

Citar: Apellidos, N. (2013) "Título", en: Giménez Rodríguez, S. y Tardivo, G. (Coords.) *Proyectos sociales, creativos y sostenibles*. Toledo: ACMS, pp.

EL TURISMO CULTURAL Y SU PERSPECTIVA SOCIAL Y ECONÓMICA ACTUAL

Alfredo Pastor Ugena

Presidente de la Academia Iberoamericana de Escritores y Periodistas.

apastorugena@gmail.com

PRESENTACIÓN

El origen del fenómeno turístico es casi tan antiguo como la propia historia de la Humanidad, siendo por ejemplo conocida la afición de muchos eruditos helenos y romanos por los viajes, atraídos por las visitas a los santuarios y templos, las termas por la celebración de diversos acontecimientos de carácter deportivo o religioso.

La desaparición de la "pax romana", la destrucción de las calzadas y vías romanas y el fin de la prosperidad económica que caracteriza a la Edad Media reducen la frecuencia de los viajes. Esta última se recupera, sin embargo, en el Renacimiento, época en la que surgen los primeros establecimientos que reciben el nombre de "hotel".

Bien entrado el siglo XVI, se extendió el hábito, entre los ingleses, de enviar a sus hijos a realizar un largo viaje por el Continente, a fin de completar su formación. Dicho viaje recibió el nombre de "gran tour", expresión de la cual parece que derivan los términos "turismo" y "turista".

La revolución industrial da lugar a la aparición del germen del turismo de masas, al permitir la notable mejora de los medios de transporte - gracias a la aplicación de la invención de la máquina de vapor, tanto a los ferrocarriles, como a la navegación- y al favorecer el surgimiento de una importante clase media. En este periodo también se perfeccionan considerablemente las técnicas de comercialización de los productos

El verdadero auge de la actividad turística se produce, no obstante, a partir de los años cincuenta de este siglo, momento en el que pasa a convertirse en un fenómeno económico de consideración. En efecto, los movimientos de viajeros se incrementan, entre 1950 y 1973, a un ritmo sin precedentes a lo largo de la historia.

Son varios los factores que inciden en la aparición del turismo de masas. Entre otros, hay que destacar el establecimiento de un nuevo orden internacional y el proceso de paz que sigue a la Segunda Guerra Mundial; la recuperación económica de las grandes potencias y la consolidación de las clases medias resultado de la misma; el avance de los medios de transporte y de las infraestructuras, especialmente en relación al automóvil y al avión; así como la mejora de las condiciones laborales, gracias las vacaciones pagadas, a la generalización de la semana inglesa de cinco días o a la reducción de la jornada laboral.

Desde ese momento, los viajes se han convertido en uno de los componentes básicos del consumo de los países desarrollados y el turismo ha pasado a ser una actividad económica marcada por una fuerte dinámica de crecimiento.

El turismo se ha convertido en la primera actividad económica a nivel mundial y representa, sobre todo para los países del Sur, una fuente de crecimiento económico e importante generadora de divisas, inversión y empleo. En la Cumbre del Desarrollo Sostenible de Johannesburgo (2002), se establece que para el 83% de los países en desarrollo, el turismo constituye uno de sus tres principales recursos y asimismo, es el más importante para el 34%.

A pesar de la importante expansión turística que hoy se produce en la diversidad de los espacios geográficos, prevalecen aún grandes focos de pobreza. Es relevante la desigualdad actual entre la importancia de la actividad turística mundial y la incidencia negativa de ciertas prácticas relacionadas a ella.

Los beneficios económicos locales reales son reducidos en comparación con la riqueza que se genera a partir de la actividad turística; un claro ejemplo son las inversiones, que generalmente quedan en manos de las grandes industrias turísticas. Aunado a lo anterior, existen además serios daños sociales, como la expropiación de comunidades locales o la generación de tensiones diversas a medida que se profundizan las diferencias salariales a nivel nacional. Finalmente, se suma a todo este escenario la existencia de daños (algunas veces irreversibles) al patrimonio y al medio ambiente. En muchos casos, el sector turismo se antepone a las políticas de regulación de la actividad y a las buenas prácticas, además que la voluntad política reduce su capacidad de respuesta ante el dilema entre el mejoramiento de la balanza de pagos a corto plazo y las cuestiones sociales y ambientales.

Esta dicotomía parece haber encontrado su solución en el concepto de “turismo sostenible”. Este concepto se refiere a hacer hincapié en el aspecto económico, social,

cultural y ecológico del desarrollo y en la corresponsabilidad entre los actores locales y los turistas.

