

TURISMO: ACTIVIDAD ESENCIAL DEL SECTOR EXTERIOR

Agueda Esteban Talaya
Directora del Instituto de Estudios Turísticos

I. INTRODUCCION.

En los últimos años el turismo se está consolidando como una actividad económica de firme protagonismo en el sector exterior español. Esta afirmación se sustenta sobre varios principios que determinan la posición competitiva de turismo español en términos macro y microeconómicos. Por un lado, la aportación del turismo a la balanza de pagos, su incidencia sobre otros sectores económicos y la contribución al PIB y su resistencia a las crisis económicas. Por otro, las actuaciones comerciales empresariales, a través principalmente de los precios y la distribución, y su actual posición internacional.

El análisis comparativo intersectorial también indica la creciente importancia del turismo, si se considera el progresivo debilitamiento de otros sectores económicos exportadores, no sólo de servicios, sino principalmente de bienes, tanto industriales como de consumo.

El comportamiento de la demanda turística interior y exterior es, tal vez, el factor más determinante de las tendencias y perspectivas del turismo español en el contexto internacional. Así como el turismo permite situar la economía española en el ámbito internacional, a su vez, de forma recíproca, la situación de los mercados exteriores determina los resultados económicos del turismo.

2. PRINCIPALES TENDENCIAS ECONOMICAS DEL TURISMO.

Desde el año 1991, el turismo está experimentando un período expansivo que ha evidenciado sus fortalezas, pero que, al mismo tiempo, ha puesto de manifiesto sus debilidades en términos de situación y competitividad exterior.

La posición de España en el mercado turístico internacional es privilegiada, situándose en el tercer puesto (por detrás de Estados Unidos y Francia), estimado tanto por el movimiento de visitantes extranjeros como por el volumen de ingresos procedentes del exterior. Esta situación ha proporcionado un reconocimiento internacional que ha contribuido a considerar España como un país eminentemente turístico, aún no reflejando de forma adecuada la situación real del turismo español en los mercados internacionales.

El desarrollo histórico del turismo se ha basado en la demanda procedente del exterior, principalmente de los visitantes extranjeros, motivados por el monopolio sol-playa, que ha permitido un crecimiento medio en los últimos diez años del 3,5%, casi siempre por encima del crecimiento de la economía española en su conjunto. Sin embargo, esta continua evolución

positiva no ha alcanzado el crecimiento medio del turismo internacional (cifrado en el 5%), ni siquiera el europeo (con una cuota del mercado internacional del 60% y una tasa de crecimiento medio anual de algo más del 4%), siendo España el primer destino turístico de los países europeos.

Los indicadores de tendencia apuntados muestran una pérdida progresiva de la posición competitiva del turismo español en los mercados internacionales debida principalmente a los mismos factores que han potenciado su buena situación hasta el momento.

En primer lugar, la escasa diversificación de los productos turísticos ofrecidos, caracterizando una oferta estandarizada y poco diferenciada de otros productos/mercados competidores. La elevada concentración de oferta y de demanda que, si bien han situado al turismo español en primera línea internacional por su experiencia y conocimiento acumulados, han provocado claros desajustes productivos y geográficos, potenciados por el sostenimiento de empresas de reducido tamaño, con fuertes limitaciones de adaptación y actuación en la comercialización internacional de sus productos.

En términos estrictamente de macromagnitudes económicas, el turismo se manifiesta en este período como claramente resistente a acusar los efectos negativos de la recesión económica que sufren otros sectores españoles. La aportación del turismo al PIB no sólo no ha disminuido en 1993 (a diferencia de la caída experimentada de forma global por la economía española), sino que ha experimentado un crecimiento favorecido principalmente por la evolución de la componente exterior de la renta turística nacional.

Considerando los resultados de los ingresos en divisas, como indicador del consumo turístico efectuado en España por los no residentes, en este último año, el crecimiento respecto del año anterior se cifra en el 9%. Si se analiza la proporción del consumo turístico debido a los residentes, el crecimiento experimentado en 1993 es del 2%. El balance del consumo turístico total para este mismo año se estima en el 5%, lo que supone una aportación al PIB de cerca del 10%, poniendo en evidencia el efecto multiplicador del turismo sobre otros sectores económicos.

El análisis de los efectos de la actividad turística sobre la balanza de pagos permite conocer con detalle la importancia del turismo español en el sector exterior. Desde 1990, la aportación de los ingresos por turismo a los ingresos por servicios de la balanza por cuenta corriente se ha mantenido en unos niveles de, aproximadamente, el 65%, a la vez que la proporción de pagos por turismo sobre los pagos totales por servicios se ha situado, por término medio, en el 25%. Estos datos demuestran que el saldo por servicios depende en gran medida de la evolución de la balanza turística, con una aportación media entre 1990 y 1993 del 127%, al ser el turismo la principal partida de los recursos y no gravar excesivamente la componente de empleos de la balanza por servicios.

