

## ¿Cómo impulsa el turismo a la economía local?

### *Algunas experiencias y herramientas de análisis*

Juan Luis Eugenio Martín

## Introducción

### ► I. El turismo como motor de desarrollo

- Vínculo entre turismo y PIB
- Papel de la demanda y del gasto agregado

### ► II. Herramientas y experiencias de análisis en evaluación de proyectos

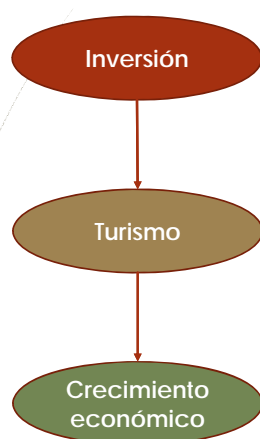
- Proyectos ex-ante
  - Barbados
  - China
  - Uruguay
- Proyectos ex-post
  - Ecuador
  - Etiopía
  - Málaga

### ► I. El turismo como motor de desarrollo

- Vínculo entre turismo y PIB
- Papel de la demanda y del gasto agregado

3

### La especialización en turismo



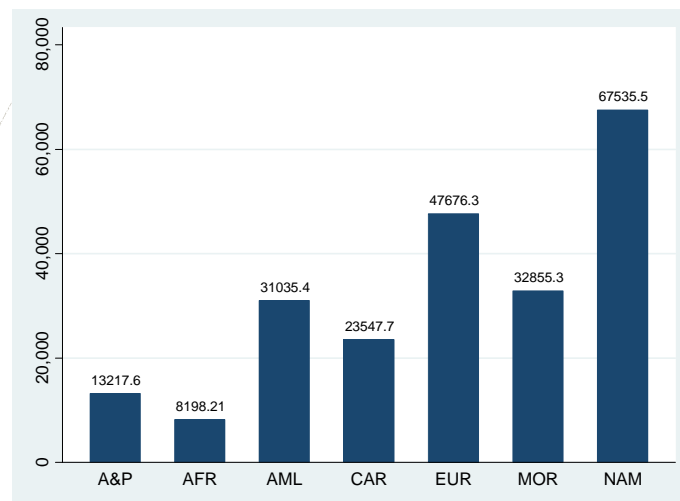
Costes de oportunidad

Aportación del Turismo al PIB

$$\text{Productividad} = \frac{\text{PIB Real}}{\text{Población ocupada}}$$

4

## La productividad en turismo (2015)



Fuente: WTTC

5

## La especialización en turismo

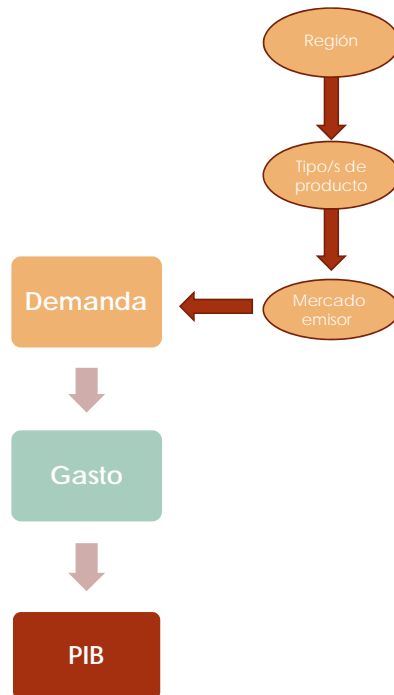
- ¿Qué **tipo de inversión en turismo** nos conviene para aumentar el PIB Real (crecimiento económico)?
- Hay que entender cómo influye el turismo en el PIB, pero también hay que tener presente las imperfecciones de esta medida como indicador del bienestar social:
  - Externalidades
  - Sostenibilidad
  - Impactos sobre la equidad espacial, intersectorial e intrasectorial

