

SABERES

Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales

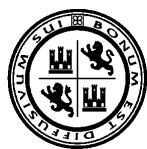
VOLUMEN 9 ~ AÑO 2011

Separata



LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA UNIÓN EUROPEA EN UN ENTORNO DE CRISIS ECONÓMICA Y FINANCIERA GLOBAL

Luis Manuel Ruiz Gómez
y
Elena Casado García-Hirschfeld



UNIVERSIDAD ALFONSO X EL SABIO
Facultad de Estudios Sociales
Villanueva de la Cañada

Luis Manuel Ruiz Gómez y Elena Casado García-Hirschfeld

©Luis Manuel Ruiz Gómez y Elena Casado García-Hirschfeld

© Universidad Alfonso X el Sabio
Avda. de la Universidad,1
28691 Villanueva de la Cañada (Madrid, España)

Saberes, vol. 9, 2011

ISSN: 1695-6311

No está permitida la reproducción total o parcial de este artículo ni su almacenamiento o transmisión, ya sea electrónico, químico, mecánico, por fotocopia u otros métodos, sin permiso previo por escrito de los titulares de los derechos.

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA UNIÓN EUROPEA EN UN ENTORNO DE CRISIS ECONÓMICA Y FINANCIERA GLOBAL

Luis Manuel Ruiz Gómez
Profesor Ayudante UNED
Elena Casado García-Hirschfeld
Profesor Ayudante UNED

Resumen: El sector turístico es una rama de la actividad económica estratégica para la Unión Europea. Analizamos cuales son los principales efectos que la crisis económica y financiera está produciendo en el turismo en la Unión Europea señalando cuales son las principales características diferenciadoras con respecto a otras recesiones económicas por las que ha atravesado el sector.

Palabras clave: Turismo, Unión Europea, crisis económica y financiera.

Sumario:

- I. INTRODUCCIÓN: ESCENARIO DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA ECONOMÍA DE LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA.
- II. UN PANORAMA DIFERENTE PARA EL SECTOR TURÍSTICO: PRINCIPALES RAZONES.
- III. EL IMPACTO DE LA CRISIS ECONÓMICA Y FINANCIERA EN EL SECTOR TURÍSTICO
- IV. LA REFORMULACIÓN DEL SECTOR DEL TURISMO EN EUROPA COMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS
- V. EL TRATADO DE LISBOA Y EL TURISMO
- VI. PERSPECTIVAS OPTIMISTAS PARA UNA CAMPAÑA TURÍSTICA EN UN ESCENARIO DE CRISIS.
- VII. CONCLUSIÓN: ¿CUÁLES SON LOS RETOS PARA UNA ALCANZAR UNA RECUPERACIÓN GLOBAL Y SOSTENIBLE?
- VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INTRODUCCIÓN: ESCENARIO DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA ECONOMÍA DE LOS PAÍSES DE LA UNIÓN EUROPEA.

La UE recibió 380 millones de turistas internacionales en 2007, un 42% del total de llegadas internacionales en todo el mundo. El turismo generó cerca del 5% del PIB comunitario y empleó a 5,2% de la población activa. La contribución indirecta fue aún más impresionante: este sector representó más del 10% del PIB y el 12% del empleo total en la Unión Europea.

Además de su papel clave en la economía europea, el turismo ha demostrado ser uno de los sectores más resistentes a la crisis e incluso muestra signos de una ligera recuperación y crecimiento. La tasa de creación de empleo en turismo es superior a la media de la economía europea en su conjunto.

