

EL TURISMO A NIVEL MUNDIAL

José Luis Nieto González¹

Isabel María Román Sánchez²

Domingo Bonillo Muñoz³

Nastute Paulova⁴

Resumen

El turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento en el mundo y su evolución, en las últimas décadas, ha sido caracterizada por su continua expansión y diversificación. En el presente trabajo nos centramos en el turismo internacional y estudiamos sus principales variables: las llegadas e ingresos, tanto a nivel mundial, como a nivel de las cinco regiones mundiales y a nivel de los diez países más importantes en el ámbito del turismo internacional. Finalmente se pone de manifiesto la necesidad de identificar las tendencias de los flujos turísticos y pronosticar su evolución futura.

Palabras Clave: turismo internacional, sector turístico, llegadas internacionales, ingresos.

WORLDWIDE TOURISM

Abstract

Tourism has become one of the fastest growing economic sectors in the world and its evolution in recent decades has been characterized by continued expansion and diversification. In this paper we focus on international tourism and study their main variables: arrivals and income; globally, at the level of five world regions and ten most important countries in the field of international tourism. Finally, it reveals the need to identify trends of tourist flows and forecast its future evolution.

Keywords: international tourism, touristic sector, international arrivals, income.

¹Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Almería, ,E-mail: jlnieto@ual.es.

²**Autora de Correspondencia** :Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento Economía y Empresa, Área Economía Aplicada, Universidad de Almería, CP 04120, Crta de Sacramento, s/n, Almería, España, Tel: 950015180 E-mail: iroman@ual.es.

³ Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Almería, E-mail: dbonillo@ual.es.

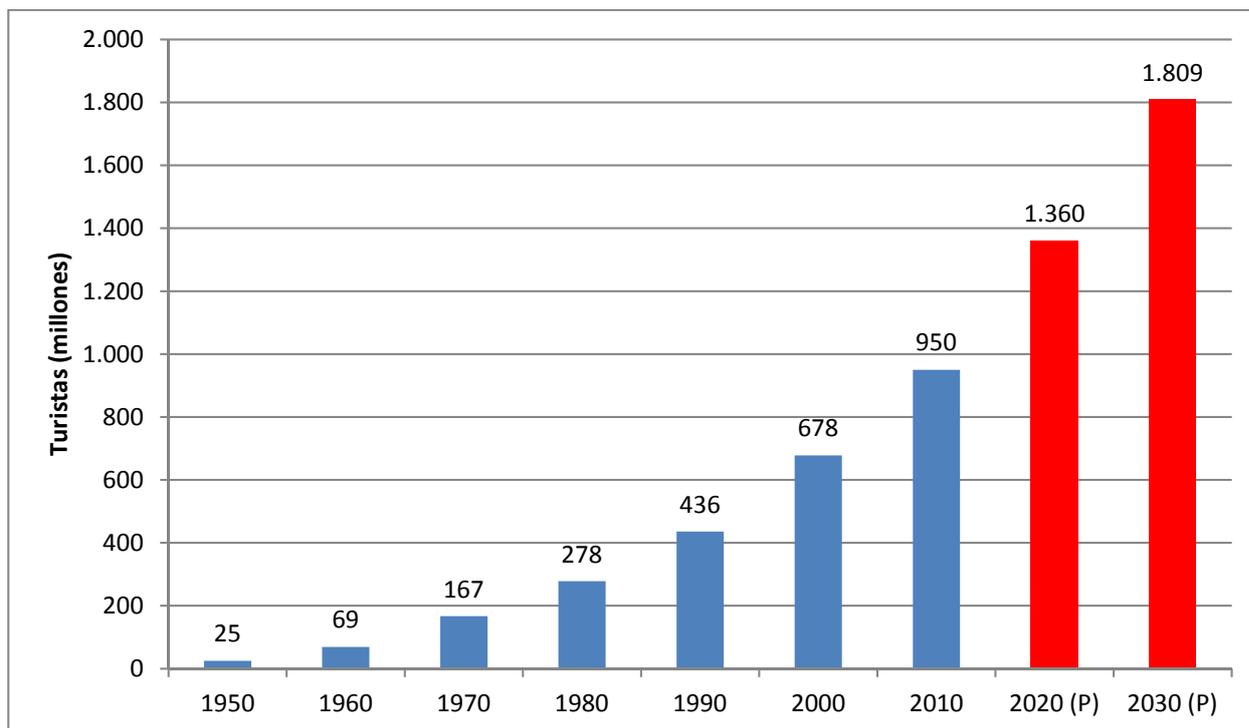
⁴ Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Almería, E-mail: charola_3@hotmail.es.

1. ANÁLISIS GLOBAL DEL SECTOR TURÍSTICO

El turismo es una de las actividades económicas que ha sufrido una mayor expansión en las últimas décadas. Si nos remontamos a mediados del siglo XX, podemos constatar que el turismo internacional era una actividad meramente simbólica, con solo 25 millones de turistas a nivel global en el año 1950. De hecho, la evolución ha sido vertiginosa, pues en el año 2000 se alcanzaron

los 678 millones de turistas, ascendiendo a 950 millones en 2010. Además, según las estimaciones de la OMT se espera que para 2030 se superen los 1.800 millones de turistas. Precisamente, ha sido este importante crecimiento de la actividad turística lo que ha llevado a calificar al turismo como “uno de los fenómenos económicos y sociales más destacables del siglo XX” (Sousa Santos, 2002, p. 28). En el siguiente gráfico se puede observar dicha evolución.

Gráfico 1. Llegadas de turistas internacionales (1950-2030)



(P): Proyecciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

Según el gráfico 1, desde 1950 el crecimiento del turismo internacional ha sido muy importante, registrando aumentos considerables. Aunque si bien es cierto que ha ido ralentizando su ritmo, en términos relativos, en cifras absolutas el turismo no ha dejado de crecer a niveles cada vez mayores. En diciembre de 2012 se dio por primera vez

el hito histórico de superar los 1.000 millones de turistas internacionales en un solo año⁵.

El Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT), publicado por la Secretaría de Estado de Turismo (2012), pone de manifiesto que la situación socioeconómica derivada de la crisis que azota al Planeta plantea escenarios

⁵ Tal y como publica la OMT en su nota de prensa de fecha 13-12-2012, fue precisamente ese día cuando una turista británica de visita en Madrid –la Sra. Dale Sheppard-Floyd– se convirtió en el rostro simbólico de la turista milmillonésima que viajó en 2012. Con ese motivo, la OMT lanzó una campaña titulada “Mil

millones de turistas, mil millones de oportunidades”, en la que se insta a los turistas a impulsar cambios importantes cuando viajan al extranjero y se recuerda la positiva repercusión que hasta el más pequeño gesto puede tener si se multiplica por mil millones.

difícilmente imaginables, afectando a todos los sectores de actividad y, por consiguiente, al turismo. A su vez, esta situación coincide en el tiempo con un cambio de ciclo de onda larga,

el primero del que se tiene constancia que incide en el sector turístico. Las etapas por las que ha pasado el sector turístico y que componen esta onda se reflejan en el gráfico 2.

