

# EL TURISMO MUNDIAL

1. Características de las Corrientes turísticas
2. La Estacionalidad
3. El turismo mundial

## 1. CARACTERÍSTICAS DE LAS CORRIENTES TURÍSTICAS

Advertimos en el primer tema que los estudios acerca de las corrientes turísticas son en extremo detallados y que de ellas conocemos prácticamente todo. Para analizarlas se emplean elaborados sistemas estadísticos y aunque cada país confecciona los suyos, a escala mundial esta tarea recae en la OMT, como ya se indicó en otro lugar. Los métodos que se utilizan para ello son variados: desde la simple observación de los vehículos que entran o salen por la frontera, el relleno de fichas a la entrada y salida, los registros hoteleros, muestreos y encuestas.<sup>1</sup>

En este tema pretendemos hacer ver cuál es la distribución actual de las corrientes turísticas en el mundo y su importancia, así como, en la medida de lo posible, conocer cómo va a ser su evolución futura. También analizaremos a la OMT y otros organismos internacionales que se ocupan de este sector en el mundo.

Todas las corrientes turísticas presentan unas **características** comunes que podemos resumir en las siguientes:

1. La primera consideración a tener en cuenta, como luego podremos apreciar, es que el turismo es un fenómeno **fundamentalmente intrarregional**. Esto es, la gran mayoría de los desplazamientos turísticos que se producen en el mundo se realizan a la misma región de donde se procede. Así, la mayor parte de las llegadas a Europa proceden de la misma Europa e igual puede decirse del resto de las regiones OMT. Esta circunstancia se produce por razones de coste, rapidez y comodidad. No obstante, este factor está perdiendo importancia relativa en las últimas décadas y es de esperar que en las próximas siga la misma tendencia.

En efecto, al abaratarse los viajes internacionales (por ejemplo con tarifas aéreas cada vez más económicas), incrementarse su rapidez y aparecer destinos emergentes a precios muy reducidos, es posible desplazarse a destinos alejados a precios competitivos. De este modo, núcleos receptores muy alejados de Europa (Caribe, países del sudeste asiático) comienzan a competir con los países europeos en la atracción de turistas de este continente.

Aún así, siempre sucederá que los viajes turísticos tengan como destino preferente países próximos. Por ello, aquellos núcleos receptores (como es el caso español) que tienen la suerte de tener en sus alrededores grandes países

---

<sup>1</sup> Deben consultarse, por su calidad, las elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos español: [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es), especialmente Frontur y Familitur



emisores de turistas siempre tendrán una ventaja competitiva esencial frente a aquellos otros que se encuentren alejados de ellos.

Este principio es el que explica igualmente que, por regla general, el turismo interno sea mucho más numeroso que el internacional.

2. La segunda característica a tener presente es que la actividad turística se desarrolla en el mundo de forma muy **heterogénea**. Existen zonas del mundo, como el Mediterráneo, en donde el turismo se presenta de forma masiva. En otras, sin embargo es aún una actividad muy minoritaria o se desconoce en absoluto. Incluso dentro de los países es muy diferente el volumen de la recepción en una u otra zona. Así, por ejemplo, en España cinco de las diecisiete Comunidades Autónomas acaparan casi el 80% de todo el turismo receptivo.

3. En tercer lugar, una característica común a las corrientes turísticas es su **retractilidad**. Este fenómeno hace referencia a la tendencia de los flujos a retraerse o incluso desaparecer cuando se dan determinadas condiciones como guerras, inestabilidad política, terrorismo, fenómenos naturales, catástrofes ambientales o incluso condiciones económicas muy adversas. Por ello, cualquier previsión acerca de la evolución futura del turismo está condicionada a que este tipo de fenómenos no se produzcan o, de llegar a producirse, se comporten en la medida de lo esperado.

Un triste ejemplo de ello lo tenemos en las consecuencias de los atentados del 11 de Setiembre. Además de los inevitables efectos en el tráfico aéreo, los atentados han originado una evidente disminución del turismo emisor norteamericano<sup>2</sup>, lo que tiene también su origen en una desfavorable tasa de cambio entre el euro y el dólar.

4. La retracción de las corrientes turísticas suele ir acompañada de cierto **efecto sustitución**. Cuando los visitantes no pueden o no desean acceder a algún núcleo receptor en el que se dan cita alguno de los acontecimientos descritos, es frecuente que decidan sustituirlo por otro próximo que ofrece parecidos recursos. Así, la guerra en Yugoslavia y la inestabilidad del norte de África beneficiaron a España gracias a este efecto sustitución, pues las corrientes turísticas decidieron dirigirse a otro núcleo receptor de la zona, que además tiene la consideración de refugio seguro.<sup>3</sup>

5. En las corrientes turísticas tienen **gran influencia los grandes TTOO**. Ellos son los que fabrican al año millones de viajes y los ponen en el mercado. Por tanto, son quienes "deciden" qué destinos vender. Es obvio que siempre tendrán en consideración los gustos y preferencias de la demanda, pero en ocasiones sus decisiones pueden deberse a factores económicos, como guerras de precios con hoteleros, o a otros factores no relacionados

---

<sup>2</sup> En 2002, llegaron a España, según el IET, unos seiscientos mil estadounidenses menos.

