



# **El Turismo Interno como Dinamizador del Sector en España**

Verónica Aimar (e-Tourism Manager)

Mayo de 2009

Dada la acuciante situación económica actual, donde los modelos tradicionales turísticos no surten efecto, es imperante potenciar el cambio, cuidando la inversión y el gasto. En esta coyuntura surge la pregunta de si **el turismo, como pilar de la economía española, puede incentivarse internamente para paliar el decrecimiento observado en el turismo receptivo.**

Para aproximar una respuesta, se ha realizado un análisis de estudios y noticias periodísticas relacionadas con el turismo interno en España, así como las fortalezas del turismo español, que se exponen a continuación. De cada artículo se han extraído conclusiones individuales, para finalizar concluyendo acerca del papel dinamizador del turismo interno, dentro de la actividad turística de España.

En primer lugar, una cita a tener en cuenta:

*“...cuando una persona deja de estar en su ambiente habitual, se sensibiliza, con lo que se incrementa la activación general de su organismo, aumentando también la capacidad atencional. Se trata de un recurso evolutivo que permite (...) tener una capacidad extra de detección de estímulos potencialmente nocivos, así como responder en caso necesario más rápida e intensamente.”<sup>1</sup>*

Al viajar, **los sentidos y la capacidad de percibir se incrementan**, por lo que hay mayor receptividad por parte del ser humano hacia los estímulos recibidos en el período de su viaje.

El turismo interno según el [Manual Técnico de Recopilación de la OMT, año 1995](#)<sup>2</sup>, presenta las siguientes ventajas:

- **Contribuye a reequilibrar la economía nacional** mediante redistribución de ingresos nacionales.
- **Permite la reafirmación de la conciencia nacional, la solidaridad**, el reconocimiento de la pertenencia a una cultura.
- **Genera oportunidades de empleo** especialmente **en zonas menos favorecidas** y limita el éxodo hacia las grandes ciudades.

Por lo tanto, el turismo interno por definición o conceptualmente, **actúa de elemento de equilibrio para la economía, de reafirmación de la conciencia nacional y la solidaridad, y genera oportunidades de empleo.**

A continuación se presentan algunas noticias de medios on y offline relativas a los aspectos positivos del turismo interno en situaciones específicas.

- A nivel europeo, en el año 2002 después del 11 S, [el turismo interno ayudó a equilibrar la falta de turistas extranjeros a la UE](#)<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> La Mente del Viajero". Características psicológicas de viajeros y turistas (Alexandre García-Mas, Assumpta García –Mas. Ed. Thomson, 2005.

<sup>2</sup> <http://pub.world-tourism.org:81/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1035/1035-4.pdf>

<sup>3</sup> [http://www.hosteltur.com/noticias/10474\\_europa-turismo-interno-compenso-caida-visitas-extranjeras-ue-11-septiembre.html](http://www.hosteltur.com/noticias/10474_europa-turismo-interno-compenso-caida-visitas-extranjeras-ue-11-septiembre.html)

- En España, se registró un [incremento del turismo interno de más del 13% en agosto 2008, cuando la crisis actual ya empezaba a agudizarse](#)<sup>4</sup>.

- Una de las [conclusiones de la I Jornada Técnica sobre Comercialización de Turismo de Congresos](#)<sup>5</sup>, que ha tenido lugar en Zamora (España) el presente año 2009, ha sido que **las ciudades medianas deberían aunar esfuerzos y apostar por el turismo de congresos**. Por la variedad de actividades,

oferta gastronómica y riqueza patrimonial, las ciudades de entre 50.000 y 300.000 habitantes podrían competir como destinos propicios en el Turismo de Congresos.

- El **turismo nacional** fue además, el [“colchón que salvó la temporada”, y supuso el 50% de la actividad turística española hasta el 2008](#)<sup>6</sup>.

- El **sector eventos** tiene una **oportunidad** de desarrollarse dada la situación económica actual, [movilizando el turismo interno como principal generador de actividad](#)<sup>7</sup>.

Datos estadísticos de turismo interno de noviembre 2008 y el avance de diciembre del mismo año, realizado por el IET (Instituto de Estudios Turísticos)<sup>8</sup>, destacan las comunidades emisoras que influyeron en el turismo interno generado. Así es que para **Cataluña** (situada segunda comunidad de destino después de Andalucía en el último mes de 2008), **se han incrementado los viajes de fin de semana, con el motivo de viaje el ocio, generado en un 75% por residentes en la misma comunidad de Cataluña**.

Finalmente, las **fortalezas del turismo en España**, expresadas en un extenso (más de 500 diapositivas) e interesante [documento del último Foro Económico Mundial, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009](#)<sup>9</sup> y varios artículos, a destacar:

"...En el contexto de Europa, España ocupa la **6ª posición del ranking**, justo detrás de Francia. En cambio, España ocupa la **1ª posición** de entre todos los países **por la riqueza de sus recursos culturales**, los muchos sitios como Patrimonio Mundial, una gran cantidad de ferias y exhibiciones internacionales, y una relevante capacidad en estadios de deporte. La infraestructura turística de España ocupa también ocupa la 1ª posición del ranking internacional, con muchas habitaciones de hotel, facilidades para alquiler de coches y cajeros automáticos. En cuanto a su infraestructura de transporte aéreo, también consigue buenas marcas (10ª posición del ranking).