El turismo es una actividad económica que ha experimentado un fuerte crecimiento mundial, contribuyendo al bienestar de muchas regiones y países. A pesar de ello, la sistematización del objeto de estudio desde los principios del análisis económico es relativamente reciente, debido a las dificultades encontradas en la definición de los conceptos. En este trabajo se presentan, entre otros, los fundamentos de la economía del turismo, señalándose un conjunto de características que diferencian a la industria turística del resto de actividades económicas.

Las áreas que más atención han recibido en la literatura han sido la modelización de la demanda y la estimación de los impactos macroeconómicos de la expansión turística.

Otras áreas que presentan un incipiente desarrollo son el análisis coste-beneficio de las políticas turísticas, el estudio de la organización industrial, y la evaluación de las interacciones con el medio ambiente. La maximización del bienestar colectivo del desarrollo turístico requiere la consideración del valor de las externalidades en las decisiones de inversión.

Las características de la industria sugieren la necesidad de intervenir en el sistema a través de políticas impositivas y de regulación que garanticen el funcionamiento de los mercados de acuerdo al criterio de optimidad social.

1-Relación entre Turismo cultural y Patrimonio."El turismo sostenible".

El turismo cultural reviste muchas formas y niveles de intensidad, al igual que el ecoturismo. Asimismo, parte de la renta generada debe dedicarse a la cofinanciación de la conservación de los sitios, investigación científica, excavaciones arqueológicas.

Se registra un especial auge de este tipo de turismo con destino a Europa, Oriente Medio y Asia. La gestión de los enclaves y el flujo de visitantes representa un reto importante para las administraciones de los destinos.

En estos dos tipos de turismo, el pequeño proveedor especializado puede igualar o superar el nivel de conocimientos de las atracciones y la oferta de servicios relacionados con ellas.

El vínculo existente entre el turismo cultural y el patrimonio es único. Si bien el turismo se ha considerado históricamente como una actividad preponderantemente económica, el patrimonio se caracteriza por ser una riqueza no renovable, hecho por lo cual

no puede ser considerado como un producto clásico de consumo.

La valorización del patrimonio como eje de la actividad turística (valor de uso) cuenta como principal objetivo el beneficio económico, mientras que la valoración del patrimonio (valor de existencia) se preocupa principalmente en la apreciación de la dimensión cultural. El patrimonio constituye el punto de partida de la actividad turística y es la base de identidad de las comunidades locales. Sin el patrimonio, las perspectivas de desarrollo se verían limitadas; el turismo es una herramienta sólida de este desarrollo.

El principal debate en torno al turismo cultural considera el conflicto “secular” existente entre el arte y el dinero. La valorización del patrimonio como eje de la actividad turística (valor de uso) cuenta como principal objetivo el beneficio económico, mientras que la valoración del patrimonio (valor de existencia) se preocupa principalmente en la apreciación de la dimensión cultural.

Se admite comúnmente que el turismo es un derecho y que puede ser útil para efectuar y beneficiar obras de conservación patrimonial, con la consecuente generación de fuentes de empleo. El límite empieza entonces donde se percibe una probabilidad de daños importantes sobre las diversas vertientes del patrimonio (cultural o natural) y su entorno.

En este sentido, la cuestión del desarrollo ha quedado confinada a un plano secundario, resultado de la prioridad que se ha dado a la protección y a la valoración del patrimonio. Esto es en parte justificable ya que el patrimonio constituye el punto de partida de la actividad turística y es la base de identidad de las comunidades locales. Sin el patrimonio, las perspectivas de desarrollo se verían limitadas.

Debido a lo anterior, el énfasis al enfoque de desarrollo en el turismo cultural es muy reciente. Se siente ahora la necesidad de definir mejor el desarrollo humano y sobre todo, impulsar una estrategia voluntaria para que el turismo sea una herramienta sólida de este desarrollo.

Esta evolución es el resultado del increíble incremento del sector turismo en los últimos años. El turismo se ha convertido en la primera actividad económica a nivel mundial y representa, sobre todo para los países del Sur, una fuente de crecimiento económico e importante generadora de divisas, inversión y empleo. En la Cumbre del Desarrollo Sostenible de Johannesburgo (2002), se establece que para el 83% de los países en desarrollo, el turismo constituye uno de sus tres principales recursos y asimismo, es el más importante para el 34%.

