

---

**Informaciones más recientes sobre  
las repercusiones de los acontecimientos  
del 11 de septiembre en el sector  
de la hotelería y el turismo<sup>\*</sup>**

**OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO**

**19 noviembre 2001**

<sup>\*</sup> Documento preparado para la Oficina Internacional del Trabajo – Travel  
Research International Ltd., [enquiries@travelresearch.co.uk](mailto:enquiries@travelresearch.co.uk)

---

## Oficina Internacional del Trabajo

### Informaciones más recientes sobre las repercusiones de los acontecimientos del 11 de septiembre en el sector de la hotelería y el turismo

#### *Resumen*

Al 19 de noviembre de 2001 sigue habiendo pocas informaciones concretas acerca de las repercusiones que han tenido en el sector de la hotelería y el turismo los ataques terroristas del 11 de septiembre en los Estados Unidos. Sin embargo, algunos datos parciales procedentes de diversas fuentes empiezan a mostrar de forma más clara el alcance de estas repercusiones en varios sectores y mercados clave durante las seis semanas transcurridas hasta finales de octubre.

Asimismo, hay indicios de que el sector de la hotelería y el turismo de la economía mundial tal vez haya empezado a estabilizarse. La demanda general ha disminuido considerablemente en muchos mercados pero, aunque esto no pueda demostrarse todavía, algunos datos hacen pensar que esta disminución tal vez se haya detenido y que los mercados empiezan a estabilizarse — aunque a un nivel más bajo del normal.

Los mercados del sector de los viajes más duramente afectados han sido los vinculados con los Estados Unidos — los viajes internos, los viajes procedentes de los Estados Unidos y las llegadas a ese país procedentes del extranjero. Además de los Estados Unidos, otros mercados de larga distancia se han visto también más severamente afectados que los mercados de corta distancia y es probable que estos últimos sean los primeros en estabilizarse y recuperarse. Dejando de lado las repercusiones de una economía mundial débil, es posible que el impacto de los actos terroristas disminuya más rápidamente en los mercados regionales europeos y asiáticos del sector de los viajes. América del Norte se verá afectada durante un período de tiempo más largo.

---

A juicio de algunos comentaristas hay indicios de que la economía mundial ha tocado fondo, lo cual abre perspectivas de una recuperación en los próximos meses. No es nada seguro que esta recuperación se dé, pero, si la acción militar en Afganistán no se prolonga y no se producen otros ataques terroristas, a finales del año podrían empezar a observarse algunos signos alentadores.

### ***Algunas predicciones de carácter general***

El Consejo Mundial del Viaje y del Turismo mantiene su predicción de que, a nivel mundial, en toda la industria pueden perderse hasta 8,8 millones de puestos de trabajo debido a los ataques terroristas.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha revisado sus proyecciones de crecimiento de las llegadas internacionales durante 2001: antes del 11 de septiembre las previsiones eran del 3-4 por ciento y ahora han sido rebajadas a un 1 por ciento para todo el año en su conjunto. La OMT señala que, desde 1950, no se habían registrado nunca caídas de las llegadas de turistas internacionales.

La Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) prevé que sus miembros perderán este año 7.000 millones de dólares en operaciones internacionales, además de las pérdidas previstas en la actividades internas de los Estados Unidos de 3.000 a 5.000 millones de dólares.

En los Estados Unidos, que es el mercado más gravemente afectado, la Tourism Industry Association (TIA) prevé que, en el cuarto trimestre de 2001, los viajes recreativos sean un 9 por ciento inferiores a los del mismo período de 2000, los viajes de negocios, un 12 por ciento inferiores y los viajes en avión un 25 por ciento inferiores. Las últimas previsiones de TIA indican que no será hasta 2004 cuando los gastos de viajes en los Estados Unidos se recuperen hasta los niveles alcanzados en 2000, tanto en el caso de los viajes internos (los cuales representan aproximadamente un 85 por ciento de los gastos totales) como en el de los visitantes internacionales. En cuanto al número de viajes,

---

en 2000 los viajes internos ascendieron a 998 millones; se prevé que asciendan a 962 millones en 2001, 965 millones en 2002 y 992 millones en 2003. En 2000 se registraron 51 millones de llegadas internacionales, en 2001 se prevé que alcancen 45 millones, 46 millones en 2002 y 50 millones en 2003.