6

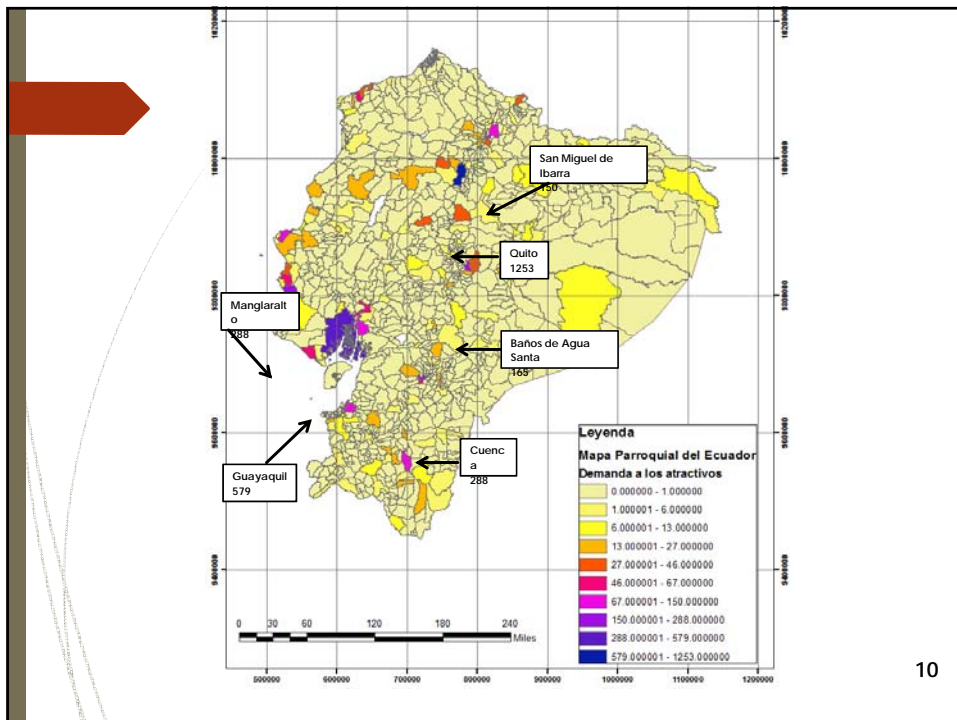
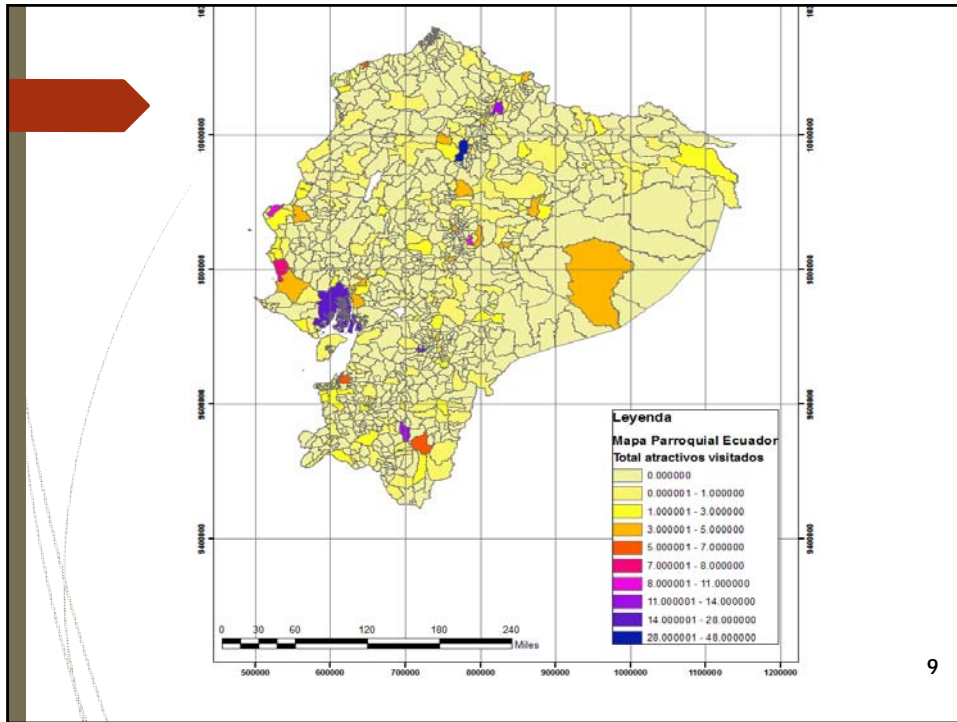
## La generación de renta turística