Gráfico 2. Crecimiento medio anual de las llegadas de turistas internacionales (1950-2030)

| PRIMAVERA | VERANO | OTOÑO | INVIERNO |
|---|--|---|--|
| Crecimiento | Prosperidad | Recesión | Depresión |
| 1950-1969 | 1970-1987 | 1988-2009 | 2010-... |
| <ul style="list-style-type: none"> • Primeros touroperadores. • Aviación civil principal medio de transporte. • Nacen compañías chárter. | <ul style="list-style-type: none"> • Expansión de los principales mercados emisores mundiales. • Altas rentabilidades para un sector que acompaña al boom de bienestar socioeconómico. | <ul style="list-style-type: none"> • Desregulación de sectores anexos. • Internet. • Competencia basada en precios. • Nuevos destinos competidores. • Concentración empresarial. • Problemas de turismo de masas. | <ul style="list-style-type: none"> • Bajas tasas de inflación. • Potencial de mercado agotado: caída de precios. • Declive de antiguas tecnologías. • Desempleo. |

Fuente: Secretaría de Estado de Turismo (2012: 21).

En cuanto a las proyecciones, la OMT (2011: 30) establece tres posibles escenarios, teniendo en cuenta la recuperación económica posterior a la crisis así como la evolución de los costes derivados del transporte:

- Escenario 1 (pesimista): Recuperación más lenta de lo esperado de la crisis de 2008-2009 en el corto plazo, y un menor crecimiento del PIB mundial en el medio plazo.
- Escenario 2 (conservador): Los costes del transporte aumentan a un ritmo más rápido que los estimados en la proyección central.
- Escenario 3 (optimista): Los costes del transporte continúan su descenso,

a una tasa similar a la registrada en los últimos veinte años.

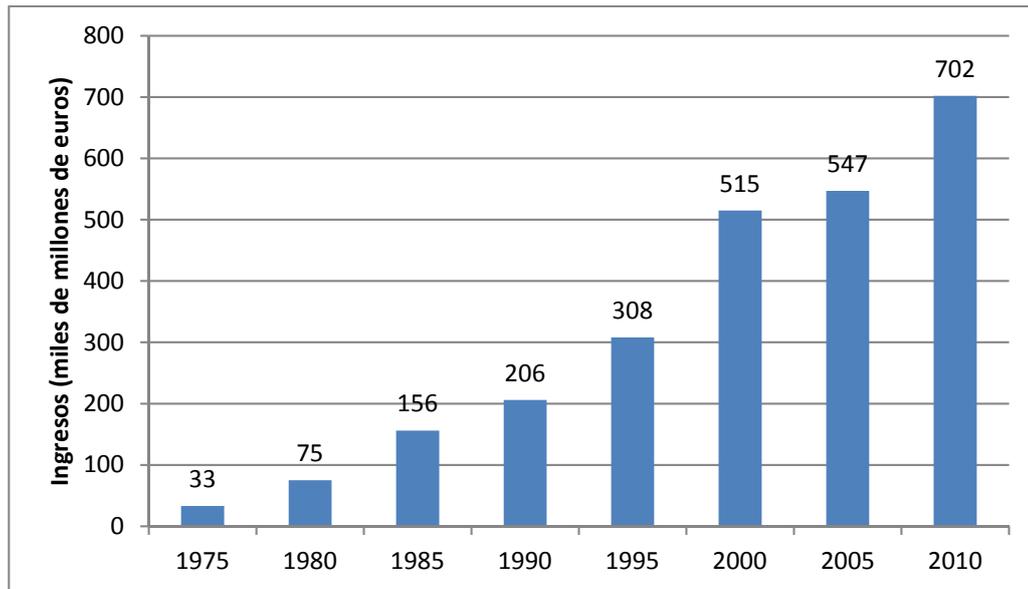
En base a estas opciones, se establece un escenario central, donde se espera que las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo crezcan a una tasa media anual del 3,3% y se alcancen los 1.800 millones en 2030.

Como es obvio, todos estos movimientos de turistas generan importantes recursos en los países de destino, ya que suponen una ingente entrada de divisas a los mismos. Por lo tanto, se considera oportuno analizar los ingresos generados por dichos flujos turísticos, con el fin de conocer su impacto en las diferentes economías. Para ello, en el gráfico 3 se estudia la evolución de los ingresos por turismo internacional⁶.

⁶ Dado que únicamente se dispone de datos a partir de 1975, se ha optado por reflejarlos por lustros en lugar de por décadas. Además, los datos económicos tales como ingresos por lo general no se puede dividir y son difíciles

de predecir debido a las fluctuaciones del tipo de cambio y la inflación.

Gráfico 3. Ingresos por turismo internacional (1975-2010)



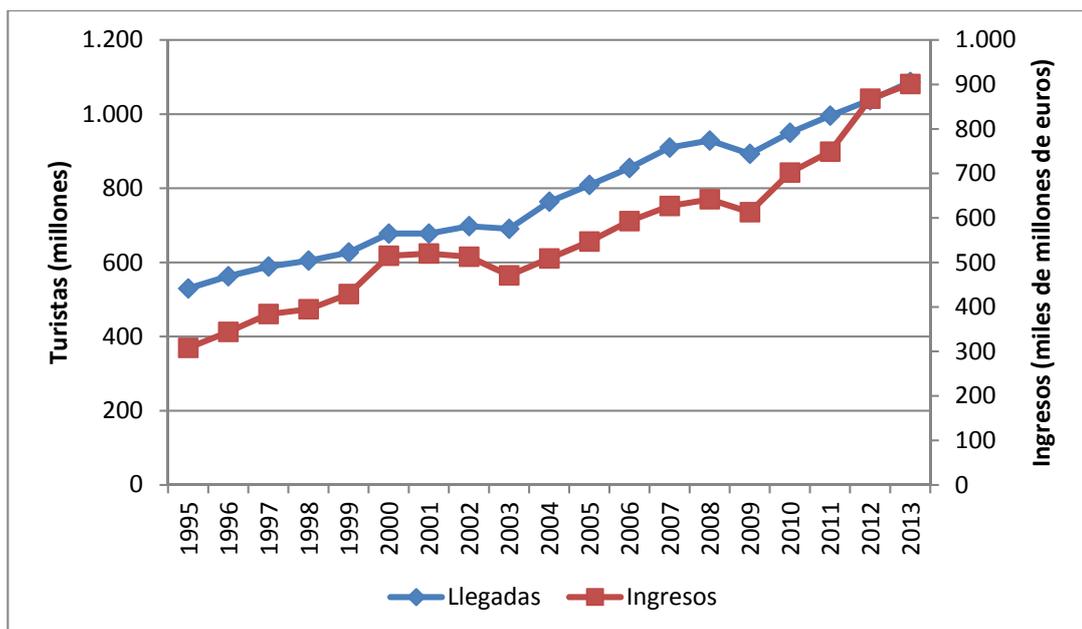
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

En cuanto a los ingresos por turismo internacional, se observa que, al igual que sucede con las llegadas, la senda es creciente, si bien los crecimientos más fuertes se dan hasta el año 2000, donde prácticamente se estancan, para pasar a recuperarse a partir de 2005.

Para hacernos una mejor idea de ambos

conceptos, así como comprobar su evolución conjunta, en el gráfico 4 se unifican las llegadas de turistas internacionales con los ingresos, a partir de 1995. Además, en la tabla 1, se ofrecen los crecimientos anuales de ambas magnitudes junto con el del PIB mundial en términos reales, y su representación se muestra en el gráfico 5.

