

# La expansión del turismo internacional

## SUMARIO

1. Los conceptos básicos para entender el turismo internacional
  - 1.1. El concepto de turismo y turista
  - 1.2. Tipos de turismo
2. La expansión internacional del turismo
  - 2.1. Pre turismo: Grecia y Roma
  - 2.2. Génesis del turismo moderno
  - 2.3. Desarrollo del turismo internacional
3. Globalización y Turismo
  - 3.1. El turismo internacional como vector de la globalización
  - 3.2. Distribución de los flujos turísticos internacionales

## OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Después de leer este capítulo, el alumno deberá ser capaz de:

1. Comprender por qué es necesario aproximarse al estudio del turismo desde una perspectiva de economía internacional.
2. Conocer las definiciones técnicas utilizadas por la Organización Mundial del Turismo y su importancia a efectos estadísticos.
3. Diferenciar entre turismo receptor, turismo emisor y turismo interno.
4. Identificar los acontecimientos históricos que se relacionan con la expansión del turismo internacional.
5. Determinar las relaciones entre globalización y turismo.
6. Tener una visión general sobre cómo se distribuyen las llegadas de turistas internacionales por las distintas regiones del mundo.

## PALABRAS CLAVE

Turismo, visitante, turista, excursionista, turismo emisor, turismo doméstico, turismo receptor, turismo interior, turismo nacional, turismo internacional, flujos turísticos internacionales, globalización, Grand Tour





# 1. LOS CONCEPTOS BÁSICOS PARA ENTENDER EL TURISMO INTERNACIONAL

---

La definición de conceptos turísticos es muy importante para comprender la dimensión del turismo internacional. Construir un marco conceptual que establezca terminologías comunes facilita la fiabilidad y comparabilidad de las estadísticas nacionales e internacionales.

El turismo engloba una gran variedad de sectores y su estudio puede ser abordado desde disciplinas académicas distintas. La ciencia económica argumenta la necesidad de delimitar y definir el fenómeno turístico para cuantificar su actividad económica.

Desde la óptica de la economía internacional, los ingresos generados por la llegada de turistas internacionales a un país se consideran como exportaciones. En consecuencia, el turismo internacional puede ayudar a mejorar la balanza de pagos de los países compensando un déficit comercial o sumando a un excedente del comercio de otros bienes y servicios (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020).

El turismo internacional es uno de los cinco principales sectores económicos del mundo y constituye una importante fuente de divisas para muchos países. De hecho, el turismo internacional es un componente de diversificación de las exportaciones tanto para las economías emergentes como para las avanzadas. Para muchos Países en Desarrollo (PED), incluida la mayoría de los Pequeños Estados Insulares en Desarrollo (PEID) (véase Capítulo 4), el turismo representa hasta el 90% de las exportaciones totales (OMT, 2019).

A lo largo de este epígrafe, se presentarán una serie de conceptos definidos por la Organización Mundial del Turismo (OMT, véase Capítulo 5) que resultan de utilidad para dimensionar el turismo internacional.

## 1.1. El concepto de turismo y turista

El carácter transversal de las actividades turísticas dificulta la construcción de una definición uniforme y global que haya sido aceptada de forma unánime por los diferentes actores del sector.

El concepto de turismo ha ido evolucionando a lo largo del tiempo. Las primeras definiciones datan de la década de los años 30 del s. XX y consideran al turismo como un conjunto de viajes con motivaciones de disfrute, comer-



ciales o profesionales con un nexo común: el traslado de personas desde su entorno habitual a un sitio donde no poseen lugar de residencia fija.

Posteriormente, la Escuela Berlinesa<sup>1</sup> estableció el objeto material del turismo ligándolo a una actividad de ocio. Posteriormente, en 1942, los investigadores suizos Walter Hunziker y Kurt Krapf, considerados los fundadores de la ciencia turística moderna, definen por primera vez al turismo como una ciencia social multidisciplinar: *«es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivadas por una actividad lucrativa»*.

Tras la finalización de la Segunda Guerra Mundial, el rápido y constante crecimiento de las actividades turísticas atrajo la atención de los investigadores construyendo una concepción más amplia, alejada de las primeras definiciones, donde se trata al turismo como un fenómeno social con un gran impacto en las actividades económicas. Actualmente, se puede considerar que turismo es el conjunto de hoteles, agencias de viajes, transporte, espectáculos, guías-intérpretes, etc., que reciben a las corrientes turísticas (Fernández Fúster, 2017).

En consecuencia, el turismo se compone de una gran variedad de subsectores muy heterogéneos que forman un conjunto de actividades que engloban diferentes productos y mercados como el negocio de los hoteles, la restauración, los transportes o cualquier otro componente que contribuya a satisfacer las necesidades y deseos de los turistas.

Este carácter multidisciplinar obliga a acotar el concepto de turismo en aras de adoptar términos que permitan calcular la contribución del sector a la economía. En esta línea, la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2008) formalizó la siguiente definición:

### **Cuadro 1.1.** Definición de turismo

«El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico» (OMT, 2008).