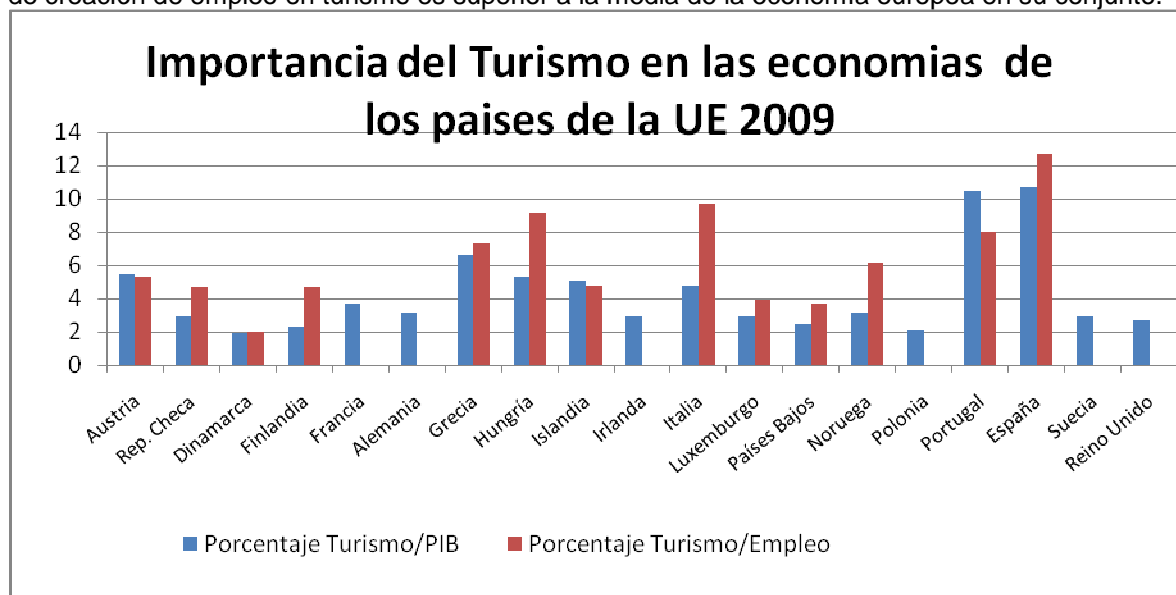


Gráfico 1: Importancia del turismo en la economía de los países de la UE.
Fuente OCDE

UN PANORAMA DIFERENTE PARA EL SECTOR TURÍSTICO: PRINCIPALES RAZONES.

Durante los últimos 20 años, la industria turística ha cambiado de forma radical y ello debido, entre otras razones a:

- el dinamismo de la economía del mundo que ha visto surgir nuevas potencias turísticas y el mantenimiento de las existentes por lo que la competencia entre destinos se ha vuelto más intensa.
- la transformación de la industria aeronáutica con el desarrollo de las compañías de bajo coste en el mercado europeo
- el uso intensivo de las tecnologías de la comunicación y de la información (TICs) en el turismo, han fomentado la creciente importancia de la organización individual de los viajes y consecuentemente la caída de la intermediación en la actividad turística.
- hay nuevos clientes internacionales que hacen más número de viajes aunque de duración más corta a lo largo del año, reduciendo de esta forma la estacionalidad en el sector.

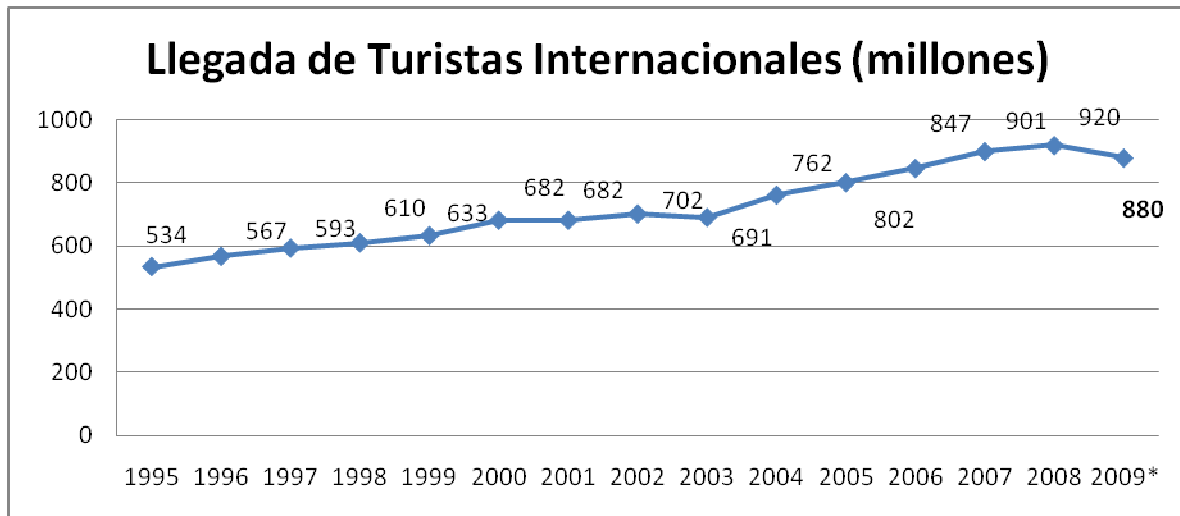


Gráfico 2: Llegada de Turistas Internacionales a la UE.
Fuente OMT

El año 2009 ha quedado registrado como uno de los años más complicados del turismo internacional pero el sector comenzó una fuerte recuperación en 2010, año en el que las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 6,6% alcanzando los 940 millones. En la primera mitad de 2011, el turismo internacional creció un 5%.

