

LOS ESCENARIOS TURISTICOS EN LA EUROPA POST 1992

Manuel Figuerola Palomo*

1. **SIGNIFICADO DEL CONCEPTO ESCENARIO Y SU APLICACION EN EL MARCO DEL TURISMO**

La importancia que ha adquirido la actividad turística exige planteamientos muy rigurosos en el marco de las estrategias, políticas y previsiones de los hechos turísticos. El turismo se ha convertido en fundamento social y económico de muchos pueblos, por lo que ya no bastan actuaciones intuitivas más o menos afortunadas, y si, por el contrario, procesos metodológicos tales como el diseño y estudio de los probables *escenarios* en donde ha de desenvolverse el turismo de los próximos años. Estos sistemas de análisis no sólo son recomendables, sino necesarios para la definición y programación de adecuadas acciones aplicables al desarrollo de la actividad.

El término *escenario* en el sentido que se le da en el marco de la teoría y de la política económica, puede decirse que es novedoso, aunque ya existen varios trabajos de gran calidad, en los que no sólo se han desarrollado filosofía y doctrina al respecto, sino también, actuaciones concretas para el desarrollo de los ámbitos tratados.

*Manuel Figuerola Palomo es Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad Complutense de Madrid

Hay que entender el término *escenario*, como el conjunto de las circunstancias que delimitan una actividad, suceso u otro tipo de proceso económico o social.

Conceptualmente deberemos destacar dos tipos de *escenarios*:

- **Tendenciales, en sus distintas manifestaciones.**
- **Alternativos, o de actuación o cooperación.**

Dentro del turismo, este proceso de estudio se hace muy interesante por causa de los múltiples agentes que intervienen directa e indirectamente en su evolución, cambios y otras alternativas de variación.

2. ANTECEDENTES ENSAYADOS

Un ejemplo de aplicación práctica del método al tratamiento y planificación del turismo es el Plan Azul, inserto dentro del Plan de Acción integral del Mediterráneo o PAM.

En dicho Plan se objetivaron cinco escenarios para el turismo del Mediterráneo que fueron denominados:

- T₁: el escenario histórico o del mantenimiento de las acciones del turismo de masas, caracterizado por el consumo excesivo de suelo o de la aproximación a la saturación;
- T₂: el escenario de la regresión o de la paralización de la demanda interna, en donde varios elementos agresivos condicionarán el menor crecimiento de la demanda global;
- T₃: el escenario liberal-optimista o de la aprobación de buenas innovaciones;
- A₁: el escenario de la limpieza o del Mediterráneo identificado de alguna manera como la *piscina de Europa*;
- A₂: el escenario de las utopías o de las buenas relaciones de cooperación.

Para cada uno de ellos, se formularon diferentes hipótesis de los actores intervinientes, las cuales a su vez permitieron determinar resultados finales de las distintas variables y condicionantes del proceso evolutivo de las diversas componentes que configuran el mercado.

3. [REDACTED]

Entre otros muchos elementos que constituyen los escenarios, determinando la *tramoya*, *atrezzo*, música y ambientación, deberíamos destacar los siguientes factores condicionantes:

4. [REDACTED]

Nuestra reflexión o valoración deberá centrarse en cuatro grandes hipótesis de futuro, elegidas entre otras muchas posibles:

- 41

- El alejamiento de los flujos turísticos de sus mercados más cercanos.
- El estancamiento del turismo doméstico, por falta de auténticas estrategias para su crecimiento.
- El agotamiento de los mercados tradicionales.

Es evidente, que estas cuatro circunstancias, ineludibles en el pensamiento del redactor de este artículo, habrán de ser los hechos que condicionen la evolución futura del turismo mundial de la próxima década.

Consideramos, que todas ellas son trascendentes, y que pueden modificar de manera unilateral el valor previsible de la demanda internacional.