De los 12 países que concentran el 80% de la población en extrema pobreza, 11 tienen una actividad turística significativa y creciente. Sin embargo, el nuevo enfoque del desarrollo también responde a la distorsión que existe entre estas potencialidades y la

situación real. A pesar de la importante expansión turística, prevalecen aún grandes focos de pobreza. Es relevante la desigualdad actual entre la importancia de la actividad turística mundial y la incidencia negativa de ciertas prácticas relacionadas a ella.

Los beneficios económicos locales reales son reducidos en comparación con la riqueza que se genera a partir de la actividad turística; un claro ejemplo son las inversiones, que generalmente quedan en manos de las grandes industrias turísticas. Aunado a lo anterior, existen además serios daños sociales, como la expropiación de comunidades locales o la generación de tensiones diversas a medida que se profundizan las diferencias salariales a nivel nacional.

Finalmente, se suma a todo este escenario la existencia de daños (algunas veces irreversibles) al patrimonio y al medio ambiente. En muchos casos, el sector turismo se antepone a las políticas de regulación de la actividad y a las buenas prácticas, además que la voluntad política reduce su capacidad de respuesta ante el dilema entre el mejoramiento de la balanza de pagos a corto plazo y las cuestiones sociales y ambientales.

Esta dicotomía parece haber encontrado su solución en el concepto de “turismo sostenible”. Este concepto se refiere a hacer hincapié en el aspecto económico, social, cultural y ecológico del desarrollo y en la corresponsabilidad entre los actores locales y los turistas.

El medio ambiente ofrece al turismo muchos aspectos, tanto naturales como sociales y culturales para que se desarrollen actividades turísticas. En muchos países, el turismo es considerado como un sector estratégico para el desarrollo económico nacional, en tanto captador de divisas, generador de empleos e impulsor del desarrollo regional. Efectivamente, el turismo es en la actualidad una de las ramas más importantes del sector servicios y de las de mayor crecimiento a nivel mundial. Para los países desarrollados y en vías de desarrollo es una fuente importante de ganancia de divisas, una fuente de ingresos personales, un generador de empleo y un contribuyente a los ingresos del estado. En 1995 generó más de 3.7 billones de dólares (millones de millones), dando ocupación a 204 millones de empleados (10.6 por ciento de la fuerza de trabajo mundial). Los ingresos turísticos representaron más del 8 % de las exportaciones mundiales de bienes y un tercio del comercio de servicios; la actividad absorbió el 10.7 % de todo el capital invertido y el 6.9 % del total del gasto público mundial. Cada vez el turismo gana más peso en la composición del PIB de los países. Hasta hay países cuya locomotora de la economía es el turismo.

La Cumbre de 2002 constituyó un hito más en esta búsqueda de soluciones. En el marco de esta cumbre, la Organización Mundial del Turismo (OMT) presentó, el programa

ST-EP (Turismo Sostenible - Eliminación de la Pobreza), a fin de cumplir con los Objetivos del Milenio para el Desarrollo (Naciones Unidas). Éste integra la participación de los pueblos locales a los proyectos y beneficios turísticos, la conservación de los sitios patrimonio y el mantenimiento de la paz, otorgando especial énfasis a la lucha contra la pobreza. En otras palabras, el turismo es considerado como una actividad que debe contribuir a sacar a los pobres de su estado de indigencia.

Aplicándose este precepto a todo el sector, también es válido para el turismo cultural. Esto es, si tomamos en cuenta el hecho de que hoy en día este turismo es la práctica de mayor crecimiento, su papel es determinante con respecto a los OMD. La OMT define el turismo cultural como “la inmersión en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes y la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones”. Aún y cuando las cifras varían según los parámetros otorgados, revelan del mismo modo la importancia creciente de esta práctica. Algunos opinan que el turismo cultural corresponde a los viajes motivados exclusivamente por este tipo de descubrimiento. Bajo este criterio, a fines del siglo pasado, la OMT estimaba el incremento de este turismo alrededor de un 15%. Para otros, es más significativo contabilizar los viajes con una visita “cultural” que por lo menos, representaría el 37% de los viajes.

Conviene interrogarnos entonces sobre la posibilidad para el turismo cultural de cumplir con los principios del Milenio. Basado en el diálogo cultural, conlleva a priori valores adecuados para avanzar en el tema social. No obstante, está en la intersección de tres elementos -patrimonio, turismo y desarrollo- difíciles de equilibrar. Los planteamientos son los siguientes: ¿Cómo vincular los aspectos sociales y económicos positivos del turismo cultural y la exigencia de proteger el patrimonio? ¿Puede el imperativo de desarrollo rebasar el conflicto entre la valorización del patrimonio y la expansión turística? ¿Cuáles son las metodologías susceptibles de hacer del turismo cultural un poderoso incentivo para el desarrollo sostenible y la lucha contra la pobreza?