<sup>3</sup> España tiene a ojos de los turistas extranjeros un valor muy notable: la seguridad. Desde el punto de vista del visitante se percibe España como un destino refugio al que siempre podrá acudir porque en él "nunca pasa nada". Este valor se ha visto confirmado incluso tras los atentados de Atocha de 2004.

directamente con la demanda. Es necesario no desdeñar su importancia como factor que puede dirigir las corrientes en uno u otro sentido.

6. Los flujos de turistas actuales tienen además una **gran experiencia viajera**, pues en muchos casos vienen realizando estos desplazamientos desde hace años. Ello les permite comparar servicios y destinos y decantarse por aquellos que ofrezcan mejor relación calidad/precio, protección del medio ambiente y la posibilidad de intervenir en el destino, es decir, de realizar turismo activo (excursiones, deportes, actividades, etc.). Otras características de las corrientes actuales son su mayor edad, sobre todo en occidente, la combinación del ocio y los negocios en sus motivaciones. Y, por último, la tendencia cada vez mayor al viaje fabricado a medida, relegando el producto estandar como el viaje combinado a la oferta.

7. La **estacionalidad** es una de las características más peculiares y perniciosas de los flujos. Por su importancia, le dedicaremos un apartado en exclusiva.

## 2. LA ESTACIONALIDAD

La estacionalidad es la tendencia de las corrientes turísticas a concentrarse en el tiempo y en el espacio. De este modo existen épocas del año en las que se origina una mayor concentración de turistas (temporada alta, alta estación o *peakseason*) y otra en la que el volumen de visitantes es mucho menor (baja estación, temporada baja u *off peakseason*).

También se suele hablar de una estacionalidad motivacional, que hace referencia a que la motivación que impulsa a los visitantes es la misma para todos los casos.

La primera advertencia que hemos de hacer es que la estacionalidad no se da por igual en todos los tipos de turismo, sino que en algunos es ciertamente muy acusada (como el turismo de sol y playa o el de nieve y en general cualquier actividad que esté relacionada con el clima), mientras que en otros apenas es perceptible. Igual ocurre con las zonas geográficas: por regla general cuanto más extrema sea la temperatura en el lugar, más acusada será la estacionalidad, esto es: las corrientes se concentrarán en periodos más pequeños de tiempo.

La estacionalidad es un grave problema para la industria turística y los núcleos receptores porque descompensa evidentemente la oferta y la demanda. Así, en la alta estación se producen efectos de saturación especialmente nocivos para la recepción turística, tales como la congestión en playas, la inflación, la insuficiencia de las carreteras, la escasa calidad en el servicio, la inseguridad ciudadana, la falta de suministros, el ruido y la contaminación. De hecho, una acusada concentración puede dar lugar a la decadencia del núcleo receptor y a una pérdida de competitividad.



Pero también en la baja estación se originan graves problemas. El más evidente es el desempleo que se origina por el cierre de las empresas (no sólo las turísticas) y también por el hecho de que muchos recursos (públicos o privados) quedan ociosos.

Esta característica de las corrientes origina problemas específicos a los núcleos receptores. Uno de ellos es el relativo a la financiación de sus infraestructuras y servicios públicos. Una localidad costera española, por ejemplo, tiene una población de hecho durante el verano muy superior a la de invierno y por tanto necesita de servicios adecuados para ese enorme incremento (policía, sanidad, carreteras, aparcamientos, tratamiento de residuos) y, sin embargo, los impuestos que se generan en época estival no van a parar en gran parte a los municipios, sino al Estado o a la Comunidad Autónoma, con lo que la mayor inyección de recursos que se originan en temporada alta apenas si tiene repercusión en las arcas del Ayuntamiento.<sup>4</sup> Para solventar este problema, muchas CCAA han creado la figura del "municipio turístico", cuya declaración le facilita el acceso a fondos presupuestarios y otras ventajas que compensen estas grandes variaciones en la población de hecho.

La estacionalidad se origina por varios factores:

- a) Por la tendencia natural del turista a tomarse las vacaciones cuando hace mejor tiempo (el verano).
- b) Por el hecho de que también los escolares tienen una época de vacaciones prefijadas.
- c) Por motivos culturales o sociales: costumbres, efecto demostración
- d) Por la circunstancia de poseer el turista una segunda residencia en la playa, lo que origina en cierto modo un mercado cautivo.
- e) Por el hecho de que aún es frecuente el cierre de algunas empresas durante la época estival, lo que conlleva que todos los trabajadores de ella tomen sus vacaciones en la misma época.