La primera se basa en un conjunto de datos objetivos que parten del crecimiento económico y que reconocen al mismo tiempo la mejora social y cultural de la población mundial, hasta el año 2000, lo que propiciará de manera continuada nuevas incorporaciones de turistas a la demanda global.

Por otra parte, los turistas que han conocido en el pasado las áreas de atracción más cercanas a sus domicilios, en las próximas décadas tenderán a descubrir regiones más lejanas, en función de un cierto exotismo que encierran tales lugares (Caribe, Amazonia, Pacífico, Cono Sur, etc.) y a la facilitación de los viajes que política, social y jurídicamente ha de producirse.

Asimismo, no puede esperarse demasiado del crecimiento de la demanda interna, ya que los países desarrollados -fuente de la demanda turística- se manifiestan con tasas de crecimiento de la población o del crecimiento vegetativo igual a cero o muy cercanas a ese valor, y a que los nuevos flujos procedentes de capas sociales, que han progresado, sólo cubrirán los vacíos originados por aquellos estratos que viajarán al exterior con mayor asiduidad.

Por último, es una realidad indiscutible, la masificación y agotamiento de las zonas tradicionales, que ven cómo la oferta está alcanzando niveles de capacidad casi intolerables, tanto para el medio, como para el turismo en su forma más natural de disfrute.

5.

ELEMENTOS QUE SE MANIFIESTAN TRAS EL AÑO 1992

Varios son los elementos que han de primar en el momento de plantear o de elaborar previsiones, y cuyo olvido o ignorancia, harán poco acertados los resultados del ejercicio. De manera sistemática podrían disgregarse en dos categorías:

- a. En la primera se incluirían los problemas de pronosticar, los métodos utilizados y el nivel de objetividad y acierto.
 - Las técnicas econométricas, el análisis económico del turismo y los modelos y métodos de predicción siempre comportan riesgos y beneficios.
 - La construcción de buenas teorías teorométricas y el diseño de una economía del turismo, ya muy elaborada, han permitido alcanzar excelentes resultados.
 - La confirmación y contrastación histórica entre previsiones y su aproximación a los valores reales, es un factor de credibilidad de los trabajos que se efectúan sobre proyección de las variables turísticas.
- b. En segundo lugar se han de considerar los elementos que integran el escenario turístico post 1992.
 - b.1. Valoración cuantitativa.
 - Se considera necesario apoyarse en una cifra de referencia de los posibles valores del año 2000.
 $400 \text{ M. T.} \times 1.03^{12} = 400 \times 1,425 = 570 \text{ Millones de turistas.}$
 - Sin duda ha de producirse una nueva regionalización del turismo con un descenso relativo de los mercados europeos y mediterráneos y un crecimiento importante del Caribe y Suramérica.
 - b.2. Los estilos de vida y los estilos vacacionales.

Una encuesta DELPHI realizada a los expertos internacionales de turismo ha ofrecido los siguientes cambios en las tipologías o

estratos de manifestación turística:

- aventureros	- en los escenar.	A
- legiateur	- en los escenar.	A
- congresual	+ en los escenar.	A
- cultural	+ en los escenar.	A
- deportivos o en forma	+ en los escenar.	A
- recreacionista o naturalista	+ en los escenar.	A

Se destaca por encima de todas las predisposiciones una clara tendencia a:

- la mejor distribución de las vacaciones en el tiempo;
- un cambio y distribución de las motivaciones de viaje.

b.3. La definición de políticas turísticas y establecimiento de estrategias avanzadas para un mejor desarrollo del turismo:

- aparición de una nueva concienciación política a favor del turismo;
- actuaciones turísticas más sólidas basadas en planes e investigaciones;
- una mayor regionalización de las decisiones trascendentes;
- escasa ampliación de los recursos y dotaciones económicas de acción directa para el desarrollo turístico;
- aumento de las actuaciones integradas a nivel de grandes regiones y grupo de países.

b.4. La preocupación por el medio ambiente.

