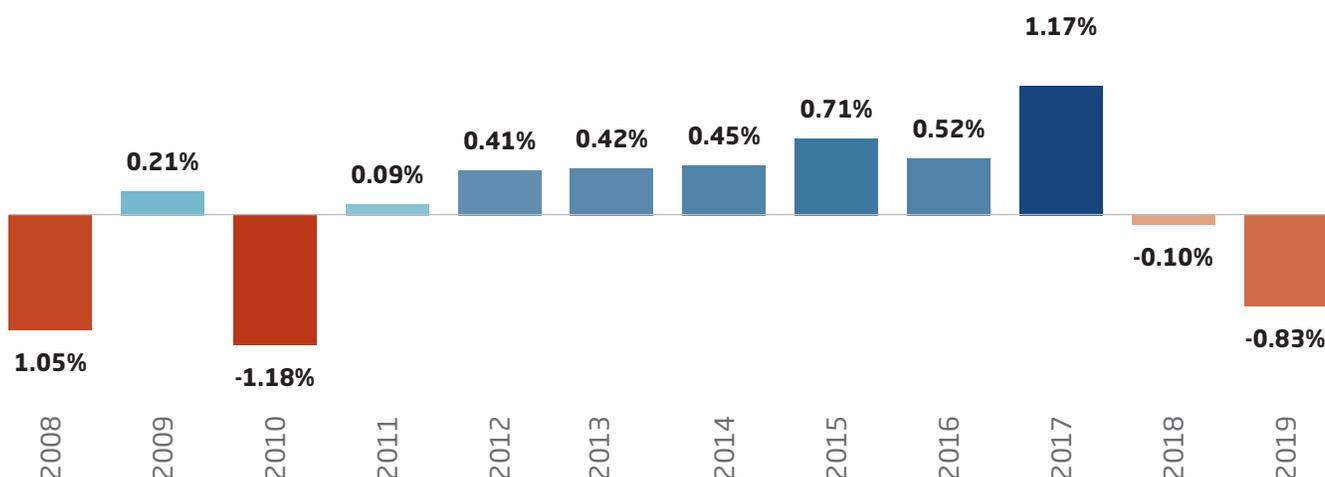
FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



La actividad de la industria sin chimenea ha aportado en promedio el 20% del crecimiento del Producto Interno Bruto de la Economía. En 2008 ante la crisis mundial el turismo se contrajo, para luego exhibir en 2011 ya recuperada tanto la economía nacional –presentando una expansión superior al 5%– como la mundial, un 12% del crecimiento de la economía. El año 2017 donde se inauguraron la mayor cantidad de hoteles de la última década –13 nuevos hoteles– debido a la demanda, fue el año con mayor aporte a la expansión económica, permitiéndole contribuir en este renglón con un sólido 42%.

La brecha relacionada al crecimiento de la economía sin tomar en cuenta el sector turismo, se agudizó en 2017, alcanzando su valor máximo de 1.17%.

ILUSTRACIÓN 61: BRECHA CRECIMIENTO. (DIFERENCIA CRECIMIENTO PIB Y CRECIMIENTO PIB SIN TURISMO).
 FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



3.2. Cadena de valor

El análisis de impacto mide la repercusión y beneficios de las actividades económicas que generan un resultado socioeconómico. Estas mediciones se realizan a partir de tres efectos, directo, indirecto e inducido. (González Limón, 2010).

- El efecto o impacto directo registra el empleo, la producción y la renta como consecuencia de la existencia de hoteles.
- El indirecto cuantifica la actividad económica generada por las compras e inversiones efectuados por las empresas del sector hotelero.
- El impacto inducido mide la actividad económica resultante del consumo privado generado por los trabajadores del sector hotelero, al igual que el consumo de los empleados generado por el impacto indirecto.
- El efecto **total** es la suma de los impactos descritos anteriormente.

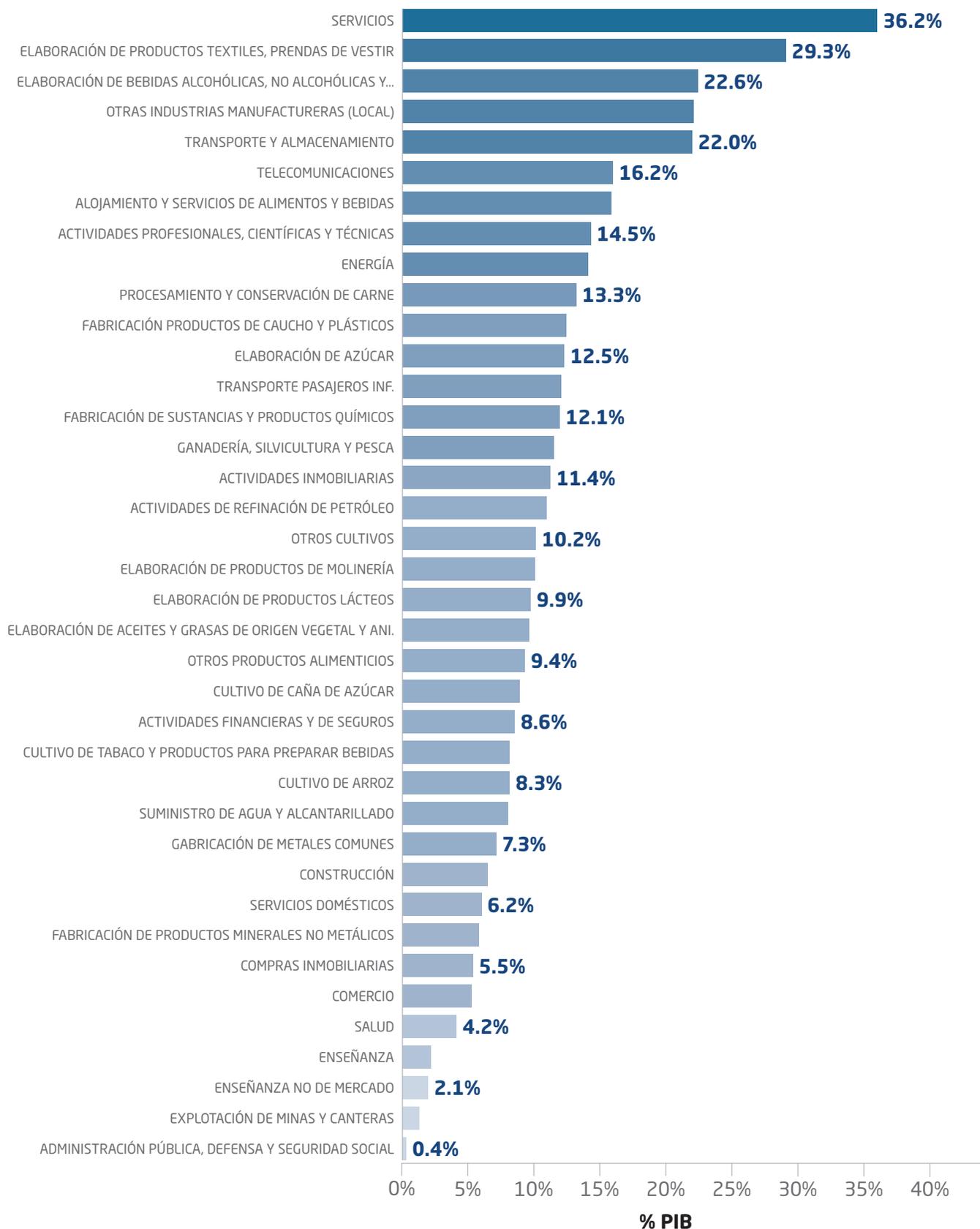
Lo interesante de este análisis es poder conocer la cadena de valor que alimenta la actividad turística. Permite ver qué sectores se benefician del turismo, dando lugar al crecimiento de estos de forma directa, indirecta e inducida, aportando mayor contribución a la economía dominicana.

La cadena de valor inicia con la construcción y equipamiento de las instalaciones hoteleras, donde requieren energía, mobiliario y servicio para dar mantenimiento a piscinas, jardines y demás áreas. Seguidos de la contratación de personal que amerita la adquisición de uniformes y calzado. Para el inicio de operaciones, es imprescindible poseer suplidores de alimentos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, y proveedores de actividades de recreación para ofrecer a los clientes.

El 36.2% del valor agregado generado por servicios se debe a la actividad turística; siendo esta la actividad más beneficiada, seguida de la elaboración de productos textiles y prendas de vestir con 29%, elaboración de bebidas alcohólicas, no alcohólicas con 23%, y transporte y almacenamiento con 22%; estas actividades conforman el top 5.

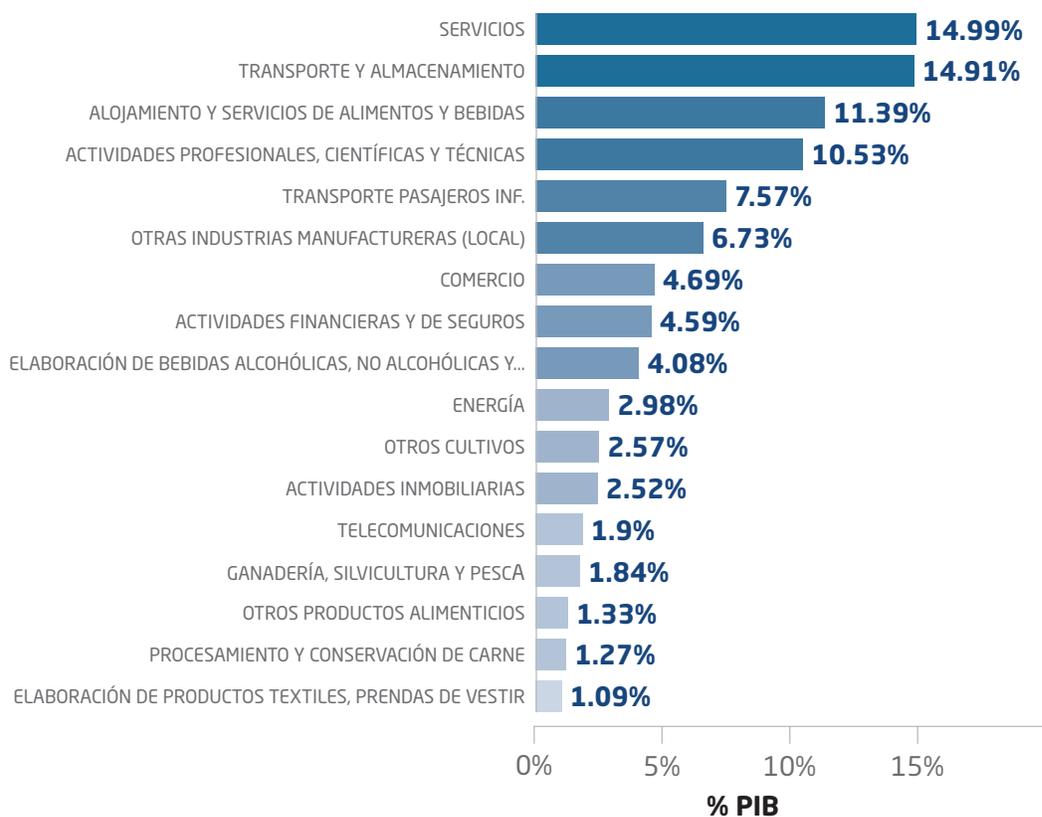
ILUSTRACIÓN 62: PIB GENERADO POR EL TURISMO. (% DEL PIB TOTAL DE LA ACTIVIDAD, IMPACTO TOTAL, 2019)

FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



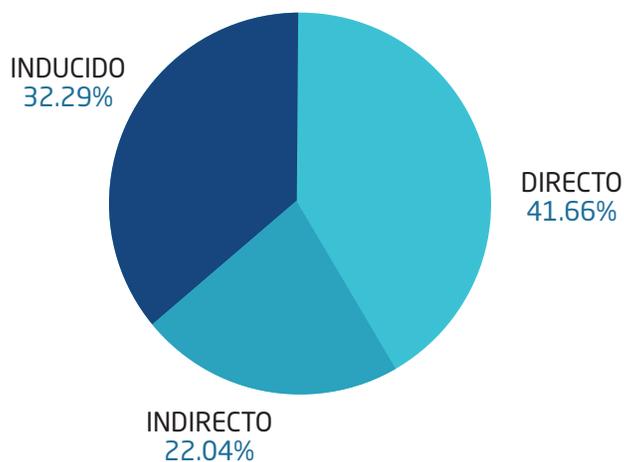
Al analizar cómo está compuesto el valor agregado de la actividad el turismo, pero solo tomando en cuenta el impacto directo e indirecto, alrededor del 15% es dirigido a servicios, transporte en el segundo lugar con 14.9%, seguido de alojamiento y servicios de alimentos y bebidas, donde el turismo dirige el 11.39% de su valor agregado.

ILUSTRACIÓN 63: PIB GENERADO POR EL TURISMO. (% DEL PIB TOTAL DE LA ACTIVIDAD, IMPACTO TOTAL, 2019)
 FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



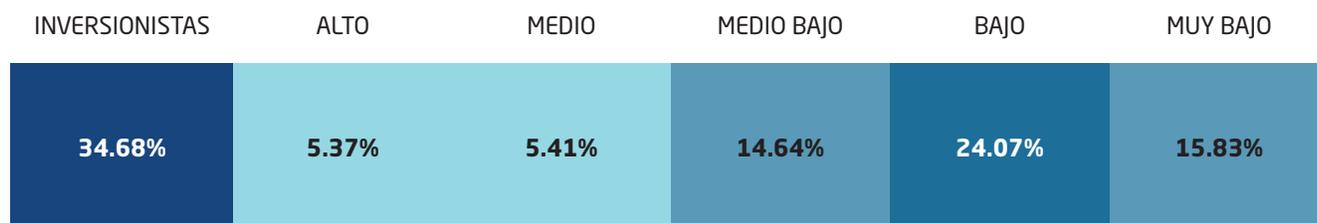
La distribución del impacto se visualiza en la siguiente ilustración. Aproximadamente el 42% es resultado del impacto directo del sector, es decir, del empleo, la renta y a la producción que han generado con la operación. 22% de forma inducida; a partir de las compras e inversiones a otras actividades económicas y 36.29% inducido generado por el consumo de los empleados del sector y los empleados de los sectores beneficiados por el impacto indirecto.