El marco del desarrollo. turismo y alivio de la pobreza.

En una perspectiva de futuro con respecto a las potencialidades del turismo en cuanto al alivio de la pobreza, habría que prestar especial atención a una serie de factores / clave, que determinan el marco en que la actividad turística se produce y sus consecuencias sobre los destinos:

Las políticas de gestión turística que tienden a concentrar los ingresos del turismo, que son, posteriormente, transferidos a potentes centros exportadores que suministran al

destino turístico. Mientras éste sufre los mayores impactos sociales, culturales y medioambientales, recibe a cambio la parte menor del total de los ingresos.

La naturaleza de las relaciones entre la actividad turística y el destino, que tienen generalmente un carácter extractivo, deben pasar a ser contempladas en el espacio de la sostenibilidad, de manera que la actividad turística se perpetúe con el enriquecimiento social y cultural del destino.

El protagonismo de la actividad turística recae habitualmente en el turista, cuya satisfacción es el fin último de todo el proceso. Se impone un cambio sustancial hacia un nuevo paradigma en el que la actividad turística pase a ser un medio cuya finalidad es el desarrollo socioeconómico y la preservación del medio ambiente del destino, de manera que el protagonismo de la actividad turística pase a los participantes en toda la cadena productiva, básicamente la población local.

Los indicadores que miden el éxito o fracaso del desarrollo turístico se sustentan generalmente en datos sobre el crecimiento del PIB, el número de visitantes, de hoteles, los índices de ocupación de los alojamientos, etc. Una nueva visión daría prioridad a indicadores que dieran medida de las posibilidades de continuidad del destino, la preservación y mejora de su patrimonio natural y cultural, los beneficios socioeconómicos para la población del destino, la distribución de renta entre sus distintos segmentos sociales y, con especial relevancia, las oportunidades creadas para la superación de la pobreza.

Cualquier actividad turística es susceptible de convertirse en motor de desarrollo socioeconómico y de alivio de la pobreza. Tan importante es crear nuevas oportunidades, como integrar, en la realidad turística global existente, nuevas políticas que faciliten el alivio de la pobreza.

Hacia un turismo cultural sostenible

A fin de entender los retos del turismo cultural con respecto a los OMD, es conveniente interesarnos en su enunciación a detalle y, sobre todo, en su transcripción en programas de organizaciones internacionales como la OMT y el Comité Mundial de Ética del Turismo (2003).

Son ocho objetivos cuya meta es medir y acelerar el ritmo de desarrollo hasta 2015 y

que son puntos que el concepto de "turismo sostenible" integra manera más o menos directa.

Erradicar la pobreza extrema y el hambre

Lograr la enseñanza primaria universal

Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer

Reducir la mortalidad infantil

Mejorar la salud materna

Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades

Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

2-Efectos del Turismo en la economía. Una alternativa de desarrollo

El turismo tiene sus raíces más profundas en la necesidad del hombre de disponer de ocio. Cualquier territorio puede ser convertido en destino turístico a través de su posicionamiento en el mercado. Para ello debe reunir una serie de requisitos que pueden resumirse en dos conceptos: el atractivo turístico y las facilidades turísticas. Normalmente suele estudiarse en detalle el atractivo turístico, como elemento principal de la oferta. En ella intervienen las cualidades estéticas, culturales, naturales y recreativas de la zona o región que se quiere ofrecer. El turismo es considerado mundialmente como una alternativa de desarrollo y por ello es apetecido por ciertos sectores de la actividad económica.

Las zonas turísticas tradicionales (Europa y América) concentran el mayor número de plazas hoteleras con tres cuartas partes del total, sin embargo, sus tasas de aumento son menores que las correspondientes a otras zonas turísticas emergentes, como Asia Oriental y el Pacífico, lo que demuestra el desplazamiento de los flujos turísticos hacia regiones menos tradicionales.