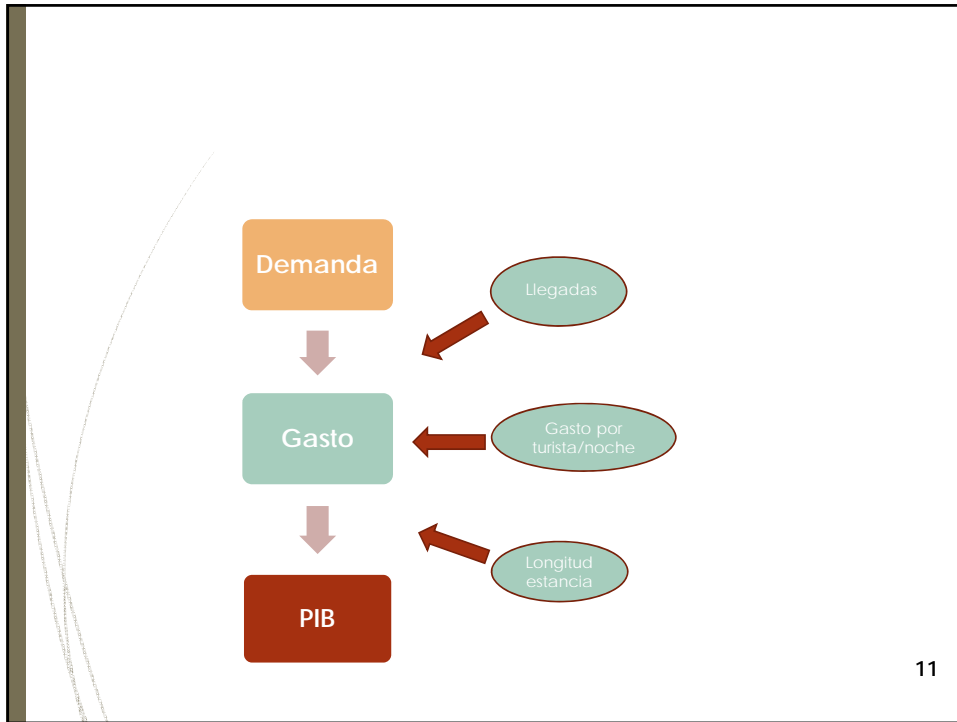


7



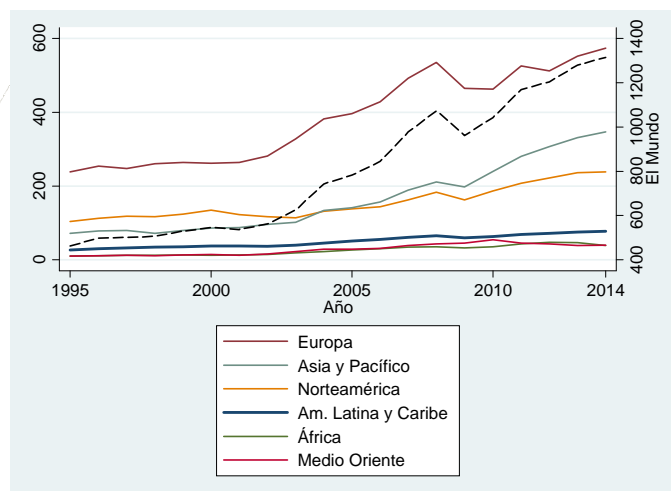
8





11

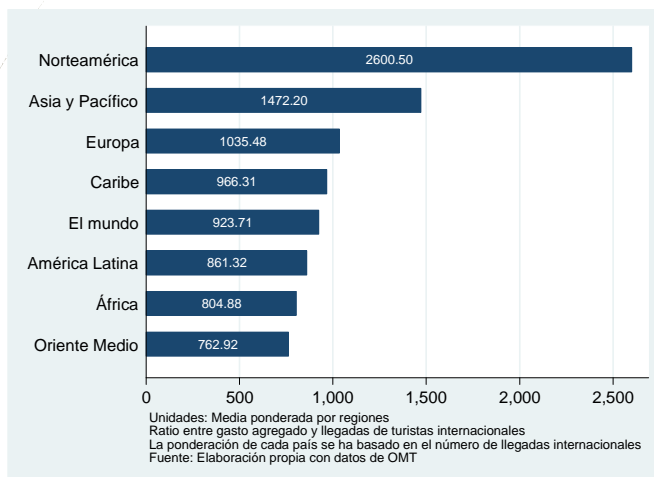
### Evolución del gasto agregado (1995-2014)



Fuente: UNWTO

12

## Gasto por turista y noche (\$, 2014)



Fuente: UNWTO

13

## Gasto medio diario por persona y noche (Euros, caso Islas Canarias, España)

Gasto en ORIGEN	5*	4*	3,2,1*	Apartamento
	Desayuno	144	111	90
Media pensión	143	96	80	77
Pensión completa	146	97	81	73
Todo incluido	126	97	86	78

Gasto en DESTINO	5*	4*	3,2,1*	Apartamento
	Desayuno	70	54	49
Media pensión	46	35	34	32
Pensión completa	41	33	32	30
Todo incluido	27	20	20	23

Fuente: Eugenio-Martin and Inchausti-Sintes (2016) "Low-cost travelling and Tourism Expenditures", *Annals of Tourism Research*.

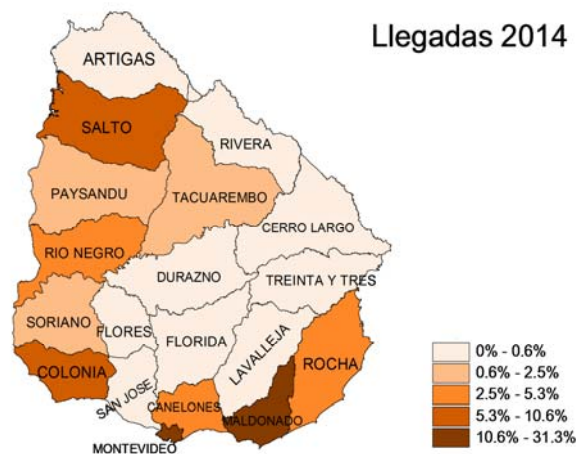
## ¿De qué depende el gasto agregado en un destino?

$$G_{oqd} = A_{oqd} P_{oqd} n_{oqd}$$

Los escenarios se basan en variaciones en el gasto agregado por mercado de origen ( $o$ ), tipo de producto ( $q$ ) y Departamento ( $d$ ). El gasto depende del número de llegadas ( $A$ ), del gasto que desembolsa cada turista por noche ( $p$ ) y del número de noches promedio que se aloja ( $n$ )