La imagen del turismo se ha ido transformando a lo largo de estos años, tanto desde el lado de la oferta como desde el lado de la demanda. Desde el lado de la oferta, la competencia entre destinos se ha vuelto más intensa y desde el punto de vista de la demanda, hay que reseñar que hay nuevos clientes internacionales y que los viajeros están haciendo más viajes aunque de duración más corta a lo largo del año. En este contexto, los países de la UE siguen jugando un papel predominante en el turismo mundial.

Estas afirmaciones se ven reflejadas en el gráfico número 2 en el que se recoge la variación experimentada entre los años 2008-2009 en las pautas de consumo de los europeos. Uno de los aspectos más destacables es la importancia de los viajes internos o domésticos en detrimento de los viajes al extranjero para todas las variables analizadas: número total de viajes realizados, número de noches pasadas fuera de casa, duración de los viajes, gasto por turista, gasto por turista/viaje y gasto por turista/noche.

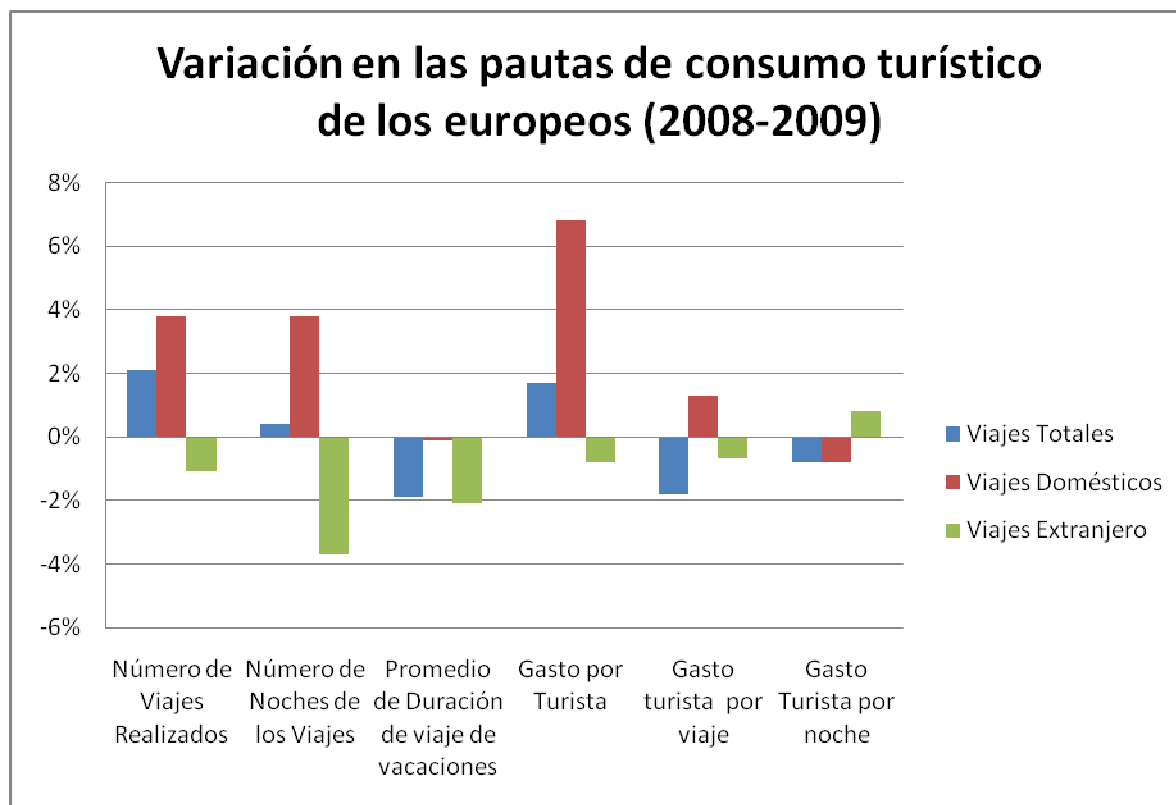


Gráfico 3: Variación en las pautas de consumo turístico de los europeos (2008-2009)