### ***Algunos datos específicos recientes***

#### **Mercado laboral de los Estados Unidos**

La demanda de trabajo en los Estados Unidos ya había disminuido mucho antes del 11 de septiembre debido a tendencias recesionarias en la economía de los Estados Unidos. Desgraciadamente, el ataque terrorista fue perpetrado en un momento de contracción del mercado de trabajo, lo cual empeoró mucho más una situación que ya era mala de por sí; la industria del sector de los viajes en su sentido más amplio ha estado en la línea de frente en cuanto a la supresión de puestos y la pérdida de empleos.

- En los Estados Unidos el sector de los viajes ha sido claramente el más afectado, y empiezan a aparecer datos concretos de las tendencias del empleo después del 11 de septiembre, lo cual da un contexto de las repercusiones en el mercado laboral de los programas de despidos y de supresión de empleos ya anunciados en la prensa. Los datos publicados en octubre de 2001 por el Departamento de Trabajo de los Estados Unidos señalan que en todo el país hay 732.000 personas desempleadas más, lo cual eleva a 7,7 millones el número de personas sin trabajo, un 5,4 por ciento de la fuerza laboral y 2,2 millones más de personas que en octubre de 2000. Aunque parte de este aumento se debe a la debilidad de la economía, los atentados del 11 de septiembre han acentuado claramente estos problemas.
- Un examen detenido de las cifras demuestra que la caída más fuerte de los niveles de empleo en el mes de octubre se registró en el sector de los servicios. El descenso del empleo en el comercio al por menor fue de 81.000 puestos en el mes de octubre en comparación con el mes de septiembre de 2001; si bien el empleo en los servicios gubernamentales aumentó, el empleo en los demás servicios disminuyó de

---

111.000 puestos. Las industrias relacionadas con los viajes se vieron severamente afectadas, con la pérdida de 46.000 puestos de trabajo, más 13.000 puestos perdidos en servicios de automóviles, lo cual incluye las empresas de alquiler de coches. En el transporte aéreo se registró la pérdida de 42.000 puestos de trabajo, más 11.000 en otras industrias de transportes. En el sector del comercio al por menor se perdieron 81.000 puestos de trabajo, en particular en los establecimientos de expendio de comidas y bebidas; desde julio de 2001 se han perdido 115.000 puestos en este subsector.

## Transporte aéreo

Durante 2001 las líneas aéreas internacionales estaban ya bajo presión debido a una capacidad excedentaria, exacerbada por las rigideces de la industria que iban en contra de la racionalización y la consolidación. Los acontecimientos del 11 de septiembre fueron un ataque frontal al prestigio de la industria entre el público, porque fue la primera vez que se utilizaron aviones como armas terroristas. Como consecuencia de ello, las repercusiones en las finanzas y el empleo de las líneas aéreas han sido devastadoras, tanto dentro de los Estados Unidos como entre las compañías aéreas cuyos ingresos y beneficios dependen de manera vital del mercado estadounidense.