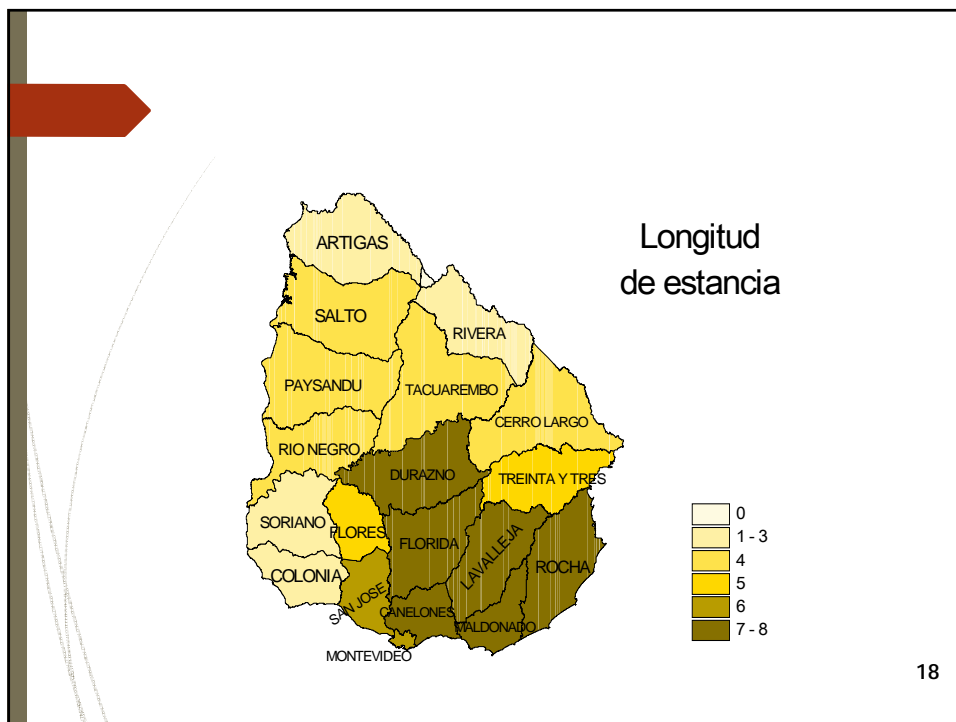
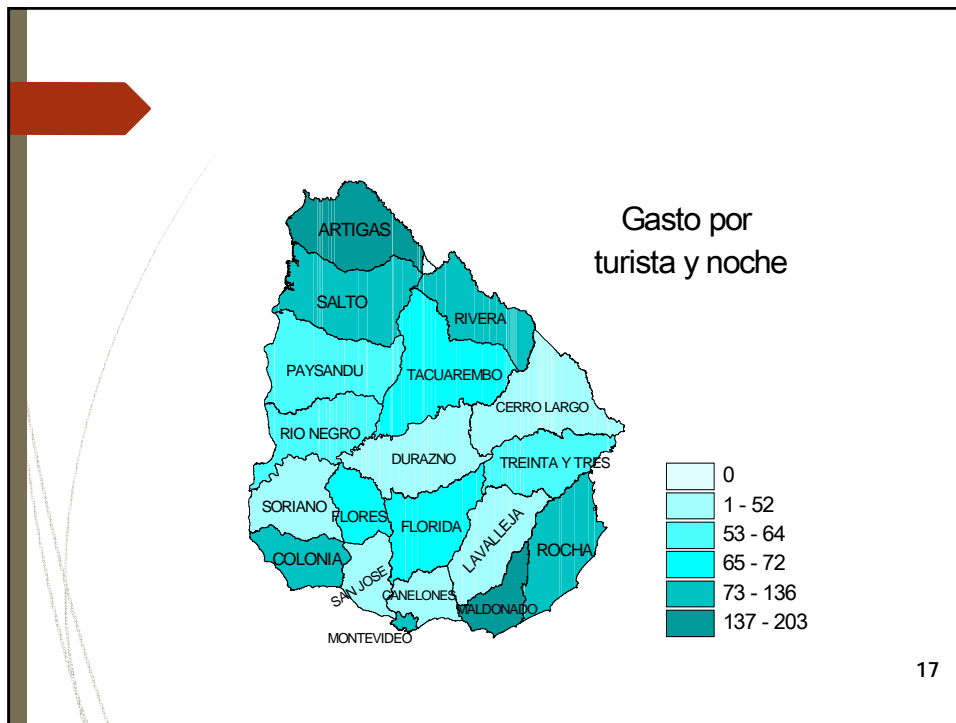
15