Fuente Eurostat Data in Focus 4/2010

Tal y como se refleja en el gráfico 2, se produce un incremento en el número total de viajes realizados en el período 2008- 2009, lo cual demuestra que los turistas europeos continúan viajando a pesar de la crisis económica y financiera aunque sus pautas de consumo se hayan ido adaptando a las circunstancias económicas del momento. Esto subraya el hecho de que durante las últimas décadas, el turismo se ha convertido en una importante componente de los hábitos de consumo de los europeos. Así, en 2008, el 53,9% de los europeos mayores de 15 años, hicieron al menos un viaje de vacaciones de al menos 4 noches de estancia fuera de casa tanto al resto de Europa como a cualquier otro destino

EL IMPACTO DE LA CRISIS ECONÓMICA Y FINANCIERA EN EL SECTOR TURÍSTICO

Podemos afirmar que la crisis económica y financiera que golpeó la economía mundial en el año 2008, tuvo un fuerte impacto en el sector del turismo. La crisis se manifiesta por la disminución trimestral del PIB de los países de la UE. El ritmo de esta disminución se vio acentuado a finales del año 2008 y a principios del 2009, pudiéndose alcanzar los datos más bajos de actividad económica durante el tercer cuatrimestre del 2009. Una débil y frágil recuperación parece que está teniendo lugar desde finales de 2009, aunque será más patente en Japón y EE.UU. que en la UE.

El empleo en el sector turístico experimentó una subida del 0.6%, mientras que la subida del empleo en el conjunto del sector servicios fue del 1.3% tomando la variación experimentada en los años 2007-2008.

Dado que el turismo es un sector muy ligado al desarrollo de la actividad económica general, la actual crisis económica y financiera ha afectado a la industria del turismo del mismo modo que se vio afectada en otras ocasiones por recesiones económicas similares, aunque en esta ocasión se pueden

observar algunas características diferenciadoras que ya que a diferencia de anteriores crisis económicas, la actual tiene un carácter más global que afecta por igual a los destinos maduros que a los destinos emergentes y en segundo lugar el impacto esperado será más duradero: la caída ha sido muy rápida y la recuperación se espera más lenta en el futuro.

A nivel europeo, se pueden reseñar 4 aspectos de la crisis del turismo:



Tabla 1: Elaboración propia

1)- El turismo internacional ha sufrido más profundamente la crisis que el turismo doméstico. Esto responde a un modelo de comportamiento muy conocido ya que el turismo internacional es más volátil que el turismo interno ante las perturbaciones de carácter externo. Cuando la situación económica se torna difícil, las familias tienden a tomar sus vacaciones en sus países de origen en lugar de desplazarse al extranjero. Otro aspecto de esta volatilidad es la tendencia a reducir los plazos de reserva utilizando las plataformas de reserva de último minuto con la finalidad de obtener importantes descuentos.

El año 2008 fue un punto de inflexión en el crecimiento del turismo internacional después de 4 años (2003-2007) de fuertes crecimientos, ya que en la segunda mitad del año 2008 comenzó a cambiar la tendencia aunque las llegadas internacionales del año 2008 fueron 1,9% más altas que en 2007, aunque esto supuso un 5,2% de menor crecimiento que el experimentado durante los 4 años anteriores. Las disminuciones del crecimiento más acusadas se produjeron en Polonia (-13.5%), Holanda (-8.2%), Dinamarca (-5.6%), Luxemburgo (-4.2%), Irlanda (-3.7%), Francia (-3.2%), España (-2.3%), Reino Unido (-2.2%) e Italia (-2.1%)

Debemos señalar que el comportamiento del turismo internacional está íntimamente ligado al comportamiento de la economía mundial.

La crisis parece más grave para:

2)- Los viajes de negocios que para los viajes de ocio. Frente a una caída de la demanda global, las empresas han hecho un esfuerzo para reducir sus gastos, especialmente los que son más fáciles de controlar mientras que dentro del conjunto de gastos de los particulares, éste tipo de consumo ha disminuido de una forma más moderada que otros componentes de la demanda.