Gráfico 4. Llegadas e ingresos por turismo internacional (1995-2013)



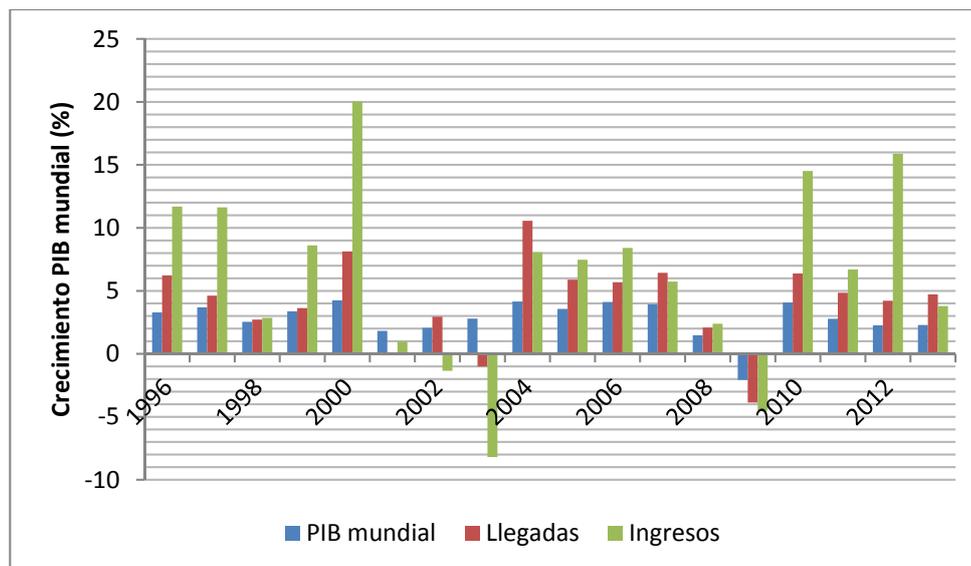
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

Tabla 1. Crecimiento anual del PIB real mundial, llegadas e ingresos por turismo internacional (1995-2013)

| Año | PIB mundial a | Llegadas: | Ingresos: |
|------|---------------|-----------|-----------|
| 1995 | – | – | – |
| 1996 | 3,3 | 6,2 | 11,7 |
| 1997 | 3,7 | 4,6 | 11,6 |
| 1998 | 2,5 | 2,7 | 2,9 |
| 1999 | 3,4 | 3,6 | 8,6 |
| 2000 | 4,3 | 8,1 | 20,0 |
| 2001 | 1,8 | 0,0 | 1,0 |
| 2002 | 2,1 | 2,9 | -1,3 |
| 2003 | 2,8 | -1,0 | -8,2 |
| 2004 | 4,1 | 10,6 | 8,1 |
| 2005 | 3,6 | 5,9 | 7,5 |
| 2006 | 4,1 | 5,7 | 8,4 |
| 2007 | 3,9 | 6,4 | 5,7 |
| 2008 | 1,5 | 2,1 | 2,4 |
| 2009 | -2,1 | -3,9 | -4,5 |
| 2010 | 4,1 | 6,4 | 14,5 |
| 2011 | 2,8 | 4,8 | 6,7 |
| 2012 | 2,3 | 4,2 | 15,9 |
| 2013 | 2,3 | 4,7 | 3,8 |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT y del Banco Mundial.

Gráfico 5. Crecimiento anual del PIB mundial, llegadas e ingresos por turismo internacional (1995-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT y del Banco Mundial.

Como se puede observar en los gráficos 4, 5 y en la tabla 1, tanto las llegadas como los ingresos por turismo internacional presentan una tendencia claramente creciente, si bien la mayoría de los años los ingresos aumentan por encima de lo que lo hacen las llegadas. Sin embargo, hay años donde la tendencia alcista se ve interrumpida:

– Año 2001-2002: En 2001 se aprecia un estancamiento en las llegadas de turistas internacionales, lo que repercutió en un ínfimo crecimiento en los ingresos en dicho año y en una caída significativa en 2002. Se considera que el acontecimiento más llamativo que pudo contribuir de forma sustancial al parón en el crecimiento del turismo internacional fueron los atentados del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York. Esto provocó un gran temor a viajar y una elevación importante de los precios del transporte aéreo –como consecuencia del aumento de las medidas de seguridad y del coste de los seguros–, lo cual agravó las dificultades financieras que venía arrastrando la aviación comercial desde principios de año⁷. A los efectos adversos de este trágico acontecimiento, se unieron la ralentización de las principales economías mundiales, el agravamiento del conflicto de Oriente Medio y los atentados de Bali del 12 de octubre de 2002⁸.

– Año 2003: Tras los acontecimientos que repercutieron negativamente en el turismo internacional en los años anteriores, 2003 se aventuraba como un año con un fuerte crecimiento en los movimientos turísticos. Si bien los primeros meses del año corroboraban estas tesis optimistas –a pesar de la situación económica, que aunque mostraba síntomas de recuperación, lo hacía a un ritmo bastante ralentizado–, sin embargo pronto las

expectativas se vieron truncadas por dos acontecimientos de gran relevancia: la guerra de Irak (entre los meses de marzo y mayo) y el síndrome respiratorio agudo y severo (iniciado en Hong Kong en el mes de marzo). Obviamente, la región mundial más afectada fue el continente asiático, y fundamentalmente la subregión de Asia Oriental, por sufrir cancelaciones en masa de viajes, además de verse obligados a suspender o aplazar ferias internacionales, torneos deportivos y reuniones políticas. Esto provocó que parte de la demanda turística se desviara hacia otras zonas –como por ejemplo, el Caribe– y primordialmente, hacia el turismo interno. Estos hechos explican el espectacular crecimiento del sector en 2004, con un aumento del 10,6% y del 8,1% en las llegadas e ingresos por turismo internacional, respectivamente.

– Año 2009: La crisis económica internacional empezó a notarse a partir de la segunda mitad del año 2008, repercutiendo de forma notable en el sector turístico, iniciándose a partir de agosto de este año un crecimiento negativo en las llegadas de turistas internacionales, que se extiende durante 15 meses –hasta octubre de 2009–. A pesar de ello, el año 2008 cierra con un crecimiento moderado tanto en llegadas como en ingresos, debido esencialmente al buen comportamiento registrado en los primeros meses del año. Sin embargo, es en el año 2009 cuando se deja sentir toda la fuerza de la recesión económica mundial, y eso provoca que tanto las llegadas de turistas internacionales como los ingresos se reduzcan en un 3,9% y un 4,5%, respectivamente. Sin embargo, en 2010 la recuperación es notable, sobre todo en los ingresos. Este hecho es bastante significativo,

⁷ Realmente lo que sucedió en los meses posteriores a los atentados de septiembre de 2001 no fue que se renunciara a los viajes, sino que éstos se reestructuraran, dando prioridad a los destinos más cercanos, conocidos y accesibles, con medios de transporte percibidos como seguros, quizás por ser individualmente controlables. El tráfico aéreo internacional de pasajeros se vio especialmente afectado, y su disminución tuvo repercusiones considerables para el sector hotelero y las redes de distribución.

⁸ No obstante, de lo acontecido en estos años se puede extraer la conclusión de que la situación económica

mundial es una amenaza más grave para las llegadas turísticas internacionales que el miedo al terrorismo. Así, el entonces secretario de la OMT, Francesco Frangialli, indicaba que “los turistas tienen cada vez más experiencia, aunque la cantidad de información sobre amenazas bélicas, las imágenes de los lugares después de los atentados y las dudosas sugerencias oficiales no han sido nunca tan abrumadoras” (comunicado de prensa de la OMT del 27 de enero de 2003).

ya que demuestra que el sector turístico ofrece una rápida recuperación ante acontecimientos que le afectan de forma negativa.

