TURISMO: VIAJANDO AL FUTURO

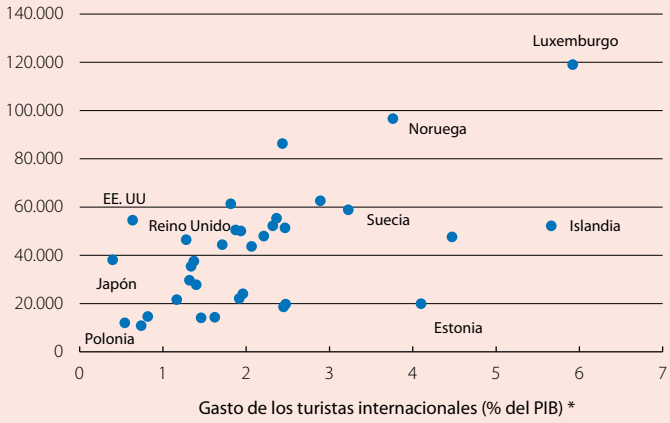
El turismo: un sector de peso en la cresta de la ola

El turismo es un sector clave en la actividad económica mundial, atendiendo tanto a su dimensión como a su dinamismo y a la capacidad que tiene de influir en otros ámbitos de la actividad económica. En lo que se refiere a la dimensión, las cifras hablan por sí solas: el sector representó el 3,1% del PIB global en 2016, pero si se tienen en cuenta los efectos indirectos e inducidos en otros sectores, el peso asciende al 10,2%.[1] Esto supera a sectores tan importantes como la automoción, las manufacturas químicas o la minería. Asimismo, el turismo genera un 9,6% del empleo global, seis veces más que la automoción, cinco más que las manufacturas químicas, cuatro más que la minería y el doble que las comunicaciones. Adicionalmente, el gasto de los turistas internacionales sumó el 6,6% de las exportaciones mundiales en 2016.

El dinamismo del sector turístico queda patente en su ritmo de crecimiento, superior al del conjunto de la economía global. En este sentido, la llegada de turistas internacionales a la OCDE y países asociados alcanzó los 1.100 millones en 2014 (última cifra disponible), con un crecimiento anual del 6,6%, y el gasto que efectuaron (excluyendo gastos de transporte) se incrementó en un 4,8% en dólares corrientes. A largo plazo, las perspectivas siguen siendo igualmente halagüeñas: el WTTC[1] vaticina un crecimiento anual promedio del 3,9% real hasta 2027, por encima del 3,7% que el FMI espera para el PIB mundial en el periodo 2017-2021. Por su parte, la OCDE espera que las llegadas de turistas internacionales alcancen los 1.800 millones en 2030.[2]

Emisión de turistas internacionales y renta per cápita

Renta per cápita promedio del país (en dólares de EE. UU.)



Nota: ** El gasto realizado en el destino por los turistas internacionales emitidos por un país (importaciones turísticas del país). Datos del año 2014.*
Fuente: *CaixaBank Research, a partir de datos de la OCDE y del FMI.*

En lo referente al tercer aspecto, la capacidad de influir en otros sectores económicos, el turismo presenta oportunidades y retos. El turismo es intensivo en inversión (el sector atrajo el 4,4% de la inversión mundial en 2016, por encima de su impacto directo en el PIB) y una gran parte de estas inversiones (infraestructuras de transporte y comunicaciones, por ejemplo) es aprovechable para otros sectores de la economía. Sin embargo, el turismo también genera externalidades negativas. Por ejemplo, influye en la conservación de los recursos naturales y culturales y puede afectar la convivencia con los ciudadanos. Asimismo, la emergencia de las nuevas tecnologías y, más recientemente, la eclosión de la economía del *sharing* han generado un debate forzoso sobre la necesidad de adaptar los marcos normativos a esta nueva realidad (véase el artículo «Turismo 2.0: oportunidades y retos» de este mismo Dossier).

El buen momento del turismo global en los últimos años se explica por la combinación de dos factores: el abaratamiento de los costes del transporte, en especial el del transporte aéreo a raíz de la liberalización del sector, y el aumento de la renta per cápita global. Así, un 54% de los turistas internacionales llega a su destino por avión y, según la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), entre 2002 y 2012 el número de pasajeros creció a un ritmo del 5,8% anual, alcanzando los 3.000 millones de viajeros anuales. Todavía más rápido es el crecimiento de los pasajeros internacionales, que se doblaron (de 600 a 1.200 millones) con un avance promedio del 7,2% anual. La OACI también prevé que el ritmo de crecimiento se mantenga elevado, y para 2030 espera que el número de pasajeros en vuelos internacionales alcance los 2.800 millones.

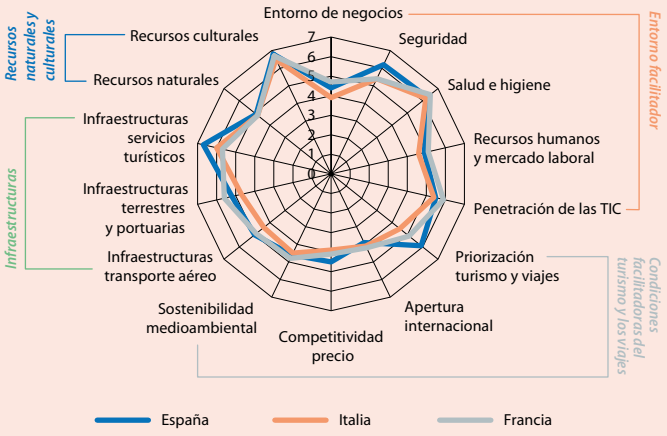
En lo referente a la renta per cápita, la evidencia empírica apunta a una relación positiva entre la proporción de gastos en turismo y la renta per cápita, lo cual se explica porque el gasto de ocio se produce cuando el grueso de las necesidades básicas está cubierto. Para el conjunto de países de la OCDE y asociados, doblar la renta per cápita supone multiplicar por entre 1,5 y 2 la proporción del PIB dedicada al turismo internacional.[3] Aun reconociendo que el tamaño, la geografía y los usos culturales afectan a esta propensión, es sintomático el caso de las cuatro mayores economías de la eurozona. En Alemania, Francia, Italia y España, el peso del gasto turístico internacional es del 2,21%, 1,71%, 1,34% y 1,32%, respectivamente, exactamente en el mismo orden