<sup>1</sup> En el período de entreguerras (1919-1938) economistas europeos entre los que desatacaban Glucksmann, Schwinck o Bormann centraron sus investigaciones en el «estudio científico del turismo» constituyendo lo que se conoce como Escuela Berlinesa.



La definición del Cuadro 1.1 es amplia y flexible, ya que integra las motivaciones de ocio y negocio en un mismo concepto. Además, localiza la actividad turística como aquella que se realiza fuera de un entorno habitual. El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su hogar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente (OMT, 2008).

Las actividades turísticas requieren de una interacción entre los turistas foráneos y los residentes. Los residentes pueden ser proveedores de servicios e infraestructuras, restauradores, hoteleros, autoridades públicas o en general comunidades locales, pero ¿hay un concepto que defina a los turistas?

En la década de los años 30 (s. XX) se contempló al turista como: «*la persona que viajaba a un país extranjero por un período superior a veinticuatro horas con una finalidad diferente a la de fijar su residencia o trabajar en él de forma regular*». En 1991, la OMT convoca la «*Conferencia internacional sobre estadísticas de viajes y turismo*», en la que se propone un concepto amplio denominado visitante que engloba a los turistas y los excursionistas. Los excursionistas no pernoctan en los lugares de destino mientras los turistas sí; ambos se consideran visitantes.

### Cuadro 1.2. Definición de visitante

**Visitante:** Un visitante es una persona que viaja a un destino distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como:

- **Turista o visitante** que **pernocta** si su viaje incluye una pernoctación o
- **Excursionista (o visitante del día)** en caso contrario.

Fuente: OMT (2008). Glosario de Términos de Turismo

Los visitantes pueden ser internos cuando viajan dentro del país en el que residen o internacionales cuando su estancia se produce en un país distinto al país donde residen habitualmente. En el siguiente epígrafe diferenciaremos entre los distintos tipos de turismo.

## 1.2. Tipos de turismo

La clasificación de los tipos de turismo depende de los criterios que se empleen como factores de diferenciación. Por ejemplo, si se utiliza el tiempo de la estancia se puede diferenciar entre turismo de corta duración –inferior a 4 noches– o de larga duración –de 4 a 365 días–. Si se utiliza la motivación del



cliente se distingue entre turismo recreativo, turismo cultural o turismo con motivaciones profesionales.

La clasificación más utilizada y que mayor interés tiene desde la perspectiva de la economía internacional es la que diferencia entre turismo emisor, turismo doméstico y turismo receptor.

- **Turismo emisor:** Abarca las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia fuera de las fronteras de dicho país. Si se considera a España como país de referencia es el turismo que realiza un residente español visitando otros países o en otras palabras el turismo que España emite hacia el exterior. Ejemplo: español visitando Islandia<sup>2</sup>.
- **Turismo doméstico:** Incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia dentro de las fronteras de dicho país. Es el turismo realizado por los residentes españoles dentro de su propio país. También se denomina turismo interno, aunque es más útil emplear el concepto de turismo doméstico o residencial para no confundirlo con el turismo interior. Ejemplo: andaluz realizando un viaje a Valencia.
- **Turismo receptor:** Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente dentro del país de referencia. Por ejemplo, es el turismo que realiza una persona no residente en España dentro del territorio español. En otras palabras el turismo que recibe España desde el exterior o simplificando el turismo realizado por los extranjeros que nos visitan. Ejemplo: islandés que visita España.

Estos tres tipos de turismo pueden combinarse para derivar en las siguientes clases de turismo: nacional, internacional e interior.

- **Turismo nacional:** Abarca las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia como parte de sus viajes turísticos domésticos o emisores. Es toda actividad turística realizada por un residente español, ya sea dentro de las fronteras de España o fuera de ellas. Engloba al turismo doméstico –andaluz que viaja a Valencia- y al turismo emisor –español que viaja a Islandia-.
- **Turismo internacional:** Las actividades realizadas por un visitante fuera de su país de residencia. Incluye todos los viajes internacionales, engloba al turismo emisor –español que viaja a Islandia- como al turismo receptor –islandés que viaja a España-.

---

<sup>2</sup> Si un visitante residente en España viajase a Islandia, para las estadísticas españolas se consideraría turismo emisor, pero para las estadísticas islandesas se contabilizaría como turismo receptor.



- **Turismo interior:** Es todo aquel que se realiza dentro de las fronteras de un país de referencia, independientemente de que sea por los propios residentes -turismo doméstico: andaluces visitando Valencia- o por visitantes extranjeros -turismo receptor: islandés visitando España-.

## ¿SABÍAS QUE...?

Las estadísticas turísticas nos permiten conocer la evolución de los viajes, cuál es la motivación de los mismos, cuánto gastan los turistas, de dónde proceden y hasta su edad o nivel de estudios. A través de ellas se conoce la evolución de la demanda turística permitiendo la comparación entre países y regiones.

