



El ciclo de vida del destino turístico: Influencia de la psicografía

Recopilación y Adaptación: Dr.C. Héctor Matos Rodríguez. EHTVaradero

Fuente: CIDTUR. *Evolución y Tendencias de la Industria Turística*, enero 2006, tomado de: *El ciclo de vida del área turística y los modelos de cambio de régimen / Wiston Moore y Peter Whitehall. Annals of Tourism Research en español (Palma de Mallorca): 48-54, junio 2005*

INTRODUCCIÓN

El ciclo de vida del destino turístico constituye uno de los temas de mayor importancia en la cartera temática de nuestra publicación[1][1], ya que es uno de los aspectos relevantes a tener en cuenta por parte de cualquier destino turístico, conjuntamente con cuestiones tales como el análisis de los resultados de otros destinos de competencia, el comportamiento de la estacionalidad, la evolución de productos y mercados o la influencia de la psicografía[2][2] en estos procesos evolutivos. En esta oportunidad “refrescamos” el tema apoyándonos en datos expuestos en artículo de la fuente, del cual hemos extractado elementos básicos.

ANTECEDENTES

Existe toda una serie de teorías que intentan explicar el ciclo de crecimiento que experimentan los destinos turísticos con el tiempo. Una de las primeras plantea que, aparte de la demografía, hay otros factores que influyen decisivamente en la clasificación de los turistas, agrupándolos en cuatro tipologías características: errante, explorador, de masa individual y de masa organizada. Los errantes y los exploradores buscan constantemente nuevos destinos y no se interesan por los servicios secundarios, como un alojamiento cómodo. En cambio, a los turistas de las otras dos tipologías, les gusta permanecer dentro de una burbuja ambiental y conceden gran importancia a que el alojamiento sea cómodo y relativamente barato.

A esta clasificación que se basa en características psicológicas y no demográficas se le ha dado en llamar psicografía, constituyendo ambas –tanto la demografía como la psicografía– los dos elementos básicos en que se apoyan los especialistas de la industria turística para entender los esquemas de motivación que provocan los cambios en los patrones de comportamiento turístico. Sin embargo, cada vez se atribuye mayor responsabilidad a la psicografía como elemento motivador, influyendo decisivamente en los procesos de crecimiento / estancamiento de los destinos turísticos.

El ciclo de vida turístico

Partiendo de este marco conceptual, los investigadores sobre el tema han definido lo que ha llegado a conocerse como el ciclo de vida turístico. Según esta definición, un destino atraviesa seis fases principales: exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive o rejuvenecimiento. Durante el estadio de exploración, los atractivos diseñados específicamente como oferta a los turistas no existen y la mayor parte de los visitantes al destino son del tipo errante o explorador. En la fase de implicación, cada vez

más residentes toman parte en la provisión de servicios de apoyo. En estas dos primeras etapas de crecimiento, las llegadas tienden a ser positivas, pero lentas.

En el estadio de desarrollo, las autoridades y los empresarios invierten intensamente en la publicidad y en atractivos dirigidos al turismo de masas en específico, beneficiándose el destino de las cada vez mayores tasas de crecimiento. Durante la consolidación, sin embargo, la tasa de expansión se hace más lenta y el destino se caracteriza por un desgaste de su infraestructura. En la fase de estancamiento se alcanza un pico en las cifras de llegadas turísticas, pues el atractivo del destino decae, de forma que cuesta mantener los arribos de sus principales mercados de origen. Tras su estancamiento el destino entra en declive y muere o se rejuvenece, debido en este último caso a la introducción de nuevos atractivos que revitalizan el mismo.

ANÁLISIS DEL EJEMPLO DE BARBADOS EN EL PERÍODO 1957-2002

Aunque hay diversas teorías y procedimientos para identificar el momento en que un atractivo turístico pasa de un estadio a otro varios de ellos presentados en el artículo señalado como fuente del presente trabajo, el fenómeno es tan evidente, que el simple análisis del porcentaje de variación en el número de arribos turísticos permite aproximarse con bastante exactitud a tal identificación de estos estadios. En la tabla a continuación se expone, por mercados emisores, el crecimiento trimestral medio de las llegadas turísticas con pernoctación a Barbados en el período de 1957 al 2002.