1. World Travel & Tourism Council, «Economic impact 2017, World».
2. OCDE (2016), «OECD Tourism Trends and Policies 2016».
3. La cuota del gasto de los turistas que emite una economía al exterior –importaciones– respecto a su PIB.

que sus rentas per cápita. Esta relación positiva entre turismo y renta per cápita tiene una implicación importante. Cuando el PIB mundial crece, el turismo crece por partida doble: por el mismo crecimiento de la economía y por el crecimiento de la renta per cápita, que hace que aumente el peso del sector en el PIB.

A corto plazo es de prever que el incremento del turismo internacional siga protagonizado por las economías avanzadas, que tienen una renta per cápita más alta. Adicionalmente, Europa se beneficia de una geografía que facilita el transporte terrestre, a lo que se añade la desviación del turismo por la inseguridad de los destinos turísticos rivales de Oriente Medio. Sin embargo, el escenario cambia a medio y largo plazo porque las economías emergentes crecen más rápido que las economías avanzadas, y muchas alcanzarán niveles de renta que permitirán el despegue de su gasto turístico. En este sentido, la OCDE prevé que en 2030-2040 el protagonismo de la emisión de turistas internacionales habrá basculado hacia las economías emergentes, en especial los países de Asia Emergente. El FMI espera para la región un crecimiento promedio del 6,3% en el periodo 2017-2021, superior al 4,9% del conjunto de las economías emergentes y al 1,9% de las economías avanzadas.[4]

Índice de competitividad turística



Nota: *Escala de 0 (el menos competitivo) a 7 (el más competitivo).*
Fuente: *CaixaBank Research, a partir de datos del Foro Económico Mundial (Travel and Tourism Competitiveness Report, 2017).*

¿Dónde queda España en este escenario? España, al igual que otros países europeos, se beneficia del liderazgo de Europa en la demanda turística y de la inseguridad de los destinos rivales de Oriente Medio. Esta primacía europea se refleja en la composición del gasto que dejan los turistas internacionales atendiendo al país de procedencia, donde dominan especialmente los turistas británicos (véase el artículo «El turismo, un nuevo *El Dorado* para la economía española» en este mismo Dossier). Esta composición ha contribuido al auge del turismo en España, ya que los países que más turistas envían a España aumentaron su emisión más que la media.

Pero la buena marcha del turismo en España no se debe solo a una coyuntura favorable o a un efecto composición. Existe una relación positiva entre la llegada de turistas extranjeros y la competitividad del sector turístico del país receptor[5] y, en este ámbito, España destaca con luz propia. España repite como el país más competitivo del mundo en el sector turístico en el World Economic Forum de 2017,[6] en un *ranking* de 136 países, por delante de Francia, Alemania, Japón, Reino Unido, EE. UU., Australia e Italia. Los 14 pilares se estructuran en cuatro índices de los cuales España es muy fuerte en recursos naturales y culturales y en infraestructuras, que reflejan la intensidad inversora del sector (véase el artículo «La calidad de la oferta turística: el reto de mantener el liderazgo» en este mismo Dossier). Concretamente, España ocupa la segunda posición del *ranking* en infraestructuras de servicios turísticos (hoteles, cajeros automáticos y disponibilidades de alquiler de coches) y en infraestructuras de transporte aéreo (novena posición). En transporte por superficie también es competitiva, pero está detrás de Francia y Alemania, que tienen una mayor densidad de red. En condiciones facilitadoras del turismo y los viajes, España también tiene ventaja respecto a sus competidores directos (Francia e Italia) pero es en el índice del entorno facilitador donde España presenta sus únicas debilidades: el entorno de negocios (facilidad para crear empresas y sistema impositivo) y en el mercado de trabajo (productividad y salarios), donde se sitúa en la posición 100 del *ranking*.

La coyuntura favorable y la fortaleza competitiva del sector en España dan un amplio margen para seguir aprovechando la buena marcha del turismo a nivel global. Los retos, sin embargo, no son pocos: el sector debe adaptarse a una demanda cambiante en el futuro, debe lograr una coordinación con los otros sectores de la actividad económica y, para priorizar la inversión en infraestructuras, la legislación debe adaptarse para promover un desarrollo sostenible del sector y para que puedan desarrollarse, de forma ordenada, los nuevos modelos de negocio que han nacido o pueden nacer con las nuevas tecnologías.

Jordi Singla
Departamento de Macroeconomía, Área de Planificación Estratégica y Estudios, CaixaBank

4. Véase el artículo «China y Rusia, los nuevos emergentes en emisión de turismo» del Dossier del IM05/2014.
5. Véase el artículo «Recetas de éxito en el sector turístico, vías diferentes para un destino común», del Dossier del IM05/2014.
6. World Economic Forum (2017), «The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017».