Además, si comparamos los crecimientos en llegadas e ingresos de turistas internacionales con el crecimiento del PIB mundial, se observa que cuando el PIB mundial crece por encima del 3% las llegadas internacionales y los ingresos derivados de las mismas crecen a un ritmo muy superior, sobre todo estos últimos. No obstante, ante crecimientos del PIB mundial inferiores al 3%, los aumentos de las llegadas e ingresos suelen ser bastante moderados –e incluso negativos–, con la excepción de los años 2011 y 2012.

2. UN ANÁLISIS POR REGIONES MUNDIALES

En sus análisis y publicaciones, la OMT divide al mundo en regiones, y estas a su vez en subregiones. Las cinco regiones mundiales que considera la OMT son las siguientes:

– Europa: Incluye las subregiones de Europa del Norte, Europa Occidental, Europa Central/Oriental y Europa Meridional/Mediterránea.

– Asia y el Pacífico: Comprende las subregiones de Asia del Nordeste, Asia del Sudeste, Oceanía y Asia Meridional.

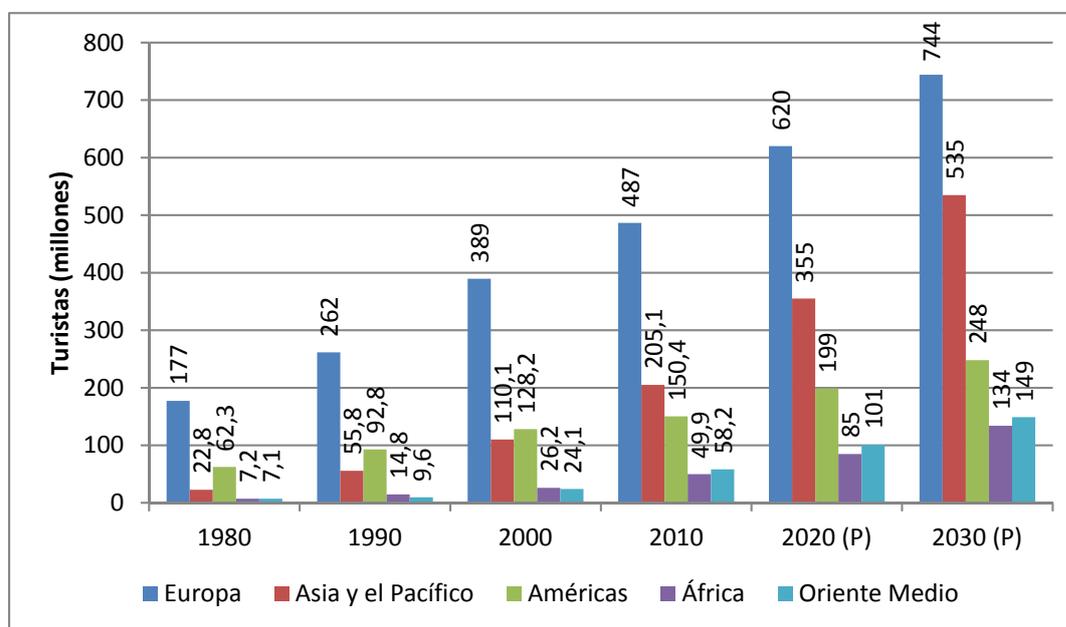
– Américas: Con las subregiones de América del Norte, el Caribe, América Central y América del Sur.

– África: Donde se distinguen las subregiones de África del Norte y África Subsahariana.

– Oriente Medio.

El comportamiento de las distintas regiones mundiales ha sido muy diferente con el paso de los años. En el gráfico 6 se puede observar la evolución de las llegadas de turistas en las distintas regiones, mientras que en la tabla 2 calculamos los crecimientos medios anuales.

Gráfico 6. Llegadas de turistas internacionales por regiones mundiales (1980-2030)



(P): Proyecciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

Tabla 2. Crecimiento medio anual de las llegadas de turistas internacionales por regiones mundiales (en porcentaje) (1980-2030)

| Periodo | Europa | Asia y el Pacífico | Américas | África | Oriente Medio |
|---------------|--------|--------------------|----------|--------|---------------|
| 1980-1990 | 4,0 | 9,4 | 4,1 | 7,5 | 3,1 |
| 1990-2000 | 4,1 | 7,0 | 3,3 | 5,9 | 9,6 |
| 2000-2010 | 2,3 | 6,4 | 1,6 | 6,7 | 9,2 |
| 2010-2020 (P) | 2,5 | 5,6 | 2,8 | 5,5 | 5,7 |
| 2020-2030 (P) | 1,8 | 4,2 | 2,2 | 4,7 | 4,0 |

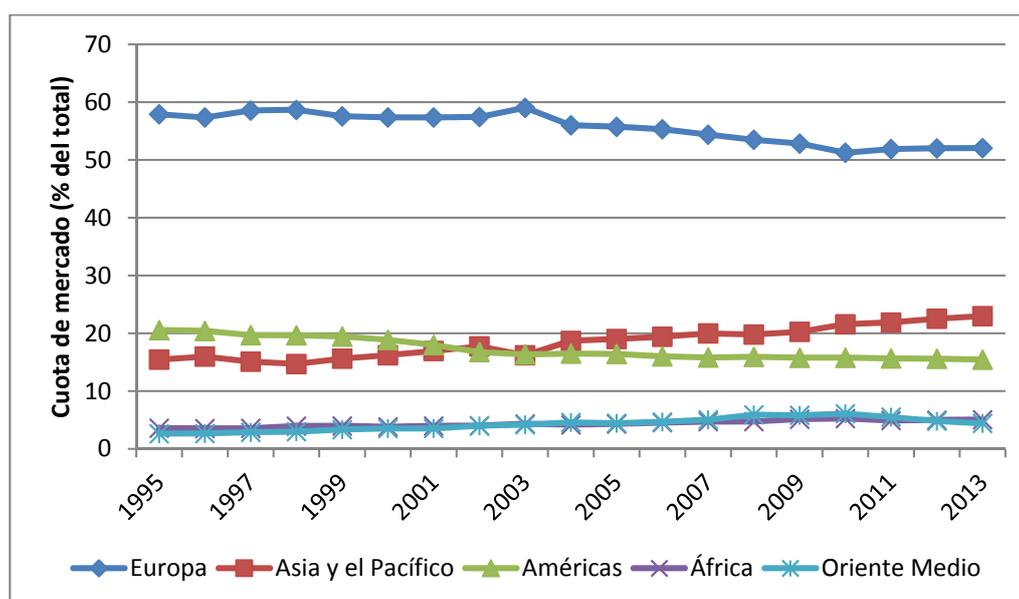
(P): Proyecciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

Es de destacar que todas las regiones mundiales han tenido notables incrementos de turistas, si bien el ritmo de crecimiento ha sido muy diferente, debido sobre todo a los cambios en las tendencias de los turistas. Así, Europa se erige como la región receptora de turistas internacionales por excelencia –con un aumento superior a los demás en términos absolutos–, si bien su importancia relativa se ha visto mermada con el paso de los años, fundamentalmente debido al espectacular crecimiento de regiones como Asia y el Pacífico. No obstante, aunque la mayoría de las

regiones ven frenados sus niveles de crecimiento relativos, son Europa y las Américas las que muestran un ritmo menor, en beneficio de las demás. Las previsiones para las próximas décadas corroboran esta tendencia, ya que para el año 2030 pronostican un crecimiento relativo en torno al 2% para Europa y las Américas, en contraposición a los crecimientos superiores al 4% de África, Asia y el Pacífico y Oriente Medio. Dicha evolución se aprecia en el gráfico 7 donde se recogen datos anuales desde 1995 en cuota de mercado de cada una de las regiones.