Conscientes de ello, la Administración pública o las empresas adoptan con frecuencia medidas correctoras con el fin de intentar reducir la estacionalidad. Así, por ejemplo, motivar a los trabajadores para que se tomen sus vacaciones en otras épocas, incentivar o promover ciertos destinos como playas en meses no estivales (mayo, octubre), promover tipos de turismo no condicionados directamente por el clima (cultural, negocios, religioso). De hecho, ya va siendo una costumbre cada vez más aceptada el fraccionamiento de las vacaciones en diferentes periodos, lo que tiene un beneficioso efecto para los núcleos receptores pues se diversifica la recepción turística. Aún más, el fraccionamiento vacacional origina una estancia media cada vez más pequeña pero tiene la beneficiosa consecuencia de promover una mayor frecuencia viajera; esto es: los viajes son cada vez más cortos pero más frecuentes.

En la práctica las medidas correctoras de la estacionalidad no han tenido un gran éxito, o por lo menos éste no ha sido duradero debido a que,

---

<sup>4</sup> LASARTE J. Y otros: *Financiación de los Municipios Turísticos*. Comares. Granada, 2003.

obviamente, han de tomarse principalmente en los núcleos emisores que no están concienciados de un problema que apenas les concierne.

Sin embargo existe otro tipo de estacionalidad que afecta no a la demanda sino a la oferta (a los recursos). Todos comprenderemos fácilmente que de nada sirve promover el turismo de sol y playa en meses en los que hace frío o el turismo de nieve en verano. Por tanto, en estos lugares la única medida razonable para luchar contra este fenómeno es promover actividades turísticas que no estén relacionadas directamente con el clima (congresos, museos, negocios, espectáculos, etc.).

Por algún autor, como BUTLER<sup>5</sup> se ha precisado que la estacionalidad tiene dos efectos positivos: el primero hace referencia a que en la temporada baja es posible la regeneración del medio ambiente, la flora y la fauna. Y de otro lado que en tal estación puede el habitante de esas zonas volver a su vida normal. Tal afirmación no puede sostenerse, ya que tales supuestos "beneficios" no son tales, sino el resultado lógico de la marcha de los visitantes y el regreso de la localidad a su modo de vida usual.

Ya hemos advertido que la estacionalidad se presenta de forma muy diversa dependiendo de la latitud del núcleo receptor y también del tipo de turismo de que se trate.

Con referencia a la latitud y siempre en términos muy genéricos hay que hacer referencia a diversas zonas del mundo:

- a) En las áreas tropicales (Tailandia, El Caribe) no existe apenas variación de temperatura entre invierno y verano, así que la diferencia en recepción turística entre una y otra época es muy pequeña. De hecho en estas zonas la mayor afluencia de turistas llega en la temporada seca y la menor con la temporada de lluvias. Además, otro factor a tener en cuenta en estas regiones es que una buena parte de las corrientes turísticas que llegan proceden del hemisferio norte en el que, como queda dicho, la tendencia preferida para viajar son los meses de Junio a Setiembre.
- b) En zonas subtropicales (Florida, Canarias) suele existir una doble estación alta. La primera se produce en invierno, es más reducida en número, y está formada por personas de alto poder adquisitivo que puede permitirse viajar en épocas distintas al resto de la población ("veranear en invierno"). La segunda, más numerosa, es estival y formada por personas de clase media. Por tanto existen también dos temporadas bajas: otoño y primavera.

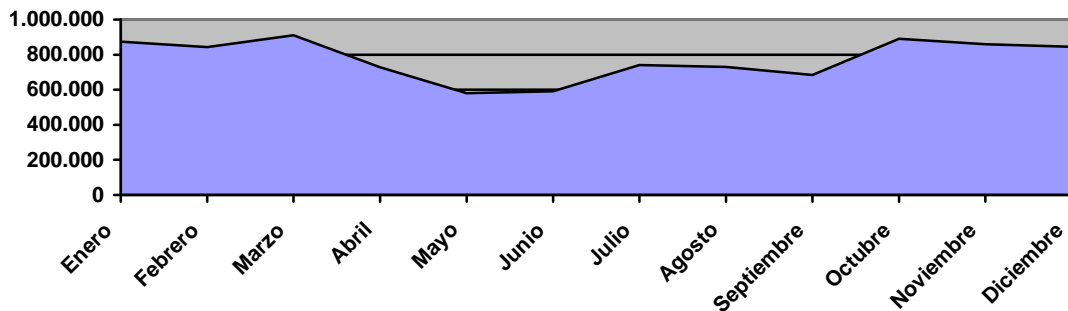
### **Extranjeros llegados a Canarias en 2005 por meses:**

|         |         |
|---------|---------|
| Enero   | 873.976 |
| Febrero | 842.954 |
| Marzo   | 911.080 |

<sup>5</sup> BUTLER R.: "*Seasonality in Tourism: issues and problems.*" Wiley.