## Llegadas 2014

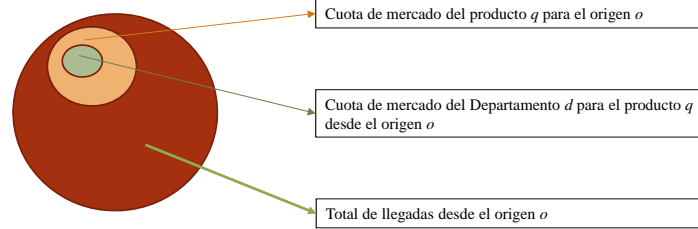


16



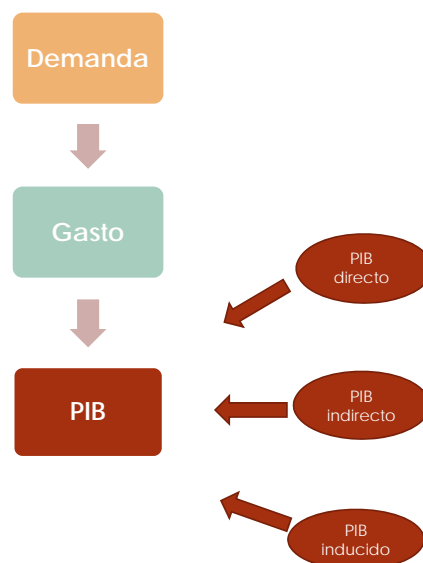


## Gasto agregado según mercado de origen, tipo de producto y destino



$$G_{oqd} = (A_o S Q_{oq} S D_{qd}) \left( \frac{\bar{p}_o + \bar{p}_q + \bar{p}_d}{3} \right) \left( \frac{\bar{n}_o + \bar{n}_q + \bar{n}_d}{3} \right)$$

19



20

## La aportación del turismo al PIB: Demanda

PIB por la vía de la demanda:  $PIB = C + I + G + \text{Exportaciones} - \text{Importaciones}$

- El **gasto** de los turistas internacionales forma parte de las exportaciones de servicios y el de los nacionales del consumo. Este nivel de gasto agregado se conoce como **efecto directo** en el PIB.
- Para satisfacer el nivel de gasto, la economía necesita producir bienes intermedios adicionales, lo que supone otro incremento, denominado **efecto indirecto** sobre el PIB. En la medida en la que la economía no es capaz de satisfacer esa demanda intermedia, hay que cubrirla con importaciones, lo que limita el potencial de crecimiento.

21

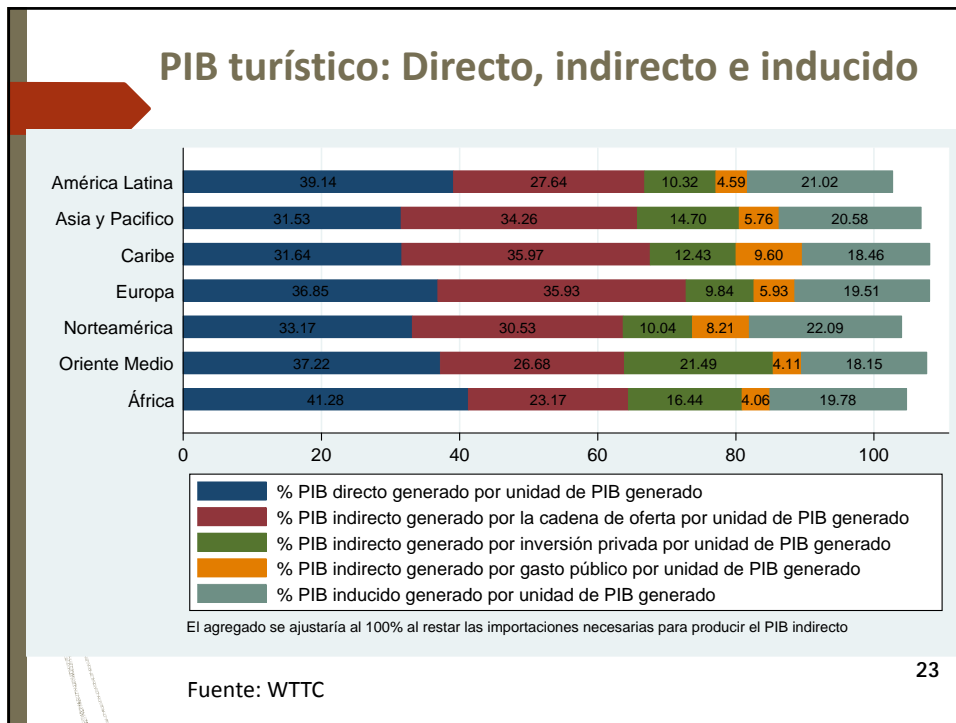
## La aportación del turismo al PIB: Renta

Por la vía de la renta:

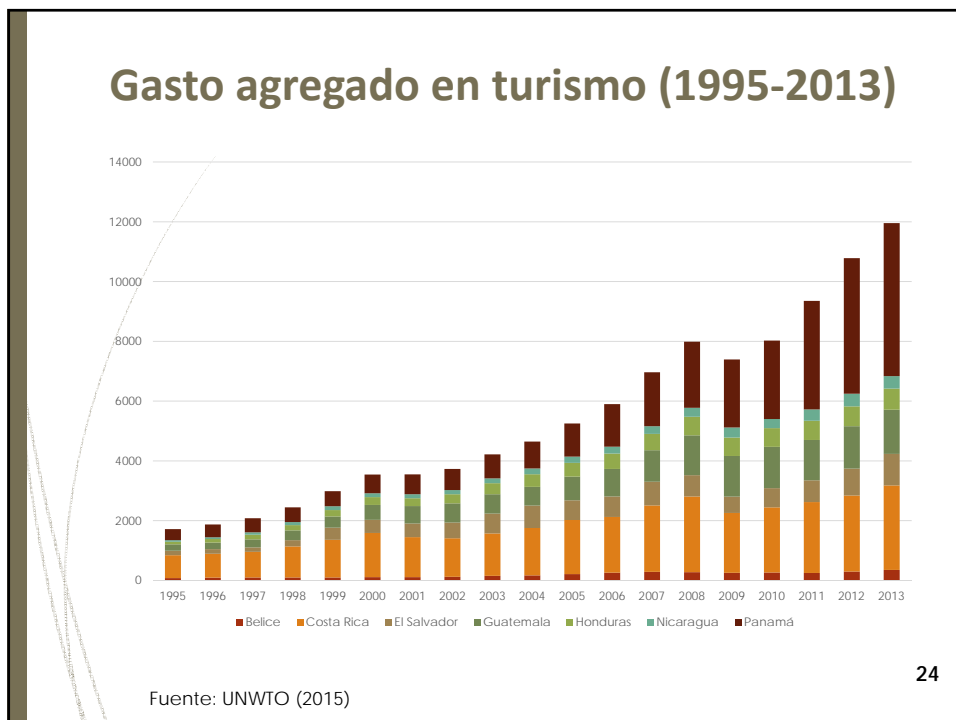
$$PIB = \text{Renta trabajo } (wL) + \text{Renta capital } (rK) + \text{Impuestos } (tY)$$

- Si aumenta el gasto de los turistas, supone un incremento en PIB y renta, lo que permite un incremento adicional en consumo por parte de los residentes y un nuevo impulso al PIB, conocido como **efecto inducido**.
- En la medida en la que las rentas del capital pertenezcan al extranjero y sean repatriadas, este efecto sobre el PIB disminuye.
- Parte del gasto de los turistas se puede haber generado en su país de residencia, lo que suele condicionar su efecto sobre el valor añadido generado en el destino (PIB).

22

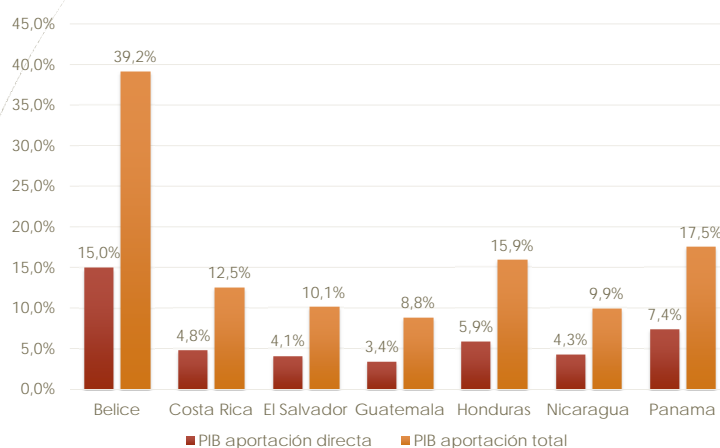


23



24

## Contribución del turismo al PIB en América Central (2015)



Fuente: WTTC (2015)

25

## ¿Cómo conseguimos incrementar el PIB asociado al turismo?

Atendiendo al PIB por la vía de la demanda tenemos 3 estrategias:

1. Aumentando el **gasto** agregado de los turistas.
2. Mejorando la **productividad** del turismo. Una forma de lograrlo es a través de economías de escala y economías de densidad.
3. Disminuyendo el volumen de **importaciones** necesarias para satisfacer la demanda de bienes y servicios turísticos. Sustituimos importaciones por producción nacional (aunque no es siempre factible ni eficiente).

26

## PIB indirecto: El papel de la industria nacional

$$\text{PIB} = C + I + G + X - M$$

¿En qué medida puede la industria local abastecer la demanda de bienes y servicios en turismo?

- Hace falta calidad, competitividad y compromiso en volumen y tiempo
  - Aranceles a la importación
  - Tamaño del país (industria)
  - Elementos clave:
    - 1. Economías de escala**
    - 2. Economías de densidad**
- Están condicionadas por la planificación espacial y la tipología de inversión 27

## Planificación espacial y tipología de inversión

Tipología de inversión más habitual:

- 1. Alojamiento de ciudad (en capitales)**
  - Integrado con la economía local
- 2. Alojamiento de costa**
  - En enclave – todo incluido
  - En microdestino
- 3. Alojamiento de ruta / rural**



En la medida en la que el alojamiento se pueda concentrar en microdestinos, se generan economías de densidad 28

## Economías de densidad

La concentración espacial de la oferta turística permite:

1. El florecimiento espontáneo de la oferta turística a través de inversión más ligera como restaurantes, tiendas, guías o entretenimiento y de la industria de materias primas para turismo.
2. Genera competencia que mejoran la calidad y el precio.
3. Especialización e innovación.
4. Mayor rentabilidad social de las inversiones públicas en turismo.
5. Mejor gestión de residuos y abastecimiento de servicios de redes.

