



PERFIL DEL TURISTA ITALIANO

2014

Documento Elaborado Por:

AGENCIA DE PROMOCION TURISTICA DE CENTROAMERICA (CATA)

Calle Capitán Haya 56, 1º D

28020 Madrid

Tel:(+34) 91 572 08 54/55

Fax: (+34) 91 571 62 57

www.visitcentroamerica.com

CONTENIDO

| | |
|--|----|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 3 |
| 2. DATOS GENERALES DEL PAÍS..... | 6 |
| 3. DATOS SOCIOLÓGICOS BÁSICOS..... | 7 |
| ➤ CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN | |
| ➤ POR REGIONES | |
| 4. ORGANIZACIÓN POLÍTICA..... | 10 |
| 5. DATOS ECONÓMICOS..... | 11 |
| ➤ DATOS GENERALES | |
| ➤ SITUACIÓN ECONÓMICA | |
| 6. EL MERCADO TURÍSTICO ITALIANO..... | 13 |
| ➤ INFRAESTRUCTURA AEROPORTUARIA | |
| ➤ PRINCIPALES AEROLÍNEAS | |
| ➤ PRINCIPALES TOUR OPERADORES | |
| ➤ INTERNET Y LOS VIAJES | |
| ➤ NÚMERO DE VIAJES | |
| ➤ CARACTERÍSTICAS DE LOS VIAJEROS | |
| 7. CENTROAMÉRICA COMO DESTINO TURÍSTICO..... | 23 |
| ➤ ESTADÍSTICAS OMT | |
| ➤ LLEGADA TURISTAS ITALIANOS | |
| ➤ PRINCIPALES TOUR OPERADORES QUE PROGRAMAN CENTROAMÉRICA | |
| ➤ PRINCIPALES PRODUCTOS QUE SE PROGRAMAN | |
| ➤ TOUR OPERADORES ITALIANOS PROGRAMAN PAÍSES | |
| 8. CONCLUSIONES | 35 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 36 |

1. INTRODUCCIÓN

Este estudio tiene como objetivo presentar de una forma general cómo es el mercado italiano y por qué es necesario tener presencia como destino turístico en este país.

En primer lugar ofrecemos los puntos más importantes a considerar sobre Italia y el perfil del turista italiano para posteriormente entrar en detalle en cada uno de los aspectos:

| | | |
|--|--|--|
| <p><u>DATOS GENERALES Y ECONÓMICOS</u></p> | <p><u>Población:</u> 61.680.122 de personas.</p> <p><u>Ciudades más importantes:</u></p> <p><u>Roma:</u> 2.847.677 habitantes.</p> <p>Capital del país.</p> <p>Está entre las más grandes capitales europeas. La actividad económica de gira esencialmente en torno al turismo y los servicios.</p> <p><u>Milán:</u> 1.308.735 habitantes.</p> <p>Región de Lombardía.</p> <p>Milán es uno de los principales centros comerciales y financieros y una de las ciudades más ricas de la Unión Europea, y sede de la Bolsa de Italia.</p> | <p><u>PIB:</u> 1.560.024 millones de € en el año 2013 (-1.9% con respecto 2012).</p> <p><u>PIB Per Cápita:</u> 25.600 euros en el año 2013.</p> <p><u>Renta per cápita:</u> la zona norte de Italia es la que más poder adquisitiva tienen:</p> <p><u>Las regiones de:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Valle d'Aosta ✓ Lombardia ✓ Trentino-Alto Adige ✓ Emilia-Romagna. |
| <p><u>AEROPUERTOS</u></p> | <p><u>Aeropuertos internacionales:</u> 17</p> <p>Siendo los de más importancia:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aeropuerto 'Leonardo da Vinci' de Roma Fiumicino ✓ Aeropuerto Malpensa de Milán ✓ Aeropuerto Linate de Milan | <p><u>Principales aerolíneas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Alitalia ✓ Air One ✓ Meridiana ✓ Neos ✓ Mistral Air |

| | | |
|--|---|--|
| <p><u>EMPRESAS TURÍSTICAS</u></p> | <p><u>Principales Tour Operadores Italianos por facturación</u></p> <p>Los mayores operadores italianos concentran el 60% de la facturación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Costa Crociere, ✓ Alpitour World ✓ Eden Viaggi ✓ Veratour ✓ Hotelplan ✓ Settemari | <p><u>Agencia De Viajes</u></p> <p>El 80% pertenece a alguna red de agencias.</p> <p>Los mas importantes son:</p> <p>Geo Travel Network (ex Bravo Net-HPVacanze) Welcome Travel Group G40 (encorpora Mondo di Vacanze e Gattinoni) Uvet - ITN Last Minute Marsupio Group Blu Vacanze Pinguino</p> |
| <p><u>VACACIONES AL EXTRANJERO</u></p> | <p><u>Total de italianos que viajó en el primer semestre de 2013:</u></p> <p>Casi 10 millones de italianos disfrutaron de sus vacaciones en el extranjero, lo que supone un 14,6% más que el año anterior</p> | <p><u>Total de llegadas a Centroamérica en 2013:</u></p> <p>9.229.000 viajeros (+4.2% con respecto 2012).</p> <p><u>Total de llegadas de italianos a Centroamérica en 2013:</u></p> <p>89.176 fueron italianos (decreció en un 5 % con respecto al año 2012)</p> |
| <p><u>CARACTERÍSTICAS DE LOS VIAJEROS</u></p> | | |
| <p><u>PREFERENCIAS</u></p> | <p>Crecen los destinos hacia Europa, (España, Grecia y Francia) y Asia.</p> | |
| <p><u>MOTIVOS A LA HORA DE ELEGIR DESTINO:</u></p> | <p>1º.- El deseo de ver un lugar no conocido anteriormente. 2º.- La belleza del lugar 3º.- Riqueza del patrimonio artístico-monumental 4º.- Precio asequible 5º.- Por oferta de entretenimiento.</p> | |
| <p><u>CANAL DE COMUNICACIÓN UTILIZADO</u></p> | <p>1º.- El boca a boca de gente de confianza 2º.- Experiencia personal anterior. 3º.- Información en internet 4º.- Ofertas en internet 5º.- Guía Turístico</p> | |
| <p><u>MODO DE ORGANIZACIÓN AL EXTRANJERO</u></p> | <p>Reservas directas por internet:47,3% Sin Reserva 19,1%</p> | |

| | |
|---|--|
| <u>TIEMPO DE ANTICIPACIÓN DE LA RESERVA</u> | Con un mes de antelación (36,7%) Dos meses antes (23,6%). |
| <u>MEDIA DE PERNOCTACIONES EN EL EXTRANJERO</u> | 7 noches |
| <u>GASTO MEDIO</u> | 1.070 € |
| <u>APECTA LA CRISIS</u> | A un 71.8% sí le ha afectado la crisis, teniendo que eliminar viajes o reducir costes como escogiendo viajes de ofertas, yendo a hoteles más económicos, eligiendo destinos más baratos... |

LOS TRES PRINCIPALES TOUR OPERADORES ITALIANOS QUE PROGRAMAN CENTROAMÉRICA (DATOS 2013)

| | COSTA RICA | EL SALVADOR | GUATEMALA | HONDURAS | NICARAGUA | PANAMÁ |
|---|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| 1 | Marcelleti | Konrad Travel | Clup Viaggi | Konrad Travel | Konrad Travel | Konrad Travel |
| 2 | Konrad Travel | Kirama | Earth Viaggi | Quality Group | Press Tours | Aternum Viaggi |
| 3 | Aternum Viaggi | Press Tours | Konrad Travel | Toassociati | Kirama | Ruta 40 |