En España, las estadísticas se utilizan, entre otras funciones, para analizar los mercados emisores de turismo, elaborar proyecciones sobre los flujos turísticos, generar datos sobre las llegadas de visitantes extranjeros, recoger información sobre los viajes realizados por los españoles o construir índices de competitividad turística. Entre las múltiples fuentes de información estadística, se pueden destacar las siguientes:

- **FRONTUR:** La estadística de movimientos turísticos en frontera tiene como objetivo principal proporcionar estimaciones mensuales y anuales del número de visitantes no residentes en España que llegan a nuestro país (turistas y excursionistas), así como las principales características de los viajes que realizan (vía de acceso, destino, país de residencia, motivo, forma de organización, etc.).
- **EGATUR:** La encuesta de gasto turístico tiene como objetivo principal conocer el gasto turístico de los visitantes extranjeros a su salida de España.
- **Encuesta de Turismo de Residentes (ETR/FAMILITUR):** La encuesta de turismo de residentes es una encuesta continua cuyo objetivo principal es proporcionar estimaciones mensuales, trimestrales y anuales de los viajes realizados por la población residente en España y sus principales características (destino, duración, motivo, alojamiento, medio de transporte, gasto, características sociodemográficas de los viajeros, etc.)
- **ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA:** La encuesta de ocupación hotelera ofrece información sobre viajeros, pernoctaciones y



estancia media, distribuidos por país de residencia para los viajeros extranjeros o comunidad autónoma de procedencia para los viajeros españoles, así como la categoría de los establecimientos que ocupan. También proporciona estimaciones del número de establecimientos abiertos, plazas, grado de ocupación y empleo en el sector, según categoría del establecimiento.

## 2. LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DEL TURISMO

---

### 2.1. Pre turismo: Grecia y Roma

Desde los orígenes de la especie humana ha existido una necesidad de desplazarse para obtener alimento y cobijo. Con la aparición de las sociedades de cazadores-recolectores se intensifica la agricultura y se establecen relaciones sociales y comerciales en asentamientos permanentes. A partir de este momento, el viaje adopta finalidades distintas a la subsistencia y el desplazamiento se relaciona con motivaciones comerciales, conquistas de territorios, etc.

El origen del turismo ha sido objeto de discusión en la literatura especializada. Algunos autores consideran que el inicio de este fenómeno, denominado «*pre turismo*», se sitúa en la Grecia Antigua donde se otorgaba gran importancia al ocio.

La cultura griega desarrolla las condiciones necesarias<sup>3</sup> para realizar viajes motivados por eventos religiosos o deportivos. Ejemplos de estas actividades son los Juegos Olímpicos (iniciados en el año 776 a. C), festividad religiosa y deportiva que se celebraba en la ciudad de Olimpia cada cuatro años; o las peregrinaciones religiosas a los santuarios de Dódona y Delfos. Sin embargo, aunque en la Grecia Antigua se establecieron caminos con albergues que daban cobijo y alimento a los peregrinos, las actividades que hoy conocemos como «*turismo*» no se identifican hasta el Imperio Romano.

Los romanos comienzan a viajar<sup>4</sup> por placer diseñando itinerarios y guías donde se especificaban las rutas y el tiempo de recorrido entre los distintos puntos del Imperio. El turismo religioso y las peregrinaciones a los templos

---

<sup>3</sup> Cuando los forasteros no estaban protegidos por las leyes, la hospitalidad era un deber fundamental que acabó incorporándose al derecho público.

<sup>4</sup> Incluso adquirirían ciertos «*souvenirs*» de los lugares que visitaban.





pasan a formar parte de un itinerario cultural en el que la motivación principal no es el rezo o la oración sino la visita a un monumento.

Los nobles romanos visitaban los templos del Mediterráneo, las pirámides y monumentos de Egipto, asistían a festividades como las Olimpiadas y viajaban con fines comerciales a los mercados de Asia Menor. También se desplazaban a villas de verano para descansar y escapar del bullicio de las ciudades, especialmente conocida era la ciudad de Bias en la costa de Campania considerada como el antecesor de los centros vacacionales en las zonas costeras.

En esta época ya se identifican algunos de los pilares básicos del desarrollo turístico: la paz y la prosperidad (*Pax Romana*), la existencia de un sistema de comunicaciones adecuado (las calzadas romanas), la mejora de las condiciones socioeconómicas o el tiempo libre de algunas clases sociales (hasta 200 días festivos al año).

La expansión de los reinos germánicos y del islamismo trae consigo una desconexión de los pueblos europeos. Durante gran parte de la Edad Media, se destruyeron infraestructuras convirtiendo el desplazamiento en una práctica peligrosa. Aunque existían peregrinaciones en grupo para visitar lugares como Canterbury o Santiago de Compostela, no fue hasta la llegada de las Cruzadas cuando el movimiento de los soldados, peregrinos y mercaderes volvió a reactivar la práctica de viajar y contribuyó a descubrir nuevas tierras y rutas comerciales entre los pequeños reinos de la Europa Medieval.

A finales del s. XIII se fundó el primer «gremio de posaderos» en la ciudad de Florencia convirtiendo el hospedaje, que hasta entonces constituía una acción de caridad, en una actividad comercial (William et al., 1980). En este período prerrenacentista, las ciudades organizan eventos para atraer mercaderes y viajeros a sus ciudades: comienza la competencia por el destino turístico.