29

## PIB inducido: El papel de la inversión extranjera

1. Determinantes de la demanda y del gasto
2. Costes
  - Salarios, materias primas, recursos (electricidad, agua, telecomunicaciones), impuestos, tipo de interés
3. Estabilidad
  - Política y legal; repatriación de beneficios e inversión
  - Tipo de cambio y tipo de interés
  - Baja estacionalidad de la demanda – efecto clima
4. Incertidumbre – Modos de entrada al mercado
5. Restricciones al capital/empleo extranjero
  - GATS
6. Incentivos y agilización de procesos administrativos

30

## Modos de entrada de la inversión

El propietario de un hotel tiene 5 opciones:

1. **Explotarlo** por su cuenta (100% o compartido)
  - Máximo riesgo y control
2. **Joint venture** con socio local (propiedad compartida)
  - El socio local ayuda a disminuir incertidumbre
3. **Alquilar** el hotel
  - Mínimo riesgo. Problemas de mantenimiento
4. Contratar un equipo de **gestión** del hotel
  - Máximo riesgo y poco control. Necesario para los propietarios sin experiencia
5. Acordar una **franquicia**
  - Ayuda a fidelizar/atraer al cliente internacional

31

## Modos de entrada de cadenas hoteleras

Grupo hotelero	En propiedad	En alquiler	Bajo gestión	En franquicia
Cendant Corp (EE.UU.)				100%
InterContinental (Reino Unido)		6%	9%	85%
Mariott Int. (EE.UU.)	0,4%	0,6%	37%	61%
Accor (Francia)	22%	42%	17%	19%
Hilton Hotels (EE.UU.)	3%	0,4%	24%	73%
Best Western Int. (EE.UU.)				100%
Starwood (EE.UU.)		22%	37%	41%
Sol Meliá (España)	13%	29%	49%	9%
Louvre (Francia)	25%		40%	35%

Fuente: Endo (2006)

32



## Acceso de extranjeros al mercado turístico

Restricciones al comercio: WTO y WB ([Link](#))

### 1. Hoteles

- Guatemala: Solo se permite contratar personal extranjero que sea especializado y con experiencia suficiente como para entrenar personal local (se aplica lo mismo a operadores de marinas).

### 2. Agencias turísticas y touroperadores

- Costa Rica: Inversores extranjeros solo pueden poseer el 49% del capital.

### 3. Guías turísticos

- Costa Rica: Solo nacionales.

33

## Incentivos a la inversión en turismo

Los incentivos varían entre países, pero hay características comunes:

### 1. Impuesto sobre la renta: Se establecen exenciones durante los primeros 10-15 años.

### 2. Aranceles a la importación:

- Materiales de construcción o para reformas.
- Vehículos, buques o aeronaves para el sector.

34

## Incentivos a la inversión en turismo (II)

Algunos incentivos de interés para algunos países son:

1. Permiso a los hoteles para la compraventa de **divisas** (Costa Rica).
2. Venta de **combustible** a las aerolíneas a un precio competitivo (Costa Rica).
3. Exención de todo tipo de impuestos relacionados con la importación de material para la **promoción** del país (Honduras).
4. **Zona Libre** (*de impuestos*) Turística (Islas de la Bahía, Honduras).
5. Exención del impuesto sobre la renta causado por los intereses que devenguen los acreedores del **préstamo** para la construcción (Panamá).

35

## ► II. Herramientas y experiencias de análisis en evaluación de proyectos

- Proyectos ex-ante
  - Barbados (Banco Interamericano de Desarrollo)
  - China (Banco Mundial)
  - Uruguay (Banco Interamericano de Desarrollo)
- Proyectos ex-post
  - Barbados (Banco Interamericano de Desarrollo)
  - Ecuador (Gobierno de Ecuador)
  - Etiopía (Banco Mundial)
  - Málaga (Comisión Europea)

36

## Barbados (ex-ante)

- Evaluación del éxito de nuevos atractivos turísticos:
  - Nuevo centro de visitantes
  - Biomuseo marino
  - Museo de historia de la colonización
  - Visita a fábrica de ron
- Se emplearon **experimentos de elección** para valorar las preferencias y la disponibilidad a pagar de los turistas



37

## China (ex-ante)

- Evaluación del éxito de nuevos destinos turísticos:
  - Turismo comunitario
  - Turismo cultural
  - Ecoturismo
- Lecciones aprendidas
  - Disyuntiva entre sostenibilidad y bienestar social (desalojo)
  - Equidad intrasectorial
  - Equidad distributiva



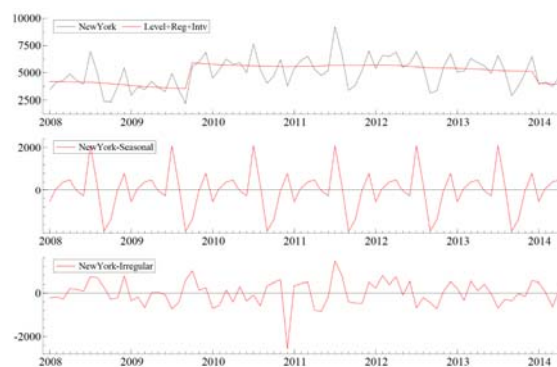
## Uruguay (ex-ante)