3)- Los hoteles que para otro tipo de alojamientos. Este efecto está íntimamente relacionado con el punto anterior, ya que se considera una consecuencia de la disminución de los viajes de negocios

que tradicionalmente han supuesto un uso extensivo de hoteles en detrimento de otro tipo de alojamientos. Otra explicación que corrobora esta afirmación es que los viajeros de ocio han ido desplazando su demanda hacia tipos de alojamiento más baratos que los hoteles.

4)- El transporte aéreo que para otros tipos de transporte. Las fuertes limitaciones que se le ha impuesto a este tipo de transporte, en particular para viajes internacionales con fines comerciales, han tenido impactos negativos para los viajes de larga distancia. Otros factores que explican el declive son la expansión de las líneas aéreas de bajo coste y la fuerte competencia que sufre el sector, lo cual ha obligado a las compañías a limitar sus capacidades de vuelo.

Una oferta más barata y diversificada ha encontrado una demanda de consumidores de vuelos de corta y media distancia. No obstante, el transporte aéreo ha ganado cuota de mercado a otros modos de transporte, especialmente en Portugal, Italia, Noruega, Irlanda, Francia y Reino Unido. Este crecimiento se ha hecho en detrimento del transporte por carretera y en Noruega, Irlanda y Reino Unido, a costa del transporte marítimo, que para estos países continúa siendo la una modalidad de transporte muy importante.

Sin embargo, también hay excepciones como es el caso de Grecia, país en el que el transporte aéreo está perdiendo cuota de mercado a favor del transporte marítimo o por carretera. En este punto, debemos reseñar que en estos últimos años ha ido ganando cuota de mercado el turismo de cruceros.

A pesar de la crisis que sufre el sector, el transporte aéreo sigue siendo junto con el transporte por carretera, el modo de transporte más utilizado.

Para corroborar esta afirmación, tomaremos los datos proporcionados por la Internacional Air Transport Association (IATA) que establece que el volumen de ingresos por pasajero y kilómetros de tráfico aéreo bajaron desde una tasa de crecimiento del 7.6% en 2007 al 2.4% en 2008.

LA REFORMULACIÓN DEL SECTOR DEL TURISMO EN EUROPA COMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS

Tomando los datos de la encuesta que la Comisión Europea elaboró en marzo de 2009 entre 2.750 pequeñas y medianas empresas que forman parte del sector turístico de la UE, los resultados son:

- Las diferentes partes que componen el sector, confían en que las perspectivas a largo plazo para el sector sean buenas pero es necesario sobrevivir a corto y medio plazo. Dado que el acceso a la financiación es básico para esta industria y en particular para poder tener acceso a la innovación en este sector y especialmente en épocas de crisis, alcanzar un alto grado de innovación para el turismo se convierte en fundamental para mejorar la calidad de los destinos turísticos europeos. La falta de innovación puede ser perjudicial para el sector.
- En estos momentos, las empresas turísticas están sufriendo las consecuencias de la crisis económica y financiera. La crisis acelerará procesos e iniciativas que habían estado aletargadas durante años. Cuando se atraviesa una recesión, sólo las empresas que están mejor preparadas son capaces de salir reforzadas. Elementos tales como sostenibilidad, profesionalidad, marcas, estrategias diversificadas reciben más atención en estos momentos de recesión que antes de la crisis, por lo que el sector espera que la crisis haga que se mejore la profesionalidad dentro del turismo.
- Otro de los resultados de la crisis es que las variables precio y calidad, se van a convertir en elementos esenciales en el momento de planificar unas vacaciones, de modo que se tenderá a fórmulas más baratas de alojamiento, vacaciones más cortas y dentro de la Unión Europea.
- La crisis está cambiando los hábitos de los consumidores y muchos de ellos esperarán las ofertas de última hora para decidir si pueden hacer algún viaje, lo cual provoca una gran incertidumbre por el lado de la demanda en los operadores turísticos y en las agencias de viajes.

- La crisis propicia la colaboración entre los segmentos de la cadena de valor. En particular para las regiones más remotas, es de suma importancia que las compañías aéreas establezcan alianzas para mantener conectada la zona con la afluencia de turistas.

EL TRATADO DE LISBOA Y EL TURISMO

Dado que el turismo es una de las actividades con un mayor potencial de creación de empleo y de crecimiento económico en la Unión Europea, uno de los retos que se plantea la Comisión Europea en el entorno actual de crisis económica y financiera es desarrollar una política de turismo como ya hemos mencionado anteriormente.