ILUSTRACIÓN 64: FUENTE DEL IMPACTO DEL TURISMO EN R.D. (2019).
 FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



Un aspecto interesante de abordar es poder identificar hacia dónde se dirige lo generado por la actividad del turismo. El 35% que genera el turismo pertenece a los inversionistas, un 5.37% lo adquieren la clase de altos ingresos, 5.41% los de ingreso medio. Desde el punto de vista del segmento de ingresos lo más beneficiados son los de ingresos bajos –24.07%–, muy bajo –15.83%– y medio bajo, 14.64%.

ILUSTRACIÓN 65: DISTRIBUCIÓN DE LO GENERADO POR EL TURISMO.
 FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD

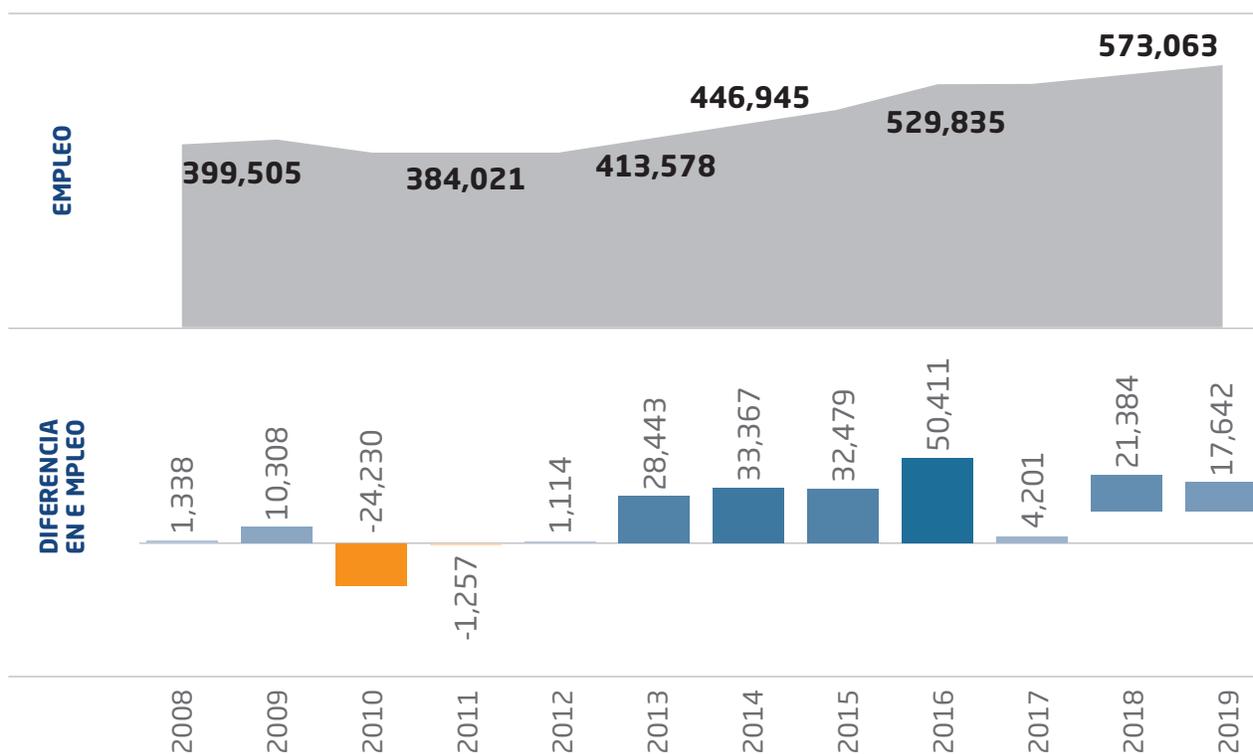


3.3. Impacto del turismo en el empleo de R.D.

Desde el ámbito del empleo, el impacto total asciende de 399,505 plazas de empleo en 2008 a 573,063 en 2019, para un crecimiento de 43.4%, resultado del crecimiento del sector en la última década. Los años con mayor creación de plazas laborales entre 2013-2016.

El total de los empleos generados representan en promedio el 24.5% del empleo formal nacional. Es decir, que 5 de cada 20 ocupados formales, laboran gracias a la actividad turística.

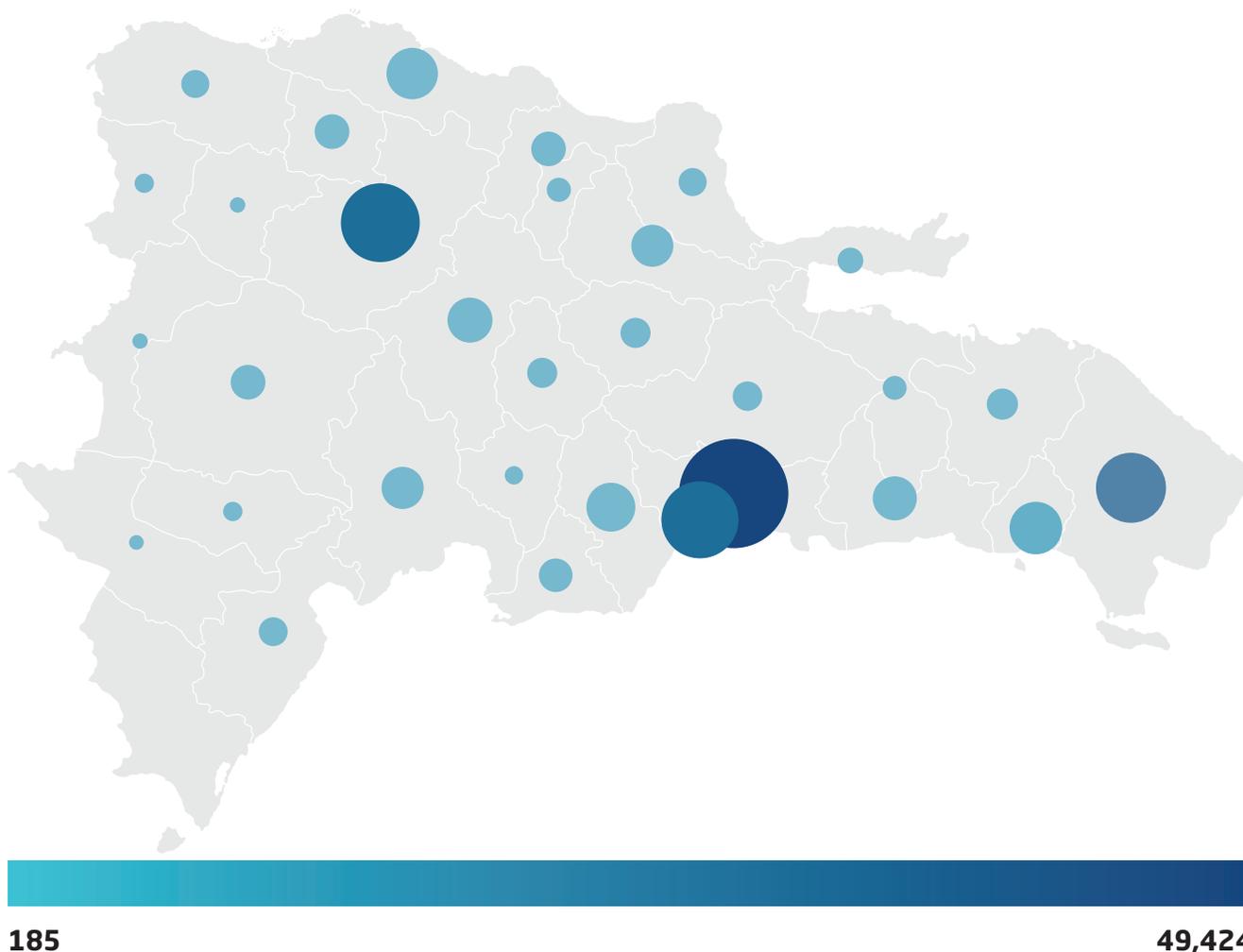
ILUSTRACIÓN 66: IMPACTO EN EL EMPLEO. (IMPACTO TOTAL).
 FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



El multiplicador del empleo en 2008 era de 1.19 mientras que en 2019 aumentó a 1.29. Es decir, que por cada empleo directo resultante del turismo se genera 1.29 empleos más. El multiplicador promedio durante la última década es 1.3.

Tal como era de esperarse, los polos turísticos son los que concentran el mayor número de empleos generados por el sector. El top 5 capta el alrededor del 55% de las plazas generadas, el Distrito Nacional acapara el 21% de los empleos producidos, seguido de Santiago con 10.35%, Santo Domingo con 9.9%, La Altagracia acapara el 8.44% y la Romana 4.87%.

ILUSTRACIÓN 67: IMPACTO DEL TURISMO EN EL EMPLEO POR PROVINCIA DE R.D. (IMPACTO TOTAL, 2019).
 FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



3.4. Impacto por COVID-19

3.4.1. Perspectivas mundiales

Mundialmente se estima que la caída en el turismo es superior al 20% para 2020. Sin embargo, países con perfil de turistas de menor ingreso pueden tener un impacto mayor, así como aquellos con turismo de edades más avanzadas. Los estudios internacionales muestran claramente que el impacto no es similar en todos los países, y que aquellos con perfil como el que en la actualidad llega al país, mostrarán impactos más fuertes.

ILUSTRACIÓN 68: LLEGADA DE TURISTAS MUNDIAL: DISMINUYE. (CRECIMIENTO ANUAL, %). FUENTE: TOURISM ECONOMICS



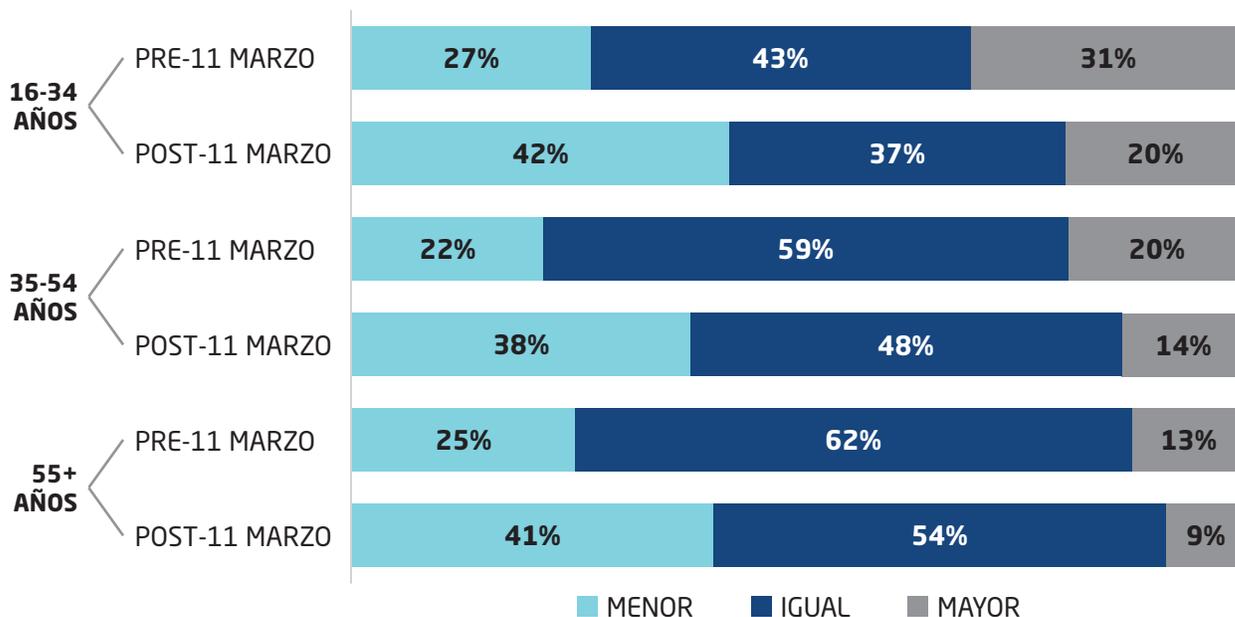
3.4.2. Cambio en las perspectivas de viaje mundiales

La COVID-19 ha forzado a la transformación de todas las actividades de la vida cotidiana, la industria de viajes no ha sido la excepción. STR ha estado realizando encuestas para ver la reacción de los viajeros en diferentes mercados ante como planean adaptar sus planes de viajes, haciendo una comparación con las expectativas antes y después del 11 de marzo, cuando la Organización Mundial de la Salud, OMS, declara el virus como pandemia.

Los resultados han arrojado que los viajeros más jóvenes muestran mayor propensión a no viajar, solo el 37% de estos planea viajar la misma cantidad de veces que el año anterior. Sin embargo, el 51% de las personas mayores a 55 años vaticinan transitar la misma cantidad que los últimos 12 meses.



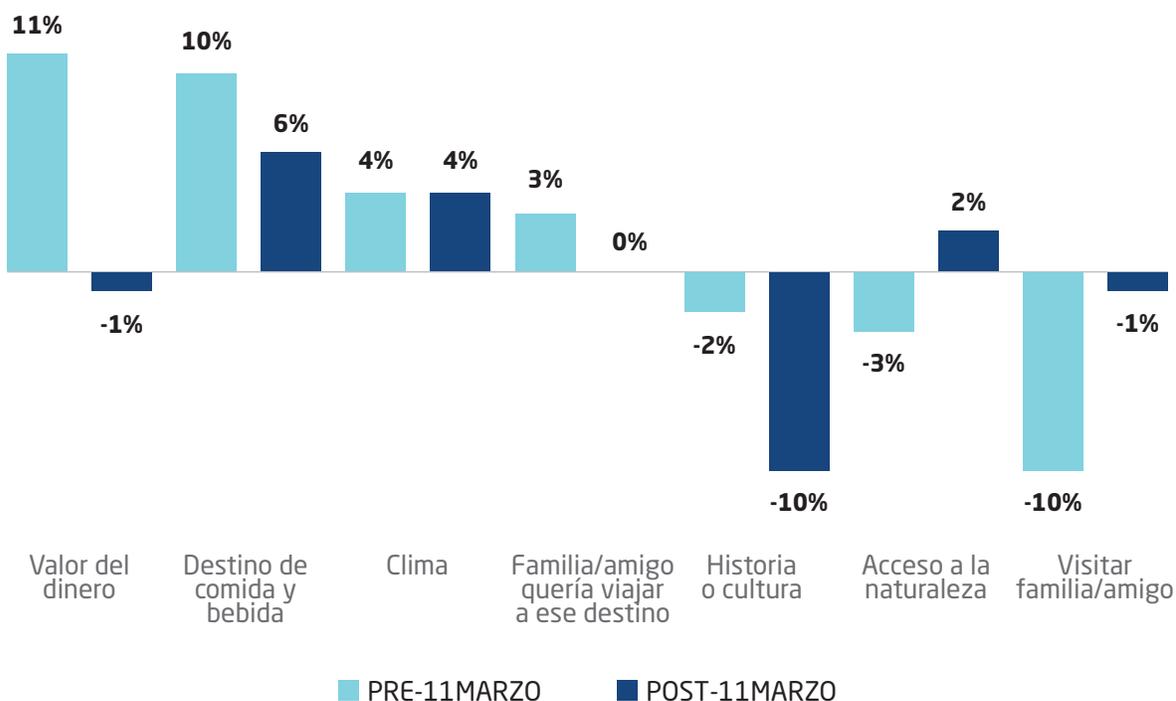
ILUSTRACIÓN 69: PROPENSIÓN PARA VIAJAR. (POR RANGO DE EDAD, EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES VS 12 MESES ANTERIORES). FUENTE: STR



Al analizar los motivos de los viajes, la encuesta revela que luego del virus ser catalogado como pandemia, se incrementó la motivación a visitar a sus amigos, disfrutar de la naturaleza y actividades al aire libre. Los encuestados atraídos por los destinos de comida y bebida fueron de los menos impactados por la pandemia; este grupo espera que los viajes aumenten en los próximos 12 meses.