PRINCIPALES PRODUCTOS QUE SE PROGRAMAN EN LOS TOUR OPERADORES (DATOS 2013)

| | |
|--------------------|--|
| COSTA RICA | San Jose, Arenal, Rincón de la Vieja, PN Tortuguero, Volcán Poás, PN Manuel Antonio y Monteverde y PN Braulio Carrillo |
| EL SALVADOR | San Salvador, Suchitoto, Joya de Cerén, Cerro Verde, PN El Imposible, Ruta de las Flores, La Palma y Ruta de la Flores. |
| GUATEMALA | Ciudad de Guatemala, La Antigua, Tikal, Chichicastenango, Lago Atitlán |
| HONDURAS | Copán, San Pedro de Sula, Islas de la Bahía, La Ceiba. |
| NICARAGUA | Granada, León, Managua, Isla de Ometepe., Masaya, San Juan del Sur y Corn Island. |
| PANAMÁ | Zona Ciudad de Panamá y de Colón, Bastimento- Archipiélago Bocas de Toro, Archipiélago de San Blas, Kuna Yala- Caribe de los Kunas y Portobelo- Costa Arriba de Colón. |

*Los que están tachados significa que el año 2011 eran principales pero que en el 2012 han sido sustituidos por otros lugares (verde). En 2013 los nuevos están en rojo.

2. DATOS GENERALES DEL PAÍS

Italia es un país ubicado en el sur de Europa, una península bañada casi en su totalidad por el Mar Mediterráneo. Cuenta con una superficie de 301.230 km², lo que lo coloca en el puesto 69 del mundo en cuanto a extensión territorial.



Historia reciente

Italia se convirtió en un Estado-nación en 1861, cuando los estados de la región de la península, junto con Cerdeña y Sicilia, estaban unidos bajo el rey Víctor Manuel II.

Una era de gobierno parlamentario llegó a su fin a principios de 1920, cuando Benito Mussolini estableció una dictadura fascista. Su alianza con la Alemania nazi llevó a la derrota de Italia en la Segunda Guerra Mundial. Una república democrática sustituyó a la monarquía en 1946 y siguió a la reactivación económica.

Italia fue un miembro fundador de la OTAN y de la Comunidad Económica Europea (CEE) y ha estado a la vanguardia de la unificación económica y política europea, uniéndose a la Unión Económica y Monetaria en 1999.

Lengua

El idioma oficial es el italiano, aunque también se habla el alemán, francés, esloveno y numerosos dialectos del italiano. Su moneda oficial es el euro, implantado al igual que en resto de Europa el primero de enero de 2002.

Religión:

El 80% de los italianos son cristianos aunque también hay musulmanes (800.000 y en crecimiento) y un 20% de ateos y agnósticos.

3. DATOS SOCIOLÓGICOS BÁSICOS

CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

Población: 61.680.122 de personas. (Datos de Julio 2014)

Se encuentra en el puesto número 24 en cuanto a mayor población por país del mundo.

| | | |
|---------------|-------|---|
| *0-14 años | 13,8% | hombres 4.340.943 / mujeres 4.154.547 |
| 15-64 años | 65,2% | hombres 19.856.629 / mujeres 20.376.263 |
| 65 años y más | 20,8% | hombres 5.548.047 / mujeres 7.403.693 |

Inmigración

Italia se encuentra en el puesto número 29 del mundo en cuanto a número de inmigración, pues se registran en el país 4.29 inmigrantes por cada 1.000 de población, según datos del año 2014 recogidos en la Agencia Central de Inteligencia.

Esperanza de vida:

Hombres: 79.8 años y mujeres 84.82 años, según datos 2014, según la Agencia Central de Inteligencia.

Capital: Roma.

División administrativa: 15 regiones y 5 regiones autónomas.

- Regiones: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio (Latium), Liguria, Lombardia, Las Marcas, Molise, Piamonte (Piamonte), Puglia (Apulia), Toscana (Toscana), Umbría, Véneto (Venecia).
- Regiones autónomas: Friuli-Venezia Giulia, Sardegna (Cerdeña), Sicilia (Sicilia), Trentino-Alto Adige (Trentino-Tirol del Sur) o Trentino-Suedtirool (alemán), Valle d'Aosta (Valle de Aosta) o Vallée d'Aoste (francés).



Regiones y ciudades con más población

La concentración de habitantes en las grandes ciudades ha desarrollado grandes núcleos urbanos y ciudades medias (en torno al 84% de la población reside en núcleos

urbanos grandes o medios), siendo los importantes núcleos de población urbana y las 10 capitales más importantes del país, las siguientes:

| | | |
|---------------|---|---|
| Noroccidental | Milán: 1.308.735 habitantes Ubicada en la región de Lombardía | Milán es uno de los principales centros comerciales y financieros y una de las ciudades más ricas de la Unión Europea y sede de la Bolsa de Italia. Conocida como la sede de la empresa de coches, Alfa Romeo, como uno de los centros europeos de la comunicación televisiva Mediaset y Fininvest, para su producción de seda, y como una de las líderes mundiales en el diseño (Kartell). También famosa por ser una de las capitales mundiales de la moda. |
| | Turín: 900.608 habitantes Capital de la región de Piemonte. | Importante centro cultural y de negocios del norte de Italia. Es conocida por la producción metalmecánica debida a la FIAT (fundada en 1899), SEAT y por la producción de una chocolatina de cacao y avellana denominada gianduiotto.. Fue la primera patria del cine italiano y desde hace algún tiempo es apreciada como localización para la producción de películas. |
| | Génova: 620.316 habitantes. Ubicada en la región de Liguria. | La importación de materias primas a través de los puertos ha desarrollado aquí la industria siderúrgica, petroquímica, industria química y metalmecánica. |
| Nororiental | Bolonia: 373.743 habitantes Capital de la región Emilia-Romaña | Su ciudad y área metropolitana son las más importantes de Italia en cuanto a comunicaciones por carretera y por ferrocarril. |
| Central | Roma: 2.847.677 habitantes. Capital del país. Ubicada en la región de Lacio | Es el municipio más poblado de Italia y está entre las más grandes capitales europeas. La actividad económica de Roma gira esencialmente en torno al turismo y los servicios, aunque en las últimas décadas se han desarrollado ciertas actividades industriales: el sector de la confección, la mecánica, la aeronáutica, la industria farmacéutica, la cinematografía, entre otros. |
| | Florenia: 366.901 habitantes. Capital de la región Toscana. | La ciudad es un importante centro de comercio, teniendo siglos de tradición en el sector bancario y financiero. |
| Meridional | Nápoles: 984.242 habitantes Capital de la región de Campania. | La economía de Nápoles se soporta básicamente en la actividad turística, además de la industria y los servicios públicos, transportes y producción de alimentos. |

| | | |
|---------|---|--|
| | Bari: 326.915 habitantes. Capital de la región de Apulia | La segunda ciudad más importante del área meridional. |
| Insular | Palermo: 670.820 habitantes. Capital de la región autónoma de Sicilia | Es una ciudad milenaria, y de las más importantes de Italia. |
| | Catania: 304.144 habitantes | Es una ciudad de la isla de Sicilia. |

VACACIONES ESCOLARES 2014/ 2015

| | | |
|------------------------|---------|--------------------------------------|
| VACACIONES DE NAVIDAD | 15 días | Del 23 de diciembre al 6 de enero. |
| VACACIONES DE CARNAVAL | 3 días | Del 16 al 18 de febrero. |
| VACACIONES DE PASCUA | 7 días | Del 2 al 8 de abril. |
| VACACIONES DE VERANO | 3 meses | Del 11 de junio al 11 de septiembre. |

4. ORGANIZACIÓN POLÍTICA

Italia es una República basada en un sistema político parlamentario multipartidista en la cual el primer ministro es el jefe de gobierno. Se reconocen los tres poderes del Estado: Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

El actual Presidente de la República es Giorgio Napolitano (cargo elegido por el Parlamento por un periodo de siete años) quien asumió el cargo el 15 de mayo de 2006 y fue reelegido en abril de 2013, el único presidente que de momento ha sido reelegido en su cargo. El Primer Ministro o Jefe del Gobierno, es Matteo Renzi quien fue electo el 22 de febrero de 2014.