- La gravedad de la crisis actual está ilustrada por las estimaciones de la IATA relativas a las pérdidas de las compañías aéreas. Hasta ahora, las pérdidas anuales más graves de los miembros de la IATA se registraron después de la guerra del Golfo, en 1992, cuando las pérdidas netas de las compañías aéreas se elevaron aproximadamente a 7.900 millones de dólares de los Estados Unidos. La IATA predice ahora para 2001 pérdidas de 7.000 millones de dólares en el sector de los servicios internacionales, más entre 3.000 y 5.000 millones de dólares en el de los viajes internos en los Estados Unidos o entre 10.000 y 12.000 millones de dólares en total. Entre 1985 y 1989, las compañías aéreas miembros de la IATA registraron un beneficio neto de 14.600 millones de dólares. Entre 1990 y 1994, las pérdidas acumuladas se elevaron a

---

20.500 millones de dólares. Entre 1995 y 2000, el sector volvió a registrar importantes ganancias, con unos beneficios acumulados de 39.800 millones de dólares. Por ello, en principio, la industria debería poder soportar pérdidas considerables, pero los antecedentes sugieren que esta situación puede continuar durante varios años.

- Hasta finales de octubre de 2001, los resultados de BAA plc — propietaria de los principales aeropuertos londinenses — ilustran las amplias repercusiones en el tráfico aéreo (se pretende que el aeropuerto Heathrow de Londres es el más importante del mundo para viajes internacionales de larga distancia). No es sorprendente pues que el tráfico transatlántico haya sido el más gravemente afectado. El tráfico durante el mes de octubre en el aeropuerto de Heathrow registró una disminución de 900.000 pasajeros en relación con el mismo mes de 2000; de este total 550.000 eran pasajeros de rutas transatlánticas, lo cual supone una disminución de casi un tercio. (Sin embargo, debido a factores tales como la debilidad económica y el problema de la fiebre aftosa en el Reino Unido, en agosto de 2001 el tráfico transatlántico — antes del ataque terrorista — era ya un 3,6 por ciento inferior al del año anterior.) Aunque esto es preocupante, todavía más inquietantes son los efectos en otras rutas. La demanda de vuelos de larga distancia no transatlánticos disminuyó un 16 por ciento en todos los aeropuertos de BAA combinados (incluidos los aeropuertos fuera de Londres), mientras que el tráfico de vuelos de corta distancia dentro de Europa fue un 11 por ciento inferior al del año anterior. Una nota optimista es que la empresa del aeropuerto cree que la situación del mercado ha «tocado fondo» y que ahora hay indicios de estabilización. No obstante, hasta mediados de diciembre no se sabrá si los datos correspondientes al mes de noviembre confirman o no esas suposiciones.

## La industria hotelera

En los últimos años la industria hotelera ha registrado un período de auge y, según los analistas, está en mejores condiciones para hacer frente a un período de aguda depresión

---

comercial que en crisis anteriores. Si bien la industria perderá sin duda trabajadores, debe tenerse en cuenta que cada año hay factores estacionales que de todas formas provocan una caída del empleo entre los meses de septiembre y marzo. Dado este ciclo anual, es posible que la industria pueda soportar las dificultades a corto plazo en espera de un nuevo repunte en el segundo trimestre de 2002.

- El estudio en curso del consultor Arthur Andersen sobre las actividades de la industria hotelera arrojó los siguientes resultados en septiembre y octubre:
  - El sector de la industria hotelera en Europa resistió relativamente bien gracias a los mercados hoteleros provinciales, pero el Oriente Medio salió mal parado y las actividades de la industria hotelera en Asia fueron variables.
  - Las tasas de ocupación hotelera de las ciudades europeas de entrada registraron descensos de dos dígitos; las repercusiones en los ingresos fueron mixtas, siendo Londres y París las más perjudicadas.
  - En Londres, los hoteles que dependen del comercio estadounidense del segmento alto fueron los más expuestos; los ingresos disminuyeron un 25 por ciento en septiembre. Basándose en datos preliminares, se prevé que las tasas de ocupación para este año oscilen entre 71 y 74 por ciento, en comparación con un 81 por ciento en 2000.
  - Los hoteles alemanes ya tenían dificultades antes del 11 de septiembre, aunque el aumento de los ingresos era todavía positivo; en septiembre, las tasas de ocupación y los ingresos disminuyeron aproximadamente un 9 por ciento.
  - En octubre de 2001, los hoteles de las principales ciudades europeas registraron una importante disminución en sus tasas de ocupación y en los precios de las habitaciones. En Londres, las tasas de ocupación fueron un 22,5 por ciento inferiores respecto a las del mismo período de 2000, los precios de las