En cuanto al cambio del comportamiento del consumidor, la encuesta sostiene que las personas están cada vez más ansiosas por tomar vacaciones.

ILUSTRACIÓN 70: PROPENSIÓN PARA VIAJAR. (SEGÚN MOTIVO). FUENTE: STR



3.5. Impacto en República Dominicana

El objetivo de este análisis es estimar el impacto del turismo sobre la economía nacional y cómo la pandemia puede afectarlo. Parte de la estimación del turismo sobre toda la actividad y generación de divisas en ausencia de un choque (partiendo del año 2018). Luego estima el impacto que tuvo la campaña negativa del año 2019 (partiendo de simular una situación con y sin ese choque).

Finalmente se simula, de manera consistente con estimaciones internacionales, dos escenarios de impacto para el turismo dominicano de la crisis actual (COVID-19). Los estudios internacionales muestran claramente que el impacto no es similar en todos los países, y que aquellos con perfil como el que en la actualidad llega a República Dominicana, mostrarán impactos más fuertes.

Se evalúan cuatro escenarios distintos para la actividad turística:

- **2018:** situación efectiva en 2018.
- **2019 sin impacto:** evalúa un 2019 posible sin la campaña internacional negativa.
- **2020-COVID I:** impacto similar al estimado internacionalmente.
- **2020-COVID II:** impacto estresado de la campaña internacional.

La situación actual para República Dominicana tiene impactos importantes sobre la estabilidad económica y el empleo. En un escenario de recuperación rápida se estima que se pierden 74,000 empleos en 2020 (un 1.5% de la PEA). Pero de extenderse la situación más de 217,000 empleos están en riesgo.

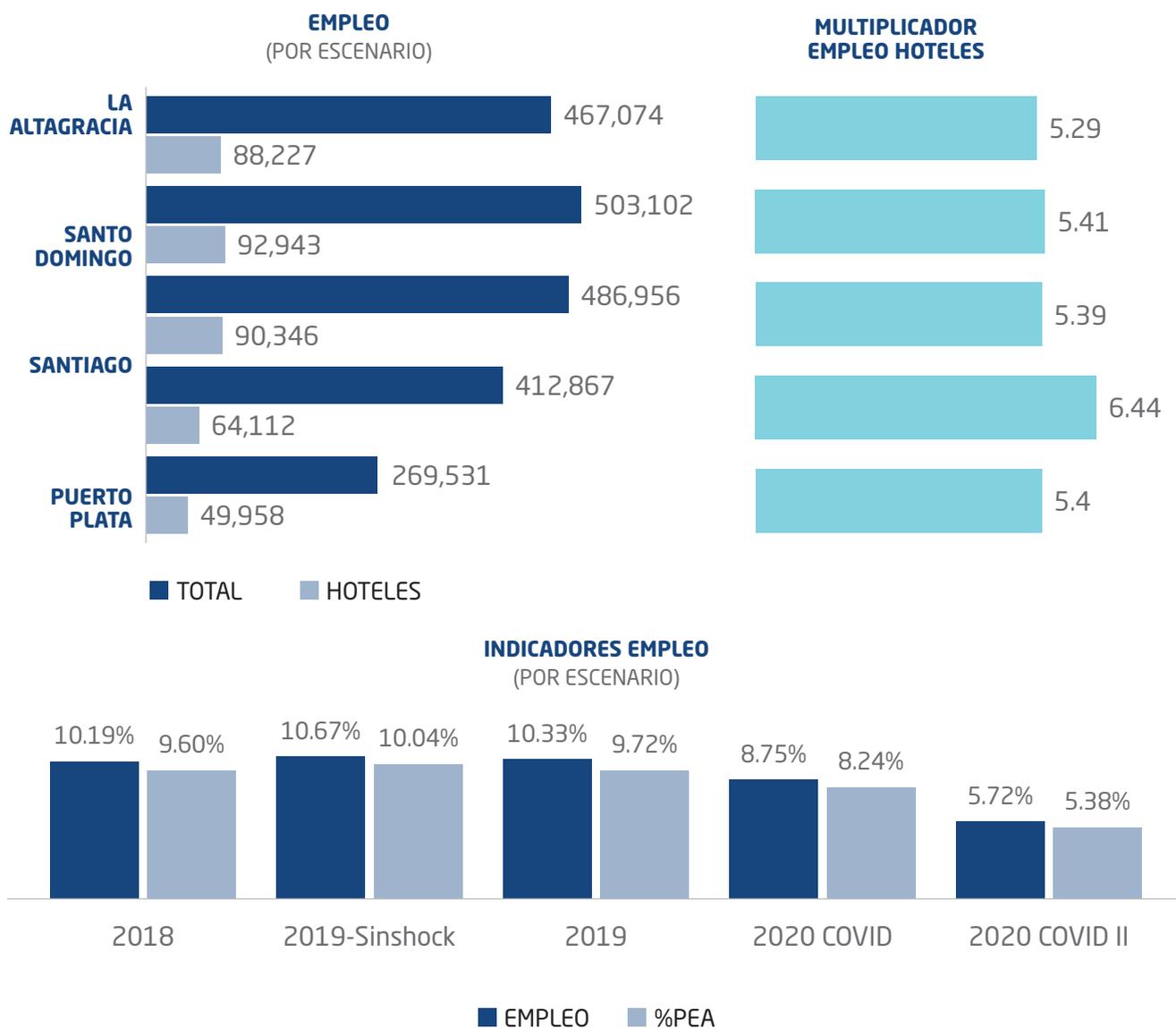
La situación actual podría además significar tasas de crecimiento, solo por el impacto en turismo, entre 3% - 0% (es decir 1.5% y 4.6% menos de crecimiento). En adición, el impacto en la generación de divisas fluctúa entre US\$ 890 - 1,960 millones.

3.5.1. Impacto del COVID-19 en el empleo

Ante la crisis sanitaria por la COVID-19, el 19 de marzo de 2020, se declaró al país en estado de emergencia, en virtud de la autorización otorgada por el Congreso Nacional. Además, se implementaron medidas para tratar de mitigar la propagación del virus en la población dominicana, como el distanciamiento social, el cierre de los aeropuertos y la imposición del toque de queda.

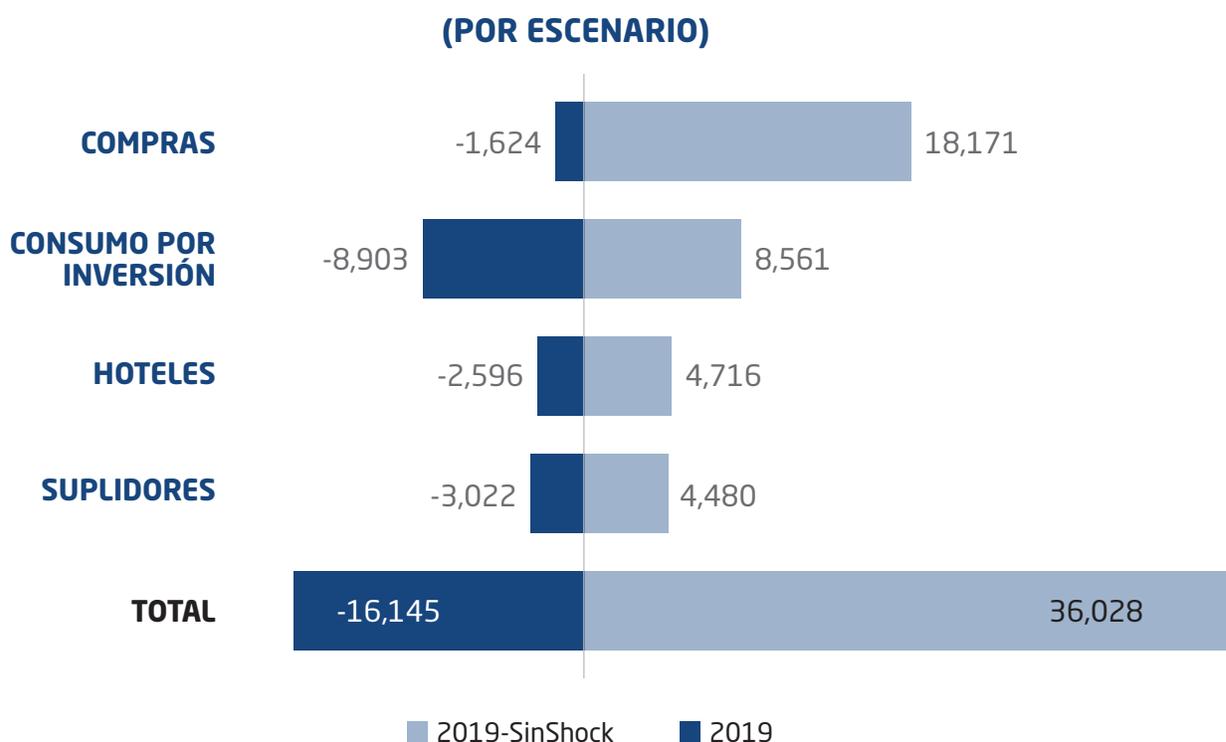
Los choques recientes han tenido un impacto negativo en el sector y con ellos sobre la economía en general. Solo para 2019 se estima que la no acumulación de empleo fue de 16,000.

ILUSTRACIÓN 71: IMPACTO CHOQUES EN EMPLEO. (SEGÚN FUENTE). FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



El turismo dominicano tiene un efecto multiplicador de empleo superior a 5. Es decir, por cada empleo generado por los hoteles, se generan 5 empleos adicionales. Esto se vincula tanto a las actividades que realizan los turistas fuera del hotel, el transporte, entretenimiento, comidas, así como a las cadenas de valor y el consumo que generan los empleados de este y otros sectores. Es así como el impacto total asciende al 10.19% del total del empleo de la economía dominicana, casi 500,000 empleos.

ILUSTRACIÓN 72: IMPACTO 2019 RESPECTO A 2018. (POR ESCENARIO). FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD

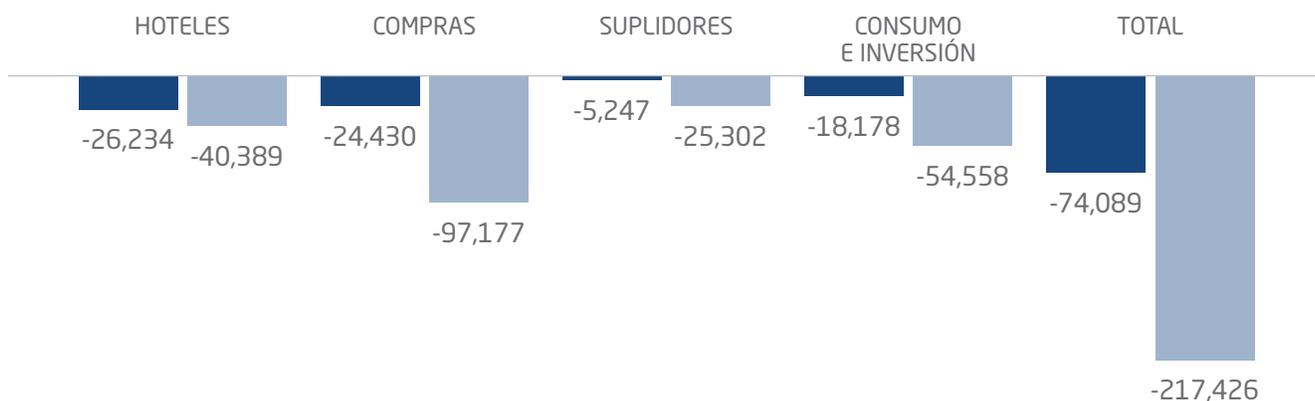


De no haberse producido, se habrían generado 36,000 empleos adicionales, sin embargo, el impacto de este redujo el renglón empleos en 16,000.

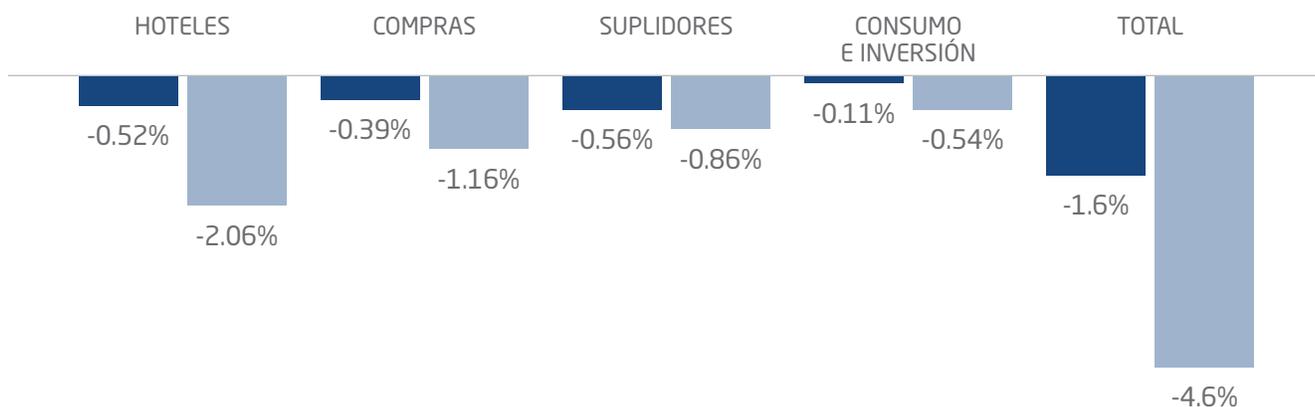
Los escenarios a 2020 son muy críticos. Con un impacto similar al promedio mundial, se esperaría una reducción de 75,000 empleos, es decir, un incremento en el desempleo de 1.48%. Si el impacto se agudiza, la pérdida total de la economía por turismo podría superar los 200,000 empleos (un 4.34% de la PEA).

