

OECD *Multilingual Summaries*
OECD Tourism Trends and Policies 2014
Summary in Spanish



Lea el libro completo en: 10.1787/tour-2014-en

Tendencias y políticas del turismo de la OCDE 2014

Resumen en español

En los países de la OCDE el turismo es una gran industria, ya que representa el 4.7% del PIB, el 6% del empleo y el 21% de la exportación de servicios.

En 2012, el número de llegadas de turistas internacionales superó los mil millones y se prevé que alcance mil 800 millones en 2030. Los países de la OCDE lideran el turismo mundial, con cerca del 57% de llegadas internacionales y un 3.6% de crecimiento en 2012. El crecimiento de llegadas internacionales a la zona de la OCDE ha disminuido en los últimos años y los países ven afectada su participación en el mercado.

En las principales economías emergentes de esta industria se observa un rápido crecimiento del turismo, el cual sobrepasa los promedios de la OCDE y del mundo y está transformando el mercado global del sector. En especial, China es un motor de crecimiento protagónico y se espera que lo siga siendo en los años venideros en vista de las proyecciones de expansión de su economía.

El turismo nacional es de primordial importancia para la economía de esta industria: representa cerca del 78% del consumo turístico en los países de la OCDE. El turismo nacional y el internacional, sumados, son capaces de sustentar el empleo y añadir valor local. Las políticas públicas activas sobre turismo resultan fundamentales para que las economías más adelantadas en esta área prosperen en la economía turística mundial.

"OECD Tourism Trends and Policies 2014" hace un análisis detallado de las tendencias del turismo y las acciones de políticas públicas en 48 países miembros y asociados de la OCDE. Con base en una encuesta realizada en 2013 entre diferentes países, el informe destaca las reformas clave en la organización y gobernanza del sector turístico. Asimismo, se ocupa de aspectos trascendentes de las agenda nacional e internacional de políticas, tales como la facilitación de visa y traslados, así como la evolución de la relación entre el turismo y los impuestos.

El papel del gobierno en las políticas de turismo está cambiando, al centrarse más en la competitividad, el valor del dinero y el crecimiento sostenible. Las políticas de este sector también se están volviendo más complejas, ya que el turismo influye en una amplia gama de políticas y a la vez se ve influido por ellas.

Los países están buscando fórmulas para seguir siendo competitivos y aprovechar al máximo los beneficios económicos y de otra índole derivados del crecimiento turístico. Por su parte, los gobiernos están tratando de lograr que viajar sea en la medida de lo posible una experiencia fácil y eficaz; el reto consiste en motivar a los turistas genuinos sin dejar de cumplir con las prioridades de políticas económicas, de seguridad y otras a nivel nacional.

La crisis financiera y económica global ha impuesto mayor presión a los presupuestos públicos que sustentan el desarrollo del turismo, por ejemplo, los destinados a mercadotecnia, infraestructura y protección del medio ambiente. Si bien los gobiernos obtienen de los impuestos turísticos los recursos

para apoyar la inversión pública, una disminución de dichos impuestos podría contribuir a impulsar el crecimiento del turismo.

Prioridades de las políticas del turismo

- Las políticas y la planeación en el campo del turismo se están ocupando más de las especificidades de cada país y de una visión de largo plazo. Son también más dinámicas y se ajustan a la reducción de presupuestos, cambios en las tendencias de los mercados turísticos y evolución demográfica.
- Los países han puesto la mira en una reforma de la gobernanza del sector turístico para afrontar mejor los retos interministeriales. De igual manera, están emprendiendo acciones para integrar más el turismo a los planes económicos nacionales, dada su capacidad para crear empleos, promover el desarrollo regional y generar ingresos por exportaciones.
- Los países están implementando nuevos modelos financieros y esquemas de negocio para aligerar la presión de los presupuestos de turismo y alentar una mayor cooperación o participación de la industria, sobre todo en actividades de mercadotecnia. Asimismo, están incrementando la revisión de actividades de las organizaciones nacionales de turismo, racionalizando las funciones y los programas para el cumplimiento de políticas y centrándose más en los mercados de origen, así como en las nuevas tecnologías y los medios sociales.
- Al mismo tiempo, cada vez hay mayor conciencia de la importancia del turismo nacional, su capacidad de ser una fuente estable de ingresos en épocas de incertidumbre y de brindar beneficios más incluyentes a través del turismo social, que es accesible para todos. Muchos países están tomando medidas para impulsar el mercado nacional.