|              |                  |
|--------------|------------------|
| Abril        | 728.187          |
| Mayo         | 580.342          |
| Junio        | 591.568          |
| Julio        | 740.254          |
| Agosto       | 730.626          |
| Septiembre   | 684.194          |
| Octubre      | 889.836          |
| Noviembre    | 858.984          |
| Diciembre    | 844.962          |
| <b>Total</b> | <b>9.276.963</b> |



Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC)

- c) En las estaciones de montaña la mayor concentración se produce obviamente cuando hay nieve (de Diciembre a Febrero en el hemisferio norte y de Junio a setiembre en el sur).
- d) Como ya queda dicho, cuanto más al norte esté el núcleo receptor (en el hemisferio norte) o más al sur en el hemisferio sur, más acusada será su estacionalidad. E igualmente las temperaturas extremas siempre constituyen un periodo de temporada baja.

Por lo que respecta a los diferentes tipos de turismo éstos se comportan también de forma desigual. Evidentemente el turismo de sol y playa siempre estará condicionado por el buen clima y se desplazará en verano; no obstante es aconsejable intentar prolongar en la medida de lo posible la estación alta. Determinadas zonas de España, como el Levante (Murcia, Almería, Alicante) presentan el mayor promedio de horas de insolación de toda la península, por lo que es perfectamente posible incrementar la recepción turística en meses como Mayo u Octubre.

Los demás tipos de turismo están también condicionados de uno u otro modo por el clima y por la circunstancia de tomar las vacaciones siempre en las mismas épocas. Así, el turismo de negocios tiene una estacionalidad invertida, pues en época estival suelen cerrar empresas y administraciones o, al menos, parte de sus servicios.

Otra circunstancia a tener muy en cuenta a la hora de hablar de estación alta es la concurrencia de acontecimientos especiales que hacen de la





localidad un núcleo muy concurrido en determinadas épocas. Así, las fiestas (Sanfermines, Feria de Abril, Fallas, Carnavales) o celebraciones puntuales (campeonatos, Olimpiadas., celebraciones, espectáculos).

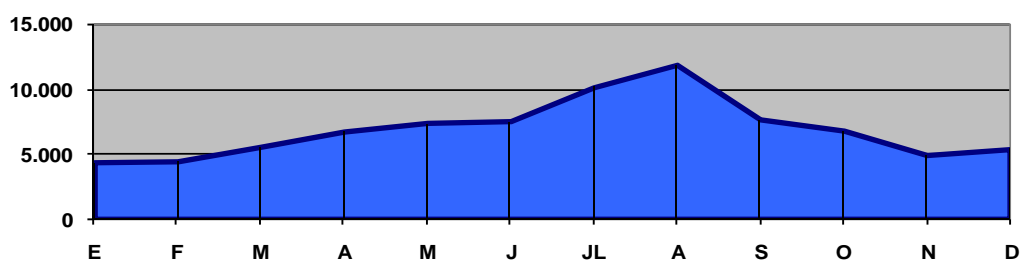
La estacionalidad provoca, como hemos dicho, efectos muy negativos para la industria del turismo. Uno de ellos es la inflación de precios: es un hecho muy frecuente que los precios de determinados servicios (alojamientos, hoteles, restaurantes, transportes, ocio, etc.) o incluso artículos de consumo corriente (alimentación, vestido) suban en temporada alta y desciendan al acabar ésta. Sin embargo, este descenso casi nunca llega al nivel de precios anterior, con lo que en la práctica los precios suben indefinidamente. La inflación hace perder competitividad pues los visitantes eligen aquellos destinos que ofrecen una relación calidad/precio razonable.

Otro efecto negativo de la estacionalidad turística que ya hemos apuntado más arriba es su incidencia sobre el empleo. No sólo provoca paro en la estación baja, sino que el empleo de la alta estación es evidentemente estacional y los puestos de trabajo que proporciona no permiten al trabajador una especialización en ese cometido, con lo que se pierde calidad en el servicio.

En España es notable una alta estación centrada en los meses de Julio, Agosto y Setiembre, con un pico pronunciado en Semana Santa.

Entrada de visitantes en España 2003 (miles)

| E    | F    | M    | A    | M    | J    | JL    | A     | S    | O    | N    | D    |
|------|------|------|------|------|------|-------|-------|------|------|------|------|
| 4.34 | 4.42 | 5.54 | 6.71 | 7.37 | 7.51 | 10.11 | 11.84 | 7.65 | 6.79 | 4.90 | 5.35 |
| 6    | 4    | 6    | 3    | 9    | 0    | 7     | 7     | 3    | 1    | 8    | 8    |



Fuente: IET-Frontur

### 3. LAS CORRIENTES TURÍSTICAS MUNDIALES

Para analizar las cifras de las corrientes turísticas mundiales debemos utilizar los datos de la OMT. Este organismo divide al mundo en seis zonas o áreas geográficas: Europa, Las Américas, Asia Oriental/Pacífico, Asia



Meridional y Oriente Medio, si bien en las estadísticas Asia Oriental y Meridional suelen aparecer unidas.