Período	R.U.	EE.UU.	Canadá	CARICOM	Otros	Total
57-65	21,9	20,0	26,0	12,8	9,1	16,5
66-75	15,7	12,8	19,3	7,0	16,8	12,9
76-85	7,6	12,1	-0,4	8,0	3,2	5,6
86-95	15,8	-2,0	-0,4	-1,3	12,7	2,6
96-02	7,0	2,0	-0,9	7,2	-10,5	1,8

Como puede apreciarse, entre los años 1957 y 1965, el crecimiento para los emisores, a excepción de la categoría "Otros", es de dos dígitos, con gran énfasis en los mercados del Reino Unido, EE.UU. y Canadá. Ya en el período 1966-1975, aunque este crecimiento se mantiene en dos dígitos a excepción del CARICOM, su valor absoluto disminuye, lo que se expresa en el promedio general, que disminuye del 16,5% en el primer período al 12,9% en el segundo. El período 1976-1985 acusa una reducción aún mayor, manteniéndose un crecimiento de dos dígitos solamente en el mercado de EE.UU. y exhibiendo ya el mercado canadiense un resultado negativo, todo lo cual se expresa en un crecimiento medio total del 5,6% para el período analizado, o sea, este promedio ha disminuido a menos de la mitad del período anterior.

En el período 1986-1995 los mercados del Reino Unido y "Otros" reflejan una recuperación de dos dígitos que no compensa la caída de los mercados restantes, lo que se traduce en una reducción aún mayor del crecimiento promedio del total de los mercados que ahora es del 2,6%. Finalmente, en el período de 1996 al 2002 la caída de los mercados del Reino Unido, Canadá y "Otros" respecto a la discreta recuperación de EE.UU. y algo más el CARICOM, provoca un descenso para el promedio del total de los mercados, que en este último período es del 1,8%.

O sea, que a nivel de cifras totales se observa que la tasa media de crecimiento muestra una tendencia expansiva decreciente o, dicho de otra forma, una tendencia a la contracción. En los estadios iniciales de desarrollo se registraron tasas de crecimiento de dos dígitos para todos los mercados, a excepción de "Otros". Sin embargo, al llegar al período 1996-2002 el crecimiento era inferior al 2%. Esta disminución del ritmo de crecimiento total se produce debido al estancamiento, fundamentalmente, de los mercados de EE.UU., Canadá y "Otros". Obsérvese cómo el mercado estadounidense decae rápidamente de un 20% en el período 1957-1965 al -2% entre 1986 y 1995, a pesar de una ligera recuperación del 2% en el último período que no llega a compensar el rápido decrecimiento de períodos anteriores.

En el caso del mercado canadiense la situación es aún peor pues comienzan en un 26% y termina en un -0,9%, sin recuperación intermedia alguna. Otros mercados, que comienza, con un crecimiento más discreto, tienen un comportamiento errático que los lleva a incrementos de dos dígitos en períodos intermedios, pero que, sin embargo, disminuyen ostensiblemente al -10,5% en el último período. Merece la pena señalar este violento decrecimiento que lleva a otros mercados a descender del 12,7% en el período del 1986-1995 a un -10,5% en el último período. El mercado del CARICOM tiene un descenso más atenuado con una recuperación en el último período, mientras que el Reino Unido es el único mercado que no parece haber alcanzado la fase de estancamiento, pues a pesar de sus altas y sus bajas no ha experimentado períodos prolongados de declive como lo han hecho el resto de los mercados.

Y es este el punto central de análisis de las cifras de la tabla anterior, pues precisamente es este concepto de **período prolongado de declive** el que se asocia con el estancamiento del destino en su conjunto o de uno o varios mercados en particular. Por supuesto, que habría que entrar a analizar otros elementos tales como el porcentaje de participación de cada mercado en los arribos totales para llegar a una conclusión más efectiva, ya que mientras unos mercados están en expansión otros pueden estar en declive por ser mercados más maduros situados en puntos posteriores de la curva del ciclo de vida.

No obstante, la columna total sirve como termómetro de la situación del destino en su conjunto, pues de manera sistemática el porcentaje de crecimiento se ha ido reduciendo de un período a otro. Una de las implicaciones clave para la política turística de Barbados que puede extraerse de este estudio, es que el mercado británico aún conserva un potencial de crecimiento futuro significativo, ya que no ha alcanzado todavía la fase de estancamiento. Sin embargo, aumentar el número de llegadas procedentes de los otros mercados requerirá de un esfuerzo mucho mayor en términos de inversión y promoción.