Gráfico 7. Cuota de mercado de llegadas de turistas internacionales por regiones mundiales (1995-2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

El gráfico 7 pone de manifiesto que la tendencia de todas las regiones es creciente en cuanto al número de turistas internacionales que reciben, acorde con lo comentado con anterioridad. Europa es la región receptora líder con diferencia –uno de cada dos turistas internacionales tienen como destino esta región–, si bien se observa una pérdida relativa de su peso en el turismo internacional. Las Américas, por su parte, han perdido la segunda posición a favor de Asia y el Pacífico, siendo esta última la región que ha demostrado un mayor potencial de crecimiento. Por último, África y Oriente Medio obtienen prácticamente idénticos resultados.

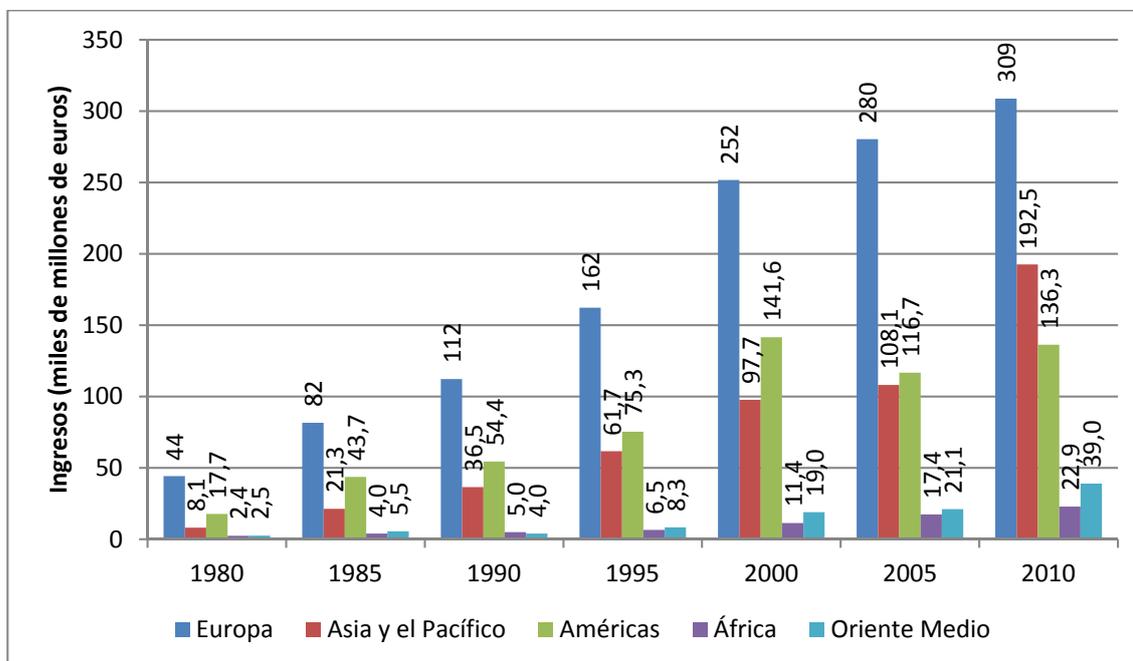
Estos cambios observados son consecuencia de variaciones en las tendencias turísticas entre regiones a lo largo del tiempo. Así, por ejemplo, el descenso en las corrientes turísticas que llegan a Europa en beneficio de destinos más alejados y exóticos –Asia y el Pacífico– ha venido motivado, en gran medida, por el abaratamiento de los distintos medios de

transporte, especialmente el aéreo.

Analizando los datos actuales con las previsiones para el año 2030 se comprueba cómo la tendencia a la baja de Europa y las Américas continúa (con un descenso en su cuota de mercado de un 11% y 1,8%, respectivamente), beneficiándose de ellas el resto de las regiones, Asia y Pacífico, Oriente Medio y África (con aumentos del 6,6%, 3,8% y 2,3%, respectivamente). Se estima que en 2030 Europa seguirá siendo la región más visitada, aunque su posición dominante puede verse amenazada por el ascenso de Asia y el Pacífico.

A continuación, se realiza un estudio de los ingresos internacionales por regiones mundiales. Para ello, en el gráfico 8 se realiza un análisis de los ingresos anuales por regiones y quinquenios entre 1980 y 2010, en miles de millones de euros. En la tabla 3 se estudian las variaciones porcentuales medias anuales, por regiones y quinquenios, de los ingresos por turismo internacional.

Gráfico 8. Ingresos por turismo internacional por regiones mundiales (1980-2010)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

Tabla 3. Crecimiento medio anual de los ingresos por turismo internacional por regiones mundiales (en porcentaje) (1980-2010)

| Periodo | Europa | Asia y el Pacífico | Américas | África | Oriente Medio |
|-----------|--------|--------------------|----------|--------|---------------|
| 1980-1985 | 13,0 | 21,3 | 19,8 | 10,8 | 17,1 |
| 1985-1990 | 6,6 | 11,4 | 4,5 | 4,6 | -6,2 |
| 1990-1995 | 7,6 | 11,1 | 6,7 | 5,4 | 15,7 |
| 1995-2000 | 9,2 | 9,6 | 13,5 | 11,9 | 18,0 |
| 2000-2005 | 2,2 | 2,0 | -3,8 | 8,8 | 2,1 |
| 2005-2010 | 1,9 | 12,2 | 3,2 | 5,6 | 13,1 |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

En términos de ingresos por turismo internacional, es Europa la región que muestra mayores valores, con una tendencia creciente, si bien se aprecia un descenso en los porcentajes de aumento en los últimos años. Asia y el Pacífico es la región que ocupa el segundo lugar, mostrando crecimientos espectaculares en prácticamente todos los períodos estudiados. Las Américas parece ser la región más perjudicada, ya que obtiene unos niveles de ingresos medios en 2010 inferiores a los registrados en el año 2000, con aumentos bastante modestos en los últimos años, e incluso negativos; esto ha provocado que haya perdido su privilegiado segundo puesto a favor de Asia y el Pacífico. Por último, Oriente Medio y África, a pesar de sus buenas tasas de crecimiento, tienen muy poca importancia en el total de ingresos por turismo internacional.

3. UN ANÁLISIS POR PAÍSES

Continuando con el estudio del turismo a nivel mundial, y tratando de acotar aún más el análisis, descendemos un escalón para centrarnos en los países y su importancia en el turismo a nivel mundial, en función de distintas magnitudes.

En términos de turismo receptor es importante señalar que, para que un país sea relevante en el turismo internacional, debe contar con atractivos turísticos que provoquen

que los visitantes acudan a él, lo que se conoce con el nombre de recursos turísticos. En este sentido, se entiende por recurso turístico todo aquello que tiene un núcleo turístico – patrimonio cultural, histórico-monumental, artístico y cultural– que tiene capacidad de atracción turística, ya sea por sí mismo o en combinación con otros. Por lo tanto, un recurso turístico se caracteriza por su capacidad para generar desplazamientos turísticos.