El gobierno prioriza de manera significativa el sector y **el país realiza marcados esfuerzos para atraer turistas a través de campañas de marketing de destinos y asegurando la presencia de España en muchas de las Ferias Internacionales de Turismo**."

<sup>4</sup> [http://www.cincodias.com/articulo/economia/turismo-interno-Espana-crece-134-viajes-fin-semana/20080828cdscdieco\\_6/cdseco/](http://www.cincodias.com/articulo/economia/turismo-interno-Espana-crece-134-viajes-fin-semana/20080828cdscdieco_6/cdseco/)

<sup>5</sup> [http://www.expreso.info/es/noticias/espana/las\\_ciudades\\_de\\_tamano\\_medio\\_apuestan\\_por\\_el\\_turismo\\_de\\_congresos](http://www.expreso.info/es/noticias/espana/las_ciudades_de_tamano_medio_apuestan_por_el_turismo_de_congresos)

<sup>6</sup> [http://www.hosteltur.com/noticias/58296\\_caida-emisor-nacional-hace-turismo-registre-su-peor-ano-decada.html](http://www.hosteltur.com/noticias/58296_caida-emisor-nacional-hace-turismo-registre-su-peor-ano-decada.html)

<sup>7</sup> <http://www.puromarketing.com/31/5844/crisis-positiva-para-sector-eventos.html>

<sup>8</sup> <http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/familitur/Mensuales/Familitur.%20Nota%20de%20Coyuntura%20Noviembre%202008%20y%20avances%20Diciembre%202008%20y%20Enero%202009.pdf>

<sup>9</sup> <http://www.scribd.com/doc/12970219/Travel-Tourism-Competitiveness-Report-2009>

Veamos algunas citas concretas:

- Página 41 (del documento), una pregunta clave: *Will Spain's Travel & Tourism Miracle Stand the Test of Time?* (¿El Milagro del Viaje y Turismo Español Soportará el Test del Tiempo?), donde la respuesta es precedida por un análisis de fortalezas y acciones que España se esfuerza por cumplir, y los puntos donde aún debe tomar riendas. Haciendo hincapié en el fortalecimiento de la gestión ambiental, España también debería mejorar en las políticas de regulaciones que afectan la industria del turismo. Además debería abrirse mucho más a acuerdos bilaterales de servicios aéreos, y reducir el tiempo necesario para emprender una empresa en el país. Finalmente los precios de las habitaciones hoteleras son considerados altos, así como el precio de la gasolina que incrementa el coste de los viajes, mientras que el poder adquisitivo se mantiene bajo. Por lo tanto, si bien España muestra buenas prácticas de Travel and Tourism, la creación de políticas más amigables para el sector y el esfuerzo de focalizar acciones de sostenibilidad ambiental, será crítica para asegurar su competitividad, en un futuro de incesante competencia entre destinos.
- Página 106: *The Importance of Price Competitiveness* (La Importancia de la Competitividad del Precio), **el turismo interno es el sustituto más importante del turismo extranjero.**
- Páginas 141 y 142, indican cómo leer el informe de cada país (el de España Página 364 del documento total). Dicho informe se presenta en dos folios con las características económicas del turismo, indicando el producto bruto interno generado por éste.

### Conclusión:

- la predisposición especial positiva de una persona que pernocta fuera de su lugar de residencia habitual,
- las bondades del turismo interno destacadas por la Organización Mundial del Turismo,
- las novedades de actualidad mostrando las potencialidades, incrementos e impactos positivos de este tipo de turismo,
- el posicionamiento comparativo a escala europea y aspectos varios a nivel macro sobre el desarrollo del turismo en España

Indican que el **turismo interno es una rama del turismo, que en España posee la infraestructura y equipamiento necesario para desarrollarlo, que puede conformar el 50% de la actividad turística total y que incentivado, aporta beneficios económicos y sociales capaces de reequilibrar y reactivar la economía de cada destino local que lo incentiva y practica.**

## VERÓNICA AIMAR

Es Licenciada en Turismo por la Universidad Católica de Salta - Argentina (UCS) y Máster en e-Tourism por el Centro de Estudios Turísticos de Barcelona (CETT, Universidad de Barcelona). Inmigrante digital, observadora, turista incansable y blogger, encuentra en las herramientas 2.0 su entorno natural de trabajo. Cuenta con experiencia como docente, ha trabajado en grupos hoteleros y en el área turística de la administración pública, y actualmente ocupa el cargo de e-Tourism Project Manager en Prestigia Online.

## ACERCA DE PRESTIGIA ONLINE

**Prestigia Online** es una empresa dedicada a ofrecer todos aquellos servicios que cualquier compañía necesita para convertir Internet en su aliado de negocios. Par ello desarrolla tres áreas de servicios:

1. **Diseño y Creación web**
2. **Marketing online**
3. **Comunicación y Relaciones Publicas en Internet**

Los servicios de **Prestigia Online** están orientados a potenciar la imagen de la empresa y a aumentar notablemente el número de clientes y contactos comerciales que obtiene a través de Internet. Su objetivo es, en definitiva, trabajar la comunicación en los medios digitales para garantizar el prestigio de las empresas.

**Prestigia Online** nació como iniciativa de Jorge Mira, experto en Marketing y Comunicación en Internet, y está formado por un equipo joven y con dilatada experiencia en la comunicación de empresas a través de la red.