ILUSTRACIÓN 73: ILUSTRACIÓN 73. IMPACTO EN EL EMPLEO. FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD

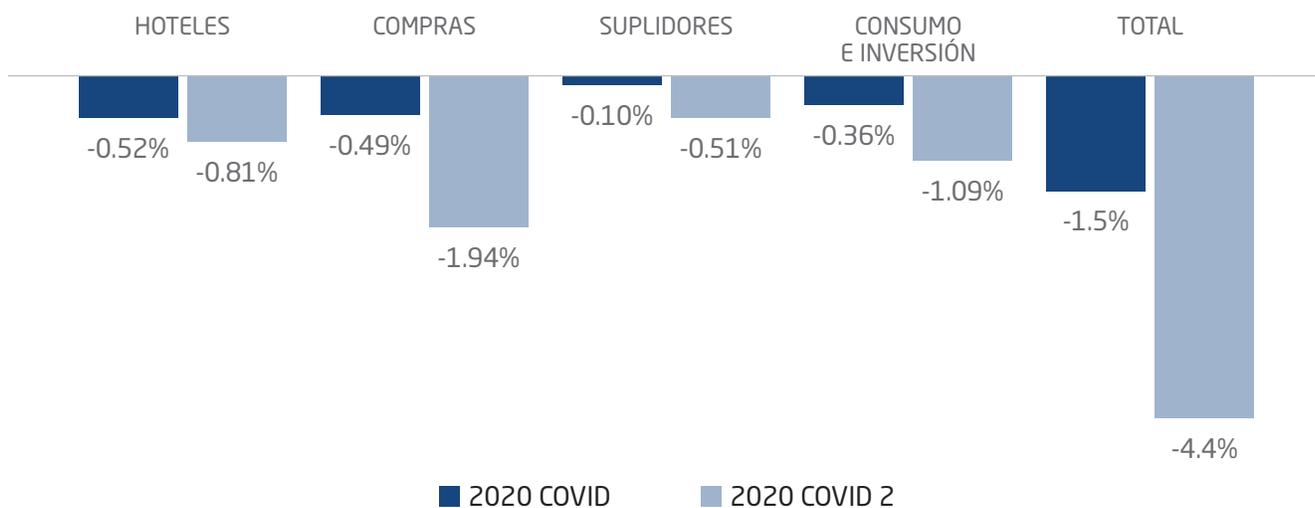
CAMBIO EN EL EMPLEO



COMO % DEL EMPLEO TOTAL



IMPACTO EN EL DESEMPLEO



■ 2020 COVID ■ 2020 COVID 2

3.5.2. Impacto del COVID-19 en el PIB

Tal como se ha evidenciado a través del estudio, el sector de hoteles, bares y restaurantes desempeña un rol fundamental en la economía dominicana, desde las cadenas de valor que genera, hasta la producción de divisas. Las medidas tomadas para evitar la propagación del virus a nivel mundial y nacional han afectado de forma directa a la actividad turística.

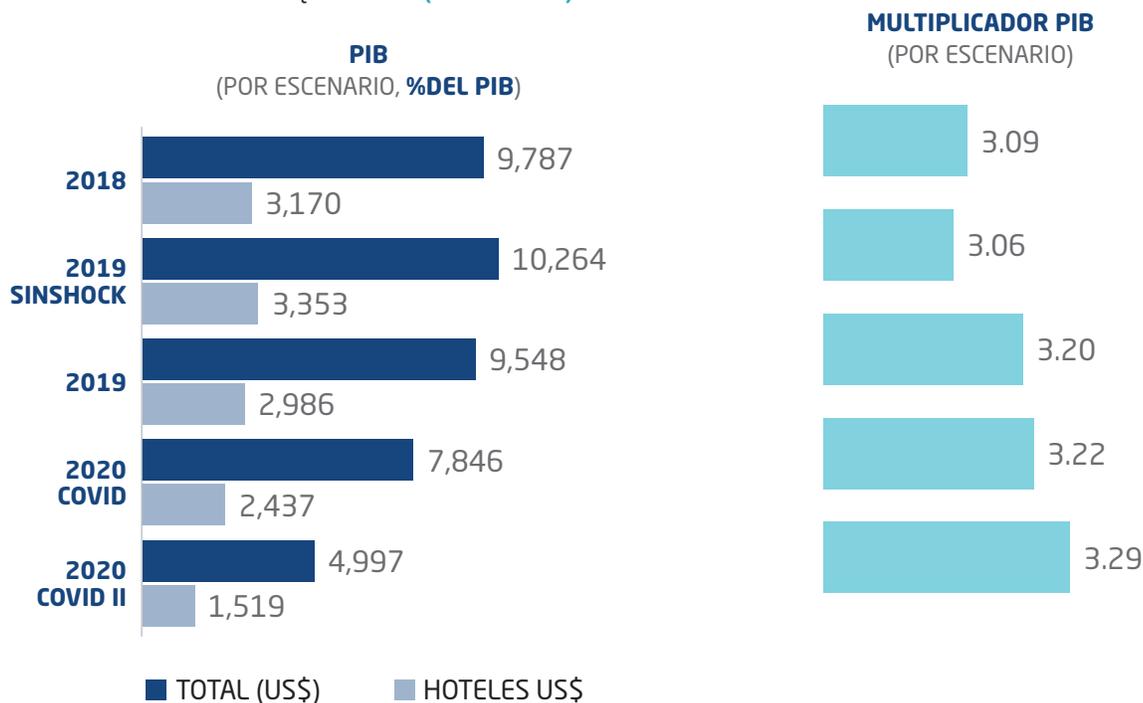
En cuanto al efecto multiplicador del Producto Interno Bruto (PIB), este asciende a 3. Los efectos que libera el turismo son importantes en la generación de salarios, ingresos en el sector informal e inversión. Las cadenas de valor del turismo generan compras en diferentes sectores de la economía tales como el transporte, agropecuario, servicios profesionales, entre otros.

Cuando se desagrega por beneficiarios finales, es evidente que el sector tiene impactos tanto sociales como de inversión. Por un lado, los salarios formales corresponden al 20% del impacto total de la actividad, del cual el 50% es directo del sector hoteles. El gran impacto en la inversión hace del sector un multiplicador natural de la inversión nacional.

El ingreso informal es muy importante, principalmente debido a la estructura económica y todos los servicios que se producen alrededor de la actividad. Esto tiene un impacto social significativo.

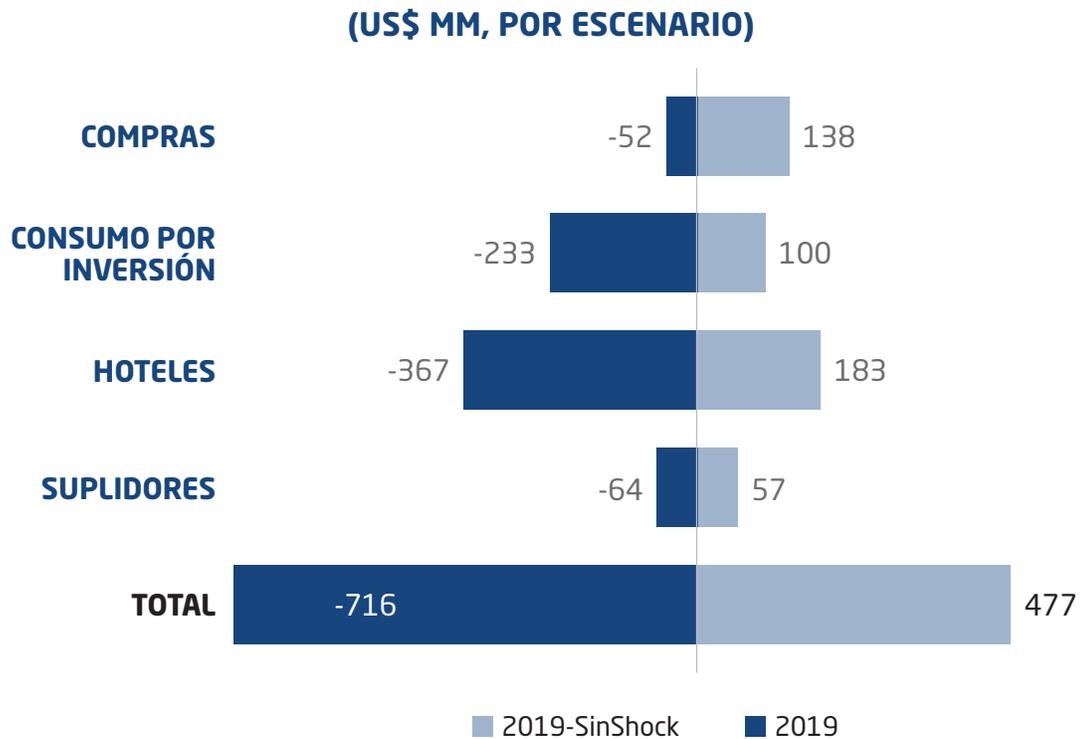
La actividad impacta el 11% del total de la actividad económica, para un total de US\$9,700 millones. El impacto sobre el crecimiento es también muy crítico. Se podría observar una caída en el PIB entre US\$,1800 y US\$4,500 millones. Esto implica un impacto en el crecimiento económico respecto a 2019 en el rango de 1.38%-4.7%. Con énfasis sobre impuestos y bienestar.

ILUSTRACIÓN 74: IMPACTO CHOQUES EN PIB. (SEGÚN FUENTE). FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



El escenario anterior se puede traducir en una reducción para 2020 del impacto de la industria de 10.72% de PIB a 5.95%. El sector más afectado, sin duda, han sido los hoteles, tanto el empleo, como las ganancias de este. Al mismo tiempo esto impacta la inversión futura en habitaciones, es decir, la inversión extranjera por más de US\$300 millones.

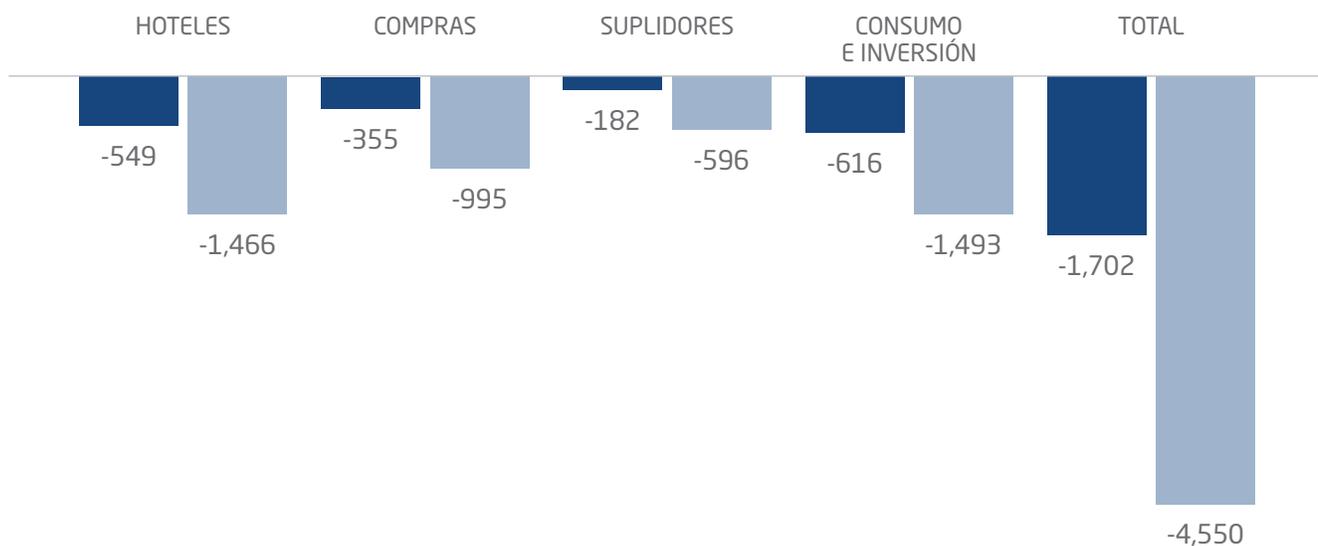
ILUSTRACIÓN 75: IMPACTO EN EL PIB. (2019 RESPECTO A 2018). FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



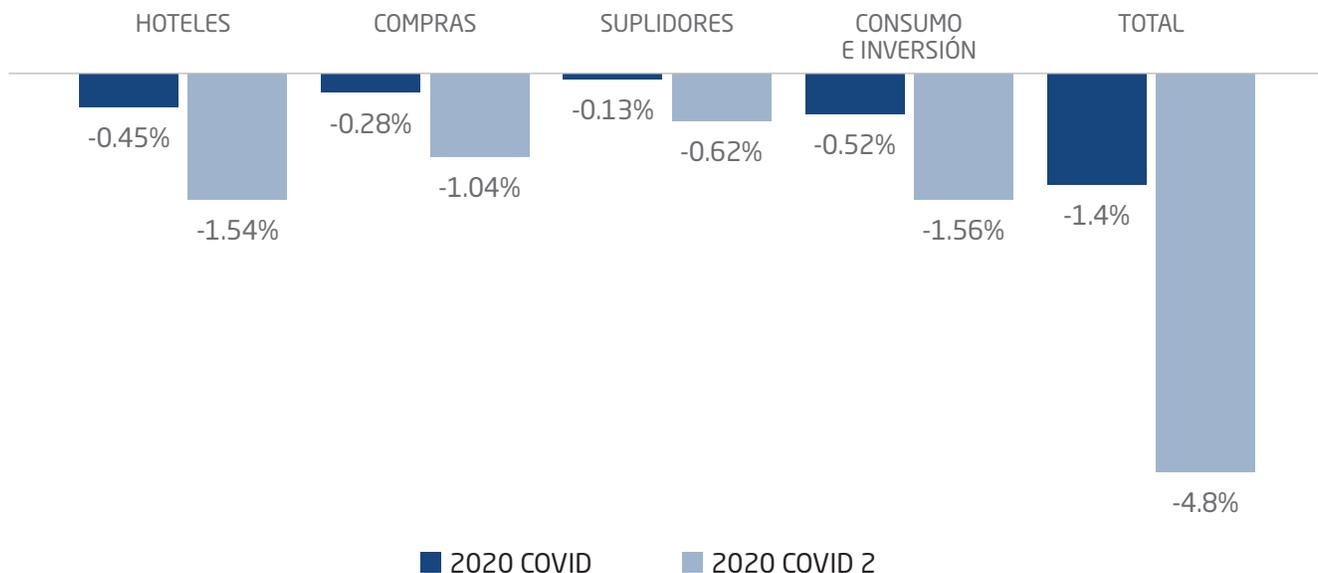
Ante la contracción de las actividades turísticas, se estiman pérdidas en el PIB que ascienden a US\$1,700-US\$4,550 millones. Estas sumas equivalen a un impacto del Producto Interno Bruto, de alrededor de -1.4%- -4.80%.