#### Tendencias clave en 2010:

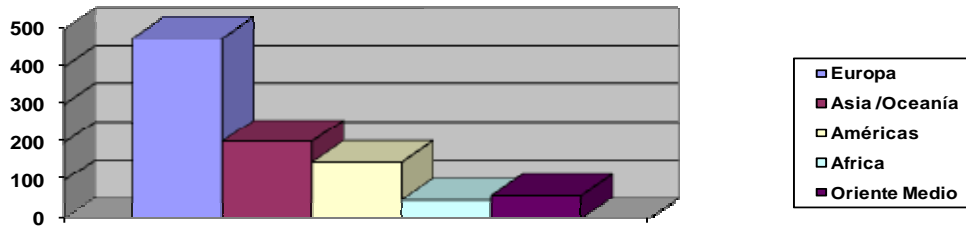
- El turismo internacional repuntó con fuerza en todo el mundo, aumentando las llegadas de turistas internacionales un 6,6% respecto de 2009, hasta los **940 millones**.
- El aumento compensó con creces el desplome producido por la crisis económica con 23 millones de llegadas más que en el anterior año record de 2008.
- Se estima que en 2010 los ingresos por turismo internacional han alcanzado **919.000 millones de dólares** de los Estados Unidos en todo el mundo (693.000 millones de euros), partiendo de los 851.000 millones de dólares (610.000 millones de euros) de 2009, lo que corresponde a un incremento en términos reales del 4,7%.
- Como consecuencia de las condiciones económicas, la recuperación fue particularmente pronunciada en las economías emergentes en las que las llegadas crecieron con mayor rapidez (+8%) que en las avanzadas (+5%).

La distribución de visitantes e ingresos por zonas fue la siguiente:

|                   | Turistas<br>millones | Cuota<br>Mercado% | Ingresos miles de<br>millones de € | Cuota<br>Mercado % |
|-------------------|----------------------|-------------------|------------------------------------|--------------------|
| Europa            | 476,5                | 50,7              | 306'4                              | 44,2               |
| Asia<br>/Pacífico | 203,8                | 21,7              | 187'6                              | 27,1               |
| Américas          | 149,8                | 15'9              | 137,4                              | 19,8               |
| África            | 49,4                 | 5,3               | 23,9                               | 3,4                |
| Oriente<br>Medio  | 60,3                 | 6,4               | 37,9                               | 5,5                |

Fuente: OMT





Europa, pues, con más de 476 millones de turistas al año, es la zona OMT que mayor volumen de turistas recibe, lo que supone más de la mitad de todos los viajes turísticos que se realizan al año en el mundo. Como ya hemos dicho, la mayor parte de ellos son turistas que proceden de la propia Europa, lo que es una consecuencia del carácter intrarregional de este sector.

En segundo lugar nos encontramos con las regiones Asia meridional y Asia Pacífico que en el gráfico aparecen unidas, con 203 millones de llegadas en total. Estas zonas presentan en los últimos años un crecimiento muy considerable en cuanto al volumen de llegadas. A ello ha contribuido el despegue económico de muchos de los países de la región: China, La India, Tailandia, Malasia, Viet Nam, Corea del Sur, etc., que han incorporado al mercado a muchos millones de nuevos consumidores capaces de viajar (sobre todo por la zona) y la creación de destinos turísticos nuevos, cada vez de mayor calidad.

Las Américas, que tradicionalmente han ocupado el segundo lugar, han quedado relegadas a la tercera posición con el 15,9% de los viajes, y tampoco mantienen el segundo lugar en cuanto a volumen de ingresos por turismo. En la zona, debemos destacar muy especialmente a Estados Unidos, segundopaís del mundo en volumen de visitantes y primero en volumen de ingresos.

África y Oriente medio, con 49 y 60 millones de llegadas respectivamente, presentan cifras muy modestas si bien con crecimientos superiores a la media.

La evolución que ha tenido cada región desde 1960 hasta hoy, nos muestra que Europa va perdiendo cuota de mercado de forma gradual, y algo similar ocurre con Las Américas. Sin embargo, resulta espectacular el crecimiento de Asia y el Pacífico:

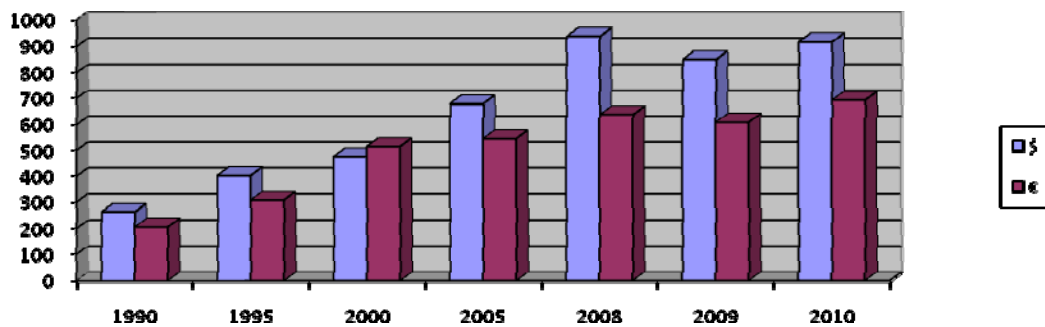
| Región | 1960 | 2005 | 2010 |
|--------|------|------|------|
|--------|------|------|------|