- ▀ Evaluación del éxito de nuevos destinos turísticos:
  - ▀ Turismo náutico
  - ▀ Turismo cultural
  - ▀ Ecoturismo
- ▀ Herramientas
  - ▀ Determinantes de demanda con **datos de panel**
    - ▀ Renta pc; tipo de cambio; distancia; frontera; idioma; relación colonial; crimen y violencia; terrorismo; marketing; precios hoteleros; calidad de carreteras; médicos; clima; costa.
  - ▀ Predicción de demanda con **series de tiempo** estructurales
  - ▀ Análisis de gasto turístico según mercado emisor, municipio, y tipo de producto, en función de: llegadas, longitud de estancia y gasto por turista y noche.
  - ▀ Evaluación de impacto sobre PIB con modelos de **equilibrio general computable**
  - ▀ Evaluación del impacto sobre el bienestar con **análisis coste beneficio**

39

## Barbados (ex-post)

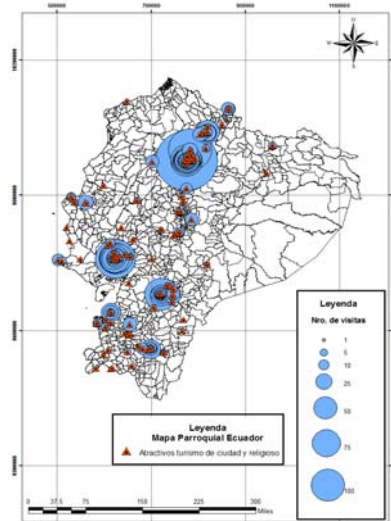
- ▀ Evaluación del éxito de política de subvención de aerolíneas
- ▀ Herramientas
  - ▀ Predicción de demanda con **series de tiempo** estructurales



40

## Ecuador (ex-post)

- Evaluación de las relaciones espaciales entre atractivos
- Herramientas
  - ArcGIS
  - Econometría espacial



41

## Etiopía (ex-post)

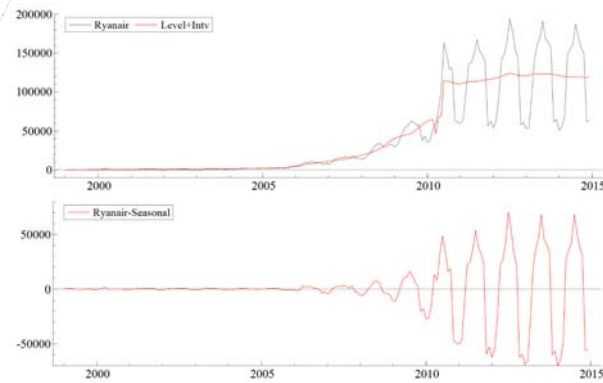
- Evaluación de inversiones para el desarrollo turístico
- Lecciones aprendidas
  - Efecto inflación
  - Fiabilidad de datos



42

## Málaga (ex-post)

- Evaluación de la ampliación del aeropuerto
- Método series de tiempo estructurales



43

## Málaga

- Según país de origen

State vector analysis at period 2014 (12)				
	UK	Germany	France	Ireland
Economic crisis: Slope change: 2007 (11)	-1,200.7 [0.147]	-455.5 [0.075]	-35.3 [0.777]	-284.7 [0.048]
Volcanic eruption: Pulse: 2010 (4)	-39,104 [0.000]	-7,971 [0.027]	-4,310 [0.000]	-6,722 [0.000]
New terminal (T3): Level shift: 2010 (7)	-964.5 [0.875]	6,006.4 [0.065]	2,966.7 [0.021]	2,882 [0.014]
New runway: Slope change: 2012 (7)	704.6 [0.416]	895.5 [0.012]	179.5 [0.300]	118.8 [0.441]

44

## Málaga

### Según aerolínea

State vector analysis at period 2014 (12)			
	Ryanair	Easyjet	Air Berlin
Economic crisis: Slope change: 2007 (11)	952.04 [0.031]	-719.05 [0.184]	-519.8 [0.004]
Volcanic eruption: Pulse: 2010 (4)	-20,172 [0.000]	-18,053 [0.000]	-2,499 [0.263]
New terminal (T3): Level shift: 2010 (7)	43,528.2 [0.000]	22.9 [0.996]	4,369.2 [0.041]
New runway: Slope change: 2012 (7)	-1,128.9 [0.020]	-77.6 [0.917]	201.2 [0.422]

45

## Conclusiones generales

- Conviene monitorizar el potencial de la industria local para poder satisfacer la **demanda intermedia** de bienes y servicios del turismo y diseñar una estrategia para su competitividad.
- Conviene estudiar la planificación espacial del territorio y evaluar la conveniencia de desarrollar microdestinos que generen **economías de densidad** y mejoren la productividad.
- Conviene entender el papel del **tipo de turismo** y concentrarse o diversificarse hacia aquellos de mayor interés.
- Conviene entender el papel que han jugado las políticas de **incentivos a la oferta** y trazar líneas que los orienten hacia los nuevos retos del sector.

46



**Gracias por su atención**

**Juan Luis Eugenio-Martin**

(Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España)

- Email: [juanluis.eugenio@ulpgc.es](mailto:juanluis.eugenio@ulpgc.es)
- Web: [www.personales.ulpgc.es/jeugenio.daea/](http://www.personales.ulpgc.es/jeugenio.daea/)