

EL SECTOR TURÍSTICO EN 2007¹

El turismo era en 2007 un fenómeno social con fuertes repercusiones económicas que se había generalizado en el curso de las últimas décadas. A mediados del siglo veinte, el número de viajes internacionales anuales era de unos veinticinco millones aproximadamente. Apenas cincuenta años más tarde, a mediados de la primera década del siglo XXI, la cifra se había multiplicado por más de treinta veces hasta superar los 800 millones de viajeros anuales.

El ritmo de crecimiento del sector, parecía haberse acelerado en el curso de los últimos años como consecuencia del incremento y del abaratamiento en la oferta de medios de transporte, en 2007, el número de viajeros habría alcanzado ya según la Organización Mundial del Turismo la cifra de los 900 millones. A finales del 2007, se consideraba que el turismo era una actividad ejercida por el 12% de la población mundial.

El avión era el medio de transporte más habitual para viajar con casi un 50% de cuota, lo que había permitido incrementar la competitividad de los mercados más alejados de los países desarrollados, y además se había visto favorecido por el auge experimentado en los últimos años por las compañías aéreas de “low-cost”², que habían impulsado fuertemente el mercado.

En las últimas décadas el desarrollo del turismo, había sido especialmente fuerte en Asia y en el Pacífico, con tasas de crecimiento promedio superiores al 10%, mientras que había sido algo más bajo en mercados más maduros como el continente americano (5%) o en Europa (6%). En 2007 las llegadas de turistas internacionales en el mundo, aumentaron un 6 %, con lo que se llegó una nueva marca: cerca de 900 millones de llegadas (dos años antes se había alcanzado el máximo histórico de 800

¹ Nota Técnica de la División de Investigación del Instituto Internacional San Telmo, España. Preparada por el profesor Miguel Angel Llano Irusta, del Instituto Internacional San Telmo. Copyright © Julio 2014, Instituto Internacional San Telmo. España.

No está permitida la reproducción sin la autorización expresa y escrita del Instituto Internacional San Telmo.

² Una aerolínea de bajo costo, o aerolínea low-cost, es una aerolínea que generalmente ofrece bajas tarifas a cambio de eliminar muchos de los servicios tradicionales a los pasajeros. El concepto surgió en los Estados Unidos antes de extenderse por Europa a principios de los 90 y de ahí al resto del mundo. Originalmente el término era empleado dentro de la industria de la aviación para referirse a compañías con costos de operación bajos o menores que los de la competencia. A través de los medios de comunicación de masas su significado varió y ahora define a cualquier aerolínea en la que se requiere poco dinero y la que da servicios limitados.

millones). Ello suponía cerca de 52 millones de llegadas más que en 2006, una cifra muy superior al volumen total del mercado turístico de Oriente Medio o África. El turismo mundial gozó en 2007 del cuarto año consecutivo de crecimiento por encima de la media prevista a largo plazo (4,1 %) con un índice de crecimiento superior a los registrados en 2005 y 2006 (5,5 %).

Con cifras referidas a 2006, el conjunto del sector del turismo y del transporte a nivel mundial suponía un total de 234 millones de empleos con un peso sobre el total de empleos del 8,2%, peso que se elevaba hasta el 10.3% del Producto Interior Bruto mundial. El WTTC (World Travel & Tourism Council) estimó que sólo en el ejercicio 2006 este sector contribuyó con 2,5 millones de nuevos empleos en todo el mundo. En el ámbito geográfico de la Unión Europea, con datos que excluían el sector del transporte, las actividades relacionadas con el turismo representaron aproximadamente el 5% del Producto Interior Bruto de la zona, con unos 2,2 millones de empresas y unos 7,7 millones de empleos asociados al sector.

Los Mercados Turísticos.

Medido por países, y con datos referidos al ejercicio 2007, los principales mercados mundiales receptores de turismo eran Francia y España, que representaban conjuntamente el 16% del mercado turístico mundial con 75 y 58,5 millones de turistas respectivamente, seguidos por Estados Unidos, China, Italia, Reino Unido, México, Alemania, Turquía y Austria.