|                            |      |      |      |
|----------------------------|------|------|------|
| Oriente Medio              | 1,0  | 2,7  | 6,4  |
| África                     | 1,1  | 4,6  | 5,3  |
| Asia Oriental y Meridional | 1,3  | 21,3 | 21,7 |
| Las Américas               | 24,1 | 16,6 | 15,9 |
| Europa                     | 72,5 | 54,8 | 50,7 |

En cuanto a los ingresos, éstos han experimentado un crecimiento del 4'7% con respecto al año anterior:

|              | Ingresos (miles de millones) |      |      |      |      |      |      |
|--------------|------------------------------|------|------|------|------|------|------|
|              | 1990                         | 1995 | 2000 | 2005 | 2008 | 2009 | 2010 |
| <b>DÓLAR</b> | 262                          | 403  | 475  | 679  | 939  | 851  | 919  |
| <b>EURO</b>  | 206                          | 308  | 515  | 546  | 639  | 610  | 693  |



No obstante, el reparto de esta ingente cantidad de dinero (693.000 millones de €) ha sido obviamente muy desigual. Obsérvense las diferencias de ingresos por llegada según regiones y subregiones OMT

| Regiones OMT                   | Miles de millones € | Por llegada |
|--------------------------------|---------------------|-------------|
| <b>Europa</b>                  | <b>306,4</b>        | <b>640</b>  |
| Europa del Norte               | 44,6                | 760         |
| Europa Occidental              | 107,1               | 700         |
| Europa central/oriental        | 36,0                | 380         |
| Europa meridional/mediterráneo | 118,7               | 700         |
| <b>Asia y Pacífico</b>         | <b>187,6</b>        | <b>920</b>  |
| Asia del Nordeste              | 92,3                | 830         |
| Asia del Sudeste               | 51,3                | 740         |
| Oceanía                        | 29,7                | 2.570       |
| Asia Meridional                | 142,2               | 1.290       |
| <b>Américas</b>                | <b>137,4</b>        | <b>920</b>  |
| América del Norte              | 98,9                | 1.010       |
| El Caribe                      | 17,8                | 890         |
| América Central                | 5,1                 | 640         |



|                      |             |            |
|----------------------|-------------|------------|
| América del Sur      | 15,5        | 660        |
| <b>África</b>        | <b>23,9</b> | <b>480</b> |
| África del Norte     | 7,5         | 400        |
| África subsahariana  | 16,3        | 530        |
| <b>Oriente medio</b> | <b>37,9</b> | <b>630</b> |

Efectivamente, Europa que concentra el 50% de las llegadas, posee el 44% de los ingresos y Las Américas, con el 16 % de llegadas, tiene el 20% del total de ingresos. Estas cifras nos muestran que el rendimiento medio (la “calidad”) del visitante que llega a América, en especial a Estados Unidos, es por término medio superior que el que llega a la vieja Europa.

Cuando los destinos se clasifican según los dos indicadores clave del turismo –las llegadas de turistas internacionales y los ingresos por turismo internacional– es interesante constatar que ocho de los diez primeros destinos turísticos aparecen en ambas listas, aunque muestran diferencias destacadas en lo que respecta a las características de los turistas que atraen, así como a la duración media de sus estancias y gastos por viaje y noche. En 2010 solo se produjeron ligeros cambios en la clasificación de los diez primeros destinos tanto por llegadas internacionales como por ingresos. El cambio más significativo entre los diez primeros por llegadas internacionales fue el acceso de China a la tercera posición, desplazando a España, tras superar al Reino Unido y a Italia en los últimos años. En términos de ingresos, China (+15%) también subió de categoría hasta la cuarta posición, superando a Italia (+1%). Además, en la clasificación por ingresos, Hong Kong (China) se incorporó en el noveno lugar a los diez primeros desde la duodécima posición. Entre los restantes diez destinos principales, Francia (77 millones de turistas) sigue liderando la lista en términos de llegadas y se sitúa tercera por ingresos. Los Estados Unidos de América se sitúan los primeros en ingresos con 104.000 millones de dólares y terceros en llegadas. España mantiene su posición como segundo país con mayores ingresos del mundo, y el primero en Europa, y se sitúa cuarto por llegadas. Italia está en quinto lugar tanto en llegadas como en ingresos. El Reino Unido es sexto en términos de llegadas y séptimo en ingresos, mientras Alemania se encuentra en sexto lugar en llegadas y en séptimo lugar en ingresos. Turquía ocupa la séptima posición en llegadas y la décima en ingresos. Completando la clasificación de los diez primeros por llegadas se encuentran Malasia (noveno) y México (décimo) y por ingresos, Australia (octavo).