## 2.2. Génesis del turismo moderno

Entre el s. XVI y principios del s. XIX tiene su origen el denominado *Grand Tour*. El *Grand Tour* era un viaje en el cual jóvenes de las clases medias y altas europeas, especialmente británicos, eran enviados por sus familias a recorrer el continente con el objetivo principal de complementar su formación. Sobre este fenómeno se escriben multitud de libros y guías en las que se relatan consejos para hacer más provechosos los viajes por países como Alemania,



Bélgica, Francia, Holanda e Italia, entre otros. Durante esta época también resurgen los viajes a las termas debido a su consideración terapéutica<sup>5</sup>.

En todo caso, el principal salto cualitativo y cuantitativo en la historia de los viajes se produce en el s. XIX gracias a la revolución de los transportes y a los avances en el conocimiento científico y médico. Por estas razones, el turismo moderno es considerado como un producto de la Revolución Industrial. La aparición del ferrocarril o la implementación de la máquina de vapor a la navegación marítima permitió trasladar a viajeros a lugares más lejanos en menor tiempo.

Más allá de la revolución de los transportes existen otros condicionantes que transforman los sistemas económicos, políticos y sociales de la época. A lo largo del s. XIX la burguesía se consolida como un estamento social con recursos económicos y tiempo libre para viajar. Las familias con alto poder adquisitivo ya no se limitan a viajar a sus segundas residencias sino que comienzan a descubrir nuevas experiencias en centros vacacionales.

También se produce una emigración masiva desde las zonas rurales a las ciudades atraídos por el trabajo en las fábricas de las ciudades. Más tarde, a principios del s. XX, la progresiva mejora de las condiciones laborales permitió que algunos trabajadores huyesen de la masificación urbana y aprovecharan su tiempo libre para regresar a sus lugares de origen o para realizar viajes en familia. Si bien es cierto que el período vacacional remunerado no se estableció hasta los años 30 (s. XX).

## ¿SABÍAS QUE...?

En el s. XIX se crean las primeras agencias de viajes:

Thomas Cook (1808-1892) fletó los primeros viajes organizados desde el Reino Unido, siendo pionero en complementar los billetes de tren con cupones de hotel que permitían pagar las habitaciones sin necesidad de utilizar la divisa local. De esta forma, se eliminaban los costes de transacción del cambio de moneda facilitando el pago de las pernотaciones hoteleras. Su agencia de viajes permitió conocer a los viajeros británicos de clase media destinos como Francia, Italia, Egipto y especialmente Suiza con el auge del alpinismo.

---

<sup>5</sup> Aunque centros como las Termas de Bath (Inglaterra) ya se consideraban como destinos de entretenimiento.



Henry Wells (1805-1878) y William Fargo (1818-1881) crearon la agencia de viajes American Express que en un principio estaba vinculada al transporte de mercancías y correos, posteriormente se convirtió en una organización que financiaba y emitía cheques de viajes o *travel-check*.

César Ritz (1850-1918) renovó los establecimientos hoteleros de lujo con una serie de medidas innovadoras: implantó las suites con cuartos de baño privados; mejoró la higiene, la decoración y la limpieza de las habitaciones; personalizó la atención al cliente centralizando el servicio de habitaciones desde la recepción; estableció un código de conducta entre su personal basado en el lema «*El cliente siempre tiene razón*»; y trató de diferenciarse a través de la excelencia gastronómica en sus establecimientos.

### 2.3. Desarrollo del turismo internacional

Durante la Primera Guerra Mundial se paralizaron los viajes europeos y el período de entre guerras también se caracterizó por un declive de las actividades turísticas. A partir de los años 50 (s. XX), el perfeccionamiento de los medios de transporte (especialmente el desarrollo del automóvil y la aparición de los vuelos comerciales), el aumento del poder adquisitivo y la mayor disponibilidad de tiempo libre contribuyeron a hacer accesible el viaje internacional a un mayor porcentaje de la población de los países industrializados. Otro de los factores que coadyuvó a la expansión del turismo internacional fue el progresivo crecimiento de las relaciones comerciales entre países (véase Capítulo 5) que motivó los desplazamientos con carácter profesional.

Durante el período 1950-1973<sup>6</sup> se produjo un crecimiento ininterrumpido del turismo internacional (Gráfico 1.1). Posteriormente, las dos crisis energéticas (1973 y 1979)<sup>7</sup> elevaron el precio del crudo, desencadenando una espiral inflacionista sin precedentes que golpeó a las economías industrializadas. El

