



Jaume Puig. *Director General de GVC Gaesco Gestión y Gestor del Fondo GVC Gaesco 300 Places Worldwide*

Según datos de la Organización Mundial de Turismo, en el año 1995 se produjeron 530 millones de llegadas de Turistas Internacionales en el mundo, mientras que en 2016 esa cifra alcanzó los 1.235 millones. Se trata de un crecimiento anualizado del 4,11%, superior incluso al crecimiento del PIB mundial, que fue, en el mismo período, del 3,77%. En 1995, esta cifra representaba el 9% de la población mundial, mientras que en 2016 representó el 16% de la misma. El fuerte crecimiento del turismo global, el transfronterizo, no se explica pues por el mero crecimiento de la población sino, sobre todo, por el aumento del porcentaje de la población que puede considerarse clase media, esto es, clase consumidora.

El turismo, más que un lujo es una necesidad vital, y quizás por este motivo sea tan resistente incluso en períodos de debilidad económica

No cabe olvidar que viajar admite muchos presupuestos. El turismo global no atiende, tampoco, a crisis económicas locales de unas determinadas áreas del mundo, sino que

depende mucho más de su crecimiento global. Si una determinada zona está afectada por una particular crisis y no exporta turistas globales durante unos años, otra zona lo compensará con creces siempre que el mundo, en su globalidad, continúe creciendo. El turista global tiene, además, unos destinos favoritos. **Existen lugares, por todos conocidos, en los que la gran mayoría de turistas globales se concentra.** El nuevo turista de Kazjastán probablemente viaje a Nueva York o a París, o a Florencia, o al Gran Cañón, entre muchos otros destinos.

Probablemente el turista global utilice los servicios de **Booking.com** para seleccionar los hoteles en que quiere alojarse, utilice **Edreams** para buscar la forma más eficiente de volar, y vuele finalmente con **Vueling**, con **Ryanair**, con **Delta Airlines** o con **Singapore Airlines**.

Quizás aterrice en aeropuertos gestionados por **Aena**, o por **Aeroports de Paris** o por el **Aeroporto Di Venezia**.

Tal vez haga compras en las tiendas **Dufry** del aeropuerto para matar el tiempo.

Una vez llegue al destino puede que se hospede en un hotel **Meliá**, en un **Accor**, en un **Hilton**, en un **Hyatt** o en un **Mandarin**, incluso en un **Marriott**.

Puede que una vez llegado al destino alquile un coche **Sixt** y que recorra las autopistas gestionadas por **Abertis** o por **Atlantia**, y que pare en una estación de servicio **Autogrill** a descansar y a repostar.

Puede que el turista se informe en **Tripadvisor** de cuáles son los mejores restaurantes para ir a comer en su destino.

Tal vez sea un crucerista empedernido y cliente habitual de **Costa Cruceros**, una de las muchas marcas de **Carnival** o quizás prefiera viajar con **Royal Caribbean**. O incluso puede que tenga un espíritu expedicionario y prefiera hacerlo con **Lindblad Expeditions**.

O puede que lo que realmente le guste sea la sofisticación de los casinos/hoteles de Las Vegas o de Macao y que se hospede en el **Venezian** de las Vegas Sands o en el **Wynn Macau**.

Puede que su estilo sea otro y que lo que realmente le guste sea comprarse una autocaravana de **Trigano** y estar unos meses dando vueltas sin rumbo fijo.

Puede que simplemente le haga ilusión llevar a la familia a alguno de los numerosos parques

Disney que están distribuidos por el mundo.

Puede que simplemente que sea un enamorado de Japón y utilice necesariamente el **Shinkansen** entre Tokio y Osaka pasando por Kyoto.

Puede, simplemente que lo que realmente quiera sea que se lo den todo hecho, sin nada que planificar más allá del destino, y tal vez prefiera viajar con **TUI**.

Haga lo que haga, y le guste lo que le guste, probablemente pague con su tarjeta **Visa**, ya que sabe que el cambio de la divisa es más barato que el del billete, y lleve sus efectos personales en una maleta **Samsonite**

¿Es posible beneficiarse del crecimiento del turismo global en el mundo?

¡Por supuesto! **Todas las empresas mencionadas, y otras muchas más que dan servicio al turista global, cotizan en distintas bolsas repartidas por todo el mundo.** Puede comprar bien directamente acciones de estas empresas o bien un fondo especializado que las seleccione por usted en función de la oportunidad. Quien sabe, puede incluso dedicar parte de sus ganancias a sufragar los próximos viajes. ¿Con quién volar esta vez, con **Wizz Air** o con **Aegean Airlines**? ¿Y si nos hospedamos esta vez en una **Shangri-la**? ¿Cotizan? Por supuesto.

Artículo publicado en El Economista el 22 de Junio de 2017

Síguenos: