

Jesús Navarro, Ana Ramón, Teresa Torregrosa y Marta Suárez Tostado

Universidad de Alicante

María Jesús Such Devesa

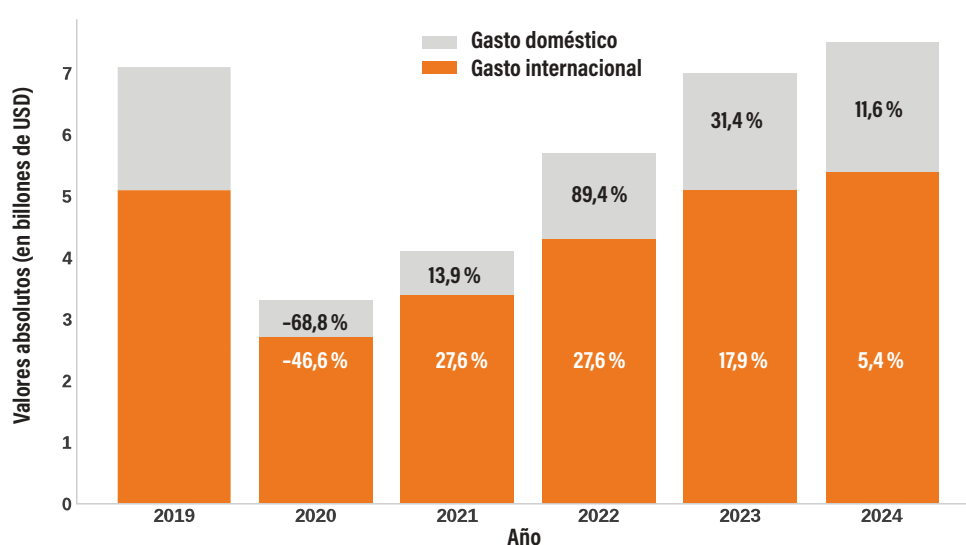
Universidad de Alcalá

Introducción

Si algo caracteriza al turismo, es su condición de actividad transversal: combina movilidad internacional, consumo cultural, inversión inmobiliaria, empleo intensivo, explotación de recursos naturales y utilización del espacio público. Por ello, sirve de **excelente barómetro** de los procesos más amplios de transformación económica y social, desde la globalización neoliberal hasta la emergencia climática. Su evolución no sólo refleja, sino que amplifica, las tensiones de un sistema internacional en transición.

En un mundo cada vez más inestable, el turismo ha consolidado su posición como uno de los grandes motores de la economía global. Representa ya el 10 % del PIB mundial y más del 10 % del empleo global, con cifras récord de visitantes y una recuperación rápida tras la crisis provocada por la COVID-19. Esta capacidad de recuperación ha sido celebrada como símbolo de resiliencia, pero también pone en evidencia una dependencia creciente de un modelo frágil, vulnerable a las tensiones políticas, sociales y ecológicas del siglo XXI.

Figura 1. Gasto turístico doméstico e internacional (2019-2024)



Fuente: Elaboración propia a partir de WTTC y Oxford Economics.

Este nuevo ciclo de expansión se produce, no obstante, en un contexto de inestabilidad política, conflictos regionales, tensiones comerciales y crisis climática. Todo ello plantea interrogantes urgentes: ¿Cómo afectan las nuevas lógicas geopolíticas al turismo? ¿Está

preparado el sector para un escenario marcado por la desglobalización selectiva, el retorno de los nacionalismos y la creciente complejidad de los movimientos internacionales?

Una geopolítica cambiante

Tras décadas de expansión impulsada por la liberalización del comercio y la apertura de fronteras, asistimos a una geopolítica más volátil, con crisis sanitarias globales, conflictos abiertos, tensiones diplomáticas persistentes y un resurgir de los nacionalismos. Esta nueva lógica no ha supuesto el fin de la globalización, pero sí ha introducido **límites cada vez más visibles, especialmente en lo relativo a la movilidad de personas, el comercio de bienes y las relaciones diplomáticas.**

La década comenzó de forma especialmente convulsa para el turismo global. La pandemia de **COVID-19** provocó un cierre prácticamente total de fronteras, restricciones de movilidad entre países y un desplome sin precedentes en los desplazamientos internacionales. En 2020, **el número de turistas internacionales se redujo en un 72 %**, con una pérdida estimada de 1.100 millones de llegadas menos respecto al año anterior, según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT). **Los ingresos por turismo internacional cayeron más de un 60 %**, lo que supuso una contracción de cerca de 930.000 millones de dólares en la economía mundial. El sector fue uno de los más golpeados por la crisis sanitaria, con un impacto directo sobre millones de empleos y sobre las economías más dependientes del turismo.