El turismo no puede identificarse como un sector económico claramente diferenciado, puesto que los bienes y servicios vendidos tanto a los visitantes como a los turistas nacionales se originan en varias ramas de la producción y porque en muchos casos sólo una parte se vende al turista y el resto se destina a otras formas de demanda final o usos intermediarios. Según la Secretaría de la UNCTAD (Conferencia de la Naciones Unidas

sobre comercio y desarrollo) las siguientes ramas de la actividad económica pueden considerarse como pertenecientes al “*sector turístico*” en diversos grados:

- a) Alojamientos.
- b) Agencias de viajes y empresas organizadoras de circuitos turísticos.
- c) Restaurantes, cafés y otros establecimientos que expenden comidas y bebidas.
- d) Empresas de transportes (servicios de pasajeros): aviación civil, transporte marítimo, ferrocarriles, autobuses y automóviles de alquiler.
- e) Empresas industriales o artesanales de artículos destinados principalmente a los visitantes.
- f) Establecimientos que ofrecen instalaciones deportivas, diversiones y espectáculos destinados principalmente a turistas.
- g) Departamentos del gobierno, entidades públicas y otros órganos relacionados principalmente con el turismo.

Los efectos del turismo sobre la economía son tal vez los más conocidos y han sido los que en mayor grado han estimulado el interés de los países por el turismo. Éstos efectos pueden manifestarse de diferentes formas, a saber:

- El turismo como fuente generadora de divisas
- El turismo y sus efectos sobre el ingreso nacional
- El turismo como fuente generadora de empleos
- El turismo como factor de expansión del mercado nacional
- Otros efectos del turismo: sobre el nivel general de precios y sobre el presupuesto público

El turismo como fuente generadora de divisas.

De todos los beneficios posibles del turismo es quizás el más notable. Los ingresos resultantes del gasto realizado por los turistas en los países, contribuyen significativamente en la balanza de pagos, especialmente en los países en vías de desarrollo. Desde el punto de vista económico normalmente se analiza la contribución que el turismo hace a la economía de un país como consecuencia de su capacidad para generar divisas. Contribución que queda de manifiesto cuando a los ingresos generados por este concepto se les compara con otras partidas de la balanza de pagos, generalmente con las importaciones, los servicios de la deuda externa del país considerado o con las exportaciones.

La contribución que realiza el turismo a la cobertura de las importaciones se

establece a través del cálculo de la denominada *tasa de cobertura* de importaciones, la cual expresa en qué medida los ingresos procedentes del turismo internacional suministran divisas para cubrir el monto de las importaciones realizadas por el país. Éste cálculo se lleva a cabo considerando el *saldo de la balanza turística* y no los ingresos brutos que genera, lo que es correcto ya que no sería lógico hablar de la contribución del turismo si este no fuera capaz de cubrir, por lo menos, los egresos ocurridos como consecuencia de los viajes de los nacionales hacia el exterior del país.

-El turismo como fuente generadora de empleos y expansión del mercado nacional

La importancia del turismo en este aspecto está íntimamente ligada al grado de importancia que tenga como fuente generadora de ingresos para el país. Se distinguen tres tipos de empleo generados por el turismo:

Empleo directo, como resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas, como los hoteles, restaurantes, agencias de viaje.

Empleo indirecto, todavía en el sector turístico, pero como resultado directo del gasto turístico.

Empleo inducido, creado como resultado del gasto por los residentes debido a los ingresos procedentes de turismo.

Con respecto a la expansión del mercado nacional consideramos que, independientemente del aumento del consumo de productos agropecuarios, es evidente que el turista efectúa un gasto adicional en la compra de productos manufacturados nacionales no siempre catalogados como turísticos, lo que equivale a una verdadera exportación.

El desarrollo del turismo, como el de cualquier otra actividad en el campo económico, puede llegar a influir significativamente en el nivel general de precios y, eventualmente, a convertirse en un factor inflacionario.

En lo que respecta el presupuesto público, los efectos del desarrollo de la actividad se manifiestan tanto en el presupuesto general de ingresos y gastos corrientes como en el presupuesto general de inversiones.

Desde el punto de vista de los ingresos genera una renta para el Estado la cual tiene sus orígenes en los impuestos directos e indirectos, como ser los impuestos a la renta, impuestos sobre los ingresos salariales del personal empleado en el sector, impuestos sobre el valor agregado (IVA) y tasa de servicios por el uso de las facilidades públicas para el uso del viajero (aeropuertos, terminales de buses, etc).

En lo que respecta a los ingresos, la propia gestión del turismo a través de su estructura administrativa (organismos nacionales de turismo y empresas descentralizadas), representa un aumento del gasto público; en algunos casos ciertas decisiones adoptadas a nivel gubernamental para estimular la afluencia de visitantes en determinados periodos del año (por ejemplo subvenciones directas en gasolina) pueden dar origen a un incremento de este gasto.