ILUSTRACIÓN 76: IMPACTO ESTIMADO PIB 2020. (RESPECTO A 2019). FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD

CAMBIO EN EL PIB



COMO % DEL PIB

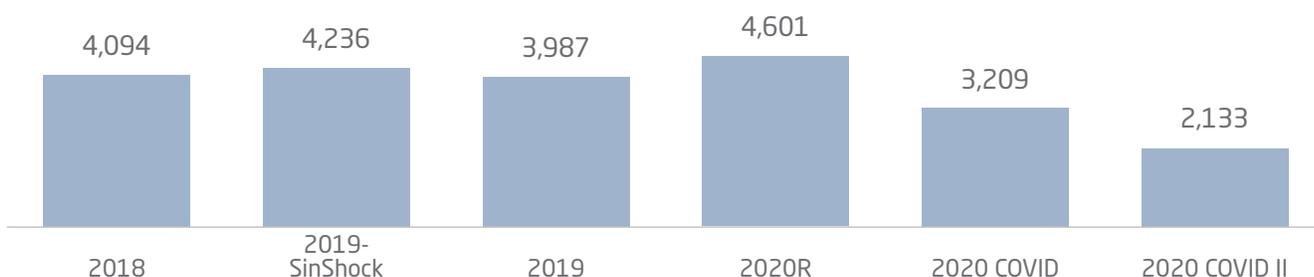


3.5.3. Impacto en divisas

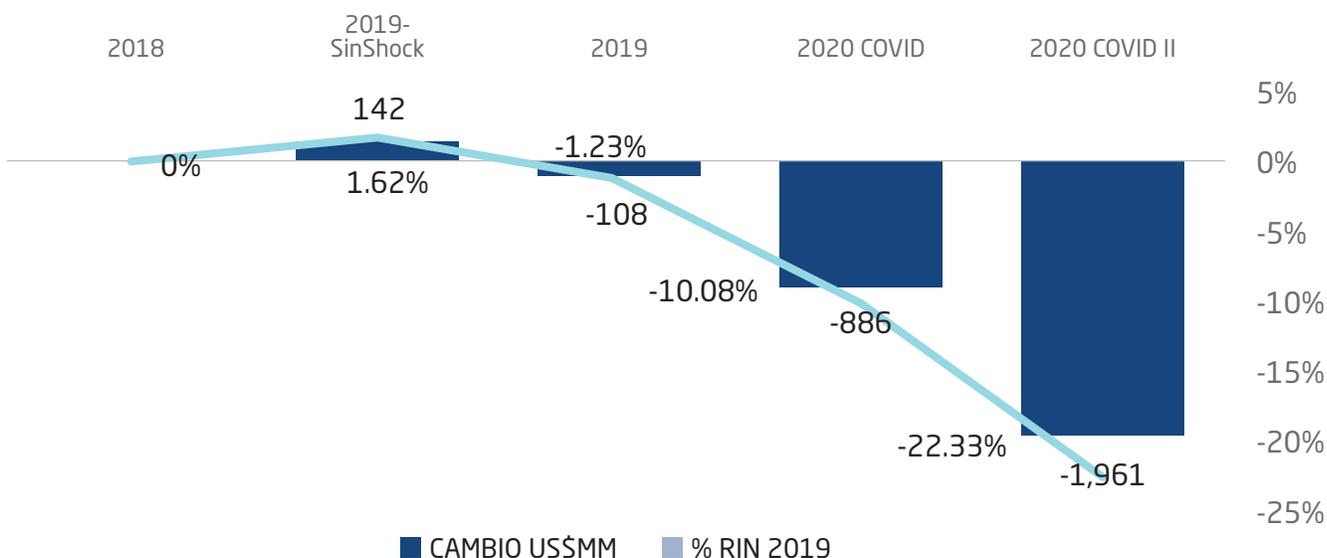
Un impacto fundamental del sector es la generación de divisas. Cada año, el turismo deja en términos netos más de US\$4,000 millones. Lo anterior toma en cuenta las importaciones generadas a través de la demanda de energía y de alimentos, entre otros.

Esta entrada es fundamental para cubrir el déficit comercial del país, y ser un soporte fundamental de la balanza de pagos. Cuando se compara con las Reservas Internacionales Netas (RIN), el turismo generó en 2018 el equivalente al 50% de todas las RIN. Si se toma en cuenta que el turismo es un flujo anual de divisas, esto implica que genera más de cuatro veces la acumulación anual de divisas.

ILUSTRACIÓN 77: DIVISAS NETAS GENERADAS (US\$ MM). FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD

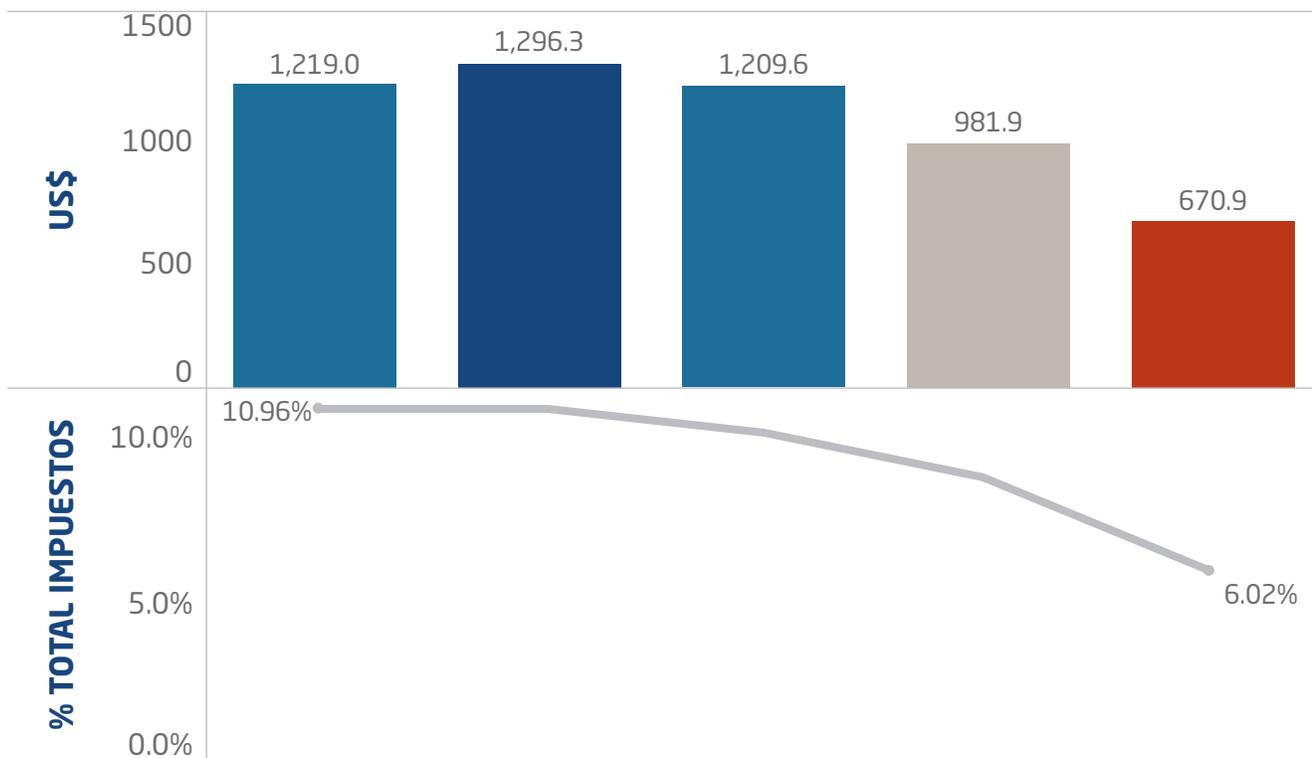


(CAMBIO DIVISAS US\$MM, % RIN 2019)



El impacto en divisas es significativo. Se estima que el choque puede implicar pérdidas de divisas en el rango de US\$886 - US\$1,960 millones. Esto corresponde a 22% del total de las Reservas Internacionales Netas (RIN). Con respecto a los impuestos, implicaría una pérdida de US\$ 400 - US\$600 millones, un 5% del total de impuestos, y un 0.6% del PIB. La generación de impuestos también se ve afectada por el sector, ya que se estima que el 11% del total de los impuestos, tiene como generador primario al sector turismo.

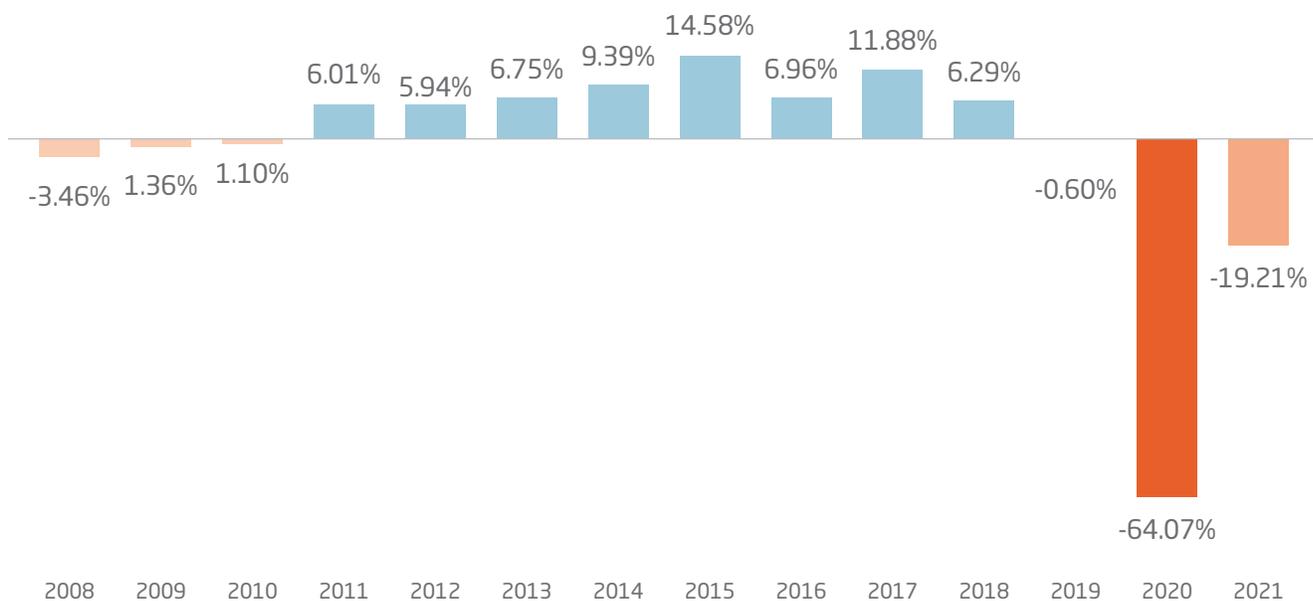
ILUSTRACIÓN 78: IMPUESTOS VINCULADOS A LA ACTIVIDAD. FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD



3.5.4. Impacto del COVID-19 a corto plazo

Mensajes claves

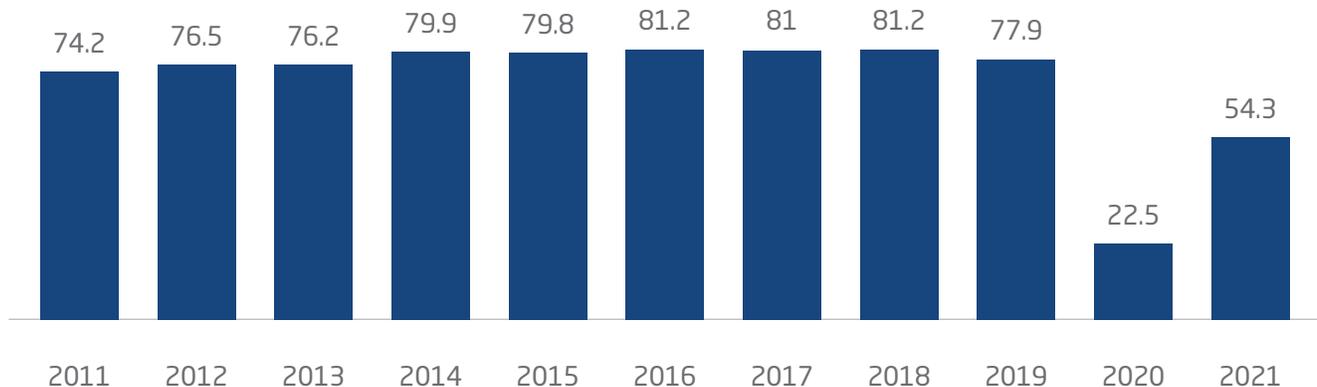
- La demanda turística genera un valor agregado (PIB) a la economía que representa entre el 11% y el 15% del PIB. Ha generado entre el 15% y el 40% del crecimiento en los últimos años.
- La inversión extranjera del sector hotelero es un tercio de toda la inversión extranjera del país, y es crucial preservarla.
- El impacto multiplicador del empleo es muy alto (4 adicionales por cada empleo directo).
- Desde el compromiso de los 10 millones de turistas, este aporte ha crecido cada vez más.
- La industria y el consumo turista aporta casi el 10% de todos los ingresos tributarios.
- Se espera una caída del 67% en las estancias hoteleras, y con ello una tasa de ocupación promedio del año de 23%, en 2020 y menos de 60% en 2021.
- Para recuperar la industria, como ya se está observando, se necesitarán ajustes tarifarios importantes (entre 30% - 40%), y costos incrementales por los temas de higiene, en adición a cambios en la dinámica de la operativa del hotel.
- A todo esto, se suma la creciente tendencia de alojamientos más informales, que impactan a la industria.
- El impacto en divisas de todo esto supera los US\$2,500 millones para el año en curso.
- Es crucial una estrategia a 24 meses de protección del sector para poder seguir atrayendo inversión.
- Las pérdidas económicas que generaría el sector podrían superar los US\$7 billones para la economía (directo, indirecto e inducido).