Italia es miembro de la Unión Europea, desde 1990, y de la OTÁN (Organización del Atlántico Norte), G-8 (Grupo de los ocho), OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) y OCSE (Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa).

5. DATOS ECONÓMICOS

DATOS GENERALES

Italia tiene una economía industrial diversificada, que se divide en un Norte desarrollado industrial, dominado por empresas privadas, y un menor desarrollo, el bienestar dependiente de la agricultura del sur, con un alto desempleo.

La economía italiana está impulsada en gran parte por la fabricación de bienes de consumo de alta calidad producidos por las pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas de propiedad familiar. Italia también tiene una considerable economía subterránea, que según algunos cálculos de hasta el 17% del PIB. Estas actividades son las más comunes dentro de la agricultura (3,9%), la industria (28,3%) y los servicios (68,7%). En el sector industrial destacan las empresas de automoción, de textil, empresas químicas y productoras de hierro y acero.

Italia es la cuarta economía más grande de la Unión Europea y la octava a nivel mundial.

PIB: 1.560.024 millones de € en el año 2013.

Al igual que muchos otros países de la zona euro Italia se encuentra sumida en una recesión económica, esto ha supuesto que durante el año 2013 el país haya experimentado un crecimiento negativo del 1.9%. No obstante, la caída es menor que el año anterior.

PIB Per Cápita: 25.600 euros en el año 2013, lo que ha supuesto un decrecimiento del 0.4% con respecto al 2012.

Deuda pública: 135.6% del PIB (en el primer trimestre de 2014)

Tasa de desempleo: 12,60% de la población activa (siendo 11,6% hombres y 13.9% mujeres.)

En el caso de los menores de 25 años, la tasa de paro es mucho mayor alcanzando el 42.9%. (Datos de julio de 2014)

SITUACIÓN ECONÓMICA

La economía italiana se contrae por tercer año consecutivo (2014)

La economía de Italia podría contraerse por tercer año consecutivo en el 2014, dijo Pier Carlo Padoan, ministro del sector tras proyecciones negativas de un grupo empresarial italiano y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

Actualidad en la crisis económica

La economía italiana está teniendo dificultades para salir de la actual recesión y seguirá siendo vulnerable a las tensiones geopolíticas y macroeconómicas mientras no haya aplicado las ambiciosas reformas prometidas, según un informe del Fondo Monetario Internacional (FMI).

El informe está basado en las informaciones disponibles a finales de junio de 2014, cuando los expertos del Fondo estuvieron en el país.

"La economía está luchando por emerger de la recesión. El PIB se contrajo en el primer semestre, pero las investigaciones entre los círculos empresariales y las exportaciones, que se resisten, apuntan a un incremento progresivo de la actividad en los trimestres venideros", estima el comité ejecutivo del FMI en un comunicado.

6. EL MERCADO TURÍSTICO ITALIANO

MAPA DE LA INFRAESTRUCTURA AEROPORTUARIA



Aeropuertos internacionales: 17 aeropuertos internacionales:

- ✈ Aeropuerto internacional de Bergamo- Orio al Serio
- ✈ Aeropuerto internacional de Bolonia- G. Marconi
- ✈ Aeropuerto internacional de Catania- Fontanarossa
- ✈ Aeropuerto internacional de Florencia- Amerigo Vespucci
- ✈ Aeropuerto internacional de Umbria- Perugia- S. Egidio
- ✈ Aeropuerto Internacional de Pisa- Galileo Galilei
- ✈ Aeropuerto internacional de Roma- Fumicino
- ✈ Aeropuerto internacional de Roma- Ciampino
- ✈ Aeropuerto internacional de Friuli Venezia Giulia- Trieste- Ronchi dei Legionari

- ✚ Aeropuerto internacional de Turín
- ✚ Aeropuerto internacional de Milán- Malpensa
- ✚ Aeropuerto internacional de Milán- Linate
- ✚ Aeropuerto internacional de Nápoles
- ✚ Aeropuerto internacional de Palermo- Falcone Borsellino
- ✚ Aeropuerto internacional de Venecia- marco Polo
- ✚ Aeropuerto internacional de Treviso

Aeropuertos internacionales más importantes del país:

- ✚ Aeropuerto 'Leonardo da Vinci' de Roma Fiumicino
- ✚ Aeropuerto Malpensa de Milán
- ✚ Aeropuerto Linate de Milán

PRINCIPALES AEROLÍNEAS

1.- Alitalia: es la aerolínea nacional italiana. Fue fundada en 1946 y tiene su base en Roma, la capital.

✎ Destinos: muchos países del mundo. Que nos pudiesen valer como conexión sería: a España, Alemania, Francia y Reino Unido.

✎ Web: http://www.alitalia.com/ES_ES/

2.- Air One: La aerolínea tiene base en la capital, Roma. Propiedad de Alitalia

✎ Destinos: Atenas, Barcelona, Berlín-Tegel, Casablanca, Copenhague, Estambul- Atatürk, Londres-City y París- Charles de Gaulle.

✎ Web: <http://flyairone.com/>

3.- Meridiana SPA. Grupo Meridiana Air Italy. Tiene su base en Olbia, Sardinia. Fundada en 1963

✎ Destinos: conecta Olbia con aeropuertos italianos y destinos en Alemania, Francia, Inglaterra y España. Web: <https://www.meridiana.it/home/index/it/>

4.- Neos Air: NEOS fue fundada en junio de 2001. La flota actual se compone de seis Boeing NEOS 737-800W (Winglets) y dos Boeing 767-300ERW (Extended Range Winglets), respectivamente, a 186 asientos en clase única y 284 asientos en dos clases distintas.

✍ Destinos: Omán, Colombia, Cabo Verde, Egipto, Islas Canarias, Islas baleares, Cuba, México, República Dominicana, Jamaica, Grecia, Kenia, Tanzania, Madagascar, Maldivas. Web: <http://www.neosair.it/>

5.- Mistral Air: Fundada en 1981 tiene base en Roma.

Su web es: <http://www.mistralair.it/it/index.shtml>

PRINCIPALES TOUR OPERADORES

El turismo organizado en Italia representa el 8,8% de los viajes. Esta cuota asciende al 12,7% en el caso de los viajes de más de cuatro días y disminuye hasta el 4,4% para los viajes breves.

El sector de intermediación turística italiano se caracteriza por su atomización en turoperadores como Costa Crociere, Alpitour World, Eden Viaggi, Veratour, (concentran el 60% de la facturación), por la expansión de redes de agencias (Booking.com, Edreams, Expedia, Volagratis y Venere).

➤ Listado de los Tour operadores más relevantes de Italia

Los datos más actualizados son los recogidos en enero de 2013 que habla sobre los datos del año 2012 ofrecidos por Bilanci t.o. di Giorgio Castoldi. Giorgio Castoldi falleció en el verano 2014.