---

habitaciones disminuyeron un 13 por ciento y en consecuencia la medida clave de RevPar (ingreso por habitación disponible) disminuyó un 32,6 por ciento. Sin embargo, la más perjudicada fue París, con una disminución del ingreso por habitación disponible del 38,4 por ciento; el de Roma cayó un 21,9 por ciento. A otras ciudades europeas les fue algo mejor, pero a pesar de ello todas registraron caídas de sus ingresos por habitación disponible.

- Durante el mes de octubre, los hoteles parisienses fueron nuevamente los que registraron tasas de ocupación más bajas, un 63,5 por ciento; Francfort alcanzó un 64 por ciento; Bruselas un 66,3 por ciento y Londres un 66,5 por ciento.
- Los hoteles de los aeropuertos europeos se vieron muy perjudicados por la disminución de los viajes por avión. Todos los principales aeropuertos registraron una disminución de las tasas de ocupación, siendo la de Francfort la peor.
- Six Continents, el segundo operador hotelero más grande del mundo, estima que los atentados terroristas provocaron una reducción de los beneficios en sus hoteles de unos 25 millones de dólares durante el período comprendido entre el 11 y el 30 de septiembre. La causa principal de esta reducción fueron las actividades de los hoteles de propiedad del grupo o arrendados por éste en los Estados Unidos y en Europa y, en particular, de los hoteles en las principales ciudades de entrada como Nueva York, Chicago, San Francisco, Londres, París y Hong Kong. En general son hoteles de categoría superior, que atienden particularmente a un mercado empresarial internacional. En cambio, la repercusión en los hoteles concesionarios del grupo (frecuentemente los más económicos) fue mucho menor. (Es interesante observar que la división de actividades al por menor de la empresa, que incluye a bares y restaurantes — y que atiende en primer lugar a un mercado interno — tuvo mejores resultados durante ese período de tres semanas, con un aumento de las ventas del 1 por ciento. )

- 
- El Grupo Hilton, empresa hotelera internacional, ha reducido a la mitad su presupuesto de 2002 para gastos de capital en los hoteles, que pasó de 150 millones de libras esterlinas a 75 millones, en respuesta a una disminución de los ingresos de los hoteles. En septiembre y en octubre se registró una caída del 10,7 por ciento en toda la cadena hotelera. Los hoteles de muchas ciudades de entrada se vieron afectados por la falta de clientes de empresas estadounidenses, con una disminución del 32 por ciento en los hoteles de cinco estrellas en Londres y del 15 por ciento en los de cuatro estrellas. Los hoteles provinciales y aquellos que no dependen de las actividades comerciales internacionales salieron mejor parados.
  - En los meses de septiembre y de octubre, Canadá registró una disminución de la demanda de habitaciones de hotel, de un 12,5 por ciento en septiembre y de un 8 por ciento en octubre. Los ingresos por habitaciones disminuyeron todavía más, ya que los precios diarios medios registraron una reducción de dos dólares canadienses.

## Proveedores

Los proveedores de servicios de viajes, que operan de todas formas con márgenes muy reducidos, son vulnerables a cualquier descenso de la demanda. Los agentes de viajes y los turoperadores ya son objeto de crecientes presiones debido a los métodos de venta directa entre los proveedores de servicios y los clientes. Las repercusiones del 11 de septiembre, al igual que en el sector de las compañías de aviación, que ya estaba debilitado, no hizo más que empeorar las cosas. La diferencia es que en este sector las rigideces son menores que en el del transporte aéreo y por ello es probable que los cierres y los redimensionamientos sean más permanentes.