ILUSTRACIÓN 79: PIB ASOCIADO A LA DEMANDA DE TURISMO.**(ESTIMACIONES CORTO PLAZO, CREC. VS AÑO ANTERIOR, PARA 2021 ES RESPECTO A 2019)**

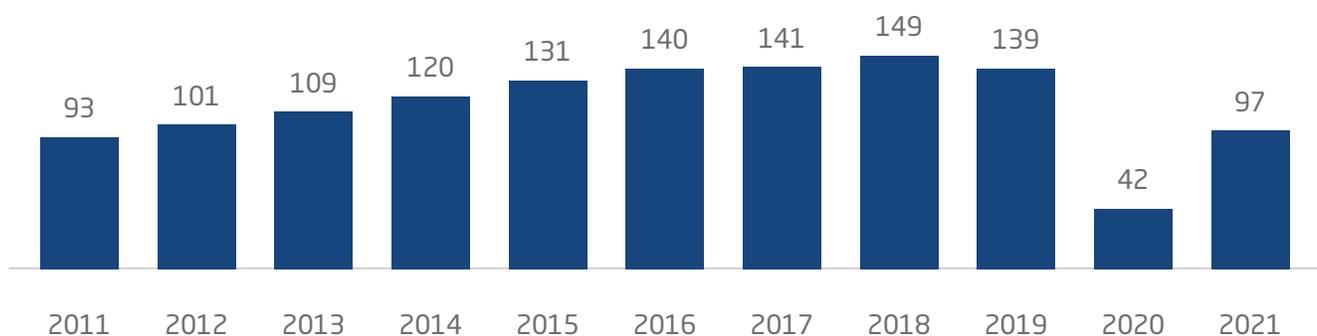
En el corto plazo las estimaciones del PIB asociado a la demanda de turismo muestran una caída de 64% para 2020 respecto a 2019 y una caída de 19.1% para 2021 comparado con 2019. Este desplome en el PIB asociado a la demanda de la actividad turística es resultado de la contracción del turismo mundial ante la pandemia de COVID-19.

ILUSTRACIÓN 80: INDICADORES. FUENTE: CÁLCULOS PROPIOS DE ANALYTICA A PARTIR DE LOS DATOS DEL BCRD

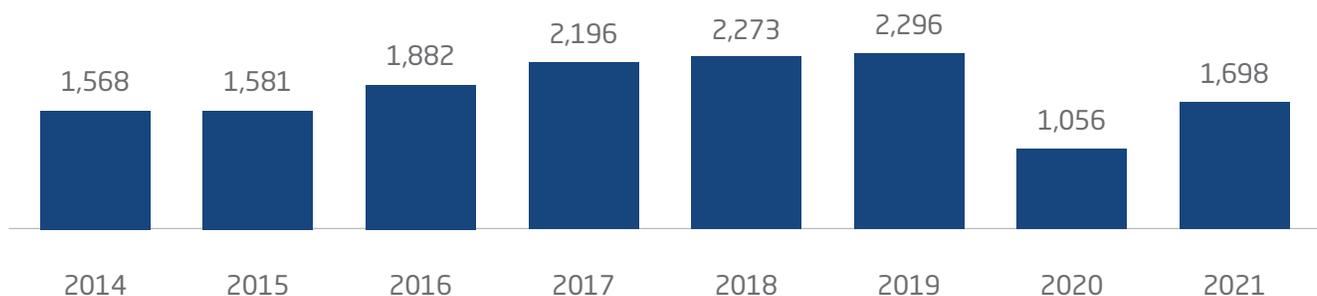
TASA DE OCUPACIÓN HOTELERA (%)



INGRESO PROMEDIO POR HABITACIÓN DISPONIBLE (RevPar) (US\$)



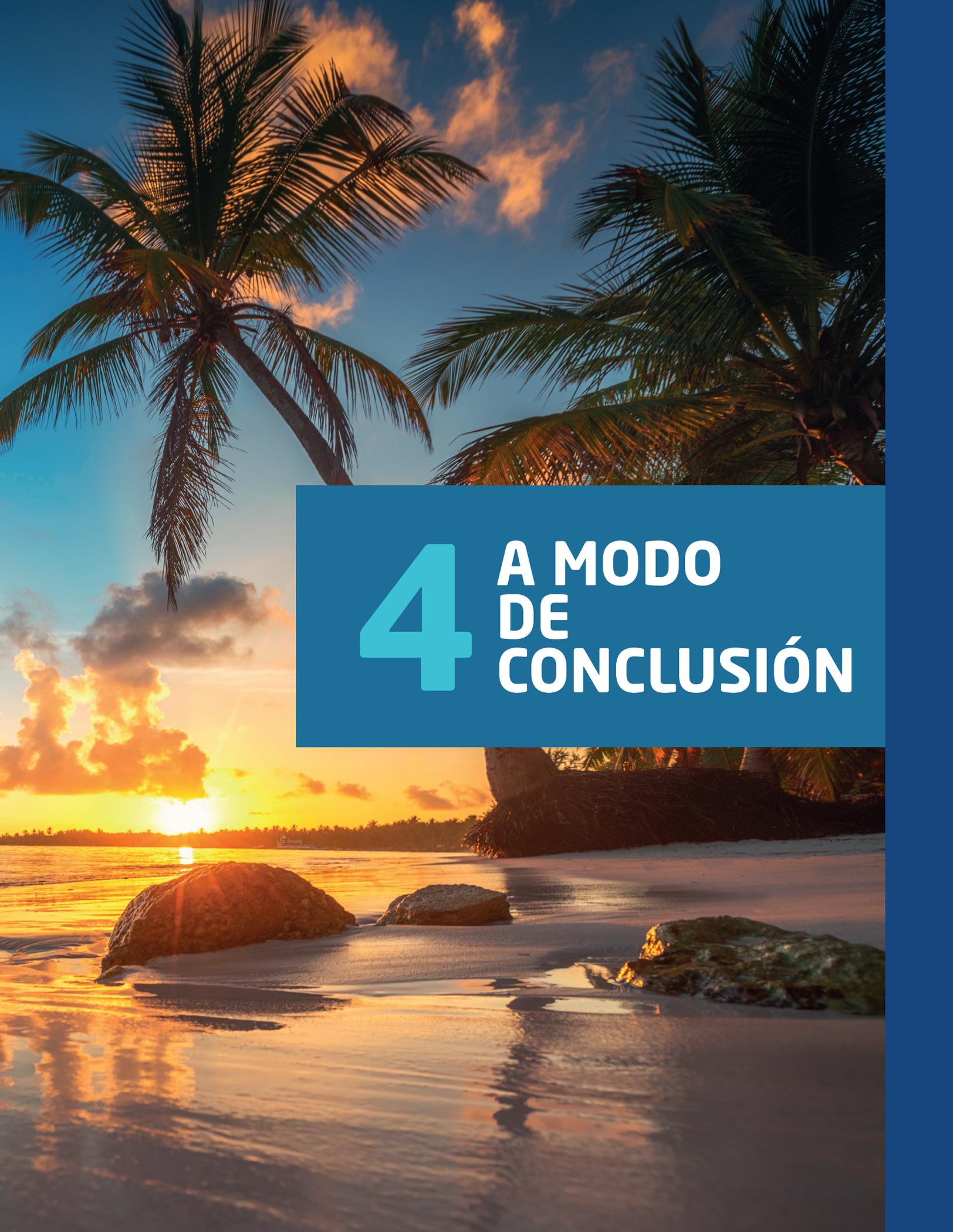
GASTO PERSONAL Y PAGOS LOCALES (US\$ MM)



El impacto se traduce a una caída en la tasa de ocupación hotelera a 22.5% cifra no vista anteriormente; se vaticina una recuperación para 2021, ascendiendo a 54.3%. Ante una caída de esta magnitud en la ocupación hotelera, las cadenas hoteleras reducen los precios para ser más competitivos y tratar de incentivar a los turistas a visitar sus instalaciones, se espera que para 2020 el ingreso promedio por habitación disponible (RevPar) haya disminuido a US\$42— cifra tres veces menor a la de 2019—, y para 2021 se vislumbra una recuperación esperando que aumente a US\$97. Ante la reducción de las operaciones en los hoteles, el personal se reduce de acuerdo con la proporción de las caídas en las llegadas de turistas. Se espera que para 2020 el gasto de personal y pagos locales se haya contraído a US\$1,056 millones, una reducción de 54% respecto a 2019 y en 2021 de 26% respecto a 2019, para un monto de US\$1,698 millones.





A tropical beach scene at sunset. The sky is a mix of blue and orange, with palm trees silhouetted against the light. The sun is low on the horizon, reflecting on the water. In the foreground, there are large rocks on the sandy beach, and the water is calm, reflecting the sky and the rocks.

4 A MODO DE CONCLUSIÓN

AL MOMENTO DE LA REDACCIÓN DE ESTA SECCIÓN, LA PANDEMIA DE COVID-19 HABÍA INTERRUMPIDO MUCHOS DE LOS AVANCES ABORDADOS EN ESTE ESTUDIO. DEBIDO A LAS CONSECUENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES DE LAS MEDIDAS REQUERIDAS PARA MITIGAR LOS CONTAGIOS. 2020 SE CONSTITUYÓ EN EL PEOR AÑO EN LA HISTORIA DEL TURISMO, TANTO A NIVEL GLOBAL, COMO EN REPÚBLICA DOMINICANA, REFLEJÁNDOSE EN UN COLAPSO EN LAS LLEGADAS DE VIAJEROS, LOS INGRESOS POR DIVISAS, ASÍ COMO LA CREACIÓN DE EMPLEOS PROVENIENTES DEL SECTOR. LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (OMT) ESTIMA QUE, PARA EL CONTINENTE AMERICANO, ESTAS MÉTRICAS TARDARÁN ENTRE 2 Y 4 AÑOS EN RETORNAR A LOS NIVELES PRE-COVID.

EL RETORNO A LA “ERA DEL VIAJE”, EXPRESIÓN ACUÑADA POR TALEB RIFAI, -EXSECRETARIO DE LA OMT- PARA DESCRIBIR LA EXPANSIÓN SIN PRECEDENTES DE TURISTAS OBSERVADA DURANTE LOS ÚLTIMOS 50 AÑOS, REQUERIRÁ DE ESFUERZOS COMBINADOS Y EFECTIVOS ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO, ASÍ COMO ALIANZAS COORDINADAS A NIVEL INTERNACIONAL.

EN REPÚBLICA DOMINICANA, LA GOBERNANZA DEL PLAN DE RECUPERACIÓN DEL SECTOR INICIÓ CON LA CREACIÓN DEL GABINETE DE TURISMO, LIDERADO POR EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, LUIS ABINADER Y CONFORMADO POR LAS PRINCIPALES ENTIDADES DEL SECTOR PÚBLICO QUE INCIDEN EN LA CADENA DE VALOR, ASÍ COMO ASONAHORES, MÁXIMO REPRESENTANTE DEL SECTOR PRIVADO.

2021 PROBABLEMENTE SERÁ RECORDADO COMO UN AÑO DE TRANSICIÓN, Y EN LA RUTA HACIA LA RECUPERACIÓN, SEGÚN LO EXPRESADO POR DOÑA GLORIA GUEVARA, PRESIDENTE DE THE WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, WTTC, SEGURAMENTE SE REQUERIRÁ DEL APOYO GUBERNAMENTAL TANTO EN TÉRMINOS TRIBUTARIOS Y DE LIQUIDEZ, COMO DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES Y DE DESTINOS. LA ERA POST-COVID SEGURAMENTE NO IMPLICARÁ RETORNAR AL ENTORNO COMPETITIVO Y DE NEGOCIOS EXISTENTE PREVIO A LA PANDEMIA, SINO A ARRIBAR A UNA REALIDAD DISTINTA, CON UN VIAJERO DEMANDANDO SERVICIOS RENOVADOS, UNA OFERTA ADAPTÁNDOSE A ESTAS NUEVAS EXIGENCIAS; EN FIN, UN TIEMPO LLENO DE RETOS Y OPORTUNIDADES.

COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURISMO: OPORTUNIDADES EN LA NUEVA NORMALIDAD

LA EDICIÓN MÁS RECIENTE DEL INFORME DE COMPETITIVIDAD DE VIAJES & TURISMO 2020 DEL FORO ECONÓMICO MUNDIAL, ABORDA LAS OPORTUNIDADES Y RETOS DE LA REGIÓN DE LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE, DESTACANDO QUÉ TENDENCIAS PREVALECIENTES PREVIAS A LA PANDEMIA, DESDE LA GESTIÓN DE MARCA PAÍS, HASTA LA DISPONIBILIDAD DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC), RECOBRARÁN PROTAGONISMO EN EL SENDERO HACIA LA RECUPERACIÓN.

ADICIONALMENTE, LA COVID-19 REPRESENTA UNA OPORTUNIDAD DE RECALIBRAR LOS FOCOS DE ATENCIÓN DEL SECTOR HACIA ÁREAS QUE HISTÓRICAMENTE HAN SIDO MENOS ATENDIDAS Y QUE, SIN LUGAR A DUDAS, FORMARÁN PARTE DE LAS EXIGENCIAS DEL VIAJERO POST-COVID, COMO LO SON SALUD E HIGIENE, SEGURIDAD Y PROTECCIÓN, SOSTENIBILIDAD DEL MEDIOAMBIENTE, ENTRE OTROS.