Por países, en 2010, el *ranking* de los diez más visitados fue el siguiente:



### Llegadas de turistas internacionales 2010 (millones)

|                   |      |
|-------------------|------|
| 1. Francia        | 76,8 |
| 2. Estados Unidos | 59,7 |
| 3. China          | 55,7 |
| 4. España         | 52,7 |
| 5. Italia         | 43,6 |
| 6. Reino Unido    | 28,1 |
| 7. Turquía        | 27,0 |
| 8. Alemania       | 26,9 |
| 9. Malasia        | 24,6 |
| 10. México        | 22,4 |

Y ahora, el *ranking* de los diez que más ingresan:

### Ingresos por turismo internacional (miles de millones de \$)

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 1. Estados Unidos    | 103,5 |
| 2. España            | 52,5  |
| 3. Francia           | 46,3  |
| 4. China             | 45,8  |
| 5. Italia            | 38,8  |
| 6. Alemania          | 34,7  |
| 7. Reino Unido       | 30,4  |
| 8. Australia         | 30,1  |
| 9. Hong Kong (China) | 23,0  |
| 10. Turquía          | 20,8  |

Se puede ver en este segundo listado el *ranking* de los 10 países que más ingresos reciben por turismo. España tiene la segunda posición, aunque se advierte como Estados Unidos mantiene el primer lugar y Francia pasa a ser cuarta por detrás de China. Nótese que Hong Kong pertenece a China, aunque por su status especial se la contabiliza por separado.

Hasta ahora nos hemos ocupado del turismo receptor; **en cuanto al emisor**, los datos facilitados por la OMT para 2010 han sido los que figuran a continuación.

La inmensa mayoría de los viajes internacionales tienen lugar en la propia región del viajero, originándose casi cuatro de cada cinco llegadas de todo el mundo en la misma región. Los mercados de turismo internacional siguen concentrándose en gran medida en los países industrializados de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico. Sin embargo, muchas economías emergentes, gracias a ingresos cada vez mayores, han logrado un rápido crecimiento en los últimos años, en particular en ciertos mercados de Asia del Nordeste y del Sudeste, Europa Central y Oriental, Oriente Medio, África del Sur y América del Sur. Europa sigue siendo en la actualidad el mayor



mercado de origen mundial, generando algo más de la mitad de las llegadas internacionales del mundo, seguida de Asia y el Pacífico (21%), las Américas (16%), Oriente Medio (4%) y África (3%).

| <b>Emisiones de turistas internacionales (millones)</b> |       |
|---|-------|
| <b>Europa</b>   | 496,1 |
| <b>Asia/Pacífico</b>                                    | 197,4 |
| <b>Américas</b>   | 154,4 |
| <b>Oriente Medio</b>                                    | 36,0  |
| <b>África</b>   | 27,5  |
| <b>No especificado</b>                                  | 28,5  |
| <b>Misma región</b>                                     | 721,3 |
| <b>Otras regiones</b>                                   | 190,1 |

En este último cuadro, se aprecia cómo Europa es también la región de la OMT que más turistas emite (496 millones), seguida de Asia y el Pacífico (197 millones) y Las Américas (154 millones).

Obsérvese además como los desplazamientos se realizaron principalmente a la propia región de la que se procedía: así, de los 940 millones de viajes, 721 se hicieron a países de la propia zona, y sólo 190 a países fuera de ella. La intrarregionalidad de los viajes va perdiendo paulatinamente importancia, ya que crecen más los realizados a otras regiones que a las de procedencia.

Por países, los más emisores (teniendo en cuenta su gasto en turismo) fueron los siguientes:

|              | <b>Gastos por t. internacional en millones de \$</b> |             | <b>Monedas locales (variación)</b> |              | <b>Cuota de mercado</b> | <b>Población 2010</b> | <b>Gasto per cápita</b> |
|--------------|--|-------------|------------------------------------|--------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------|
|              | <b>2009</b>  | <b>2010</b> | <b>09/08</b>                       | <b>10/09</b> | <b>2010</b>             | <b>millones</b>       | <b>\$ USA</b>           |
| <b>Mundo</b> | <b>851</b>   | <b>919</b>  |                                    |              | <b>100</b>              | <b>6,879</b>          | <b>134</b>              |
| 1 Alemania   | 81,2   | 77,7        | -5,9                               | 0,7          | 8,5                     | 82                    | 952                     |
| 2 EEUU       | 74,1   | 75,5        | -7,9                               | 1,9          | 8,2                     | 310                   | 244                     |
| 3 China      | 43,7   | 54,9        | 20,9                               | 25,6         | 6,0                     | 1,341                 | 41                      |
| 4 R.U.       | 50,1   | 48,6        | -13,6                              | -2,4         | 5,3                     | 62                    | 780                     |
| 5 Francia    | 38,5   | 39,4        | -1,9                               | 7,6          | 4,3                     | 63                    | 625                     |
| 6 Canadá     | 24,2   | 29,5        | -4,8                               | 10,0         | 3,2                     | 34                    | 866                     |
| 7 Japón      | 25,1   | 27,9        | -18,4                              | 4,0          | 3,0                     | 127                   | 219                     |
| 8 Italia     | 27,9   | 27,1        | -4,3                               | 2,0          | 2,9                     | 60                    | 449                     |
| 9 Rusia      | 20,9   | 26,5        | -12,1                              | 26,8         | 2,9                     | 140                   | 189                     |
| 10 Australia | 17,6   | 22,5        | 2,5                                | 9,0          | 2,5                     | 22                    | 1.014                   |