Esta situación dejó al descubierto la extrema dependencia del sector turístico respecto a un orden internacional estable, basado en la confianza mutua entre Estados. Las políticas nacionales de salud pública, muchas veces descoordinadas entre países vecinos, generaron un **clima de incertidumbre** que afectó tanto a las decisiones de los viajeros como a las estrategias empresariales.

A pesar de ello, **la recuperación posterior ha sido notable.** Entre 2021 y 2024, el turismo internacional ha experimentado una recuperación progresiva, hasta superar en 2024 los niveles previos a la pandemia en lo que a ingresos por turismo internacional se refiere. La resiliencia del sector ha sorprendido incluso a los organismos internacionales, con un crecimiento sostenido del 8,5 % anual. Esta recuperación se ha visto impulsada por el turismo regional, la reapertura de grandes emisores como China o EE. UU. y una fuerte demanda acumulada tras los confinamientos. No obstante, los efectos estructurales de la pandemia siguen presentes: ha cambiado la forma de viajar, las prioridades de los

Entre 2021 y 2024, el turismo internacional ha experimentado una recuperación progresiva, hasta superar en 2024 los niveles previos a la pandemia en lo que a ingresos por turismo internacional se refiere. La resiliencia del sector ha sorprendido incluso a los organismos internacionales, con un crecimiento sostenido del 8,5 % anual. Esta recuperación se ha visto impulsada por el turismo regional, la reapertura de grandes emisores como China o EE. UU. y una fuerte demanda acumulada tras los confinamientos

consumidores y la percepción del riesgo asociado a la movilidad global.

Superada la crisis del COVID, la geopolítica actual se caracteriza por una creciente inestabilidad internacional que está modificando las condiciones en las que se desarrolla el turismo global. La invasión rusa de Ucrania impacta de forma significativa sobre el turismo internacional, especialmente en Europa del Este. Países fronterizos como Polonia, Rumanía o los Estados bálticos han experimentado cambios notables en sus flujos turísticos: por un lado, el desarrollo incipiente de un turismo solidario; por otro, una caída del turismo tradicional por miedo a la proximidad del conflicto. Además, las sanciones internacionales impuestas a Rusia y el cierre de espacios aéreos han eliminado prácticamente el turismo ruso en gran parte de Europa Occidental, al tiempo que Rusia ha reorientado parte de su oferta hacia el turismo interno o hacia países no alineados con las sanciones. De hecho, **según datos del Ministerio de Desarrollo Económico de Rusia, el turismo internacional sigue creciendo en el país a pesar del aislamiento diplomático, gracias al fortalecimiento de los lazos turísticos con Asia, el Pacífico y el Golfo Pérsico.**

Desde el otro lado del Atlántico, Estados Unidos ofrece un ejemplo igualmente significativo, aunque inesperado. Desde que **Donald Trump** fue investido nuevamente como presidente en enero de 2025, el «efecto Trump» ha sacudido la prensa, los mercados y las relaciones internacionales. **Ese mismo clima político se ha traducido en un notable descenso de la demanda turística hacia el país**, especialmente desde destinos europeos claramente señalados por el dirigente nor-

[...] un 75 % de las agencias ha visto muy afectada la demanda de viajes a destinos de Estados Unidos. Los motivos que alegan los clientes son, principalmente, la impopularidad del nuevo gobierno (72 %) y los férreos controles fronterizos (28 %). Aunque las cancelaciones no han sido significativas, las nuevas reservas han caído en picado, sobre todo en mercados emisores como España, Alemania y Reino Unido. Esta caída confirma que la pérdida de atractivo de Estados Unidos como destino turístico se ha instalado en el comportamiento de los consumidores, desincentivando la planificación de viajes.

teamericano. En tan solo unos meses, los viajes procedentes de Europa sufrieron un desplome abrupto. Según datos de la International Trade Administration del Departamento de Comercio de EE. UU., la variación interanual en los visitantes europeos cayó drásticamente entre el primer trimestre de 2024 y el de 2025: Austria (–30 %), Dinamarca (–25 %), Alemania (–28 %), Islandia (–30 %), Noruega (–27 %), España (–25 %), Suecia (–20 %) y Reino Unido (–18 %). **Una caída tan amplia como sincronizada en todo el continente.**

Desde el sector, acostumbrado a adoptar una posición cautelosa, sorprendió la contundencia de Paul English, cofundador del buscador de viajes Kayak, al afirmar: «En tan solo dos meses, ha destruido la reputación de Estados Unidos, como lo demuestra la disminución de los viajes desde la UE a este país».

La tendencia parece confirmarse de cara al verano de 2025. Según una encuesta realizada por la patronal ACAVe entre agencias de viajes españolas, un 75 % de las agencias ha visto muy afectada la demanda de viajes a destinos de Estados Unidos. **Los motivos que alegan los clientes son, principalmente, la impopularidad del nuevo gobierno (72 %) y los férreos controles fronterizos (28 %).** Aunque las cancelaciones no han sido significativas, las nuevas reservas han caído en picado, sobre todo en mercados emisores como España, Alemania y Reino Unido. Esta caída confirma que la pérdida de atractivo de Estados Unidos como destino turístico se ha instalado en el com-

portamiento de los consumidores, desincentivando la planificación de viajes. **La percepción de inseguridad, el endurecimiento del marco migratorio y la creciente desafección respecto a su gobierno han hecho del país una opción menos atractiva que en años anteriores.**

Asimismo, los conflictos armados actuales en Oriente Medio han cerrado corredores turísticos completos, desplazando la demanda hacia otras regiones y aumentando la competencia entre destinos considerados «seguros».

Este nuevo contexto introduce incertidumbre, pero también la necesidad de **repensar los fundamentos políticos del turismo contemporáneo**. La dimensión geopolítica se ha vuelto, por tanto, un factor clave para entender los cambios en el mapa turístico global. La desglobalización no se manifiesta —por ahora— tanto en el comercio de bienes como en el comercio de servicios.

Repercusiones sobre los flujos turísticos

El impacto de este nuevo contexto geopolítico se refleja directamente en la configuración de los flujos turísticos internacionales. En primer lugar, se observan desplazamientos de la demanda hacia destinos percibidos como más estables y seguros, en detrimento de otros que, aunque tradicionalmente populares, se han visto afectados por conflictos o restricciones. Al mismo tiempo, se consolida un crecimiento sostenido del turismo de proximidad y del turismo doméstico, especialmente en países con clases medias consolidadas.

Por otro lado, la emergencia de nuevos destinos en el Sur Global también está reconfigurando el mapa mundial del turismo desde tiempos anteriores a la pandemia. Países como Indonesia, Marruecos, Colombia o Vietnam están atrayendo cada vez más visitantes internacionales, aprovechando su diversidad natural y cultural, y también una mayor apertura institucional. En 2024, destinos como **Albania (+80 %)**, **Colombia (+37 %)**, **Marruecos (+35 %)** y **Guatemala (+33 %)** superaron ampliamente sus cifras prepandemia, consolidando su lugar en el mercado global. La tendencia es especialmente visible en regiones que partían de niveles muy bajos como **África del Norte y Centroamérica**, que crecieron un **22 %** y un **17 %** respectivamente respecto a 2019.

Este desplazamiento tan vinculado al proceso de globalización experimentado en las últimas décadas responde tanto a factores de oferta —como precios competitivos, facilidades de transporte, mejora de infraestructuras y estabilidad institucional— como de demanda: la saturación de destinos tradicionales y la búsqueda, por parte de los viajeros, de experiencias consideradas más «auténticas» o menos masificadas. La capacidad de recuperación asimétrica posterior a la pandemia **profundiza la polarización del turismo internacional**: mientras unos países refuerzan su capacidad de atracción y recaudación (el sector generó 1,9 billones de dólares en exportaciones en 2024, un 3 % más que en 2023), otros aún no han recuperado las cifras previas a la pandemia, especialmente en Asia-Pacífico y Europa del Este.