- Los agentes de viajes se han visto particularmente perjudicados por los problemas que entraña la reducción de la liquidez. En el Reino Unido, de acuerdo con la Association of British Travel Agents (ABTA), el número de agencias que han cerrado desde el 11 de septiembre ha sido seis veces mayor en comparación con el mismo período del año pasado, especialmente las agencias que vendían vacaciones a los Estados Unidos.

---

Las agencias de viajes reducen costes principalmente suprimiendo empleos. Thomas Cook, por ejemplo, ha anunciado que despedirá a 1.500 empleados, un 12 por ciento de su fuerza de trabajo.

- Los turoperadores del Reino Unido señalan que las reservas, aunque todavía bajas, están mejorando. En Europa, las visitas o escapadas a ciudades y las vacaciones de esquí son satisfactorias, pero se evitan los viajes a Estados Unidos, al Oriente Medio y al Mediterráneo oriental. No obstante, se han reducido los precios de los viajes y las personas reservan con muy poca antelación. Según parece los turoperadores están reduciendo su capacidad para el verano próximo en hasta un 20 por ciento, aunque una investigación encargada por la ABTA prevé que las reservas para el verano próximo registrarán sólo una disminución del 5 por ciento.
- Las noticias del sector turístico del Canadá son pesimistas. La Association of Canadian Travel Agents estima que hasta finales de año podrían perderse hasta 6.000 puestos de trabajo de un total de 30.000 en todo el país, una pérdida del 20 por ciento. En 2002 se prevé que el volumen de los viajes por avión en el mercado canadiense sea un 10 por ciento inferior a la cifra correspondiente a 2001, la cual será a su vez 1,2 por ciento inferior a la correspondiente a 2000. Tanto en septiembre como en octubre, el volumen de los viajes por avión fue un 17 por ciento inferior al correspondiente en los mismos meses de 2000.
- La disminución de los viajes desde el 11 de septiembre ha tenido un fuerte impacto en el mercado mundial de los artículos de lujo. La empresa LVMH (para la cual los Estados Unidos representan una cuarta parte de las ventas), registró una disminución del 5 por ciento en octubre, tras un descenso del 8 por ciento en septiembre. La empresa manifestó que se había registrado una cierta recuperación en los países europeos y en Asia, incluido Japón, a nivel de los clientes locales, pero que la reducción de los viajes continuaba teniendo un grave impacto en las ventas a los turistas en la mayoría de los países. Las tiendas libres de impuestos de LVMH y las

---

ventas a los viajeros por negocios de Japón y de los Estados Unidos, así como a los turistas en Europa se han visto particularmente afectadas.

## **Destinos**

### Australia

- Durante el mes de septiembre las llegadas del extranjero registradas en Australia fueron un 12 por ciento inferiores a las del mes de septiembre de 2000 — el equivalente de 50.000 visitantes menos. Sin embargo, el mes de septiembre de 2000 fue un mes excepcional debido a los juegos olímpicos y, de todos modos, de un año a otro era de esperar una disminución considerable en 2001. Al mismo tiempo, durante el mes de septiembre aumentaron las llegadas registradas en Australia desde mercados tales como el Reino Unido, Japón y algunos otros orígenes asiáticos. Según algunos representantes de la industria turística las reservas para los próximos meses hasta el primer trimestre de 2002 son entre un 20 y un 40 por ciento inferiores.

### Hong Kong

- En Hong Kong, lo que impulsa ahora a la industria turística son las llegadas de la China continental, ya que este mercado se ha visto relativamente poco afectado por la crisis. En conjunto, Hong Kong registró en septiembre un descenso del 2,1 por ciento en el número de las llegadas en comparación con el año anterior, siendo las llegadas de las Américas las más gravemente afectadas (menos 15 por ciento), Australia, Nueva Zelandia y el Pacífico Sur descendieron un 11,1 por ciento, pero Europa, Africa y el Oriente Medio sólo un 2,7 por ciento. Los vuelos regionales de corta distancia registraron una disminución del 8 por ciento, pero otros, tales como los de India y Corea del Sur, aumentaron considerablemente. Para este año, las previsiones hechas en 2000 de un 7,8 por ciento de aumento de las llegadas se han reducido ahora a un crecimiento cero. El segmento del mercado hotelero más gravemente afectado ha sido el de categoría superior — que depende principalmente de los vuelos de largo recorrido.