---

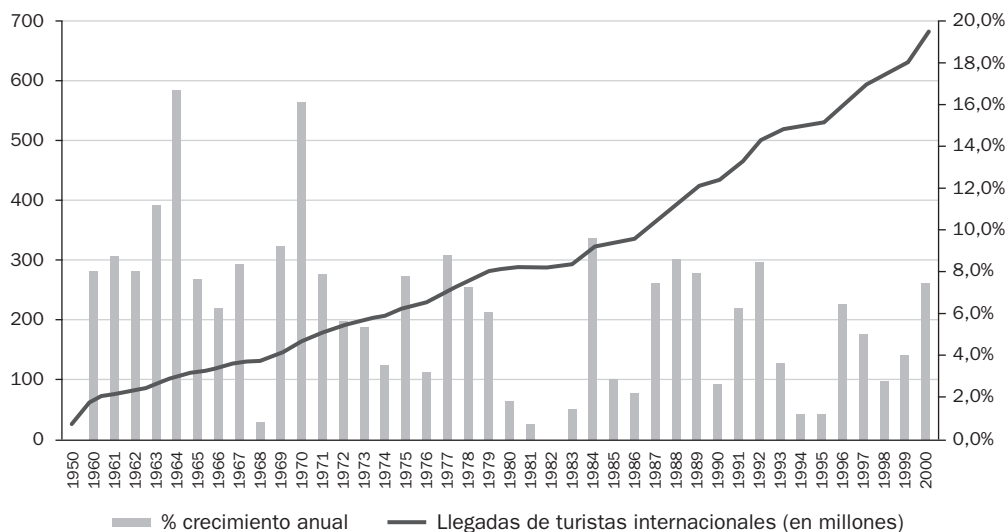
<sup>6</sup> Período considerado por algunos autores como los años del «*boom turístico*» o del nacimiento del «*turismo de masas*». En el período comprendido entre 1950 y 1980 se calcula que el número de viajes internacionales se duplicaba cada diez años.

<sup>7</sup> En 1973 estalla la guerra del Yom Kippur, conflicto entre Israel y los países árabes. Debido a la vinculación de Israel con EEUU, los países de la OPEP elevaron el precio del petróleo en represalia con el mundo occidental hasta cuadruplicarlo. Entre 1979 y 1981, se produjo lo que se conoce como la segunda crisis del petróleo, que llegó a multiplicar el precio del crudo por casi tres veces.



turismo internacional se vio afectado por su alta dependencia del sector del transporte.

**Gráfico 1.1.** Llegadas de turistas internacionales y crecimientos anuales (%).  
Período de años: 1950 - 2000.



Fuente: Casado y Lozano (2018). Datos: OMT.

Aunque los primeros años de los 80 supusieron un frenazo de la actividad turística internacional, la segunda mitad de la década se caracterizó por una mejora de las condiciones socioeconómicas, lo que situó al turismo como motor económico de muchos países. Como se verá a lo largo del Capítulo 2, la demanda turística internacional tiene carácter procíclico, es decir se contrae en épocas de recesión y aumenta en periodos de expansión económica.

Durante estos años, la industria turística alcanza un mayor grado de madurez. Las grandes empresas hoteleras y los operadores turísticos implementan estrategias de internacionalización penetrando en mercados emergentes y consolidando su cuota en destinos maduros; las altas rentabilidades que acompañan al sector consolidan grandes conglomerados empresariales; se desarrollan nuevos atractivos como los parques temáticos o el turismo de aventura y se comienza a invertir en fuertes campañas de marketing para atraer a turistas cada vez más exigentes. Se inicia así una competencia basada en precios<sup>8</sup> donde proliferan los procesos de concentración empresarial y la desregulación de múltiples sectores.

<sup>8</sup> Los vuelos chárter realizan viajes turísticos ofreciendo paquetes a precios más reducidos.



La liberalización de los mercados y el avance de los intercambios comerciales contribuyó a la expansión del turismo internacional durante el período comprendido entre 1990 y 2010. El número de llegadas internacionales en 1990 era de 440 millones de turistas, alcanzando la cifra de 687 millones en el año 2000 y de 949 millones en 2010 (Pascual, 2017).

## ¿SABÍAS QUE...?

Acuerdo Schengen y el mercado único europeo

El desarrollo del turismo internacional en Europa se ve favorecido por acuerdos supranacionales como el Acuerdo Schengen que establece lo siguiente: *«las fronteras interiores de la Unión Europea (UE) podrán cruzarse en cualquier lugar sin que se realice control alguno de las personas»*. En base a este acuerdo, un ciudadano canadiense que se encontrara en Italia podía cruzar la frontera a Francia sin ningún tipo de control transfronterizo<sup>9</sup>.

A nivel comunitario, la consecución del mercado único europeo en 1993 también supuso un acicate para la expansión del turismo internacional en la UE, ya que un turista nacional de cualquier Estado miembro podía circular por el territorio común como ciudadano de la unión.

## 3. GLOBALIZACIÓN Y TURISMO

### 3.1. El turismo internacional como vector de la globalización

Desde los años 80 hasta la actualidad, la globalización ha modificado la realidad turística internacional. La globalización es un fenómeno caracterizado por el aumento continuo de la interrelación entre los diferentes países del mundo tanto en el ámbito económico, político, social, cultural como tecnológico.

La interdependencia económica facilita el flujo de personas, mercancías, servicios y capitales en un contexto donde los mercados y las empresas sobrepasan las fronteras nacionales alcanzando una dimensión internacional.

<sup>9</sup> Aunque el Acuerdo Schengen había sido firmado en 1985, el Convenio de Aplicación no entró en vigor hasta 1995.



El turismo internacional es un vector de la globalización porque promueve flujos financieros, de mercancías, de personas y de ideas a nivel global (Córdoba y García, 2003).