A esta brecha cuantitativa se suma una desigualdad cualitativa: muchos destinos emergentes **todavía carecen de marcos regulatorios sólidos o planes integrales de sostenibilidad**, lo que los expone al riesgo de reproducir los errores de los destinos más maduros. En este contexto, el turismo se convierte no solo en una oportunidad económica, sino también en un indicador de las desigualdades globales y en un desafío de gobernanza internacional.

La consecuencia es una mayor polarización del mercado turístico: destinos hipermasificados que siguen creciendo y nuevos territorios que emergen rápidamente, a menudo sin la infraestructura o regulación necesaria. Esta tensión **conlleva riesgos evidentes de insostenibilidad social y ecológica**, especialmente cuando el crecimiento turístico se plantea como solución económica rápida ante crisis internas.

A nivel general, los flujos turísticos reflejan cada vez más las desigualdades globales: quienes pueden viajar lo hacen con más frecuencia y a destinos más diversos; quienes no, quedan excluidos de esta movilidad. El turismo internacional se convierte así en una **manifestación directa de las brechas sociales y económicas que definen la globalización actual**.

El caso español: éxito y dependencia

España se consolidó como una **potencia turística mundial** a partir de los años setenta, cuando el crecimiento del turismo internacional se convirtió en una de las palancas fundamentales del desarrollo econó-

En 2024, España batió su récord histórico con 93,7 millones de turistas internacionales, lo que supone un nuevo máximo absoluto y consolida su posición entre los tres destinos más visitados del mundo. Pero esta cifra, lejos de ser solo un logro, encierra una paradoja cada vez más evidente: el éxito económico se sostiene sobre una estructura frágil y desequilibrada, basada en la concentración territorial, la estacionalidad, el empleo precario y una presión creciente sobre el entorno urbano y natural.

mico del país. Desde entonces, el turismo no solo ha sido una de las principales fuentes de divisas y exportaciones, sino también un eje vertebrador de las políticas económicas y territoriales durante las últimas cinco décadas. En la actualidad, el sector representa alrededor del **12,3 % del PIB nacional** y da empleo, directa o indirectamente, a más de **2,5 millones de personas**, lo que refleja su peso estructural dentro del modelo productivo español.

Este protagonismo económico se ha traducido, además, en una atención política sostenida. El turismo ha sido sistemáticamente respaldado con estrategias nacionales de promoción, inversión pública en infraestructuras y planes de competitividad, hasta el punto de convertirse en **una pieza clave de la inserción de España en la economía global**. Sin embargo, este mismo éxito cuantitativo ha generado una serie de tensiones territoriales, sociales y ecológicas que plantean interrogantes sobre la sostenibilidad del modelo.

Este liderazgo se ha visto reforzado en los últimos años. En 2024, España batió su récord histórico con **93,7 millones de turistas internacionales**, lo que supone un nuevo máximo absoluto y consolida su posición entre los tres destinos más visitados del mundo. Pero esta cifra, lejos de ser solo un logro, encierra una paradoja cada vez más evidente: el éxito económico se sostiene sobre una **estructura frágil y desequilibrada**, basada en la concentración territorial, la estacionalidad, el empleo precario y una presión creciente sobre el entorno urbano y natural.

Desde una perspectiva macroeconómica, el turismo ha actuado como válvula de escape frente a las debilidades estructurales del modelo productivo español, espe-

cialmente su limitada capacidad industrial y su dependencia del sector servicios. El superávit en la balanza de servicios, impulsado por el turismo, compensa de forma parcial el déficit comercial y permite sostener equilibrios macroeconómicos que, de otro modo, estarían comprometidos. Pero esta lógica ha generado una **dependencia estructural** que condiciona otras decisiones de política económica.

A nivel territorial, el crecimiento turístico ha intensificado las desigualdades entre regiones. Comunidades como Baleares, Canarias, Cataluña o Andalucía concentran buena parte del flujo internacional, mientras que otras zonas quedan al margen de este dinamismo. Esta concentración agudiza problemas como la **especulación inmobiliaria, la gentrificación, la presión sobre infraestructuras y servicios públicos, y el desplazamiento de residentes entre barrios**.

Al mismo tiempo, el turismo ha influido en la configuración de las ciudades. El auge de los alquileres turísticos, la proliferación de negocios orientados exclusivamente al visitante y la masificación de espacios públicos están transformando el paisaje urbano y alterando profundamente la vida cotidiana de los residentes. **La ciudad deja de ser un lugar vivido para convertirse en un producto consumido, en un parque temático y, por ello, sin residentes.**

A pesar de los intentos de reconversión y diversificación —especialmente visibles en discursos institucionales como los de la Estrategia de Turismo Sostenible 2030—, **la dependencia cuantitativa del sector limita la capacidad real de transformación**. Buena parte del tejido empresarial, de las inversiones y de las políticas públicas siguen orientadas a maximizar las cifras de llegada y gasto, sin modificar sustancialmente el modelo de fondo. Focalizar en lo cualitativo y entenderlo simplemente como una apuesta por turistas de mayor poder adquisitivo, sin más consideraciones respecto al perfil del turista, debería ser un paradigma ya superado a estas alturas. Un turista que gasta más no es necesariamente más responsable en su impacto en el viaje y en el destino.

En definitiva, el caso español ilustra de forma paradigmática los dilemas del turismo contemporáneo: éxito económico frente a sostenibilidad social; liderazgo global frente a pérdida de control local; y crecimiento cuantitativo frente a calidad de vida. Un modelo que ha funcionado durante décadas, pero que empieza a mostrar síntomas de agotamiento estructural.

En destinos como Barcelona, Palma, San Sebastián o Granada, la presencia masiva de turistas ha generado conflictos con la población local, que percibe cómo su ciudad se transforma en un decorado para el consumo fugaz. A ello se suma la proliferación del alquiler vacacional no regulado, que acelera la expulsión de residentes y desvincula la vivienda de su función social. En muchos casos, esta transformación del espacio urbano ha ido acompañada de una pérdida de identidad cultural, con la homogeneización de las experiencias y la banalización del patrimonio.

Turismofobia y otras externalidades

El auge del turismo en España —y en muchas otras regiones del mundo— ha traído consigo una serie de efectos colaterales que, lejos de ser secundarios, se han convertido en el centro del debate público. A medida que los destinos se saturan y los beneficios del turismo **no se reparten de forma equitativa**, crece el malestar entre la población residente. Este malestar se expresa, en ocasiones, mediante protestas explícitas, pintadas o campañas en redes sociales, bajo una etiqueta que ha ganado fuerza en los últimos años: **turismofobia**.

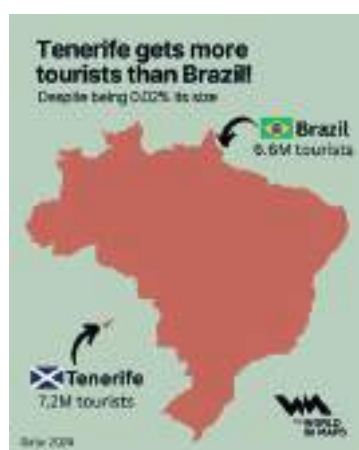
Aunque el término ha sido utilizado de forma interesada por algunos sectores para deslegitimar las críticas, lo cierto es que señala un problema real: el creciente desajuste entre la intensidad del turismo y la capacidad de los territorios para sostenerlo. Los síntomas son numerosos: encarecimiento del alquiler, expulsión de vecinos, saturación del transporte y los servicios públicos, deterioro del patrimonio, pérdida del comercio de proximidad y sustitución de la vida cotidiana por una economía **orientada exclusivamente al visitante**.

En destinos como **Barcelona, Palma, San Sebastián o Granada**, la presencia masiva de turistas ha generado conflictos con la población local, que percibe cómo su ciudad **se transforma en un decorado para el consumo fugaz**. A ello se suma la proliferación del alquiler vacacional no regulado, que acelera la expulsión de residentes y desvincula la vivienda de su función social. En muchos casos, esta transformación

del espacio urbano ha ido acompañada de una pérdida de identidad cultural, con la homogeneización de las experiencias y la banalización del patrimonio.

Fuera de España, el caso de Hawái, citado en múltiples estudios, resulta especialmente ilustrativo. Con 1,5 millones de habitantes y más de 10 millones de turistas al año, el archipiélago ha alcanzado un punto de inflexión en el que la calidad de vida de los residentes se ve seriamente comprometida. Esta situación ha sido incluso tematizada en la cultura popular, como en la viralizada canción de Bad Bunny que denuncia: «*Quieren quitarme el río y también la playa / Quieren al barrio mío y que abuelita se vaya*». **La crítica al modelo turístico ha trascendido los foros académicos para instalarse en los lenguajes cotidianos, artísticos y emocionales.**

En el escenario español, en la primavera de 2025 se hizo viral un sorprendente mapa que comparaba la llegada de turistas a la isla de Tenerife con el número total de visitantes internacionales que recibió Brasil en 2024. A pesar de ocupar apenas el 0,02 % de la superficie del país sudamericano, **Tenerife supera en turistas a todo Brasil.** El efecto amplificador en redes sociales revela una creciente sensibilidad social hacia la saturación de determinados destinos y la desproporción del modelo turístico en términos territoriales.



En este contexto, es urgente repensar el turismo no solo desde sus aportaciones al PIB, sino también desde sus costes sociales, ambientales y simbólicos. Sin una redistribución real de los beneficios y una gestión más democrática del espacio, los destinos seguirán viendo cómo la actividad económica que los impulsa acaba poniendo en riesgo su propia habitabilidad.

[...] es urgente repensar el turismo no solo desde sus aportaciones al PIB, sino también desde sus costes sociales, ambientales y simbólicos. Sin una redistribución real de los beneficios y una gestión más democrática del espacio, los destinos seguirán viendo cómo la actividad económica que los impulsa acaba poniendo en riesgo su propia habitabilidad.

¿Y ahora qué?

Frente a un escenario de tensiones crecientes —geopolíticas, sociales y territoriales—, repensar las políticas turísticas ya no es una opción, sino una necesidad. La lógica de maximizar llegadas e ingresos muestra claros signos de agotamiento. Si el modelo no cambia, serán los propios destinos quienes impongan sus límites por saturación o rechazo. **La sostenibilidad no es una consigna, sino una condición de supervivencia para el sector.**

El primer paso es dejar de medir el éxito solo en cifras. España ha empezado a incorporar indicadores más amplios, como los que plantea la Estrategia de Turismo Sostenible 2030, centrados en la calidad de las visitas, el impacto territorial, el empleo digno o la preservación cultural. En esta línea, el Índice de Desarrollo del Turismo y los Viajes (TTDI), impulsado por el Foro Económico Mundial, aporta una visión más integral, al incluir factores como sostenibilidad ambiental, resiliencia social o preparación institucional. El turismo del futuro se medirá por su capacidad de sostener comunidades, no por batir récords.

También es clave reforzar la gobernanza local. Las administraciones deben contar con instrumentos normativos y fiscales para ordenar la vivienda, limitar el turismo masivo y exigir responsabilidad a los actores del sector. Sin descentralización real, cualquier estrategia nacional corre el riesgo de quedarse en papel mojado.

La política turística debe formar parte de un proyecto más amplio de desarrollo justo. Implica participación ciudadana, redistribución de beneficios, apoyo a la economía social y una transición ecológica que respete los límites del territorio. En suma: un turismo menos obsesionado con el corto plazo y más comprometido con el bienestar colectivo.

El turismo ha demostrado ser dinámico y resiliente, pero también vulnerable a las tensiones de la nueva era geopolítica, a la crisis climática y a las desigualdades sociales. En un mundo fragmentado, donde viajar no es un derecho garantizado, la pregunta ya no es cuántos turistas llegarán, sino **en qué condiciones, con qué impacto y bajo qué reglas**.

Si quiere tener futuro, el turismo debe reconciliarse con los lugares que lo hacen posible. No puede seguir siendo solo una industria de cifras: debe convertirse en una herramienta de bienestar y equidad global. ■

Referencias

- ACAVE (2025). *Previsiones de viaje de verano, 2025*. [Nota de prensa], Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas.
- UN Tourism (2025, January 21): *International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024*. [News Release], Madrid.
- World Economic Forum (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future*. <https://es.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
- World Travel & Tourism Council (2025). *EIR Factsheet – World 2025*. <https://wttc.org/research/economic-impact>