Considerando la definición de la OMT de 1978, recogida por Lloret y Garrós Martínez (2007, p. 290), se entiende por recursos turísticos “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y la satisfacción de las necesidades de la demanda”. Esta definición es bastante economicista, pero se sigue considerando muy adecuada, ya que engloba muchos de los aspectos que deben considerarse para comprender el concepto de recurso turístico.

Los recursos turísticos admiten distintas clasificaciones, si bien la que consideramos más interesante es aquella que los distingue según su funcionalidad⁹. En este sentido, se catalogan en:

– Recursos turísticos básicos: Son aquellos que motivan que los turistas viajen masivamente a una determinada zona y

⁹ Otras clasificaciones de los recursos turísticos a considerar pueden ser, por ejemplo, según su origen

(natural o artificial) o según su disponibilidad (libres o económicos).

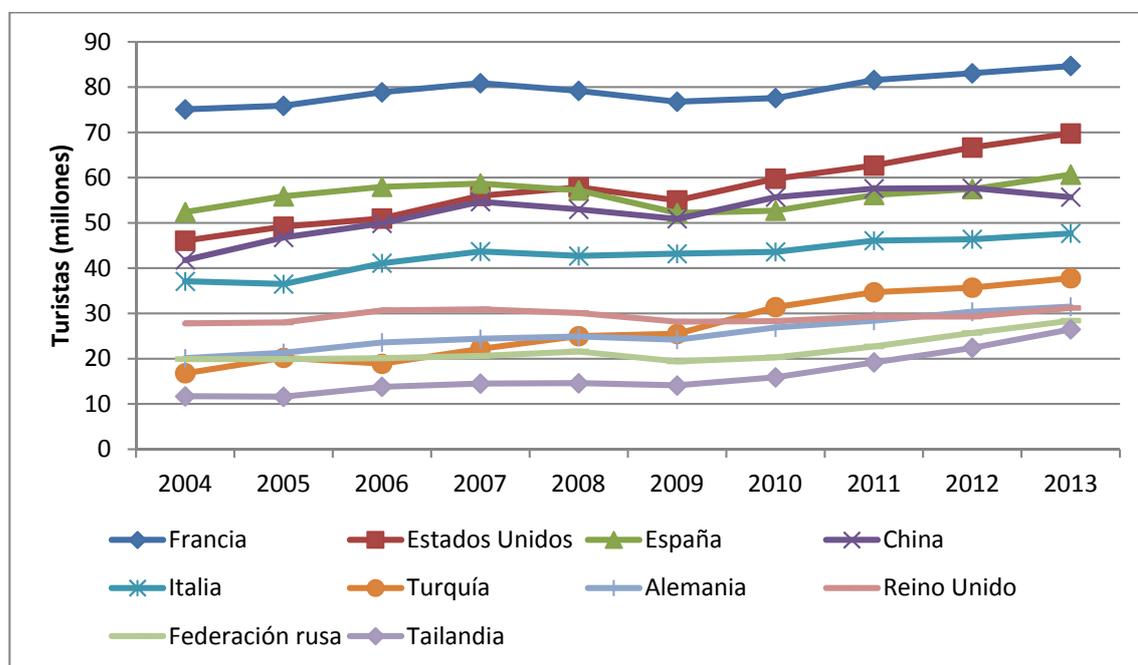
permanezcan en ella un periodo de tiempo más o menos largo. Por lo tanto, debido a que los turistas van a acudir y alojarse en ese lugar, justifican por sí solos la creación de una infraestructura turística a su alrededor. Un claro ejemplo son los que se configuran a partir de las playas y el clima, que forman parte primordial del turismo de “sol y playa”, tal y como expone López Olivares (2003).

– Recursos turísticos complementarios: Son aquellos que por sí mismos no tienen fuerza o entidad suficiente para atraer flujos

turísticos a una zona, pero que colaboran ofreciendo al turista un mayor abanico de actividades. Por lo tanto, el turista que viaja atraído por un recurso turístico básico va a disponer de una serie de actividades complementarias que le pueden dar un mayor valor añadido a su viaje.

En el gráfico 9 se muestra la evolución de los diez países más atractivos para el turista internacional desde el año 2004¹⁰, tanto en volumen de llegadas como en porcentajes de crecimiento.

Gráfico 9. Llegadas de turistas internacionales por países (2004-2013)



Nota: Todos los datos registran las llegadas de turistas internacionales a las fronteras (excluidos los visitantes del día), salvo Alemania (llegadas de turistas internacionales a establecimientos turísticos colectivos).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

Como se puede comprobar en el gráfico, de los diez principales países turísticos a nivel mundial, Francia es, con diferencia, el país líder en llegadas de turistas internacionales. En ningún caso ve amenazada su posición de privilegio por los tres países que le siguen: Estados Unidos, España y China, que van alternando posiciones. Italia se encuentra en una cómoda quinta posición, seguida por un

grupo encabezado por Turquía, donde también se encuentran Alemania, el Reino Unido, la Federación Rusa y Tailandia.

En cuanto a la evolución de los países, en términos globales Francia crece a un ritmo inferior a sus “perseguidores”, mientras que Estados Unidos parece haber recuperado niveles altos de crecimiento, incluso superiores

¹⁰ En este caso partimos del año 2004 dado que los datos disponibles para el periodo 2001-2003 de la Federación Rusa no son coherentes con el resto de la serie.

a los registrados antes de la crisis. Por su parte, Turquía es el país que ofrece mayores niveles de aumento, lo que le permite ocupar lugares de privilegio. Según Henderson (2007) el efecto negativo de la crisis económica en la zona receptora de turismo afecta tanto más cuanto más dependiente sea dicha zona del turismo.

Atendiendo a los ingresos por turismo internacional por países, a continuación se realiza un análisis de los índices de crecimiento (tabla 4).

Tabla 4. Crecimiento anual de los ingresos por turismo internacional por países (en porcentaje) (2000-2013)

| Año | Estados Unidos | España | Francia | Macao (China) | China | Italia | Tailandia | Alemania | Reino Unido | Hong Kong (China) |
|------|----------------|--------|---------|---------------|-------|--------|-----------|----------|-------------|-------------------|
| 2000 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| 2001 | -12,3 | 4,4 | -2,6 | 15,6 | 9,9 | -6,2 | -5,6 | -0,5 | -16,4 | 5,1 |
| 2002 | -7,2 | 2,7 | 9,0 | 18,9 | 14,6 | 4,3 | 17,9 | 3,3 | 25,8 | -9,6 |
| 2003 | -3,6 | 17,2 | 11,9 | 15,9 | -14,7 | 16,0 | -1,3 | 21,6 | 10,7 | -5,3 |
| 2004 | 15,9 | 14,1 | 11,5 | 47,1 | 47,7 | 14,4 | 28,2 | 19,9 | 24,2 | 26,8 |
| 2005 | 9,8 | 6,2 | 7,8 | 6,7 | 14,0 | -0,8 | -4,0 | 5,4 | 8,9 | 14,4 |
| 2006 | 4,8 | 6,5 | 5,2 | 22,5 | 15,7 | 7,6 | 39,6 | 12,3 | 12,7 | 12,6 |
| 2007 | 13,1 | 12,7 | 17,3 | 33,7 | 9,7 | 12,1 | 24,6 | 9,8 | 11,6 | 19,0 |
| 2008 | 13,9 | 6,9 | 4,2 | 25,2 | 9,7 | 7,0 | 9,0 | 10,8 | -6,7 | 10,9 |
| 2009 | -14,7 | -13,6 | -12,5 | 10,4 | -2,7 | -12,0 | -12,1 | -13,3 | -16,4 | 7,2 |
| 2010 | 9,9 | -1,3 | -5,3 | 53,6 | 15,4 | -3,5 | 25,6 | 0,3 | 7,6 | 35,4 |
| 2011 | 11,7 | 14,1 | 16,2 | 38,5 | 5,9 | 10,8 | 35,3 | 12,1 | 8,3 | 24,8 |
| 2012 | 9,2 | -2,8 | -1,5 | 14,0 | 3,1 | -4,2 | 24,3 | -2,1 | 4,3 | 19,5 |
| 2013 | 10,6 | 7,6 | 5,6 | 18,0 | 3,4 | 6,6 | 24,6 | 8,1 | 12,0 | 17,5 |