La irrupción de las compañías aéreas de bajo coste y la liberalización de los flujos monetarios internacionales ha permitido que el capital haya fluido hacia nuevos destinos y mercados emergentes. Simultáneamente, los Países en Desarrollo (PED) han tratado de atraer capitales hacia sus economías, situando al turismo como un instrumento de diversificación de estructuras productivas en las que la agricultura o la industria ofrecían pocas oportunidades de desarrollo económico.

La globalización requiere de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) que faciliten y aceleren las transacciones internacionales comerciales y financieras. En el ámbito turístico, internet ha mejorado el acceso a la información y a la contratación de los viajes, pero también ha modificado los productos turísticos y los hábitos de los consumidores.

A su vez la Inversión Directa Exterior (IDE) ha permitido a las multinacionales iniciar una competencia global vía precios que ha derivado en una mayor internacionalización (véase Capítulo 4). Estos condicionantes han favorecido la consolidación de un modelo turístico caracterizado por una creciente concentración empresarial de los subsectores de alojamiento, transporte, intermediación y de ocio.

Como resultado se ha configurado un modelo turístico complejo en el que los territorios ofertan sus recursos naturales, históricos, culturales y sociales mientras las instituciones regulan su planificación y ordenación. Las multinacionales coexisten con empresas locales en un entorno dinámico y adaptativo donde las nuevas tecnologías rigen las formas en las que se relacionan los agentes económicos.

De otro modo, las nuevas formas de intermediación ligadas a internet están sustituyendo al modelo tradicional de comercialización basado en las agencias de viajes. Las plataformas de intermediación *online* de alojamientos, restauración o transportes están cambiando las relaciones entre las empresas, los productos y los turistas, configurando un ecosistema turístico donde la dialéctica entre lo global y local se ha acentuado extraordinariamente (Pascual, 2017).

Aunque la comercialización a nivel global ha provocado cierta homogeneidad en las modas y estilos de viajes que se reconocen como necesidades de consumo, en la actualidad el catálogo de servicios turísticos es muy amplio: turismo rural, ecológico, solidario o cooperativo, de salud, de aventura, gastronómico, patrimonial y cultural, de eventos deportivos o musicales, etc.



Sin embargo, la expansión del turismo internacional también ha traído consigo efectos negativos. El componente globalizador de las actividades turísticas ha transformado las identidades culturales, mientras las masificaciones turísticas han deteriorado el medio ambiente (véase Capítulo 3).

### 3.2. Distribución de los flujos turísticos internacionales

El turismo es una de las ramas de la economía que mayor desarrollo ha experimentado en las últimas décadas. La industria turística ha sido una de las principales fuentes de ingresos tanto en las economías emergentes como en los países desarrollados<sup>10</sup>. Aunque se considera que el turismo interno es seis veces mayor que el turismo internacional (en número de viajeros que pernoctan), el turismo internacional tiene especial importancia sobre la balanza de pagos, la reserva de divisas, el mercado laboral, el PIB, el desarrollo económico y otra serie de factores socioculturales.

En el Gráfico 1.2 se muestra qué regiones mundiales reciben más turistas internacionales y cómo han variado sus visitas en los últimos años. Europa recibía la mitad de las llegadas de turistas internacionales del mundo en 2019, seguida de Asia y el Pacífico, con una de cada cuatro llegadas, y de América, que registraba en torno al 14% de las llegadas internacionales. También es importante reseñar el crecimiento que Oriente Medio venía registrando en los años pre pandemia.

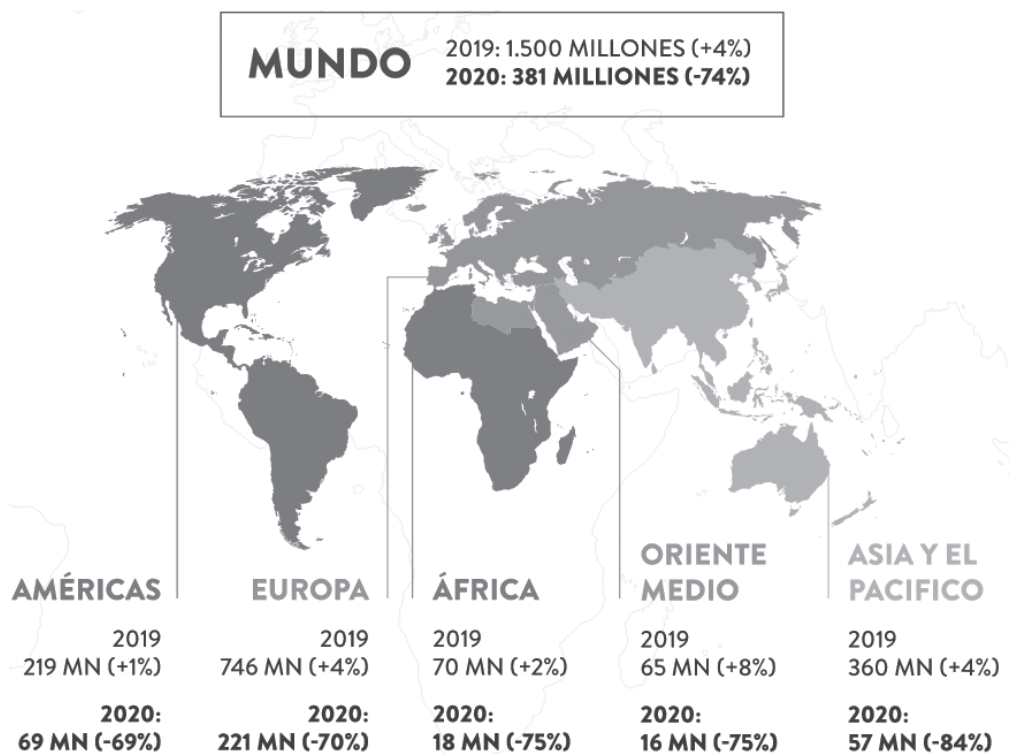
En 2020, el impacto de la pandemia en el turismo receptor fue devastador, con una caída de las llegadas internacionales del 74% respecto a las registradas en 2019. Por regiones, Asia y el Pacífico fue la más perjudicada con un descenso del 84%, seguida de Oriente Medio y África (ambas con -75%), Europa (-70%) y las Américas (-69%).