Hacer más fácil viajar, turismo y crecimiento

- Los países del G20 han reconocido que viajar y hacer turismo contribuyen a la creación de empleos, el crecimiento económico y el desarrollo, por lo que se han comprometido a trabajar en la elaboración de iniciativas que faciliten viajar. De acuerdo con estimaciones recientes, en 2012 se perdieron en Europa 6.6 millones de viajeros provenientes de seis mercados clave a causa del trámite de visa, lo que significó 5.5 mil millones de euros de aportación directa al PIB.
- Los gobiernos han probado diversas estrategias para facilitar viajar, desde modernizar los procesos y modificar los requisitos para obtener una visa, hasta implementar otras modalidades para autorizar el ingreso a los países y mejorar los procedimientos fronterizos, tales como e-visa, visa al arribar, cruce fronterizo automatizado y programas de viajero confiable.

Impuestos y turismo

- En los últimos años ha habido un aumento generalizado en los impuestos, tarifas y cargos vinculados al sector del turismo, incluidos los de transportación aérea y los orientados al cuidado del medio ambiente, y en los incentivos para inversión y gasto.
- La justificación de los impuestos específicos vinculados al turismo varía de país a país. Además de contribuir a los ingresos tributarios en general y apoyar la inversión pública en el desarrollo turístico, entre sus objetivos se cuentan: la recuperación de costos de los procesos de atender a los viajeros y la protección al medio ambiente; el fomento al gasto por parte de los visitantes y la creación de empleos, así como el financiamiento de actividades de promoción.
- Muchos países han implementado tasas reducidas de impuesto al consumo para las actividades relacionadas con el turismo —orientándose principalmente a los hoteles y restaurantes— a fin de impulsar este sector y la generación de empleos; también han aplicado esquemas de devolución de impuesto al valor agregado a turistas para motivar el gasto de los visitantes.
- En la industria hay preocupación por el notable número de impuestos que pagan los operadores turísticos, quienes consideran que los incrementos periódicos superan la inflación y que no hay un vínculo claro con el costo de la prestación de servicios, lo que deriva en que haya más impuestos de lo previsto.
- La OCDE continuará trabajando con los países para comprender mejor de qué manera los impuestos vinculados al turismo inciden en la competitividad y atractivo de los destinos a nivel internacional.

Recomendaciones clave

- Se requiere una mayor congruencia entre las políticas gubernamentales a fin de impulsar el turismo y el crecimiento económico. Las políticas respecto a temas como innovación, transporte, impuestos, calidad de servicios y visas influyen en el deseo de las personas de viajar y en la competitividad de los destinos.
- Los gobiernos deberían prestar mayor atención a la evaluación de políticas de turismo, dada la generalizada presión que hay sobre las finanzas públicas en muchos países. Por ejemplo, realizar un monitoreo, evaluación y análisis más detallados de los impuestos e incentivos existentes daría a los responsables del diseño de políticas herramientas para implementar políticas basadas en evidencia para apoyar el crecimiento sostenible de largo plazo de la industria turística.
- Tanto los gobiernos como la industria turística deben desarrollar competencias para ir al ritmo de los mercados. Los medios digitales y sociales demandan un cambio significativo en las estrategias de mercadotecnia, promoción y prestación de servicios, lo que incluye llevar a cabo una mercadotecnia orientada a consumidores individuales y aprender a comunicarse con los turistas de la era digital.
- Se necesita que las políticas de transporte y turismo estén mejor alineadas con las de energía sostenible a nivel nacional e internacional, dado el estrecho vínculo entre el turismo y la transportación aérea y los riesgos asociados con el cambio climático.
- Deben adoptarse medidas para identificar a los turistas genuinos de gran volumen y bajo riesgo, y facilitar que transiten con mayor libertad y eficacia, destinando los limitados recursos hacia donde se necesitan más a fin de proteger las fronteras y cumplir con los requerimientos económicos, de seguridad y otros.

© OECD

Este resumen no es una traducción oficial de la OCDE.

Se autoriza la reproducción de este resumen siempre y cuando se mencionen el título de la publicación original y los derechos de la OCDE.

Los resúmenes multilingües son traducciones de extractos de publicaciones de la OCDE editados originalmente en inglés y en francés.

Pueden obtenerse en forma gratuita en la librería en Internet de la OCDE www.oecd.org/bookshop

Si desea más información, comuníquese con la Unidad de Derechos y Traducciones, Dirección de Asuntos Públicos y Comunicación de la OCDE en: rights@oecd.org o por fax: +33 (0)1 45 24 99 30.

OECD Rights and Translation unit (PAC)

2 rue André-Pascal, 75116

Paris, Francia

Visite nuestro sitio www.oecd.org/rights



¡Lea la versión completa en inglés en OECD iLibrary!

© OECD (2014), *OECD Tourism Trends and Policies 2014*, OECD Publishing.

doi: 10.1787/tour-2014-en