---

## **Estrategias de recuperación**

Las autoridades nacionales de turismo han reaccionado rápidamente ante la crisis. Las campañas de comercialización se han recentrado esencialmente en los mercados de viajes internos, los mercados más cercanos y en mercados internacionales clave de los que dependen para sus operaciones comerciales. Se han encontrado nuevos fondos para las campañas de publicidad, que se han lanzado rápidamente. Los sectores público y privado de varios países se han unido para abordar los problemas inmediatos.

- La Autoridad de Turismo Británica (BTA) va a invertir este invierno 5 millones de libras esterlinas en una campaña internacional de comercialización para tratar de atraer de nuevo visitantes a Gran Bretaña. Las empresas turísticas clave, incluidas las compañías de aviación y los hoteles, se han comprometido a trabajar en asociación con la BTA. La campaña deberá proyectar un mensaje claro de tranquilidad, y volver a hacer hincapié en los valores esenciales y promover la herencia cultural del país, la campiña, la vida en los centros urbanos y el deporte. En la fase inicial se centrará en siete mercados internacionales, los más importantes: cinco países de Europa (Alemania, Francia, Bélgica, Irlanda y los Países Bajos) y los Estados Unidos y el Canadá en América del Norte.
- La Singapore Tourism Board ha anunciado la concesión de una ayuda global de 13 millones de dólares de Singapur. Las medidas van desde iniciativas de comercialización hasta una asistencia directa y un apoyo mayor a los profesionales de la industria. Estas medidas incluyen un mayor nivel de apoyo para las empresas que desarrollen nuevos productos y servicios, rebajas sobre las cuotas de participación en mercados de viajes y ferias comerciales y fondos adicionales para actividades de patrocinio y comercialización, a fin de fomentar reuniones, e incentivos de mercado para que se escoja a Singapur. El Gobierno ha preparado también un «importante programa de festejos en Singapur» que prevé una admisión gratuita a las atracciones, para su distribución gratuita a mercados regionales seleccionados por los

---

turoperadores locales. Se pondrán también a disposición de los residentes de Singapur vales de descuento para incitarles a experimentar productos de turismo local tales como estancias en hoteles, excursiones y atracciones.

- En los Estados Unidos se está preparando una nueva e importante campaña de publicidad de viajes con la participación del Presidente George W. Bush. La campaña proyectada en 20 millones de dólares, forma parte de una amplia campaña de recuperación de la industria de los viajes, que será difundida en las televisiones del Reino Unido, Europa, Asia y Canadá. Será costeadada con contribuciones voluntarias de todos los segmentos de la industria de los viajes y del turismo de los Estados Unidos. En los anuncios aparecerá el Presidente Bush junto con empleados de varios segmentos de la industria, incluidas las compañías de aviación, las empresas de alquiler de coches, los hoteles, los cruceros y los parques temáticos. Los anuncios también serán difundidos en los Estados Unidos para incitar a los estadounidenses a visitar su propio país. Dentro de los Estados Unidos se ha elaborado también un programa de comercialización centrado en tres aspectos. En el primero de ellos se trata de lograr que el público se sienta responsable de proteger la libertad de viajar y de ayudar al Gobierno en sus esfuerzos por mantener la seguridad; el segundo se centra en el lema «Este es su país, visítenlo, recorran los Estados Unidos», que se puede declinar de diversas maneras según el destino de que se trate; y el tercer aspecto consiste en una asociación con el servicio postal de los Estados Unidos, que conlleva la emisión de sellos que destaquen los lugares de atracción de cada Estado.