REPÚBLICA DOMINICANA HA DADO PASOS EN LA DIRECCIÓN CORRECTA. DE LOS 21 PAÍSES EVALUADOS, OBTUVO UNO DE LOS MAYORES INCREMENTOS EN EL ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DESDE 2017, ALCANZANDO LA POSICIÓN #10 DE LA REGIÓN Y #73 A NIVEL GLOBAL.

ENTRE LOS PILARES QUE REGISTRARON MAYORES AVANCES SE ENCUENTRA EL DE LA PRIORIZACIÓN DEL VIAJE Y EL TURISMO, POSICIONÁNDOSE CON LA SEGUNDA MAYOR PUNTUACIÓN DE LA REGIÓN. LOS ESFUERZOS Y RESULTADOS DEL GABINETE DE TURISMO DE CARA A LA PROMOCIÓN DE NUESTRO DESTINO, VÍA LA ESTRATEGIA MARCA PAÍS, ASÍ COMO EL USO DE LAS TIC A LA HORA DE IDENTIFICAR Y MONITOREAR EL IMPACTO DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS, ASÍ COMO EL SISTEMA DE INTELIGENCIA TURÍSTICA (SITUR), AUGURAN UN CONTINUO FORTALECIMIENTO DE ESTE PILAR DE GESTIÓN.

ES IMPORTANTE DESTACAR QUE EL COVID ADELANTÓ LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL QUE SE VENÍA MATERIALIZANDO DESDE HACE AÑOS. HOY POR HOY, LA INDUSTRIA NO SÓLO LE SIRVE A UN VIAJERO MÁS JOVEN, SINO TAMBIÉN MÁS INFORMADO DE LAS REALIDADES SOCIALES Y EL MEDIOAMBIENTE QUE VISITA. ESTO IMPLICA QUE LA REPUTACIÓN DE LOS DESTINOS ES HOY MÁS VULNERABLE, Y LA PERCEPCIÓN DE LOS VIAJEROS MÁS VOLÁTIL, ANTE LA IMAGEN QUE PROYECTA LA GESTIÓN EN ÁREAS

COMO LA SEGURIDAD, RESPONSABILIDAD SOCIAL, SOSTENIBILIDAD, POR MENCIONAR ALGUNAS. POR ELLO, MANTENER ESTRATEGIAS CLARAS Y EJECUTORIAS EFECTIVAS, EN CUANTO A LA GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN, SOBRE TODO ANTE EPISODIOS DE CRISIS DE DESINFORMACIÓN, RESULTA EN UNA VENTAJA COMPETITIVA FRENTE A NUESTROS PARES.

EN CUANTO A LOS PILARES QUE MUESTRAN LAS MAYORES OPORTUNIDADES DE DESARROLLO, SE ENCUENTRA LA INFRAESTRUCTURA QUE SOPORTA LOS VIAJES DE NEGOCIOS. GRACIAS A LA DIGITALIZACIÓN, DURANTE LA NUEVA NORMALIDAD LA DEMANDA POR VIAJES DE NEGOCIOS PROBABLEMENTE VERÁ UNA TRANSFORMACIÓN ESTRUCTURAL, MUCHO MAYOR QUE LA DEL VIAJE DE PLACER. EN LA MEDIDA EN QUE LOS ENCUENTROS VIRTUALES SE SIGAN FOMENTANDO COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO, LA DEMANDA POR ESTE SEGMENTO DE LA CADENA DE VALOR PODRÍA VERSE REDUCIDA, POTENCIALMENTE ALTERANDO EL MODELO DE NEGOCIOS VINCULADO AL ALOJAMIENTO DE ALTA GAMA, PRINCIPAL RECEPTOR DE ESTE SEGMENTO DE TURISMO.

EL VIAJERO POST-COVID, SOBRE TODO EL QUE DEMANDE TURISMO DE NEGOCIOS, SEGURAMENTE ASIGNARÁ MAYOR VALOR A AQUELLOS DESTINOS QUE DEMUESTREN MEJOR CAPACIDAD DE MITIGAR LOS RIESGOS DE SALUD Y EXHIBAN MEJORES NIVELES DE SEGURIDAD E HIGIENE QUE SUS PARES. EN ESTE SENTIDO, LA IMPLEMENTACIÓN EFECTIVA DEL PLAN DE VACUNACIÓN A CORTO PLAZO, ASÍ COMO EL CONTINUO FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA DE SALUD A MEDIANO Y LARGO PLAZO, TANTO EN INFRAESTRUCTURA FÍSICA COMO EN TALENTO HUMANO, SE CONSTITUYEN COMO UN ELEMENTO A ADICIONAR EN LA CARTA DE PRESENTACIÓN DE NUESTRO DESTINO, SOBRE TODO EN EL FOMENTO DE LOS VIAJES DE NEGOCIOS.

OTRO ASPECTO CUALITATIVO SON LAS INVERSIONES ASOCIADAS A INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO. NUESTRA GEOGRAFÍA IMPLICA QUE CONVIVAMOS CON VIRUS QUE ATACAN EN CICLOS ESTACIONALES, COMO EL DENGUE Y LA INFLUENZA, Y POSIBLEMENTE EL COVID-19.

EL USO DE LA CIENCIA PARA DOCUMENTAR LOS DESARROLLOS DE ESTOS BROTES CON EL FIN DE DISEÑAR MEJORES PLANES DE ACCIÓN ES UNA INVERSIÓN RENTABLE. LA CREACIÓN DE CENTROS ESPECIALIZADOS DE ESTUDIOS EPIDEMIOLÓGICOS, ESTRÁTEGICAMENTE UBICADOS EN POLOS TURÍSTICOS, ASOCIADOS A UNIVERSIDADES DE PRESTIGIO LOCAL Y EXTRANJERO, NOS COLOCARÍA COMO UN DESTINO DE VANGUARDIA EN EL CONTROL Y GESTIÓN DE EPIDEMIAS. ESTAS INVERSIONES SERÁN CLAVES, NO SÓLO EN PROVEER INSUMOS EN EL DISEÑO DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA EL CONTROL Y GESTIÓN DE BROTES EPIDÉMICOS, SINO PARA BRINDAR CONFIANZA A LOS TURISTAS DEL FUTURO.

EN LA NUEVA NORMALIDAD, LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA SEGURAMENTE PRECEDERÁ A LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO. SIMILAR A LA BONANZA ECONÓMICA EXPERIMENTADA LUEGO DE LA PANDEMIA DE 1918, EL FIN DE ESTA PANDEMIA PODRÍA GATILLAR UNA OLA DE CONSUMO MASIVO EN NUESTROS PRINCIPALES EMISORES DE TURISTAS, LA CUAL PODRÍA INCLUIR DESDE COMPRAS COMPULSIVAS HASTA DEMANDA POR VIAJES, SOBRE TODO EN AQUELLOS PAÍSES CON DEMOGRAFÍAS MÁS JÓVENES. EN ESTE SENTIDO, POLÍTICAS QUE INCENTIVEN EL GASTO DEL TURISTA, COMO ALGUNA FORMA DE DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS, O FACILIDADES CREDITICIAS AL TURISTA INTERNO, CONDICIONADO A COMPRAS EN LOS DESTINOS VISITADOS, CONTRIBUIRÍAN A CAPTURAR ESTAS OPORTUNIDADES.

“VIMOS DOS AÑOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL OCURRIR EN DOS MESES”, EXCLAMÓ SATYA NADELLA, CEO DE MICROSOFT, EN ABRIL DE 2020, DURANTE EL PEOR MOMENTO DE LA PANDEMIA. LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL PROPICIADA POR LA COVID-19 ABRE NUEVAS OPORTUNIDADES DE DIVERSIFICAR LOS SERVICIOS TURÍSTICOS, POR EJEMPLO, OFRECIENDO PRODUCTOS DISEÑADOS A EMPRESAS O PERSONAS QUE, EN LUGAR DE TRABAJAR DESDE LA CASA, LO HAGAN DESDE LA PLAYA O LA MONTAÑA. OTRA FORMA DE APROVECHAR LA ASIMILACIÓN DE LO DIGITAL ESTÁ EN FOMENTAR EL USO DE PLATAFORMAS DIGITALES EN EL CICLO COMPLETO DEL VIAJE, DESDE LA RESERVA, HASTA EL RETORNO, INCLUYENDO LOS TRÁMITES REQUERIDOS EN DISTINTOS PUERTOS DE ENTRADA Y SALIDA. ESTO FACILITARÍA ACCESO A DATOS EN TIEMPO REAL Y EXPLOTAR LA INFORMACIÓN PARA DISEÑAR MEJORES EXPERIENCIAS DE VIAJE.

COMO SE PUEDE APRECIAR, LA REALIDAD DE LA PANDEMIA TRAJÓ CONSIGO NUEVAS OPORTUNIDADES, AL IGUAL QUE ADELANTÓ TRANSFORMACIONES BENEFICIOSAS PARA EL SECTOR. ENTENDEMOS QUE EN EL PROCESO DE ADAPTARNOS A ESTA NUEVA ERA DIGITAL, LA CONTINUA COLABORACIÓN ENTRE EL SECTOR PÚBLICO Y EL PRIVADO, A LO LARGO DE TODA LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO, LLEVARÁ A MENORES RIESGOS Y MAYORES PROMESAS PARA LOS CONSUMIDORES Y OFERENTES DE NUESTROS SERVICIOS TURÍSTICOS.

“Vimos dos años de transformación digital ocurrir en dos meses”

Satya Nadella, CEO de Microsoft

5

REFERENCIA



Agencia Europea de Medio Ambiente. (2016). *La aviación y el transporte marítimo en el punto de mira.* Obtenido de <https://www.eea.europa.eu/es/senales/senales-2016/articulos/la-aviacion-y-el-transporte>.

Airbnb. (2 de Mayo de 2018). *¿Qué son las Experiencias de Airbnb?* Obtenido de Airbnb: <https://blog.airbnb.com/what-are-airbnb-experiences-es/>.

Aizpún, I. (30 de Julio de 2018). *Objetivo: recuperar la vivienda en la Zona Colonial.* Obtenido de Diario Libre: <https://www.diariolibre.com/actualidad/ciudad/objetivo-recuperar-la-vivienda-en-la-zona-colonial-IA10450822>.

Aleman, N. (2018). *El costo de una noche de hotel en Santo Domingo.* Noticia, Deloitte, Economía, Santo Domingo. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/do/es/pages/finance/topics/grafico-semana/costo-de-una-noche-de-hotel-en-santo-domingo.html>.

Alvarado, J., Oddone, N., & Gil, L. (2017). *Fortalecimiento de la cadena de valor de turismo en Pedernales, República Dominicana.* Cepal.

Alvarado, J., Oddone, N., & Gil, L. (2017). *Fortalecimiento de la Cadena de Valor Turismo en Pedernales, República Dominicana.* CEPAL, Proyectos. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/41644/4/S1700486_es.pdf.

Arecoa. (6 de julio de 2018). *Sector turístico, protagonista de la inversión extranjera directa en República Dominicana.* Recuperado el 2019, de Arecoa: <https://www.arecoa.com/english/marketing-english/2018/07/06/sector-turistico-protagonista-la-inversion-extranjera-directa-republica-dominicana/>.

Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CILA). (2019). *2019 Cruise Trends & Industry Outlook.* Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CILA).

Autoridad Portuaria Dominicana. (2019). *Estadísticas 2018.* PDF. Obtenido de <http://www.transparencia.portuaria.gob.do/sites/default/files/2019-08/Estadisticas%202018.pdf>.

Banco Central de la República Dominicana. (2019). *Encuesta de Opinión, Actitud y Motivación a Extranjeros no Residentes 2018.* Cuentas Nacionales y Estadísticas Económicas, Santo Domingo.

Banco Central de la República Dominicana. (2019). *Estadísticas Turísticas 2018.* Cuentas Nacionales y Estadísticas Económicas, Santo Domingo.

Banco Central de la República Dominicana. (2019). *Informe del Flujo Turístico enero-agosto 2019.*

Banco Central de la República Dominicana. (2019). *Resultados Preliminares de la economía Dominicana enero-junio 2019.*

Banco Central de la República Dominicana. (abril 2019). *Estadísticas Turísticas.* Recuperado el 2019.

Barría, C. (4 de 10 de 2019). *Países de América Latina donde más ha crecido la pobreza extrema (y donde ha bajado).* Obtenido de BBC Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49923889>.

BBC Mundo. (2019). *Los 10 destinos turísticos más competitivos de América Latina.* Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49585344>.

BID. (2015). *La innovación y la nueva economía de servicios en América Latina y el Caribe.* Obtenido de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-innovaci%C3%B3n-y-la-nueva-econom%C3%ADa-de-servicios-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Retos-e-implicaciones-de-pol%C3%ADtica.pdf>.

Campo, C. d. (2012). *La Autopista del Coral.* Obtenido de Casa de Campo Living: <https://casadecampoliving.com/es/autopista-del-coral/>.

Caraballo, J. (14 de agosto de 2019). *Disminuye inversión extranjera directa en República Dominicana.* Santo Domingo. Obtenido de <https://www.diariolibre.com/economia/disminuye-inversion-extranjera-directa-en-republica-dominicana-ND13764678>.

Caribe. (2015). Obtenido de <http://www.elcaribe.viajes/santa-lucia-viajes-al-caribe>.

Castro, A. (17 de Enero de 2014). *Crecimiento economía RD en el 2013 fue de 4.1 por ciento*. Obtenido de Hoy Digital: <https://hoy.com.do/crecimiento-economia-rd-en-el-2013-fue-de-4-1-por-ciento/>.

CEPAL. (03 de 2011). *Ingresos por turismo representan más de 30% del PIB para algunos países de la región*. Obtenido de CEPAL: <https://www.cepal.org/es/comunicados/ingresos-turismo-representan-mas-30-pib-algunos-paises-la-region>.

CEPAL. (2012). *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe*. PDF, Santiago de Chile. Recuperado el 11 de 2019, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1151/1/S2013381_es.pdf.

CEPAL. (2015). *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y El Caribe*. Santiago de Chile. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/38214/S1500535_es.pdf.

CEPAL. (2018). *Inversión Extranjera Directa*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43689/13/S1800684_es.pdf.