Nota: Elaborados en función de las llegadas de turistas internacionales a las fronteras (excluidos los visitantes del día), salvo:

- Alemania: Llegadas de turistas internacionales a establecimientos turísticos colectivos.
- Reino Unido (hasta 2004) y Hong Kong (hasta 2002): Llegadas de visitantes internacionales a las fronteras (incluidos los turistas y visitantes del día).

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

Como se puede comprobar en la tabla 4, el aumento de los ingresos anuales por turismo internacional difiere bastante en función del país considerado. Sin embargo, es posible afirmar que entre los años 2004 y 2008 el crecimiento es bastante importante en todos los países estudiados y, tras el peor año del turismo debido a la recesión internacional, son Estados Unidos, Hong Kong y Macao los que crecen con mayor fuerza.

Obviamente, un estudio comparativo entre las posiciones que ocupan los países en función de las llegadas e ingresos internacionales puede servir para hacernos una idea inicial del tipo de turismo que recibe ese país. No obstante, para mejorar la información se ha optado por calcular el ingreso medio que percibe el país por cada turista internacional que recibe. Para realizar el análisis se han utilizado los países más visitados en 2013, como se refleja en la tabla 5¹¹.

¹¹ Hay que tener en cuenta que este análisis no tiene en cuenta la estancia media que el turista realiza en el país

de destino o el nivel de precios de cada país en comparación con los demás.

Tabla 5. Ingreso medio (en dólares USA) por turista internacional recibido por el país de destino (2004-2013)

| Año | Francia | Estados Unidos | España | China | Italia | Turquía | Alemania | Reino Unido | Federación Rusa | Tailandia |
|------|---------|----------------|---------|-------|---------|---------|----------|-------------|-----------------|-----------|
| 2004 | 543,8 | 1.617,1 | 863,5 | 615,8 | 961,1 | 945,7 | 1.376,5 | 1.015,1 | 262,6 | 857,6 |
| 2005 | 579,9 | 1.662,6 | 858,1 | 626,0 | 969,8 | 898,6 | 1.369,6 | 1.095,5 | 295,0 | 825,5 |
| 2006 | 587,4 | 1.680,8 | 881,4 | 680,3 | 927,7 | 891,7 | 1.389,9 | 1.126,9 | 379,5 | 971,1 |
| 2007 | 670,9 | 1.730,3 | 982,0 | 680,7 | 976,0 | 832,7 | 1.477,0 | 1.249,3 | 458,6 | 1.149,6 |
| 2008 | 714,3 | 1.907,1 | 1.077,4 | 770,6 | 1.070,9 | 878,0 | 1.602,9 | 1.196,9 | 546,1 | 1.244,7 |
| 2009 | 644,9 | 1.712,6 | 1.018,7 | 779,5 | 931,7 | 833,3 | 1.431,8 | 1.069,1 | 482,8 | 1.138,7 |
| 2010 | 605,8 | 1.730,2 | 996,7 | 822,5 | 889,6 | 719,3 | 1.289,2 | 1.144,9 | 435,0 | 1.264,4 |
| 2011 | 671,0 | 1.842,9 | 1.068,2 | 841,4 | 932,8 | 722,0 | 1.369,0 | 1.196,9 | 499,0 | 1.415,8 |
| 2012 | 644,4 | 1.892,3 | 978,5 | 867,0 | 887,6 | 709,9 | 1.254,5 | 1.236,5 | 418,6 | 1.510,1 |
| 2013 | 662,3 | 1.999,6 | 995,6 | 927,5 | 920,6 | 740,7 | 1.308,3 | 1.301,2 | 422,1 | 1.587,9 |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la OMT.

El país que lidera los ingresos por turista recibido es Estados Unidos y, a una gran distancia aparecen Tailandia, Alemania y el Reino Unido. En particular, Estados Unidos ingresó en 2013 una media de 2.000 dólares por cada turista internacional que recibió, mientras que Alemania y el Reino Unido apenas pasaron de los 1.300 dólares. Por debajo de los 1.000 dólares de ingreso por turista aparecen España, China, Italia, Turquía, Francia, y la Federación rusa, siendo esta última el país que menos ingresa por turista, con tan solo 422 dólares por turista internacional en 2013 –poco más de la quinta parte de lo que ingresa Estados Unidos–. Es de destacar el caso de Francia, que siendo el país con diferencia que más turistas recibe en el mundo, se observa como el gasto medio por turista es muy reducido, ascendiendo éste únicamente a la tercera parte del registrado en Estados Unidos. Además, tan solo Estados Unidos, China, Reino Unido y Tailandia obtienen en el año 2013 cifras de ingresos por turista superiores a las registradas en 2008, lo que refleja el efecto de la crisis sobre cada país en particular.

4. TENDENCIAS ACTUALES DEL TURISMO

El turismo, por sus peculiares características, es un fenómeno variable tanto

en número como en intensidad. Esta movilidad viene fundamentalmente motivada por la demanda, que se ve afectada por multitud de factores internos a la misma, como pueden ser: el tiempo libre, la renta disponible, la clase social, la edad del turista; así como por otros factores externos, entre los que podemos citar: las guerras, el terrorismo, la incertidumbre política, la inseguridad ciudadana, el tipo de cambio, la inflación y, por supuesto, el clima.

Sin embargo, la oferta turística está caracterizada por su rigidez, ya que adaptarse a esos cambios de la demanda puede llevar un tiempo, sobre todo en lo que respecta a la construcción o ampliación de infraestructuras. Por tanto, resulta fundamental para la oferta el predecir el comportamiento de la demanda para así poder anticiparse a los posibles cambios de la misma.

La OCDE (2010) muestra el desarrollo del turismo de los últimos años como parte de la globalización económica, basado primordialmente en los tres siguientes factores:

- a) El dinamismo de la economía mundial, que ha visto emerger nuevos poderes económicos, unido al hecho de que los países industrializados han seguido mostrando un crecimiento apreciable, lo que ha llevado a un aumento de los ingresos.

b) El desarrollo de nuevos medios de transporte, así como su abaratamiento.

c) El uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el turismo y su impacto en la creación de cadenas de valor.