Valor de la producción en miles de Euros.

| Tour Operador | 2012 | % del 2012 con respecto 2011 |
|------------------|-----------|------------------------------|
| Costa Crociere | 3.027.915 | -2,63% |
| Alpitour | 1.063.103 | -7,17% |
| Eden Viaggi | 359.567 | -1,14% |
| Veratour | 182.008 | 8,15% |
| Hotelplan Italia | 109.324 | -26,3% |
| Settemari | 105.138 | -0,64% |
| Total | 4.847.055 | -4,90% |

| | |
|--|--|
| <p>Alpitour World</p> <p>Partenecen a Alpitour World: Alpitour, Francorosso, Viaggidea, Villaggi Bravo y Karambolo. Alpitour World ofrece varias soluciones para viajes y vacaciones en el mar, las montañas y la ciudad y tour organizados en todo el mundo.</p> <p>En el sitio podrás encontrar ofertas especiales, promociones y todos los catálogos de viajes África, Brasil, el Caribe, Europa, Francia y Disneyland, Mar Rojo y Egipto, Marruecos, Túnez, Libia, España... Información de los fines de semana y días festivos, vuelos y cruceros.</p> <p>www.alpitour.it</p> | <p>Hotelplan</p> <p>Paquetes de viaje con ofertas especiales y promociones:</p> <p>Canadá, California, el Caribe, Japón, Madagascar, Nueva Zelanda, el Océano Pacífico, Estados Unidos, América Latina, Argentina, Chile, Brasil, China, India, Kenya, Mauricio, Mozambique, Sudáfrica y Sri Lanka.</p> <p>www.hotelplan.it</p> <p>TClub (Son los resorts de Hotelplan)</p> <p>Quién viaja con TClub reclamaciones servicio de lujo, la elegancia y superior. Crea oportunidades para el alojamiento estudiantil en la altamente codiciada y especialmente en las regiones celestes.</p> <p>Más de 30 opciones para sus vacaciones de ensueño en Egipto, Kenia, Maldivas, Madagascar y Seychelles.</p> <p>www.tclub.com</p> |
| <p>Eden Viaggi</p> <p>Tour Operador experto en viajes a precios asequibles, ofrece vacaciones en lugares encantados los mejores parques de vacaciones en el mundo.</p> <p>Viaje por el Mar Rojo, el Caribe, EE.UU., el Océano Índico, Kenia,</p> | <p>Quality Group</p> <p>Consorcio de Tour Operadores especializados en una determinada area del mundo: Mistral Tour (Asia y Oriente Medio) Il Diamante (Africa, Océano Índico, Rusia y Scandinavia) Brasil World (Brasil y Centroamerica) Europa World (Europa y Turquía) Latitud</p> |

| | |
|---|---|
| <p>Zanzíbar, Oriente Medio, Oriente, África del Sur, Europa. Vacaciones en el mar y en las montañas.</p> <p>www.edenviaggi.it</p> | <p>Patagonia (Argentina, Chile, Ecuador y Antartide) Exotic Tour (Malesia y Indonesia) Discover Australia (Oceania) y America World (America y Canada). Se refiere a un turista de nivel cultural alto y economico medio alto. No vuela con linea charter, solo con vuelos de linea.</p> |
| <p>Tour 2000</p> <p>Tour operador especializado en viajes a América del Sur, Perú, Ecuador, Colombia, Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay, Brasil, Venezuela, Panamá y la Antártida.</p> <p>Vacaciones fuera de lo común.</p> <p>www.tour2000.it</p> | <p>Settemari</p> <p>Settemari SpA es un tour operador que procesa los paquetes y los distribuye a través de su red de agencias de viajes.</p> <p>Presente en el mercado desde 1982, primero como una sola marca, hoy en día es un grupo que ofrece 3 marca del producto y una empresa de gestión hotelera.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Settemari : marca generalista, cuyo producto estrella es el Completo turístico SettemariClub; ✓ Amo l'Oriente : división del grupo Settemari SpA fiesta dedicada a la larga distancia; ✓ LeBlond : marca joven de las vacaciones; ✓ <i>Floriana Hotels & Resort</i> : empresa de gestión hotelera controlada por Settemari SpA ✓ http://www.settemari.it/ |
| <p>Costa Crociere</p> <p>Tour operador especializado en cruceros por todo el mundo</p> <p>http://www.costacrociere.it</p> | <p>Veratour</p> <p>Tour operador generalista con viajes a muchos países del mundo.</p> <p>http://www.veratour.it/</p> |

➤ Productos Turísticos más vendidos al viajar por el mundo en 2013.

| Totale TO Mondo Italia | Por el mundo |
|------------------------|--------------|
| Arte | 77,4 |
| Mar | 56,5 |
| Lago | 17,2 |
| Montaña | 21,8 |
| Sitio Arqueológicos | 14 |
| Gastronomía | 12,5 |
| Negocios | 9,9 |
| Agroturismo | 11,8 |
| Montaña/Nieve | 12,5 |
| Turismo Deportivo | 7,9 |
| Turismo Religioso | 5,2 |
| Montaña/Primavera | 15,3 |
| Tours | 8,8 |
| Reuniones | 3,4 |
| Balnearios | 4,9 |
| Congreso | 2,9 |
| Evento deportivo | 3 |
| Evento cultural | 3,4 |
| Evento Musical | 3,2 |
| Naútica | 1,7 |
| Evento Religioso | 1,2 |
| Turismo Responsable | 0,5 |
| Turismo Gay | 0,3 |

➤ INTERNET Y LOS VIAJES

El 40% de las reservas de las vacaciones internacionales de los italianos se realiza a través de Internet. El 31% de las reservas online se efectúa a través de un portal web y el 2,7% a través de portales de compra colectiva.

El 57% de los italianos buscan información sobre sus viajes internacionales a través de los sitios web de los destinos que van a visitar, el 37% lo hacen con grandes portales de viajes y el 25% se informan a través de redes sociales.

Las principales agencias online en Italia son Booking.com, eDreams, Expedia, Volagratis y Venere y los portales de compra colectiva son Groupon, Groupalia y LetsBonus.

Las redes sociales más utilizadas por los italianos como fuente de información para organizar los viajes al extranjero son Forum, Twitter, Blog, Facebook y Youtube.

NÚMERO DE VIAJES

Según datos ofrecidos por Eurostat, los italianos que viajaron más de 4 días lo hicieron a los siguientes continentes:

| | 2012 | 2013 | % |
|---------|------------|------------|-----|
| Europa | 28.783.605 | 25.875.168 | -10 |
| América | 1.125.005 | 665.726 | -41 |
| África | 1.069.368 | 556.214 | -48 |
| Asia | 458.195 | 454.276 | -1 |

Y dentro del continente americano se dividiría:

| | 2012 | 2013 | % |
|---------------------|---------|---------|-----|
| Norteamérica | 684.868 | 493.204 | -28 |
| Centro y Sudamérica | 364.150 | 115.970 | -68 |

CARACTERÍSTICAS DE LOS VIAJEROS

En general el emisor italiano viaja en pareja y sin hijos, organiza sus viajes de manera independiente y con una creciente utilización de Internet. En el extranjero se alojan en hoteles, tipología que pierde cuota frente al alojamiento gratuito (parientes/amigos)

Concentran sus viajes vacacionales en julio-septiembre, con el máximo de pernoctaciones en agosto.

➤ Preferencia de los lugares:

En cuanto a continentes, América es el primero después de Europa, aunque tal y como vemos todos los continentes han tenido un decrecimiento muy significativo.

A la hora de viajar al extranjero los italianos prefieren destinos europeos, España (16.1%), Grecia (11%), Francia (10.6%) y Croacia, (6.8%) son los más visitados.