El desarrollo de la infraestructura, comprendidos en ella los servicios públicos, y los créditos oficiales otorgados para el fomento de las instalaciones y su respectivo equipamiento a empresas relacionadas con la prestación de los servicios turísticos, requiere de recursos financieros, lo cual hace que aumente el presupuesto de inversión.

Hay dos actitudes de las autoridades gubernamentales frente al turismo: la de los países emisores, cuya exportación de turistas desequilibra negativamente su balanza de pagos, y la de los receptores, que obtienen por este medio un aumento significativo de los ingresos.

La situación actual del turismo internacional y su incidencia en la coyuntura económica y social. El caso de España.

La relevancia del sector turístico en la economía española, su representatividad en el PIB de todas las Comunidades Autónomas y su necesario desarrollo para la recuperación económica del país son cuestiones indiscutibles a día de hoy.

La industria turística vuelve a ofrecer a los españoles una de las escasas alegrías registradas en el plano económico desde que comenzara -hace ya demasiado tiempo- esta crisis; la bonanza relativa experimentada por nuestros vecinos europeos, y las revueltas que desgraciadamente no cesan en algunos destinos competidores del norte de África, nos han dado un respiro y han confirmado las buenas expectativas para la temporada. Vamos a tener un verano excelente, pero si queremos que este sector se mantenga como pilar de la sostenibilidad económica y social de nuestro país para las próximas décadas..

Según la OMT El turismo español tendrá un crecimiento "importante" en 2013

El secretario general de la Organización Mundial de Turismo (OMT), Taleb Rifai, ha señalado que el sector turístico español tendrá un crecimiento "importante" en 2013, al

considerar que su alza del casi el 3% el pasado año ha corroborado su mantenimiento como mercado de destino, aunque se ha negado a dar cifras nacionales.

Hasta julio de este año de 2013, España ha recibido 3 millones de turistas, un 4% más que en 2012: la mayoría procedían de Inglaterra, Alemania y Francia; sus destinos las costas de Cataluña, Baleares, Andalucía y Canarias

En concreto, Rifai ha remarcado que, mientras que en 2011 el crecimiento del turismo en España estuvo marcado por la transferencia de los flujos turísticos por la Primavera Árabe, el sector ha demostrado que pese a la recuperación africana y la situación económica europea sabe mantener sus cifras.

Por su parte, el responsable de tendencias de mercado de la OMT, John Kester, ha asegurado que España tuvo un "buen año", aunque el comportamiento de los visitantes internacionales fue mejor que en el caso del turismo interno, destacando que en el caso de Europa del Sur se aprecia una tendencia de recuperación del mercado británico.

No obstante, Rifai ha puntualizado que "sea cual sea" el ajuste final entre ingresos y gastos, el balance turístico de España es el "mejor" del mundo, cifrando en más de 30.000 millones de euros esa comparativa.

El turismo mundial ralentizará su crecimiento en 2013, según las previsiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) que adelantó HOSTELTUR noticias de turismo, por lo que las llegadas internacionales se incrementarán entre un 3% y un 4% ('El turismo internacional crecerá entre un 2% y un 4% en 2013'), ligeramente por debajo del 4% de 2012 con el que se ha cerrado el año alcanzando los 1.035 millones ('El mundo alcanza los 1.000 millones de turistas internacionales').

La previsión de crecimiento de la OMT para 2013 encaja con su predicción de aquí a 2030, con una subida media del 3,8% anual entre 2010 y 2020 a fin de alcanzar al fin de la década los 1.800 millones de turistas internacionales.

Por regiones, las mejores perspectivas para este año son para Asia-Pacífico (entre +5% y +6%), seguida de África (4%-6%), las Américas (3%-4%), Europa (2%-3%) y Oriente Medio (0-5%).

Se mantienen así los patrones de comportamiento de 2012, en el que también ha destacado la región de Asia-Pacífico con un alza del 7%; mientras que, por subregiones, el

Sudeste asiático, gracias a la aplicación de políticas que fomentan la cooperación y la coordinación regional en materia de turismo, junto con el norte de África (ambas con +9%) y Centroeuropa y Europa del Este (+8%) encabezan el ranking.

De este modo el crecimiento ha sido más significativo en las economías emergentes (+4,1%) que en las avanzadas (+3,6%), tendencia que ha marcado al sector en los últimos años.