Esta preocupación ha hecho que el Tratado de Lisboa contemple nuevas disposiciones específicas sobre turismo con el objetivo de convertir a la UE en el primer destino turístico mundial (artículo 195 que se reproduce más abajo).

El Tratado especifica que la Unión Europea complementará la acción de los Estados miembros en el sector turístico, en particular promoviendo la competitividad de las empresas de la Unión en este sector.

Con este fin, la Unión tendrá por objetivo: fomentar la creación de un entorno favorable al desarrollo de las empresas en este sector y propiciar la cooperación entre Estados miembros, en particular mediante el intercambio de buenas prácticas.

Artículo 195 del Tratado de Lisboa

1)-. La Unión complementará la acción de los Estados miembros en el sector turístico, en particular promoviendo la competitividad de las empresas de la Unión en este sector.

Con este fin, la Unión tendrá por objetivo:

- a) Fomentar la creación de un entorno favorable al desarrollo de las empresas en este sector.
- b) Propiciar la cooperación entre Estados miembros, en particular mediante el intercambio de buenas prácticas.

2)-. El Parlamento Europeo y el Consejo, con arreglo al procedimiento legislativo ordinario, establecerán las medidas específicas destinadas a complementar las acciones llevadas a cabo en los Estados miembros para conseguir los objetivos mencionados en el presente artículo, con exclusión de toda armonización de las disposiciones legales y reglamentarias de los Estados miembros.

PERSPECTIVAS OPTIMISTAS PARA UNA CAMPAÑA TURÍSTICA EN UN ESCENARIO DE CRISIS.

De acuerdo con la nueva encuesta del Eurobarómetro sobre “la actitud de los europeos frente al turismo en 2010”, alrededor de un 80% de los europeos siguen viajando en vacaciones, por tanto mejoran los datos de 2009, ya que en ese año, el porcentaje de europeos que no viajó en vacaciones alcanzó el 33%.

Los resultados más importantes de esta encuesta son:

- Un 50% de los 30.000 ciudadanos europeos entrevistados tiene intención de pasar sus vacaciones en su propio país o en otro país de la UE.
- Un 46% (lo que supone un 5% más que en 2009) de los ciudadanos que tienen intención de irse de vacaciones, cree que dispondrá de los medios financieros necesarios para ello.
- Cerca de dos tercios (un 65%) de los ciudadanos de la EU viajó por motivos turísticos en 2009. Viajar goza de más popularidad entre los ciudadanos de Noruega (84%), Finlandia (83%), Países Bajos (79%) e Irlanda (78%)
- El atractivo local constituye el principal factor seguido del patrimonio cultural y la oferta de actividades de ocio.

- El principal motivo aducido para viajar es “la búsqueda de descanso y esparcimiento” (37%), “sol y playa” (19%) y “visitar a parientes y amigos” (17%).
- Organizar las vacaciones uno mismo: en 2009 ha aumentado el número de ciudadanos de la UE que organizan sus propias vacaciones hasta llegar a un 58%; a este respecto, los países candidatos Croacia (con un 83%) y Turquía (con un 82%) van a la cabeza.
- Los destinos más populares son España (10.4%), que ya fue el destino más popular en 2008 y 2009, Francia (9.9%) e Italia (9.2%).

Llegadas de turistas internacionales (millones)

	2008	2009	2010
Mundo	917	882	940
Europa	485,2	461,5	476,5
Asia y el Pacífico	184,1	180,9	203,8
Américas	148,0	140,7	149,8
África	44,4	46,0	49,4
Oriente Medio	55,2	49,4	60,3

Tabla 2: Llegadas de turistas internacionales en millones
Fuente Organización Mundial del Turismo

CONCLUSIÓN: ¿CUÁLES SON LOS RETOS PARA UNA ALCANZAR UNA RECUPERACIÓN GLOBAL Y SOSTENIBLE?

El sector turístico europeo se enfrenta al reto de mantener y reforzar su posición en un mundo cada vez más competitivo, en el que han aparecido mercados muy potentes, tanto competidores como emisores de nuevos visitantes.

El turismo es una industria de naturaleza transversal, a la que afectan muchas de las medidas y políticas comunitarias en ámbitos como el transporte (la crisis de la nube volcánica ha provocado la cancelación de más de 100.000 vuelos y ha imposibilitado que viajen más de 10 millones de pasajeros), el medio ambiente, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el desarrollo rural, la protección al consumidor, la energía o los impuestos, con impacto directo en la industria turística, aunque los intereses en esta última no siempre sean tenidos en cuenta a la hora de tomar decisiones. Por tanto, es muy importante una fuerte coordinación de estas políticas comunitarias y un enfoque global.