➤ Motivos de viajes:

| Motivo | Italia | en el extranjero | Total |
|---|--------|------------------|--------|
| La belleza natural del lugar | 23,70% | 23,60% | 23,70% |
| El deseo de ver un lugar nunca visto | 10,90% | 36,60% | 18,20% |
| Lugar ideal para descansar | 18,20% | 14,90% | 17,30% |
| Tengo parientes / amigos que albergan | 18,80% | 9,50% | 16,10% |
| Recomendación de amigos / parientes | 19,50% | 6,80% | 15,80% |
| Rico patrimonio artístico / monumental | 11,80% | 22,20% | 14,80% |
| Precio asequible | 12,10% | 17,50% | 13,70% |
| Por oferta de entretenimiento | 7,50% | 16,80% | 10,10% |
| Por la cercanía | 9,60% | 4,10% | 8,10% |
| Interés eno-gastronómico | 7,70% | 6,20% | 7,40% |
| Tenemos una casa en esa localidad | 8,80% | 1,90% | 6,80% |
| Para asistir a eventos culturales | 5,80% | 5,90% | 5,80% |
| Para conocer las costumbres de la población local | 5,8% | 5,90% | 5,80% |
| Por la aventura | 3,60% | 8,90% | 5,10% |
| Otras decisiones | 5% | 3,60% | 4,60% |
| Lugar idóneo para viajar con niños pequeños | 4,80% | 4% | 4,60% |
| Lugar ideal para practicar un deporte en particular | 4,80% | 2,60% | 4,20% |
| Cuidado / bienestar | 4,20% | 3,30% | 3,90% |
| Shopping | 2,60% | 7,10% | 3,90% |

Por lo que concluimos que el italiano considera importante a la hora de realizar un viaje al extranjero:

El turista italiano elige destinos que no han visitado antes, con belleza paisajística, patrimonio artístico, buen precio y con diversidad de oferta.

➤ Canal de comunicación utilizado para interesarse por el destino:

| CANAL DE INFORMACIÓN | ITALIA | EXTRANJERO | TOTAL |
|---|--------|------------|--------|
| Yo había estado allí | 37,80% | 19,30% | 32,50% |
| Consejo / Historias de amigos / parientes / familia | 29,90% | 31% | 30,20% |
| La información en Internet | 11,10% | 19,90% | 13,70% |
| Ofertas en Internet | 9,20% | 15% | 10,80% |
| Atracción y eventos | 7,30% | 7% | 7,20% |
| Guía turístico | 5,60% | 11,10% | 7,20% |
| Consejo de la agencia de viajes | 2,80% | 9,70% | 4,80% |
| Yo no elegí / ha elegido otro | 4,40% | 5,10% | 4,60% |
| Requerido por niños de hasta 14 años | 3,30% | 3,70% | 3,40% |
| Publicidad | 2,90% | 4,50% | 3,40% |
| Apps y comunidad | 2,50% | 4,80% | 3,10% |
| Películas / Documentales | 2% | 5,60% | 3% |
| Catálogos / Folletos agencia de viajes | 2% | 4,40% | 2,70% |
| Junta de organismos / oficinas de turismo en la que fui | 2,70% | 2,20% | 2,50% |
| Ferias/Exposiciones/Congresos | 3,10% | 1,50% | 2,70% |
| Eventos Religiosos | 2,20% | 2,70% | 2,40% |
| Prensa | 1,90% | 2,30% | 2% |

Conclusiones del canal de información utilizado por el italiano para viajes al extranjero:

1º.- El boca a boca de gente de confianza

2º.- Experiencia personal anterior.

3º.- Información en internet

- Sitios de hoteles, transportes, agencias de viajes: 58,3%
- Foros, redes sociales, blogs: 32,5%
- Portales de país, provincias: 18,7%
- Grandes portales: 22,6%

4º.- Ofertas en internet

- Grandes portales de reservas: 60,7%
- Foros, redes sociales, blogs: 42,9%
- Portales de país, provincias: 33,1%
- Dealer (Groupon, Groupalia, etc): 16,5%

5º.- Guía Turístico

➤ Modo de organización del viaje al extranjero:

| Modo de organización | 2012 | 2013 |
|--|--------|--------|
| Directamente a través de Internet | 29,40% | 47,30% |
| Sin reserva | 24,30% | 19% |
| Contactarse con el alojamiento | 16,10% | 12,00% |
| La agencia de viajes, con la propuesta del catálogo de los operadores turísticos | 11,50% | 11% |
| Turismo social | 2,70% | 2% |
| La agencia de viajes que se ha utilizado en las propuestas del catálogo | 8,10% | 5,50% |
| Directamente con la empresa de transporte | 6,80% | 2,70% |
| Alquiler apartamento a través particular | 1,00% | 0,20% |
| Otros | 2,10% | 0,20% |

Vemos que las reservas directas por internet sigue siendo lo más realizado y además han experimentado un incremento significativo con relación al año pasado, de casi el 18% con respecto al año 2012.

➤ Tiempo de anticipación de la reserva:

| | 2012 | 2013 | Diferencia 2012/2013 |
|----------------------------|--------|--------|----------------------|
| En la última semana | 12,90% | 3,50% | -9,40% |
| 8/15 días antes | 21,20% | 23% | 1,40% |
| Alrededor de un mes antes | 27,40% | 36,70% | 9,30% |
| Alrededor de 2 meses antes | 15,50% | 24% | 8,10% |
| Unos 3 meses antes | 9,90% | 5% | -4,90% |
| Cerca de 4 meses o más | 8,40% | 5,10% | -3,40% |
| No recuerda | 4,70% | 3,60% | -1,10% |

En las reservas al extranjero, se aprecia que hay un porcentaje alto de los viajeros que lo han realizado con **un mes de antelación (36,7%)** seguido de las reservas realizadas 2 meses antes (24%) y entre 8 y 15 días antes (23%).

➤ ¿Afecta la crisis económica a la hora de viajar?:

Un 40,6% de los encuestados afirma que **sí le afecta la crisis** y que no viaja con tanta frecuencia como antes, y un **13,3%** también se ha visto afectado y ahora viaja buscando **destinos más ajustados a su presupuesto.**

A un 28,2% no les ha afectado ya que prefieren ahorrar en otras cosas pero sí gastárselo en viajes. Incluso a algunos les ha venido bien la crisis para poder encontrar ofertas mejores.

7.

8. CENTROAMÉRICA COMO DESTINO TURÍSTICO

LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONAL A CENTROAMÉRICA SEGÚN DATOS OFRECIDOS POR LA OMT (EN MILES):

| | 2000 | 2005 | 2012 | 2013 | % crecimiento 2013/2012 | Crecimiento % desde el 2000/2013 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------------------------|----------------------------------|
| América Central | 4.346 | 6.301 | 8.872 | 9.229 | 4,02 | 112,36 |
| Costa Rica | 1.088 | 1.679 | 2.343 | 2.428 | 3,63 | 123,16 |
| El Salvador | 795 | 1.127 | 1.255 | 1.308 | 4,22 | 64,53 |
| Guatemala | ND | ND | 1.305 | 1.331 | 1,99 | ND |
| Honduras | 471 | 673 | 906 | 943 | 4,08 | 100,21 |
| Nicaragua | 486 | 712 | 1.180 | 1.230 | 4,24 | 153,09 |
| Panamá | 484 | 702 | 1.606 | ND | ND | ND |

INGRESO EN MILLONES DE \$ POR TURISTAS INTERNACIONAL A CENTROAMÉRICA SEGÚN DATOS OFRECIDOS POR LA OMT (EN MILLONES):

| | 2000 | 2005 | 2012 | 2013 | % crecimiento 2013/2012 | Crecimiento % desde el 2000/2013 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------------------------|----------------------------------|
| América Central | 2.958 | 4.485 | 8.028 | 9.380 | 16,84 | 217,11 |
| Costa Rica | 1.302 | 1.671 | 2.425 | 2.483 | 2,39 | 90,71 |
| El Salvador | 217 | 361 | 544 | 621 | 14,15 | 186,18 |
| Guatemala | 482 | 791 | 1.419 | 1.481 | 4,37 | 207,26 |
| Honduras | 260 | 463 | 661 | 711 | 7,56 | 173,46 |
| Nicaragua | 129 | 206 | 422 | 417 | -1,18 | 223,26 |
| Panamá | 458 | 780 | 2.259 | 3.316 | 46,79 | 624,02 |