El gasto del turismo chino en sus viajes al extranjero ha crecido un 42% en 2012, según las estadísticas de la OMT.

Y es que, según ha reconocido el secretario general de la OMT, Taleb Rifai, "2012 ha sido un año de inestabilidad económica constante en todo el mundo, y especialmente en la Eurozona, pero el turismo internacional ha logrado mantener su rumbo". El turismo por tanto, añade, es "un pilar al que los Gobiernos de todo el mundo deberían apoyar en tanto que forma parte de la solución para estimular el crecimiento económico".

Así, mientras los destinos de la Europa meridional mediterránea han consolidado los excelentes resultados de 2011 volviendo a sus índices de crecimiento habituales con un aumento del 2%, las llegadas a África han alcanzado un nuevo récord con 52 millones, debido a la recuperación del norte del continente tras la Primavera árabe.

No obstante, Sudamérica, con un incremento del 4%, ha registrado cierta ralentización con respecto al crecimiento de dos dígitos de 2010 y 2011, frente al Caribe que, con una subida del 4%, ha mejorado los resultados de los dos últimos años.



Los resultados de Oriente Medio (-5%) han mejorado después de un declive del 7% en 2011, aunque en 2012 la región ha contabilizado aproximadamente tres millones menos de llegadas de turistas internacionales, y ello a pesar de la clara recuperación de Egipto.

Los ingresos, también al alza

Los datos disponibles sobre ingresos y gasto por turismo internacional para 2012, que cubren al menos los nueve primeros meses del año, confirman la tendencia positiva de las llegadas.

Entre los diez primeros destinos turísticos, los ingresos se han incrementado significativamente en Hong Kong (+16%), Estados Unidos (+10%), Reino Unido (+6%) y Alemania (+5%).

Asimismo un número significativo de destinos del todo el mundo ha registrado un incremento superior al 15% en los ingresos por turismo internacional, como Japón (+37%), India y Sudáfrica (ambos +22%), Suecia y la República de Corea (ambos con un +19%), Tailandia (+18%) y Polonia (+16%).

Renovado dinamismo de los mercados tradicionales

Aunque de los diez principales mercados las tasas de crecimiento más elevadas del gasto en el extranjero las ostentan las economías emergentes, como China (+42%) y Rusia (+31%), algunos emisores tradicionales han registrado resultados positivos.

Así, en Europa, y a pesar de las presiones económicas, el gasto en turismo internacional de Alemania se ha mantenido en el +3%, mientras que el del Reino Unido (+5%) ha vuelto a crecer después de dos años sin variación; aunque en Francia (-7%) e Italia (-2%) ha descendido. En América, tanto en Estados Unidos como Canadá ha aumentado un 7%.

Otros mercados más pequeños con crecimientos significativos han sido Venezuela (+31%), Polonia (+19%), Filipinas (+17%), Malasia (+15%), Arabia Saudita (+14%), Bélgica

(+13%), Noruega y Argentina (ambos +12%), Suiza e Indonesia (ambos con un +10%).

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE, Jose Vicente de.-Turismo, fundamentos e dimensões, S.P.,Ática, 1992, 215 pág..

ASCANIO, Alfredo. Turismo y planificación hotelera: evaluación económica y ambiental, Campinas, Papirus, 2004, 192 pág.

BANDUCCI, Alvaro & BARRETTO, Margarita.- Turismo e identidade local: Uma visão antropológica, Campinas, Papirus, 2001, 208 pág.

BARRETTO, Margarita.- Análise da Utilidade Social dos Museus de Campinas, Separata no. 2, Boletim do Curso de Turismo, São Paulo, Faculdade Ibero-Americana, Novembro de 1994,

_____.-Teoria e Técnica de Turismo, Recife, Empetur, 1977.

BONIFACE, Priscila.- Managing Quality Cultural Tourism, London, Routledge, 1995

BOYER, , Marc. L'invention du tourisme. Paris, Découvertes/ Gallimard, 1996.

BROWN, Frances.- Tourism Reassessed, blight or blessing?, Oxford, Butterworth-Heinemann, 1998, 141 pág.

BULL, Adrián.La economía del sector turístico. Alianza economía, Madrid,2000.

CASTELLI, Geraldo.-Turismo, análise e organização, Porto Alegre, Sulina, 1975, 184 pág.

CHAMBERS, Erve.- Tourism and Culture, Albany, State University of New York Press, 1997.

CORIOLAN, Luzia Neide. M. T.- Turismo y ética, Fortaleza, FUNECE, 1998, 407 p.