La industria turística en el seno de la UE está muy fragmentada y está compuesta por una diversa gama de empresas, la mayoría de las cuales está concentrada en los Estados Miembros fundadores de la UE. Las empresas que componen esta industria operan en diferentes subsectores tales como hoteles, compañías aéreas, agencias de viajes, etc. y tienen diferentes tamaños que abarcan desde las grandes multinacionales hasta microempresas. Otra de sus características es que la industria es muy diferente según se estén analizando los componentes de la misma en Estados Miembros considerados maduros (los primeros Estados fundadores de la UE) y la industria más joven correspondiente a los nuevos Estados Miembros que se han ido sumando al proyecto comunitario. Además, este sector está muy ligado a otros campos tales como cultura, recursos naturales y medio ambiente, transportes, urbanismo, campos que tienen asociada su propia política pública. Todas estas realidades hacen que sea un auténtico reto plantear una política de turismo común para la UE-27.

La Comisión Europea (y en concreto la Dirección General de Empresa e Industria) está preparando un informe en el que se definirá un marco común para la implantación de la futura política europea de turismo.

Enumeraremos a continuación los retos a los que tendrá que hacer frente la Comisión Europea en el momento de redactar las directrices en materia de política de turismo:

1)- Estimular la competitividad de la industria turística. Para ello la Comisión Europea propone una serie de acciones, como son la extensión de la temporada alta turística fomentando e incentivando los viajes de vacaciones en temporada baja para de este modo hacer un mejor uso de las infraestructuras turísticas.

2)- Facilitar un empleo más motivado y duradero, ya que el turismo es una actividad económica que proporciona trabajo a millones de personas en el sector y en otras muchas actividades relacionadas con él. El personal bien formado está capacitado para moverse a diferentes empleos. En general, el turismo crece con más rapidez que el PIB, duplicando cada 10 o 15 años los puestos de trabajo creados. Durante la recesión es importante que los gobiernos y el sector adopten medidas para conservar al núcleo de sus trabajadores y mantener la calidad de la formación. Las estrategias correspondientes deberían reconocer las especiales necesidades de las PYME, en particular en los países menos adelantados.

3)- Vigilar estrechamente los cambios de tendencia en el sector y reaccionar con rapidez para poder mantener la competitividad. Para ello, es necesario estrechar la cooperación con las organizaciones internacionales y europeas tales como European Travel Commission (ETC), Organización para la cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Organización Mundial del Turismo (UNWTO), Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP), etc.

4)- Fomentar las innovaciones y el uso de la tecnología.

5)- Fortalecer el desarrollo de un turismo sostenible en Europa. La comunidad del turismo debe afrontar los compromisos de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC). El turismo debería incluirse en todas las estrategias de la economía verde.

6)- Promocionar la marca Europa de forma coordinada entre la UE y los países miembros en los principales mercados de terceros países: Estados Unidos, Japón, China, Rusia, Brasil, India. Para ello se potenciarán las principales fortalezas y valores europeos tales como diversidad, calidad, historia y cultura entre otros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Comisión Europea (2007):" Agenda para un turismo europeo sostenible y competitive" COM (2007) 621 final
- Comisión Europea (2010):" Survey on attitudes of Europeans towards tourism"
- ECORYS (2009): "Study on the Competitiveness of the EU tourism industry".
- ECT Market Intelligence Report (2010):"European Tourism in 2009: Trends & Prospects"
- Eurostat (2009): Summer Season Tourism Trends in 2009.
- Eurostat (2009): Tourism in Europe: first results for 2009.
- Exceltur (2010) Retos y Perspectivas de Reducción Turística para 2010/2011
- Instituto de Estudios Turísticos (2009): España en Europa 2008 "El comportamiento turístico de los residentes en la Unión Europea".

-OCDE (2010): "OECD Tourism Trends and Policies 2010"

-Organización Mundial del Turismo (2010) Resultados del Turismo Internacional en 2009 y perspectivas para 2010.

-Organización Mundial del Turismo (2009): Panorama del Turismo Internacional.

-World Travel & Tourism Council (2010): Travel & Tourism Economic Impact (Executive Summary).

-World Travel & Tourism Council (2010): Travel & Tourism Economic Impact (European Union).