LLEGADA DE TURISTAS ITALIANOS A LA REGIÓN (Datos de los Ministerios de Turismo de Centroamérica)

| ITALIANOS | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | % 2013/2012 |
|-------------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| | 89.176 | 93.854 | 87.303 | 79.915 | -5 |
| Costa Rica | 22.802 | 20.335 | 20.225 | 19.658 | 12 |
| El Salvador | 3.582 | 3.611 | 5.228 | 2.475 | -1 |
| Guatemala | 14.946 | 17.577 | 16.819 | 14.582 | -15 |
| Honduras | 22.689 | 27.739 | 20.977 | 20.079 | -18 |
| Nicaragua | 5.959 | 5.779 | 5.541 | 5.613 | 3 |
| Panamá | 17.503 | 17.039 | 16.295 | 15.814 | 3 |

LOS TRES PRINCIPALES TOUR OPERADORES ITALIANOS QUE PROGRAMAN CENTROAMÉRICA (DATOS 2013)

| | COSTA RICA | EL SALVADOR | GUATEMALA | HONDURAS | NICARAGUA | PANAMÁ |
|---|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| 1 | Marcelleti | Konrad Travel | Clup Viaggi | Konrad Travel | Konrad Travel | Konrad Travel |
| 2 | Konrad Travel | Kirama | Earth Viaggi | Quality Group | Press Tours | Aternum Viaggi |
| 3 | Aternum Viaggi | Press Tours | Konrad Travel | Toassociati | Kirama | Ruta 40 |

PRINCIPALES PRODUCTOS QUE SE PROGRAMAN EN LOS TOUR OPERADORES (DATOS 2013)

| | |
|--------------------|--|
| COSTA RICA | San Jose, Arenal, Rincón de la Vieja , PN Tortuguero , Volcán Poás , PN Manuel Antonio y Monteverde y PN Braulio Carrillo |
| EL SALVADOR | San Salvador, Suchitoto, Joya de Cerén , Cerro Verde, PN El Imposible , Ruta de las Flores , La Palma y Ruta de las Flores . |
| GUATEMALA | Ciudad de Guatemala, La Antigua, Tikal, Chichicastenango, Lago Atitlán |
| HONDURAS | Copán, San Pedro de Sula, Islas de la Bahía, La Ceiba. |
| NICARAGUA | Granada, León, Managua, Isla de Ometepe ., Masaya , San Juan del Sur y Corn Island . |
| PANAMÁ | Zona Ciudad de Panamá y de Colón , Bastimento- Archipiélago Bocas de Toro, Archipiélago de San Blas, Kuna Yala- Caribe de los Kunas y Portobelo- Costa Arriba de Colón . |

*Los que están tachados significa que el año 2011 eran principales pero que en el 2012 han sido sustituidos por otros lugares (verde). En 2013 los nuevos están en rojo.

PAÍSES QUE PROGRAMAN EN LOS FOLLETOS DE LOS TOUR
OPERADORES ITALIANOS AÑO 2013:

| TTOO | PERFIL | FOLLETO | PAÍS/ES |
|--|--|-----------------------|---|
| <p>Aleramo Viaggi www.aleramoviaggi.com</p> | <p>Aleramo Viaggi: TTOO especializado en viajes de naturaleza a través de los cuales se conocerá la cultura, religión y tradiciones de sus diferentes destinos.</p> | Online | Costa Rica, Honduras (Copán) y Guatemala |
| <p>Aternum Viaggi www.aternum.com</p> | <p>Aternum: TTOO creado en 1980 y especializado en ciertos destinos entre los que encontramos a Costa Rica y Panamá. Cultura, sol y playa, naturaleza. 2005 a 2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán.</p> | Nord e Centro America | Costa Rica, Guatemala, Honduras y Panamá |
| <p>Azonz Travel www.azonzotravel.com</p> | <p>Azonz Travel: TTOO especializado en viajes a medida para pequeños grupos, y viajes individuales; turismo sostenible, naturaleza, cultura. 2013, programa Honduras como extensión de Guatemala.</p> | Online "Viaggi in" | Costa Rica , Guatemala y Honduras. El Salvador, Costa Rica, Honduras y Panamá |
| <p>Costa Crociere www.costacrociere.it</p> | <p>Costa Crociere: sociedad italiana (parte del Grupo Carnival Corporate, líder mundial en la industria de cruceros) dueña de las marcas AIDA Cruises y Costa Crociere. Esta última opera en el Mediterráneo, Europa del Norte, Dubái, Extremo Oriente, Caribe, Centro y Sur América. La primera compañía de cruceros en Europa y líder en Italia, Francia, España, Suiza y Sur América. Ha recibido para todas sus flotas la marca "Green Star" como reconocimiento al respeto al medio ambiente.</p> | Online | |
| <p>CTS www.cts.it</p> | <p>CTS: TTOO creado en 1974 y de los más importantes debido a que posee una red de agencias de viajes propias en toda Italia,</p> | | |