CEPAL. (2019). *Actualización de Proyectos de Crecimiento de América Latina y el Caribe en 2018*. Obtenido de https://www.cepal.org/sites/default/files/pr/files/tabla-proyecciones_crecimiento_abril-2018_esp.pdf.

CEPAL. (2019). *América Latina y el Caribe: Perfil Regional Socio-demográfico*. Recuperado el Octubre de 2019, de CEPALSTAT: https://estadisticas.cepal.org/cepalstat/Perfil_Regional_Social.html?idioma=spanish.

CEPAL. (2019). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44674/221/S1900414_es.pdf.

CEPAL. (2019). *La Inversión Extranjera Directa en América Latina aumentó 13.2% en 2018*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/la-inversion-extranjera-directa-america-latina-caribe-aumento-132-2018-revirtiendola>.

Cepal. (15 de 01 de 2019). *La pobreza en América Latina se mantuvo estable en 2017, pero aumentó la pobreza extrema, alcanzando su nivel más alto desde 2008, mientras que la desigualdad se ha reducido apreciablemente desde 2000*. Obtenido de Cepal: <https://www.cepal.org/es/comunicados/la-pobreza-america-latina-se-mantuvo-estable-2017-pero-aumento-la-pobreza-extrema>.

Civil, J. d. (2016). *Informe Estadístico sobre el Transporte Aéreo en República Dominicana*. Santo Domingo.

Comisión Europea. (2019). *La UE en 2018*. PDF, Comisión Europea, Oficina de Publicaciones de la Unión Europea, Bélgica. Recuperado el 2019, de <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/913ec5cf-30d8-11e9-8d04-01aa75ed71a1/language-es>.

Cruise Lines International Association. (2019). *CRUISE TRENDS & INDUSTRY OUTLOOK*.

DGII. (2019). *Ranking de Actividades Económicas 2018*. Dirección General de Impuestos Internos de la República Dominicana. Obtenido de <https://dgii.gov.do/publicacionesOficiales/estudios/Documents/2018/Ranking-Actividades-Econ%C3%B3micas-2018.pdf#page=6&zoom=100,0,268>.

DGII. (s.f.). *Sobre Tarjeta de Turista*. Dirección General de Impuestos Internos. Obtenido de <https://dgii.gov.do/sobreTarjetaTurista/Paginas/default.aspx>.

Diario Libre. (27 de Septiembre de 2019). *República Dominicana podría perder más de 20,000 pasajeros por quiebra de Thomas Cook*. Obtenido de Diario Libre: <https://www.diariolibre.com/economia/república-dominicana-podría-perder-mas-de-20000-pasajeros-por-quiebra-de-thomas-cook-OP14398789>.

El Economista. (01 de 2019). *Brasil captó en el 2018 su IED más alta desde el 2012*. Recuperado el 26 de 11 de 2019, de El Economista: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Brasil-capto-en-el-2018-su-IED-mas-alta-desde-el-2012-20190129-0030.html>.

El Nacional. (26 de Septiembre de 2019). *Cierran 11 hoteles desde mayo por baja ocupación.*

Obtenido de El Nacional: <https://elnacional.com.do/cierran-11-hoteles-desde-mayo-por-baja-ocupacion/>.

Franco, M. C. (12 de Marzo de 2018). *La informalidad continuó en aumento en República Dominicana.* Obtenido de Centro Regional de Estrategias Económicas Sostenibles (CREES): <http://www.crees.org.do/es/art%C3%ADculo/la-informalidad-contin%C3%BAa-en-aumento-en-rep%C3%BAblica-dominicana>.

González Limón, M. (2010). Impacto económico de los hoteles: aplicación en la ciudad de Sevilla. *Pasos*, 319-338.

Grupo Punta Cana. (2016). *Historia Aeropuerto Internacional Punta Cana.* Obtenido de Grupo Punta Cana: <http://www.grupopuntacana.com.do/noticias/notas-de-prensa/item/historia-aeropuerto-internacional-punta-cana>.

Hosteltur. (12 de diciembre de 2012). *El avión ya es el transporte hegemónico en el turismo internacional.*

Obtenido de https://www.hosteltur.com/123010_avion-ya-es-transporte-hegemonico-turismo-internacional.html.

Hosteltur Latam. (29 de 01 de 2019). *Performance 2018 en hoteles Sudamérica, Centroamérica y Caribe.*

Obtenido de Hosteltur: https://www.hosteltur.com/lat/126499_performance-2018-en-hoteles-de-sudamerica-centroamerica-y-caribe.html.

Hosteltur. (29 de enero de 2013). *Récord de turistas internacionales en 2012: 1.035 millones.*

Obtenido de https://www.hosteltur.com/lat/135800_record-turistas-internacionales-2012-1035-millones.html.

Informe de la OMT. (2018). *Ranking de los 25 países del mundo que más gastan en viajes.* HostelTur.

Obtenido de https://www.hosteltur.com/127848_ranking-25-paises-mundo-gastan-viajes.html.

Instituto de Economía y Paz. (2018). Índice de Paz Global. Obtenido de <http://visionofhumanity.org/app/uploads/2018/06/Global-Peace-Index-2018-2.pdf>.

Instituto Nacional del Periodismo en la Habana Cuba. (09 de 03 de 2019). *El Turismo en Cuba: cambios y tendencias.*

Recuperado el 11 de 2019, de Columbia University: <https://horizontecubano.law.columbia.edu/content/el-turismo-en-cuba-cambios-y-tendencias>.

INTEC. (julio de 2015). *Sobre la Invasión de Algas en RD.* Recuperado el 11 de 2019, de INTEC:

<https://www.intec.edu.do/prensa/notas-de-prensa/item/sobre-la-invasion-de-algas-en-rd>.

James Beard Foundation. (2019). *James Beard Foundation.* Obtenido de James Beard Foundation:

<https://www.jamesbeard.org/awards>.

Kerr, D. (21 de Marzo de 2017). *Airbnb goes all-in for China, changes name to 'Aibiyng'.* Obtenido de CNET:

<https://www.cnet.com/news/airbnb-goes-all-in-for-china-changes-name-to-aibiyng/>.

La Jornada Ecológica. (Septiembre de 2019). *Los Impactos del Sargazo.* Obtenido de La Jornada Ecológica:

<https://www.jornada.com.mx/2019/08/25/ecologica225.pdf>.

La Vanguardia. (2020). *El éxito turístico de Croacia.* Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20191227/472370780460/croacia-turismo-exito-economico.html>.

Listín Diario. (14 de Agosto de 2017). *Aumentan en un 15% el salario mínimo hotelero.* Obtenido de Listín Diario:

<https://listindiario.com/economia/2017/08/14/478088/aumentan-en-un-15-el-salario-minimo-hotelero>.

Lloyd, M. (2018). *China lidera en gasto turístico y España escala en puesto en la clasificación de mercados emisores.*

Madrid, España: Europa Press. Obtenido de <https://www.europapress.es/turismo/mundo/noticia-china-lidera-gasto-turistico-espana-escala-puesto-clasificacion-mercados-emisores-20180424190551.html>.

Lodging Staff. (26 de Septiembre de 2018). *Global Hotel Construction Has Reached an All-Time High.* Recuperado el

Octubre de 2019, de Lodging: <https://lodgingmagazine.com/global-hotel-construction-has-reached-all-time-high/>.

MITUR. (2019). *CONFOTUR aprueba ocho proyectos de desarrollo turístico*. Ministerio de Turismo de la República Dominicana. Obtenido de <https://mitur.gob.do/confotur-aprueba-ocho-proyectos-de-desarrollo-turistico/>.

MITUR. (29 de Agosto de 2019). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de MITUR: <https://mitur.gob.do/presidente-medina-conoce-plan-para-desarrollo-turistico-pedernales/>.

Molina, T., del Cid, M., & Mejía, M. (31 de mayo de 2019). Invasión del Sargazo a playas del Caribe aumentaría este 2019. *periódico*. (D. Libre, Ed.) Santo Domingo. Obtenido de <https://www.diariolibre.com/actualidad/medioambiente/invasion-del-sargazo-a-playas-del-caribe-aumentaria-este-2019-GK12900666>.

Naciones Unidas. (2018). *Informe Sobre las Inversiones en el Mundo 2018*. Naciones Unidas.

OECD. (2002). *Inversiones extranjeras directas en desarrollo: in máximo de beneficios po un costo mínimo*. Obtenido de <https://www.oecd.org/investment/investmentfordevelopment/1959795.pdf>.

OMLAD. (s.f.). *Resoluciones Salariales*. Obtenido de OMLAD: <http://www.omlad.gob.do/ResolucionesSalariales.aspx>.

Organización Mundial de Turismo (OMT). (septiembre de 2018). *Panorama OMT del Turismo Internacional 2017*.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2013). *Notas Metodológicas*. PDF, Madrid. Obtenido de <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>.

(s.f.). Plan de Gobierno Danilo Medina 2016-2020. PDF. Obtenido de https://presidencia.gob.do/sites/default/files/Plan_Gobierno_Danilo_Medina_2016-2020_v2.pdf.

Pololikashvili, Z. (2019). *International Tourism Highlights 2019 Edition*. Organización Mundial del Turismo (OMT).

Presidencia de la República Dominicana. (2019). *Entre 2012 y 2019, RD se convierte en el país líder en turismo en el Caribe insular, con 42.3 millones de turistas y 5.1 millones de cruceristas*. Obtenido de <https://presidencia.gob.do/noticias/entre-2012-y-2019-rd-se-convierte-en-pais-lider-en-turismo-en-caribe-insular-con-423>.

Rocca, M. (2019). El dólar se fortalece: Qué significa para América Latina? *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/mundo/significa-america-latina-dolar-fuerte-bbc-noticia-652076-noticia/>.

Rosa, R. (22 de noviembre de 2018). Turismo de Lujo, un Modelo Emergente en República Dominicana. *El Dinero*. Obtenido de <https://www.eldinero.com.do/72914/turismo-de-lujo-un-modelo-emergente-en-republica-dominicana/>.

Rucci, G., & Aguerrevere, G. (27 de Septiembre de 2018). *Más allá de unas vacaciones: el turismo como fuente de empleo*. Recuperado el 2019, de BID: <https://blogs.iadb.org/trabajo/es/mas-alla-de-unas-vacaciones-el-turismo-como-fuente-de-empleo/>.

Santander. (2019). *Hong Kong: Inversión Extranjera*. Obtenido de Santander Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/establecerse-extranjero/hong-kong/inversion-extranjera>.

Secretaría de Estado de Turismo. (2009). *Memorias 2009*. Santo Domingo: Secretaría de Estado de Turismo.

Sonnemaker, T. (1 de Febrero de 2020). *Airbnb quietly acquired cloud storage startup Minbox in 2016*. Obtenido de Business Insider: <https://www.businessinsider.my/airbnb-quietly-acquired-cloud-storage-startup-minbox-in-2016-2020-1/>.

Soy Chile. (30 de 12 de 2017). *Auge del Turismo en Chile Genera Mayores Ofertas de Trabajo en el Area*. Recuperado el 11 de 2019, de <https://www.soychile.cl/Santiago/Sociedad/2017/12/30/507923/Auge-del-turismo-en-Chile-genera-mayores-ofertas-de-trabajo-en-el-area.aspx>.

STR. (2019). *Wyndham, Latin America Market Performance Overview*. PDF, Ciudad de Panamá. Obtenido de file:///Z:/0-Work%20in%20progress/Clientes/ASONAHORES/2019-08-%20Una%20d%C3%A9cada%20de%20aportes/Reporte%20sobre%20Indicadores%20Turismo%20March%202019.pdf.

Turismo Global. (Octubre de 2019). *MITUR da a conocer programa visitas de cruceros a RD periodo 2019-20.* Obtenido de Turismo Global: <https://turismoglobal.com/noticias/mitur-da-a-conocer-programa-visitas-de-cruceros-a-rd-periodo-2019-20-informa-se-inicia-en-noviembre-con-el-arribo-de-45-buques/>.

Turismo, M. d. (2013). *Rendición de Cuentas 2013.* Obtenido de <http://mitur.gob.do/wp-content/uploads/2017/03/RendiciondeCuentas2013.pdf>.

UNESCO. (2019). *Educación: salida de estudiantes internacionales por región.* Obtenido de <http://data.uis.unesco.org/Index.aspx?queryid=172>.

OMT. (2005). *Panorama del turismo Internacional.*

OMT. (2006). *Panorama Turismo Internacional.* Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413515>.

OMT. (2007). *Panorama del turismo internacional.* Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413553>.

OMT. (2008). *Panorama Internacional del Turismo.* Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413553>.

OMT. (2009). *Panorama del turismo innternacional.* Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413614>.

OMT. (2014). *Perspectivas de Turismo Internacional.* Obtenido de [file:///C:/Users/eguzman/Downloads/Panorama_OMT_del_Turismo_Internacional_2%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/eguzman/Downloads/Panorama_OMT_del_Turismo_Internacional_2%20(2).pdf).

OMT. (2018). *International Tourism Expenditure, 2018.* Obtenido de OMT: <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>.

OMT. (2018). *Perspectivas del Turismo Internacional 2018.*

OMT. (2019). *International Tourism Highlights 2019 Edition.* Organización Mundial del Turismo (OMT).

OMT. (s.f.). *El turismo y la atenuación de la pobreza.* Obtenido de OMT: <https://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>.

OMT. (s.f.). *Panorama OMT del Turismo Internacional, Edición 2018.* Organización Mundial del Turismo (OMT). Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>.

Valverde, D. (2019). *Santo Domingo: proyectan apertura de cinco nuevos hoteles.* Obtenido de Aerocoa.

WTTC. (2019). *Benchmark Report 2019.* Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC).

WTTC. (27 de Febrero de 2019). *Travel & Tourism continues strong growth above global GDP.* Obtenido de World Travel & Tourism Council (WTTC): <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2019/travel-tourism-continues-strong-growth-above-global-gdp/>.

COORDINACIÓN GENERAL

Asonahores

Andrés Marranzini - Vicepresidente Ejecutivo

Banco Popular Popular Dominicano

VPA Negocios Turísticos

VPE Relaciones Públicas y Comunicaciones

Textos

Analytica

EDICIÓN

Analytica

Leticia Santos A.

DISEÑO

Norca Amézquita

FOTOGRAFÍAS

Shutterstock

Rafael Blanco Tejera (Luciano Luna)

Christopher Paniagua (Luis Nova)

IMPRESIÓN

LB Studio Gráfico



POPULAR