Alemania sigue siendo el principal exportador de turistas del mundo con un gasto anual de 81.200 millones de \$, pero repárese de nuevo en China, ya colocada en tercer lugar.

Todos estos datos son consecuencia, entre otras cosas, de la gran diversificación de los destinos turísticos. Desde 1950 hasta hoy, los viajeros han manifestado una fuerte tendencia a acudir a nuevos destinos, antes desconocidos o poco utilizados. En 1950, los quince primeros destinos del mundo concentraban el 97% de las llegadas internacionales, en especial en cinco países: Estados Unidos, Canadá, Italia, Francia y Suiza; entre los cinco recibían el 71% de los turistas del mundo.

Sin embargo, en 2005, los primeros quince países sólo representan ya el 57'4%. Esta evolución se refleja más claramente en el siguiente cuadro:

| Nº         | 1950          | %   | 1970           | %   | 1990           | Cuota | 1999           | %   | 2005           | %   | 2010    | %   |
|------------|---------------|-----|----------------|-----|----------------|-------|----------------|-----|----------------|-----|---------|-----|
| 1          | EEUU          | 71% | Italia         | 43% | Francia        | 38%   | Francia        | 36% | Francia        | 32% | Francia | 24% |
| 2          | Canadá        |     | Canadá         |     | EEUU           |       | EEUU           |     | España         |     | EEUU    |     |
| 3          | Italia        |     | Francia        |     | España         |       | España         |     | EEUU           |     | China   |     |
| 4          | Francia       |     | España         |     | Italia         |       | Italia         |     | China          |     | España  |     |
| 5          | Suiza         |     | EEUU           |     | Hungría        |       | China          |     | Italia         |     | Italia  |     |
| 6          | Irlanda       | 17% | Austria        | 22% | Austria        | 19%   | R.Unido        | 15% | R.Unido        | 14% |         |     |
| 7          | Austria       |     | Alemania       |     | China          |       | México         |     | México         |     |         |     |
| 8          | España        |     | Suiza          |     | México         |       | Canadá         |     | Alemania       |     |         |     |
| 9          | Alemania      |     | Yugoslav       |     | Alemania       |       | Polonia        |     | Turquía        |     |         |     |
| 10         | R.Unido       |     | R.Unido        |     | Canadá         |       | Austria        |     | Austria        |     |         |     |
| 11         | Noruega       | 9%  | Hungría        | 10% | Suiza          | 10%   | Alemania       | 11% | Rusia          | 11% | Rusia   |     |
| 12         | Argentina     |     | Checosl.       |     | R.Unido        |       | Rusia          |     | Canadá         |     |         |     |
| 13         | México        |     | Bélgica        |     | Grecia         |       | R.Checa        |     | Malasia        |     |         |     |
| 14         | P.Bajos       |     | Bulgaria       |     | Portugal       |       | Hungría        |     | H.Kong         |     |         |     |
| 15         | Dinamar.      |     | Rumanía        |     | Malasia        |       | Portugal       |     | Polonia        |     |         |     |
| <b>Tot</b> | 25,3 millones |     | 165,8 millones |     | 458,2 millones |       | 662,9 millones |     | 806,0 millones |     |         |     |

Fuente: OMT y elaboración propia

En cuanto al saldo de la balanza de pagos turística, esto es, la comparación entre los ingresos y los gastos como consecuencia del turismo, es interesante el estudio de la World Travel and Tourism Council (WTTC) sobre el particular. España aparece como el primer país en este apartado, con mucha ventaja sobre los demás. En 2004, los 5 primeros países con saldo más positivo y los 5 con el más negativo fueron:

|           |                       |              |                         |
|-----------|-----------------------|--------------|-------------------------|
| España    | 41.556 millones de \$ | EEUU         | - 47.569 millones de \$ |
| China     | 8.424                 | Gran Bretaña | - 44.514                |
| Emiratos  | 7.927                 | Japón        | - 13.372                |
| Arabia S. | 7.294                 | Rusia        | - 8.913                 |
| Tailandia | 5.280                 | Bélgica      | -5.571                  |