| | | | |
|--|---|-----------------------------|------------------------------------|
| | naturaleza, sol y playa, arqueología. 2008-2009, Guatemala y Belice está dentro de la Ruta Maya como extensión de México. Tiene catálogos, ninguno programa la región de C.A. En el catálogo "USA & Messico 2011" programan Guatemala -Flores- | Online "North America" | Costa Rica y Honduras Guatemala |
| CT Tour www.ctour.it | CT Tour: TTOO especializado en Europa y América Latina; cultura, sol y playa, viajes en velero Nicaragua como extensión de Costa Rica visitando sólo el Sur (San Juan del Sur). 2011, Guatemala está dentro de la Ruta Maya como extensión de México | Online "America Latina" | Costa Rica, Guatemala y Honduras |
| Darwin Viaggi www.darwinviaggi.com | Darwin Viaggi: TTOO especializado en viajes de naturaleza, actividades deportivas, cultura, sol y playa. 2007 a 2009, Guatemala está dentro de la Ruta Maya como extensión de México. 2011, Guatemala se programa como extensión de México, dentro de la Ruta Maya: Gran Tour del Guatemala y México. | Online | Guatemala |
| Dreamland www.dreamlandtour.com | Dreamland: TTOO creado en 1999 y especializado en viajes a la medida, individuales o en grupo, buceo, naturaleza, sol y playa. 2011, en el catálogo "Latín América 2011-2011", programa Guatemala, en una ruta México-Guatemala | Online "The Americhe" | Costa Rica, Guatemala y Honduras |
| Drive Out Travel Consulting www.driveout.it | Drive Out Travel Consulting: TTOO especializado en viajes a la medida, consultora de viajes, cultura, aventura, arqueología. | Online | Costa Rica, Guatemala |
| Earth Viaggi www.earthviaggi.it | Earth Viaggi: TTOO especializado en viajes de aventura, naturaleza, cultura, pequeños grupos, viajes individuales, cuenta con alta especialización en los destinos que propone. 2007 a 2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán. 2011, Honduras se sigue programando como extensión de Guatemala -Visita de 1 día a Copán- | Online "Perù e Sud America" | Guatemala y Honduras, |
| Entour | | | Guatemala |
| Explorando Viaggi www.explorandoviaggi.it | Explorando Viaggi: AAVV especializada en viajes de naturaleza y aventura, grupos, viajes | | |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | individuales, compartiendo el estilo de vida local. 2011, Programa Guatemala dentro del viaje a México. Además Honduras como extensiones de Guatemala. | Online "Americhe-Messico" | Guatemala y Honduras |
| Gastaldi 1860 www.gastaldi1860.it | Gastaldi 1860: TTOO especializado en América; tours organizados, fly & drive, arqueología, cultura, naturaleza, sol y playa. | Online "America Centrale" | Costa Rica, Guatemala y Panamá Honduras (Copán) |
| Gioco Viaggi www.giocoviaggi.com | Gioco Viaggi: TTOO especializado en cruceros por el mundo, trabaja con su propio catálogo y con Star Clippers, Carnival, Princess Cruises. 2011, Catálogo Online "Stati Uniti, Messico & Polinesia, programa Guatemala como extensión de México. 2011, programa Panamá con Princess Cruises | Online "offerte speciali" Catálogo Online "Stati Uniti, Messico & Polinesia" | Honduras y Guatemala, Panamá, Costa Rica |
| Holiday Time www.holidaytime.it | Holiday Time: TTOO que ofrece paquetes turísticos y circuitos diseñados, programan diversos destinos de América. | Online | Guatemala |
| Hotelplan www.hotelplan.it www.tclub.com | Hotelplan: Segundo TTOO italiano que ha realizado un monográfico de Centroamérica, forma parte de uno de los grupos suizos más importantes de Europa. Grupo al que pertenecen: Turisanda, TClub (hoteles, resorts). Naturaleza, sol y playa, cultura. | Catálogo Online "Messico & Guatemala" | Costa Rica, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Honduras |
| Il Quinto Mondo SRL www.ilquintomondo.it | Il Quinto Mondo: TTOO especializado en viajes a medida, paquetes elaborados a destinos exóticos, | | |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | viajes de estudios, congresos e incentivos, sol y playa, arqueología, cultura, ciudades. | Online | Costa Rica, Guatemala y Honduras (Copán) |
| IL Tucano www.tucanoviaggi.com | Il Tucano: TTOO especializado en turismo cultural, naturaleza, etnográfico, respetando las tradiciones, costumbres, medio ambiente, turismo "Exótico", cruceros. 2007-2008, Guatemala y Honduras son viajes individuales a petición del cliente. 2009, Honduras es un viaje individual a petición del cliente. | Online "America Centrale" | Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá |
| Inter-Viaggi | | | Todo-Centroamérica |
| I Viaggi del Delfino www.iviaggideldelfino.com | I Viaggi del Delfino: TTOO que cuenta con una amplia red de agencias a nivel nacional (1500), especializado en paquetes diseñados, arqueología, sol y playa, familia, todo incluido. 2007 a 2009, Guatemala es una extensión de México. Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán. 2011, Honduras sigue como extensión de Guatemala -visita de 1 día a Copán- | Catálogo Online "Messico, Caribi, Sud America" | Guatemala-Costa Rica, Honduras y Nicaragua |
| Karisma Travelnet www.travelnet.it | Karisma Travelnet: TTOO de bajo costo, paquetes, ofertas de último minuto, sol y playa, arqueología. 2007 Caraibi, Guatemala están dentro de la Ruta Maya con México. 2007 a 2009, Messico e America Latina, Belice es extensiones de México y Guatemala. | Online Messico | Guatemala, Honduras y Nicaragua |
| Kel 12 www.kel12.com | Kel 12: TTOO especializado en viajes para pequeños grupos; naturaleza, aventura, arqueología. 2011, programan Nicaragua como extensión de Honduras y Costa Rica. | Online | Costa-Rica, Guatemala, Nicaragua y Honduras. Toda Centroamérica |
| Kirama | Kirama: TTOO especializado en Centro y Sur | | |

| | | | |
|---|--|---|--|
| www.kiramaviaggi.it | América con viajes a medida; historia, cultura, arqueología, aventura, luna de miel. | Online "Centro America" | Todo Centroamérica |
| Konrad Travel | | - | - |
| Kuoni Gastaldi www.kuoni.it | Kuoni: TTOO para un segmento de mercado medio-alto, alto, viajes a medida, sol y playa, naturaleza, cultura. | Catálogo Online "Messico & Sud America" | Guatemala, Panamá y Honduras (Copán) |
| | | Catálogo Online "Discovery" | |
| | | Online "Nord America" | |
| Mappa Mondo www.mappamondo.com | Mappamondo: TTOO mayorista enfocado a brindar servicios de alta calidad. 2007 a 2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán. | - | - |
| | | Online "unique escapes" | Guatemala y Honduras. |
| | | Catálogo Online "Fantastico Messico" | Guatemala y Honduras |
| Marcelletti www.marcelletti.it | | Peru, Ecuador, Argentina, Chile & Costa Rica. | Costa Rica, Guatemala y Honduras (Copán) |
| | | Messico, Guatemala & Baja California | |
| ModernViaggi www.modernviaggi.com | Modern Viaggi: TTOO que trabaja con red de agencias de viajes y especializado en naturaleza, cultura, cruceros, sol y playa, circuitos, grupos, viajes a medida. | Online "Centroamerica" | Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá. |
| | | - | - |

| | | | |
|---|---|--|--|
| <p>MSC Crociere www.msccrociere.it</p> | <p>MSC Crociere: Creada en 1987 con capital italiano, especializado en cruceros con muy buena y moderna flota respetando el medio ambiente.</p> | <p>Online Caraibi</p> | <p>Honduras y Panamá</p> |
| <p>Mundo Escondido www.mundoescondido.it</p> | <p>Mundo Escondido: Especializado en viajes a medida, personalizados, en grupo o individuales; cultura, sol y playa. 2008-2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán. 2011, Honduras sigue siendo una extensión de Guatemala.</p> | <p>Online</p> | <p>Guatemala y Honduras</p> |
| <p>NAAR www.naar.com</p> | <p>Naar: TTOO creado en 1995 y especializado en viajes a la medida, tours diseñados, circuitos, lunas de miel, familia, cultura, arqueología, naturaleza. 2007 a 2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán.</p> | <p>"Guatemala in Jeens" "Nordamerica"</p> | <p>Guatemala, Honduras.</p> |
| <p>Neo Tours www.neotours.it</p> | <p>Neo Tours: TTOO especializado en viajes de naturaleza, cruceros, sol y playa, viajes a medida o en grupo. 2007 a 2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán.</p> | <p>Catálogo Online "Messico" Online "Destinazioni"</p> | <p>Costa Rica, Guatemala, Honduras Guatemala</p> |
| <p>New Business Travel Service - NBTS www.nbts.it</p> | <p>New Business Travel Service - NBTS: Especializado en viajes de turismo ecológico, arqueología y cruceros por el Caribe.</p> | <p>Online</p> | <p>Panamá</p> |
| <p>Nuove Esperienze www.nuove-esperienze.it</p> | <p>Nuove Esperienze: TTOO creado en 1973 y especializado en viajes a la medida, grupos, de estudio, congresos e incentivos, aventura, cultura, sol y playa. 2011, tiene mismo catálogo que en 2007-2008 "Sentieri Nel Mondo".</p> | <p>Online</p> | <p>Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá</p> |
| <p>Oltremare www.oltremareviaggi.com</p> | <p>Oltremare: TTOO especializado en paquetes turísticos y circuitos diseñados, cruceros, luna de miel, sol y playa, todo incluido, arqueología. 2006 a 2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán.</p> | <p>Online</p> | <p>Costa Rica, Guatemala, Honduras y Panamá</p> |