En los últimos años se había registrado un fuerte avance de China como destino turístico, y se esperaba que en poco espacio de tiempo superara a Estados Unidos y se situara sólo por detrás de los líderes mundiales, Francia y España.

En el continente americano, y al margen de Estados Unidos, México, era la segunda potencia de la región con unos 38 millones visitantes anuales, seguido de Brasil con más de 36 millones, la región del Caribe con unos 27 millones de visitantes y Colombia con 11 millones anuales.

Los mercados maduros seguían siendo los primeros destinos mundiales en número de visitantes, pero el crecimiento global del turismo en los últimos años estaba siendo especialmente impulsado por los mercados emergentes y por las economías en desarrollo, que ofrecían un nivel de precios menor y que poseían atractivos turísticos menos explotados que otros mercados con mayor tradición en el sector. De las 52 millones de visitas turísticas incrementales que se registraron en todo el mundo a lo largo del año 2007, Europa sólo representó unos 19 millones, Asia y el Pacífico contribuyeron con una cantidad similar -17 millones-, el continente americano creció en 6 millones de visitantes, Oriente Medio incrementó el número de visitantes en 5 millones y África, contribuyó al crecimiento con unos 3 millones de viajeros.

En términos de crecimiento porcentuales de cada mercado: Oriente Medio incrementó su demanda de turistas en un 13 % a pesar de sus problemas geopolíticos, Asia y el

Pacífico crecieron un 10 %, África un 8 %, América un 5 % y el crecimiento más bajo se dio en Europa con sólo un 4 %.

Desde la óptica de la demanda, Europa era el mercado principal, con más del 56% de la actividad turística desarrollada por ciudadanos de ese continente, seguido del área de Asia y el Pacífico con un 20% y el conjunto del continente americano con un 17%. En términos de países específicos, Estados Unidos era el mercado que más gasto generaba en turismo en 2007, con 870.000 millones de dólares, seguido de Japón con 287.000 y por Alemania con 205.000. España era el octavo mercado con mayor gasto dedicado a actividades de turismo con 112.000 millones de dólares.

En 2007 se esperaba que para la próxima década (2010-2020), el turismo mundial registrara los mayores índices de crecimiento de su historia, como consecuencia de la aportación a la demanda de mercados emergentes de elevados volúmenes de población como China o India y del desarrollo de los viajes de proximidad de estancias cortas. Se preveía que fuera cada vez mayor el peso dentro del mercado de clientes con edades más avanzadas, tanto en términos de mercado, gracias a su poder adquisitivo, como en su papel de motor del sector, ya que se estimaba que los mayores de sesenta años realizaban una media de 2,3 desplazamientos al año superando otros tramos de edad.

El previsto acceso al retiro de la población europea nacida en las décadas de desarrollismo europeo de los cincuenta y sesenta, se esperaba que fuera un elemento dinamizador dentro de ese segmento del mercado. Todo ello hacía que las expectativas de la industria fueran favorables ya que se esperaba que en 2020 se duplicara el flujo de visitantes del 2007.

Dentro de las razones fundamentales que provocaban el fenómeno del turismo, destacaba el turismo vacacional, que explicaba la mitad de los viajes realizados, seguido del turismo por razones de negocio o profesionales que generaba el 20% de los desplazamientos a nivel mundial, mientras que el resto (que era, el segmento más dinámico en los últimos años) se encontraba asociado a razones de tipo familiar, de salud o incluso por motivos de índole religiosa.

Del total de gasto anual en actividades turísticas, que se estimaba en unos 4.700 millones de dólares, 2.970 millones se correspondían con el gasto directo originado por el turismo personal y familiar (medios de transporte, alojamiento, manutención...), 750 millones provenían del turismo de negocios y casi 970 millones estaba asociado al gasto indirecto en bienes y servicios desarrollados por los viajeros en sus mercados de destino, ya que una de las características de este sector era su carácter de motor de desarrollo económico debido al efecto multiplicador del gasto turístico, hecho especialmente importante en las regiones menos desarrolladas.

En la cadena de valor de la industria turística mundial, los servicios de alojamiento representaban el mayor porcentaje en términos de ingresos con un 37%, seguido por los gastos de transporte aéreo (32%, con tendencia a la baja por el fuerte