---

<sup>10</sup> En 2019, el turismo receptor e interior contribuía al 48% del PIB de Macao (China) y representaba más del 10% en países como Jordania, España, Croacia y Mauricio.



**Gráfico 1.2.** Variación de las llegadas de turistas internacionales (%) por regiones. Período de años: 2019 y 2020.



Fuente: OMT (2021). Datos: 2019 y enero a diciembre de 2020.

Aunque los datos del tercer trimestre de 2021 fueron alentadores, las llegadas de turistas internacionales en los primeros nueve meses de 2021 seguían siendo un 76% inferiores que las registradas en el mismo período de 2019. Como se estudiará en el capítulo 2, el balance ha sido desigual entre las regiones: algunas subregiones como Europa meridional y mediterránea, el Caribe, América del Norte y Central han encabezado los resultados del tercer trimestre de 2021, mientras que Asia y el Pacífico han seguido mostrando los niveles más bajos de actividad.

Cabría preguntarse, ¿cuándo se van a recuperar las llegadas turísticas registradas en el año 2019? En un entorno tan dinámico en el que las circuns-

<sup>11</sup> Para realizar una comparación anual, habría que incluir las llegadas internacionales registradas en diciembre de 2020. Puede encontrar datos actualizados en las ediciones del «*Panorama del turismo internacional*» que publica anualmente la OMT.





tancias cambian rápidamente es difícil realizar estimaciones a largo plazo<sup>12</sup>. Si bien es cierto que el turismo internacional se caracteriza por su elevada elasticidad-renta<sup>13</sup>, por lo que la recuperación del sector también dependerá de cómo evolucione la renta disponible y el poder adquisitivo de los consumidores.

Aunque resulta difícil predecir los movimientos turísticos, se pueden identificar una serie de tendencias geográficas. Las previsiones elaboradas por la OMT para 2030 muestran una redistribución de los flujos turísticos internacionales hacia la región de Asia y Pacífico, en detrimento de una pérdida relativa del papel de Europa y América. Las razones que fundamentan estas estimaciones se relacionan con la evolución de la población mundial, el aumento del poder adquisitivo de la clase media asiática y la mejora en la conectividad aérea de esta región (OMT, 2011).

## ¿SABÍAS QUE...?

### Cambios en el comportamiento del viajero en tiempos de COVID-19

Cercanía	Nuevas inquietudes
El turismo doméstico ha registrado un desarrollo positivo en muchos mercados debido a que la gente viaja por las áreas más próximas. Los viajeros prefieren las « <i>staycations</i> » o «vacaciones en casa».	Las medidas de salud y seguridad, así como las políticas de cancelación en las reservas, se han convertido en las principales preocupaciones de los consumidores.

<sup>12</sup> Aún es pronto para determinar si factores como la aversión a la distancia física en zonas masificadas, la higiene y limpieza de los establecimientos hoteleros, los pasaportes sanitarios o los seguros médicos han llegado para quedarse o son simplemente un *shock* coyuntural.

<sup>13</sup> La elasticidad de la demanda turística respecto a la renta (elasticidad-renta) mide en qué proporción varía la demanda de turismo cuando se produce una variación en el nivel de renta del turista, teniendo en cuenta que los demás factores (el precio, los hábitos de consumo, la influencia del marketing, el tiempo disponible, las características sociodemográficas, los factores de riesgo, etc.) se mantienen constantes. La elasticidad renta de la demanda de turismo internacional es positiva, ya que cuando aumenta la renta aumenta la cantidad de turismo internacional demandado.