- Menor consumo de espacio;
- mayor defensa por el mantenimiento de los equilibrios naturales;
- aplicación de actuaciones de reequilibrio.

b.5. La acción de la diversificación por imposibilidad de la desconcentración en sus tres manifestaciones: suelo, periodo y motivación.

Creemos que forzosamente, no por actuaciones de política turística, sino por una adecuación natural de los flujos, se ha de producir una mejor redistribución mundial de los movimientos turísticos.

b.6. Las grandes inversiones.

A medio plazo se observa un conjunto importante de procesos e impactos en la inversión turística:

- incremento del deseo de turismos más completos y de mayor gasto;
- obligatoriedad de ampliar las ofertas complementarias;
- necesidad urgente de modernizar y adecuar antiguas inversiones;
- mejora de las infraestructuras del transporte y en general de todas las básicas.

b.7. Las nuevas exigencias.

Los cambios en la mentalidad del turista han de llevar consigo:

- mayor confort prestado;
- elevación de la seguridad del transporte y en general;
- diversificación en las ofertas de recreación;
- incremento en la calidad exigida.

b.8. Endurecimiento de los mercados o la lucha por la competitividad.

Asimismo, el mercado turístico ha de experimentar intensas presiones:

- aparición de nuevos destinos alternativos;
- preocupación por ampliar los niveles de ocupación, aplicando estrategias y tácticas de precios baratos;
- creación de nuevos sistemas de venta y contratación.

b.9. La necesidad de la formación y capacitación.

El éxito del futuro será sólo de aquellos que entiendan que la calidad de un producto turístico empieza por la existencia de buenos profesionales, por lo que los cursos de reciclaje, adiestramiento, maestría, etc. serán la llave de la consecución de los objetivos empresariales.

b.10. Tecnificación de los procesos de producción y gestión.

La obligación de la tecnificación de la gestión empresarial, obligará forzosamente a aumentar:

- los procesos cibernéticos;
- la dirección estratégica;

- b.11. El mantenimiento de los actuales procesos de comercialización, será una lamentable realidad, tendiendo a aumentar el papel de los habituales intermediadores de los viajes.**

6. **LOS PROBLEMAS ESTRUCTURALES DEL TURISMO DE LOS 90**

Se conseguirán en los próximos años pocos logros en la reducción de los tres grandes problemas del turismo mundial:

- Respecto al desequilibrio de la concentración espacial del turismo, en muy pocos lugares, y en reducidas áreas del litoral, se llegará a disminuir la masificación de la demanda.
- En cuanto al desequilibrio de la estacionalidad turística, se conseguirá una ligera reducción de la punta leptocúrtica de los meses de agosto.
- Finalmente, el desequilibrio de la preponderancia del turismo del *sol* y la *playa* seguirá manteniéndose, estando muy lejanas las participaciones de otras formas turísticas de dicha motivación prioritaria.

Por otra parte se considera que el gran y difícil problema que se plantea desde ahora hasta el año 2000, es adecuar nuevos destinos capaces de captar los excedentes de demanda que han de producirse en los próximos doce años, ante una oferta rígida, y de largo periodo de maduración, muy lenta en su crecimiento para adaptarse a esos nuevos movimientos que, sin duda, han de llegar.

BIBLIOGRAFIA

**Figuerola Palomo, M. (1989) «Acciones estratégicas para el turismo del 92»,
*Horizonte 1992, Editur***

**Figuerola Palomo, M. (1985) *Teoría Económica del Turismo*, Madrid: Alianza
Universidad**

**OCDE (1988) *Política de Turismo y Turismo Internacional en los países
miembros de la OCDE*, Paris**

***Plan Bleu. Plan d'action pour la Méditerranée. Synthèse de la première phase,*
Centre d'activités Régionales du Plan Bleu, Francia, 1984**

***Plan Bleu. Avanciers du bassin méditerranéen: Environnement développement
2000-2025, 1988***