Un efecto similar se produce si se analiza tanto el conjunto de la balanza por cuenta corriente como el efecto compensador del turismo en el déficit comercial (véase cuadro núm. 1).

3. SITUACION TURISTICA DEL PRIMER CUATRIMESTRE DE 1994.

En los primeros cuatro meses de 1994, la demanda turística procedente del exterior se ha incrementado en relación al mismo período de 1993 en un 7,7%, en la estimación de las entradas de visitantes por fronteras. El análisis de la utilización por parte de los turistas extranjeros de los

establecimientos hoteleros, ofrece cifras de crecimiento de la demanda procedente del exterior por encima de las resultantes de la entrada por fronteras. Entre enero y abril de 1993 se ha producido un crecimiento en viajeros del 17,2% y del 11,6% en pernoctaciones realizadas por los residentes en el exterior (véase el cuadro núm. 2).

CUADRO NUM. 1

BALANZA DE PAGOS: BALANZA POR CUENTA CORRIENTE			
RELACIONES ENTRE LAS BALANZAS TURISTICAS, COMERCIAL Y DE SERVICIOS			
	Saldo por Turismo/ Saldo por Servicios	Saldo por Turismo/ Déficit Comercial	Saldo por Turismo/ Saldo por Cta. Corriente
1990	120,7	48,9	86,1
1991	121,1	48,0	88,0
1992	134,4	55,0	94,2
1993	132,8	96,5	367,7
Enero-Abril	154,0	115,0	141,1
1994			

Fuente: Banco de España.

CUADRO NUM. 2

EVOLUCION DE LAS PRINCIPALES VARIABLES TURISTICAS		
Turismo procedente del exterior (tasas de variación interanual)	Enero-Abril 1994	Total 1993
Visitantes extranjeros	7,7%	3,5%
Viajeros extranjeros en hoteles	17,2%	3,5%
Pernoctaciones de extranjeros en hoteles	11,6%	7,8%
Ingresos por turismo	9,9%	9,2%
Pagos por turismo	-15,5%	5,9%
Saldo por turismo	20,4%	10,4%

Fuente: Secretaría General de Turismo, Instituto Nacional de Estadística y Banco de España.

El origen de la demanda procedente del exterior se concentra en los países europeos, principalmente en los comunitarios, que representan entre enero y abril de este año el 83% del total de visitantes. La evolución en este mismo período ha sido muy positiva, con un crecimiento medio del mercado comunitario de casi el 11%, destacando por encima de esta media los dos principales emisores de turistas hacia España: Alemania (con un crecimiento del 15,3%) y el Reino Unido (con el 19,9% de incremento). Otros países de alta participación como Portugal (con una variación del 11,3%) y Francia (4%) incorporan una importante componente en el segmento de visitantes de un día (o excursionistas). Si se pondera el conjunto de visitantes por fronteras con este grupo, la cifra total del segmento de turistas para este primer cuatrimestre se aproxima a 9 millones de personas.

Los ingresos en divisas por turismo también experimentan un alto crecimiento. En los cuatro primeros meses de 1994 se registra un incremento de casi el 10%, alcanzando un volumen total de 690 mil millones de pesetas. Las variaciones mensuales han ido creciendo progresivamente desde enero con un 6%, hasta abril con un 14%. Los pagos por turismo, por el contrario y siguiendo la tendencia del año 1993, obtienen una variación acumulada negativa, cifrada en el

-15,5%, con un total de algo más de 155 mil millones de pesetas. La balanza turística ha recogido la favorable tendencia de los ingresos y la progresiva disminución de los pagos, situándose para el conjunto del cuatrimestre en 535 mil millones de pesetas, con un crecimiento del saldo neto del 20%, llegando hasta casi el 30% en el mes de abril.

La evolución del sector exterior en estos primeros meses reafirma la idea de la aportación significativa del turismo a la balanza comercial española. Si se considera que entre enero y abril de 1994 el déficit comercial asciende a casi 465 miles de millones de pesetas, el saldo por turismo supone el 115% del saldo comercial en este período. La disminución del déficit por cuenta corriente favorece también la importancia del turismo en nuestra balanza de pagos, principalmente por el efecto, antes comentado, de la alta aportación de los ingresos por turismo al conjunto de los servicios, junto con la baja participación de los pagos por turismo en los pagos totales por servicios (véase el cuadro núm. 1).

4. TURISMO: EXPECTATIVAS Y PERSPECTIVAS PARA 1994.

Con los datos de evolución del turismo español del primer cuatrimestre del año y con el pulso general del sector que aporta información sobre situación de los mercados internacionales ante la temporada alta turística que ahora se inicia, puede esperarse que los resultados turísticos de 1994 sean muy buenos desde una perspectiva meramente cuantitativa.