Asimismo apunta que la imagen del turismo se ha transformado en al menos tres aspectos:

1. Por el lado de la oferta, la competencia entre los destinos se ha agudizado.

2. Por el lado de la demanda, han aparecido nuevos clientes internacionales.

3. Por el lado de la demanda, la gente realiza más viajes pero por períodos más cortos.

Esto hace que se puedan identificar distintos aspectos que caracterizan al turismo en la actualidad y que, presumiblemente, seguirán marcándolo en el futuro. Estos rasgos característicos los resume la Secretaría de Estado de Turismo (2012) de la siguiente forma:

a) Cambio demográfico en las sociedades europeas, con la entrada de la generación del *baby boom*¹² en la edad de jubilación, tendencia que presumiblemente se agravará en el futuro.

b) Disminución de la demanda en Europa Occidental, derivada esencialmente de una caída de la actividad y, por consiguiente, de la renta de buena parte de los turistas.

c) Un exceso de oferta en el mercado que intensificará la competencia entre las empresas, reduciendo su rentabilidad, lo que provocará la desaparición paulatina de las menos eficientes.

d) El turista ocupa un lugar cada vez más importante, lo que requiere aplicar innovaciones cada vez más centradas en su

figura, resumidas en nuevas formas de gestión y de comunicación y, primordialmente, buscando satisfacer sus necesidades para proporcionarle un mayor grado de satisfacción.

Como consecuencia, toda zona receptora de turistas debe tener en cuenta todas estas variables y adaptarse a ellas, bajo el riesgo que supone perder una cuota de mercado que tan difícil resulta posteriormente recuperar. Además, otro gran reto que se plantea consiste en identificar el rumbo que sigue la demanda turística. En este sentido, consideramos que es posible detectar una serie de cambios en las tendencias de los flujos turísticos de los últimos años, que nos van a permitir pronosticar su evolución futura. Se considera que las tendencias que se pueden presentar como más relevantes son las siguientes (algunas de ellas apuntadas por el ex Secretario General de la OMT, Francesco Frangialli, 1998, 5):

a) El descenso de las corrientes turísticas que llegan a Europa en beneficio de destinos más alejados y exóticos (fundamentalmente Asia y Pacífico), impulsado por el abaratamiento de los diferentes medios de transporte así como por la facilitación y agilización del proceso de viaje. Debido a ello se prevé que China se convertirá en el país líder en cuanto a llegadas turísticas en el año 2020.

b) Las vacaciones tienden a fraccionarse en períodos más cortos, lo que provoca una mayor frecuencia de los viajes y una menor duración de los mismos.

c) El turista tiende a ser más exigente, buscando una mejor relación calidad/precio, lo que provoca un incremento de la calidad de los servicios turísticos.

d) Desarrollo de mercado y productos específicos (especialmente temáticos) orientados hacia una o varias de

¹² Con este término nos referimos al notable incremento experimentado por la natalidad que tuvo lugar en algunos países del mundo como consecuencia de la finalización de la Segunda Guerra Mundial. En este

sentido, solo en Estados Unidos, en el periodo comprendido entre 1946 y 1964 nacieron 76 millones de niños.

las tres E: Espectáculo, emoción y educación.

e) La polarización de los gustos de los turistas, entre la búsqueda de la comodidad y el deseo de aventura. En este sentido, se observa un cambio en las motivaciones, tratando de sustituir el tradicional destino de sol y playa por otras alternativas, donde el turista intervenga más en el viaje, desviando el turismo hacia otras opciones más activas, como aventura, deportes y, especialmente, la ecología y la naturaleza (ECOTURISMO)¹³. Esta pérdida de atractivo del modelo tradicional de sol y playa está teniendo lugar de forma lenta aunque inexorable, por lo que aquellos países especializados en este tipo de turismo deberían protegerse de esta amenaza tratando de diversificar los servicios que se ofrecen al turista, con lo que además se podría conseguir un beneficio adicional, como es diferenciarse de sus competidores.

f) Una mayor preocupación por el medio ambiente, con una concienciación del turista acerca de la conservación del entorno. Surge por tanto un conflicto entre un consumidor cada vez más concienciado desde el punto de vista medioambiental frente al impulso de consumir viajes.

g) La importancia de la tecnología electrónica, la cual será determinante a la hora de influir en la selección y distribución de un destino. De hecho, se pueden hacer reservas o adquirir servicios *on line*, sin salir de casa.

5. CONCLUSIONES

La contribución del turismo a las economías del mundo ha ido adquiriendo un papel importante en las últimas décadas, convirtiéndose en la principal fuente de ingresos en el caso de algunos países en desarrollo. Además, ha sido clave para el progreso socioeconómico a través de la creación de empleo, la generación de ingresos

de explotación y la ejecución de infraestructuras.

Según los datos representados en el estudio, a pesar de las fuertes conmociones que ocasionalmente sufre el sector, el turismo ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido. Las recesiones han sido puntuales y localizadas, permitiendo al sector una rápida recuperación.

Por otra parte, tanto las llegadas de los turistas internacionales como los ingresos son crecientes a lo largo de las décadas estudiadas, aunque hay que mencionar que el crecimiento de los ingresos ha sido superior en la mayoría de los años y ha sufrido varios declives provocados por acontecimientos de suma importancia como pasó con los atentados de 11-S o la crisis económica.

Al realizar un análisis por regiones mundiales, cabe destacar que, aunque todas las regiones han tenido notables incrementos de turistas, el ritmo de crecimiento ha sido muy diferente. Europa se sitúa en la cabecera de las regiones que reciben el mayor número de turistas internacionales, aunque en los últimos años su posición se ha visto mermada por el espectacular crecimiento de otras regiones, como Asia y el Pacífico. El aumento de las llegadas de turistas internacionales en esas regiones ha sido consecuencia de abaratamiento de los distintos medios de transporte, fundamentalmente el aéreo. Así, cada vez más, las corrientes turísticas se dirigen a los destinos lejanos y exóticos.

Por consiguiente, el análisis de los países más importantes para el turismo internacional, muestra que Francia es, con diferencia, el líder en llegadas de turistas internacionales, seguida de Estados Unidos, España y China. Sin embargo, Estados Unidos ocupa la primera posición en términos de ingresos por turismo internacional e ingresos medios por turista.

Finalmente, se pone de manifiesto la necesidad del estudio de las tendencias del sector turístico para poder adaptar la oferta turística, sobre todo porque sus cambios pueden llevar un tiempo, en lo que respecta

¹³ Frangialli (1998) hace referencia al nacimiento del turismo al espacio exterior cercano.

construcción o ampliación de infraestructuras. Además, la identificación de varios aspectos que caracterizan el turismo de actualidad es una tarea primordial de todas las zonas receptoras de turistas para poder adaptar su oferta al gusto del consumidor en todo momento.

6. BIBLIOGRAFIA

- Frangialli, F. (1998). Mirando la bola de cristal. *Revista valenciana d'estudis autonòmics*, 25, 7-12.
- Henderson, J. C. (2007). *Tourism crises: causes, consequences and management*. Oxford: Butterworth–Heineman.
- Lloret, J. S. y Garrós Martínez, M. C. (2007). *Perspectivas sobre Derecho Ambiental y de la sustentabilidad*. Salta: Editorial Eucasa.
- López Olivares, D. (2003). La evaluación de los recursos territoriales turísticos de carácter básico: el caso de las playas del norte de la Comunidad Valenciana. *Investigaciones geográficas*, (32), 111-135.
- OCDE (2010). *OECD Tourism trends and policies 2010*. París: OECD Publishing.
- Organización Mundial del Turismo (2011). *Tourism towards 2030 / Global overview*. Madrid: OMT.
- Secretaría de Estado de Turismo (2012). *Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015*. Madrid: Secretaría de Estado de Turismo, Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- Sousa Santos, R. S. (2002). *Análisis de la creación de valor en las agencias de viaje en España*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.