| | | | |
|---|---|---------------------------------|--|
| | | | |
| <p>Press Tours www.presstours.it</p> | <p>Press Tours: Primer TTOO italiano en realizar un monográfico de Centroamérica, y es uno de los más importantes de Italia; cultura, naturaleza, arqueología, sol y playa, spa, buceo, todo incluido, fly & drive.</p> | Online | Todo Centroamérica |
| <p>Profondo Blu www.profondoblu.net</p> | <p>Profondo Blu: TTOO especializado en buceo, cruceros. Propietarios de Geo-Dive con sede en el Reino Unido.</p> | Online | Costa Rica y Honduras |
| <p>Quality Group www.qualitygroup.it www.mistral.it</p> | <p>Quality Group: Grupo que cuenta con diferentes TTOO definidos por el tipo de producto que comercializa: Brasil World, Mistral, Patagonia World, América World. Cultura, naturaleza, sol y playa, cruceros. 2007-2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán.</p> | Online "Le nostre Destinazioni" | Todo Centroamérica. Han incluido El Salvador y Nicaragua. |
| <p>Royal Caribbean www.royalcaribbean.it</p> | <p>Royal Caribbean: Segundos a nivel mundial, especializados en cruceros por el mundo con dos marcas: Royal Caribbean International y Celebrity Cruises. 2011, en el buscador solo parece programado Panamá</p> | - Online "Tuti i porti" - | - -Costa Rica, Guatemala, y Panamá - |
| <p>Ruta 40 www.ruta40.it</p> | <p>Ruta 40: TTOO especializado en viajes a medida, su fuerte es Sur América con el ecoturismo, naturaleza, windsurf.</p> | Online | Costa Rica y Panamá |
| <p>Scubatour www.scubatour.net</p> | <p>Scubatour: TTOO especializado en buceo, viajes individuales o en grupo, cruceros; socio comercial de Diving World. De Costa Rica sólo se visita la Isla del Coco. 2011, programa Costa Rica como destino de "luna de miel", también solo se sigue visitando Isla del Coco.</p> | Online "Lista nozze" | Costa Rica |
| <p>Serena Tourist Service www.serenatourist.it</p> | <p>Serena Tourist Service: TTOO creado en 1987 y especializado en viajes individuales, a la medida,</p> | | |

| | | | |
|---|---|-------------------|--|
| | culturales, deportivos y de ocio. | Online | Costa Rica |
| Stilelibero www.stilelibero.info | Stilelibero: TTOO especializado en viajes de ocio, congresos e incentivos; su fuerte es México, Costa Rica, Guatemala, Jamaica y República Dominicana. 2011, programa Guatemala como extensión de México. | Online | Costa Rica y Guatemala |
| Surf Camp www.surfcamp.it | Surf Camp: Especializado en Surf. | Online | Costa Rica, El Salvador y Nicaragua |
| Swan-Tour | | | Guatemala y Honduras |
| Terre Protette www.terreprotette.it | Terre Protette: Pequeño tour operador que hace viajes a medida, de especial interés y grupos; involucrados en el ecoturismo y turismo deportivo: buceo, surf, escaladas, trekking. No tienen catálogos, sus propuestas están en internet y las envían por mailing list. | Online | Costa Rica, El Salvador, Guatemala y Nicaragua |
| Toassociati www.toassociati.it | Toassociati: (Tour Operator Associati) organización creada en 1972 y especializada en viajes culturales, naturaleza, estudio, individuales, grupos, para un segmento medio/alto – alto. 2008-2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán. 2011, programa Belice como extensión de Guatemala. 2011, Tiene catálogo Costa Rica de pago. | Online | Costa Rica, Guatemala, Honduras y Nicaragua |
| Top Cruises www.topcruises.it | Top Cruises: TTOO especializado en el sector de cruceros; representan a varias compañías internacionales como: Louis Cruise Lines, Norwegian Cruise Line, Orient Lines, Pullmantur Cruises, Carnival Cruise Lines, Star Clippers. | Online | Guatemala, ANTEPRIMA NORWEGIAN CRUISE LINE |
| Tourama Travel www.touramatravel.it | Tourama Travel: TTOO con más de 30 años de experiencia, y especializado en viajes de larga distancia a Venezuela, Perú, México y USA; cultura, sol y playa. 2008, Guatemala están dentro de la Ruta Maya como extensión de México. 2008-2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando sólo Copán. 2011, programa Guatemala como extensión de México. | Online Mexico | Costa Rica, Guatemala |
| Tour 2000 | Tour 2000: TTOO especializado principalmente | | |

| | | | |
|--|--|-------------------------------|---|
| <p>www.tour2000.it</p> | <p>en Suramérica con alto interés por la antropología, naturaleza, cultura, deportes, eventos. Viajes para un nivel alto, a medida, en grupos o individuales. 2011, programa Panamá en todas las especialidades de viaje</p> | <p>Online</p> | <p>Panamá</p> |
| <p>Veratour www.veratour.it</p> | <p>Veratour: TTOO especializado en destinos de playa, cuenta con un canal de distribución constituido por 6000 agencias. Ocio, deportes, crucero, buceo, belleza, salud. 2007, no aparece Centroamérica. 2011, programa Guatemala como extensión de México.</p> | <p>Online</p> | <p>Guatemala</p> |
| <p>Viaggi Dell' Elefante www.viaggidellelefante.it</p> | <p>Viaggi Dell' Elefante: TTOO especializado en viajes culturales para un segmento medio/alto – alto. Tienen un catálogo "Blu" dedicado a hoteles, resorts, spas. 2007 a 2009, Honduras es una extensión de 1 día de Guatemala visitando solo Copán. Tiene catálogo "Americhe 2011" que da error al intentar visualizarlo online.</p> | <p>Online</p> | <p>Costa Rica, Guatemala y Honduras (Copán)</p> |
| <p>Viajes Meca www.viajesmeca.com</p> | <p>Viajes Meca: Agencia de viajes fundada en 1982, y especializado en viajes a la medida, personalizados: naturaleza, sol y playa, arqueología, congresos, seminarios, charters, circuitos.</p> | <p>Online</p> | <p>Guatemala y Honduras</p> |
| <p>4 Winds www.4winds.it</p> | <p>4 Winds: TTOO con más de 40 años de experiencia y especializado en cultura, sol y playa, naturaleza.</p> | <p>Online "Guatemala"</p> | <p>Guatemala y Honduras (Copán)</p> |

**Los que están tachados significa que el año 2011 estaban programados pero que en el 2012, lo dejaron de programar. Los que están en verde significa que están programados en 2012 y que en 2011 no lo estaba. Los que están en azul son nuevos de 2013.*

CONCLUSIONES

La economía afecta al sector viajes y en Italia se ha percibido notablemente ya que el número de viajeros italianos al extranjero se ha reducido muy acusadamente.

No obstante, aunque el número de italianos a decrecido a Centroamérica,- no así en Costa Rica, Nicaragua y Panamá que han obtenido un incremento del 12%, 3% y 3%, respectivamente-, el cómputo total de decrecimiento ha sido mucho menor que el obtenido en todo el continente americano.

Centroamérica cuenta con los recursos naturales y culturales que exige el turista europeo y, para el caso de este estudio, concretamente el turista italiano.

Los tres principales motivos para viajar al extranjero son: el deseo de visitar un lugar no visto antes, la belleza del lugar y la visita de Patrimonio artístico /monumental hacen que Centroamérica pueda ser un destino muy apetecible para el viajero italiano. No obstante, hay que recordar que el turista italiano está en una época de búsqueda de viajes asequibles.

Precisamente a través de internet se puede encontrar información de manera inmediata tanto del destino como de ofertas, y los italianos han incrementado esta forma de organizar su viaje. Así pues, hay que tener en cuenta que internet es una fabulosa vitrina en la que hay que estar presente de manera activa y siempre buscando la satisfacción del cliente en su búsqueda.