<p style="text-align: center;"><b>Escapada</b></p> <p>La naturaleza, el turismo rural y los «road trip» se han convertido en elecciones populares debido a las limitaciones de viaje y la búsqueda de experiencias al aire libre.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Last minute</b></p> <p>Las reservas de última hora han aumentado debido a las restricciones de movilidad y a la inestabilidad de los acontecimientos ligados a la situación de pandemia.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Viajeros jóvenes más resilientes. Cambio demográfico:</b></p> <p>La recuperación del viajar ha tenido más fuerza entre los segmentos más jóvenes. Los viajeros «senior» y los jubilados son los segmentos más afectados en esta reactivación.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Mayor responsabilidad</b></p> <p>Sostenibilidad, autenticidad y descubrimiento de lo local: los viajeros han priorizado crear un impacto positivo en las comunidades locales a través de una creciente búsqueda de lo auténtico.</p>

Fuente: OMT, 2021.

## RESUMEN

---

El capítulo repasa las definiciones de turismo dando relevancia a cómo el concepto se ha ido ampliando hasta llegar a la concepción de fenómeno social y económico que existe en nuestros días. Otro aspecto en el que se detiene es en la diferenciación entre turismo emisor, receptor y doméstico.

También se describe la evolución histórica del turismo internacional desde sus orígenes hasta su expansión en el s. XIX gracias a la Revolución industrial. También se analiza cómo la globalización ha modificado la realidad turística y que regiones mundiales reciben más llegadas internacionales.

## TEMAS DE REFLEXIÓN

---

1. ¿Por qué es necesario aproximarse al estudio del turismo desde una perspectiva de economía internacional?



2. Defina y ponga un ejemplo de los siguientes tipos de turismo: turismo receptor, turismo emisor y turismo interno.
3. Piense en cuál va a ser la evolución de la población mundial y ¿qué tipo de turismo puede ser el más demandado en los próximos años?
4. Reflexione sobre los aspectos positivos y negativos que la globalización ha tenido en la expansión del turismo internacional.

## **TEST DE AUTOEVALUACIÓN**

---

### **1. Según la definición de la OMT:**

- a) Los excursionistas pernoctan en los lugares de destino.
- b) Los excursionistas no pernoctan en los lugares de destino mientras los turistas sí.
- c) Los visitantes pueden ser turistas o excursionistas.
- d) Las respuestas b y c son correctas.

### **2. El turismo nacional es el resultado de sumar:**

- a) El turismo doméstico y el turismo receptor.
- b) El turismo doméstico y el turismo emisor.
- c) El turismo emisor y el turismo receptor.
- d) El turismo interior y el turismo receptor.

### **3. En términos de llegadas de turistas internacionales por regiones mundiales, se puede afirmar que:**

- a) Europa recibía a la mitad de las llegadas de turistas internacionales registradas en 2019.
- b) Las previsiones elaboradas por la OMT para 2030 muestran una redistribución de los flujos turísticos internacionales hacia la región de América, en detrimento de una pérdida relativa del papel de Asia y el Pacífico.
- c) Los primeros avances de los datos de 2021 muestran que la subregión del Caribe experimentó un descenso comparativamente menor que el registrado en la región Asia y Pacífico.
- d) Las respuestas a y c son correctas.



4. Las repercusiones de la crisis sanitaria derivada del COVID-19 no solo afectaron a la situación económica de las empresas turísticas, sino que también generaron cambios en los hábitos de consumo y preferencias de los turistas. Verdadero o falso. Razone su respuesta.

SOLUCIONES A LOS TEST DE AUTOEVALUACIÓN			
1	2	3	4
d	b	d	Verdadero

## BIBLIOGRAFÍA

- Casado Fernández, L. (2018). *Turismo internacional: evolución global y análisis de las ciudades europeas* [Tesis Fin de Grado, Universidad Pontificia Comillas]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/19124/TFG-CasadoFernandez%2CLucas.pdf?sequence=1>
- Córdoba, J. y García, A. (2003). Turismo, globalización y medio ambiente en el Caribe mexicano. *Investigaciones Geográficas*, 52, 117-136.
- Fernández Fúster, L. (2017). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Alianza Universidad Textos.
- Instituto Nacional de Estadística (2020). *Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras* (FRONTUR).
- Instituto Nacional de Estadística (2020). *Encuesta de turismo de residentes* (FAMILITUR).
- Instituto Nacional de Estadística (2020). *Encuesta de gasto turístico* (EGATUR).
- Organización Mundial del Turismo (2008). *Glosario de Términos de Turismo*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo (2011). *Tourism towards 2030 / Global overview* [Archivo PDF]. [https://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011\\_UNWTO\\_Tourism\\_Towards\\_2030.pdf](https://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011_UNWTO_Tourism_Towards_2030.pdf)
- Organización Mundial del Turismo (2019). *Las exportaciones generadas por el turismo internacional alcanzan los 1,7 billones de dólares de los EE. UU.*



<https://www.unwto.org/es/global/press-release/2019-06-06/las-exportaciones-generadas-por-el-turismo-internacional-alcanzan-los-17-bi>

Organización Mundial del Turismo (2020). *Panorama del turismo internacional* [Archivo PDF]. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422746>

Organización Mundial del Turismo (2021). *2020: Análisis del año*. <https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>

Pascual, F. G. (2017). Tres décadas de cambios en el turismo mundial: el impacto de la globalización en los flujos turísticos. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 75, 127-145.

Gray, W. S. y Liguori, S. C. (1980). *Hotel and Motel Management and Operations*. Prentice-Hall.