CRAIK, J.- The culture of tourism, in URRY, J.- Touring Cultures, London, Routledge, 1997.

DJURKKITCH, Alexandre.-Modelo Alaguano de Turismo Social, Alagoas, Empresa Alaguana de Turismo, 1982, 56 pág.

DOMINGUES, Celestino.-Diccionario técnico de turismo, Publicações Dom Quixote, 1990.

FELLINI S. Lourdes.- Introducción al Turismo, Porto Alegre, ECS/EST, 1977, 89 pág.34

FERNÁNDEZ TABALES, Alfonso (2004): "Turismo y ordenación del territorio", Quaderns de Política Econòmica, nº 7, mayo - agosto,

FLORES, Maria Bernardete R.- Oktoberfest: Turismo, festa e cultura na estação do Chopp,

- Florianópolis, Letras contemporâneas, 1997, 188 pág.
- HUGUES, H.- Urban Tourism and the performing arts, in MURPHY, P.
- JAFARI, J.- La cientifización del Turismo, Estudios y Perspectivas en Turismo, 3(1), 1994, 7-36.
- JOHNSON, P. & THOMAS, B.- Tourism, Museums and the Local Economy: The Economic Impact of the North of England Open Air Museum at Beamish, Edward Elgar Publishing Limited, England, 1992.
- JURDAO ARRONES, Francisco (compilador).- Los mitos del turismo, Barcelona, Endymion, 1992
- KELLNER, Douglas.- Popular Cultures and the construction of postmodern identities, in LASH, S & FRIEDMAN, J., Modernity and Identity, UK, Blackwell, 1992.
- KIRSHENBLATT-GIMBLETT, Barbara.- Destination Culture: Tourism, Museums and Heritage, University of California Press, Berkeley, 1998
- LANFANT, François. M.- International Tourism, identity and change, London, Sage, 1995
- LASH, Scott . & URRY, John.- Economies of Sign and Space, London, Sage, 1994
- LE GOFF, Jacques.- História e Memória, Campinas, Ed. Unicamp, 1990.
- LEMOS, Amália Inês G. de (org.). Turismo; impactos socioambientales. São Paulo : Hucitec, 1996.
- MACCANNELL, Dean. The tourist; a new theory of leisure class. Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 1999.
- MARTINS, João Batista. Marolas Antropológicas: identidades em mudanças na Praia do Santinho. Florianópolis : UFSC, 1995 (Dissertação: Mestrado em Antropologia Social).
- MONTANER MONTANEJO, Jordi: Política y relaciones turísticas internacionales Editorial: Ariel Turismo, Barcelona ,2002
- MURPHY, Peter.- Quality Management in Urban Tourism, John Wiley & Sons,
- PELLEGRINI Filho, Américo.- Ecologia, Cultura e Turismo. Papyrus, 1983, 189 pág.
- PEREIRA, Arlete M.- Bibliografia sobre Turismo, R.J., Senac, 1988.
- ROJEK, Cris. & URRY, John.- Touring Cultures, Routledge, 1997..
- SANTANA, Agustín .- Antropología y Turismo ¿nuevas hordas, viejas culturas?, Barcelona, Ariel, 1997.
- _____.- Patrimonio cultural y turismo: reflexiones y dudas de un anfitrión, in I Congreso Virtual de Antropología y Arqueología, www.naya.org.ar/congreso, 1998
- TORRES BERNIER, ENRIQUE Y NAVARRO JURADO, ENRIQUE (2007): "La congestión urbanística como factor reductor de la calidad turística y de vida en los destinos maduros", Estudios Turísticos, nº 172-173, pp. 193-199,

TULIK, Olga.- Turismo e Repercussões no Espaço Geográfico, Turismo em Análise, 1(2), 1990,63-77.

TURISMO E CULTURA: La história de los atractivos turísticos regionales, URI/FAPERGS, 2001, Organizado por Ana Beatriz R. Gonçalves e Claudette Boff.

URRY, Touring Cultures, London, Routledge, 1997

VERA REBOLLO, J. FERNANDO, CRUZ OROZCO, JORGE Y BAÑOS CASTIÑEIRA, CARLOS JAVIER (1995): "Turismo y organización del territorio: Desajustes de un modelo de implantación y nuevas estrategias", Cuadernos de Geografía, nº 58,

WALL, Geoffrey.- Linking heritage and tourism in an Asian City: The case of Yogyakarta, Indonesia, in MURPHY, P.