Los indicadores de la demanda procedente del exterior muestran que el porcentaje de crecimiento del 8% podría mantenerse al finalizar el año, alcanzándose una cifra cercana a 62 millones de visitantes procedentes del extranjero, casi cinco millones más que en 1993. De todos estos visitantes que previsiblemente cruzarán nuestras fronteras, aproximadamente 44 serán turistas, es decir, pasarán al menos una noche en España y realizarán por lo tanto un gasto en divisas en nuestro país.

Para los ingresos por turismo, la cifra total anual estimada es de 2.750 miles de millones de pesetas, un 8% de incremento sobre 1993, aproximadamente 275 miles de millones de pesetas más. Si se considera además una cierta disminución de los pagos por turismo para este año en un -8%, lo que supondría alcanzar un total de 550 miles de millones de pesetas de pagos por turismo, el saldo neto al finalizar el año se situaría cercano a los 2,2 billones de pesetas.

Si para el conjunto de 1994 se logra disminuir el déficit comercial en aproximadamente el 20%, el saldo de la balanza turística podría llegar a cubrir el saldo comercial en aproximadamente el 137,5%. Estas previsiones indican que la buena situación del comercio exterior y la todavía mejor del sector turístico podrían llegar a disminuir en cerca de la mitad el saldo negativo de nuestra balanza por cuenta corriente. Aislando los efectos comerciales de la balanza de pagos, la hipótesis de ausencia del elevado saldo positivo de la balanza turística provocaría que se duplicara el déficit comercial español.

No se pueden obviar los efectos de las devaluaciones de la peseta y las condiciones de inestabilidad monetaria sufridas en la primera mitad de 1993. La estructura del mercado turístico y la sensibilidad de la demanda provocan que las consecuencias positivas de las devaluaciones sean significativas cuando las cuantías de éstas superen el 10%, cifra rebasada en este caso, ya que la situación cambiaría alcanzada en 1993 fue la continuación de los ajustes monetarios iniciados a finales de 1992. Además, existe un lógico período de adaptación de la demanda turística, estimado de seis meses a un año, que afecta directamente al crecimiento que se está

experimentando en 1994, tanto en términos físicos como monetarios. En resumen, en este momento se están recogiendo los resultados favorables derivados de las devaluaciones de 1993.

Alcanzar una cifra de 62 millones de visitantes es marcar un nuevo récord en la capacidad de acogida en España, pero lo extraordinario de 1994 no es volver a superar una cifra ya elevada que se registró en 1993, y que a su vez este año hubiera superado la ya histórica de 1992, lo más importante es que año a año se eleva el techo que hasta tan sólo cuatro años parecía saturado. Muchos observadores de esa realidad turística se han preguntado hasta cuándo puede seguir manteniéndose el creciente número de turistas en España, aunque tal vez la pregunta correcta no sea hasta cuándo sino cómo.

La creencia generalizada por los expertos y protagonistas es que 1994 será y de hecho está siendo un buen año, sin embargo esta afirmación debe ser matizada.

Existen varios factores que inciden de forma desigual en las previsiones optimistas para 1994. La recesión económica, sufrida fundamentalmente el pasado año y que ha afectado a los principales países europeos emisores de turistas, ha coincidido con las dificultades que están atravesando los países receptores del área mediterránea, competidores directos de España. Esta situación coyuntural ha provocado, por una parte, la disminución de los gastos de las empresas en viajes y dietas, afectando directamente al turismo de negocio (con una cuota de participación cercana al 10% de nuestro turismo) e influyendo básicamente en los destinos de ciudad. Por otro lado, el turismo de ocio o vacacional encuentra en España un país seguro y fiable, con una buena imagen turística, con garantía de estabilidad y experiencia, que permiten a los turistas confiar en obtener un nivel mínimo de prestaciones.

Otros factores de carácter estructural, que inciden en la competitividad exterior del sector turístico, se muestran claramente limitativos para el desarrollo del negocio turístico con las mismas características que parecen avalar los indicadores de demanda. Los procedimientos de negociación de las ofertas y los precios están diseñados a la medida de los canales de distribución (operadores turísticos principalmente), con escasa participación de las empresas españolas, sometidas al control externo, y que provoca la utilización de instrumentos poco aconsejables (desde el punto de vista de imagen y de satisfacción del consumidor) como es la sobrecontratación.

En este sentido, las empresas españolas, principalmente de acogida, han demostrado una ausencia de conocimiento, o al menos de utilización, de las variables de marketing a su alcance. La evolución de los mercados internacionales no asegura la competitividad si se actúa únicamente con la variable precio: el turismo es, tal vez, el más claro exponente de cómo las actuaciones empresariales sólo sobre el factor precio no garantizan la mejora de la situación competitiva en los mercados exteriores, sobre todo cuando se ofrece un producto concentrado y poco diversificado.

Es aquí donde la oferta turística española tiene el reto más importante, si quiere mantener su posición competitiva (definida en la actualidad por su fortaleza comparativa): debe mejorar la calidad y adaptarse a una demanda turística cada vez más exigente y selectiva.