

TURISMO EN COREA: DE UN PAÍS TRADICIONAL RECEPTOR AL EXCESIVO GASTO DE LOS VIAJEROS COREANOS EN EL EXTRANJERO

Julio Tascón*

1. Introducción

El stock de capital coreano en 1990 era 31,2 veces mayor que el stock de capital del año 1961. Mientras tanto, el crecimiento del índice educativo y salarial había sido tan sólo del 1,43 por ciento. Aunque el crecimiento del número de trabajadores era para el mismo período del 2,31 por ciento, la contribución total del capital humano a ese crecimiento era del 1,30 por ciento.¹ El mayor contribuyente al crecimiento coreano ha sido, precisamente, el incremento del stock de capital. Basta mostrar, con los datos elaborados por García-Blanch, la acumulación de capital en perspectiva internacional:

Stock de capital / PIB (en %)

	Corea	Japón	Estados Unidos
1961	0,804	1,007	1,813
1990	2,206	2,268	2,125

Fuente: F. García-Blanch (2002, 62).

Se observa una gran similitud en el caso japonés, mientras que para los Estados Unidos el crecimiento del stock de capital fue mucho menor durante el período. Ciertamente, para abordar ese progreso Corea parte de unos niveles muy inferiores a los de los Estados Unidos en 1961, por lo que parece bastante lógico que corra más rápido durante esos años.² Los anteriores datos son suficientemente expresivos para pergeñar una caracterización, aunque somera, del crecimiento económico de la República de Corea. Dicho crecimiento debo precisar que estuvo basado,

* Julio Tascón. Profesor Titular de Historia Económica. Universidad de Oviedo. jtascon@correo.uniovi.es

¹ Ver Francisco García-Blanch Menárguez, *Crecimiento económico en Corea del Sur, 1961-2000: Aspectos internos y factores internacionales*, tesis doctoral, Facultad de CC. Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 2002.

² Las fuentes utilizadas para elaborar el cuadro son citadas en la nota a pie de página número 10, en Ver García-Blanch (2002, 62).

de manera relevante, en la deuda exterior del país, durante un periodo de tiempo muy extenso en la segunda mitad del siglo veinte. Pero ese mismo crecimiento económico es de todos conocido que se ha apoyado sólo muy ligeramente en el desarrollo del turismo.³ La falta de una mentalidad adecuada entre los altos mandatarios coreanos, poco proclive al desarrollo de los servicios turísticos, sigue siendo probablemente la principal causa de la falta de una oferta turística más coherente y ambiciosa apoyada en el sector público de este “tigre asiático”.

Abordaré el turismo en Corea desde la existencia de un vacío en la literatura en lengua castellana sobre el tema, que es un reflejo en gran medida de la escasa literatura anglosajona al respecto.⁴ Se observará cómo dentro de la disponibilidad y fiabilidad de datos la fuente principal, además del Banco Central Coreano (The Bank of Korea), del Instituto Estadístico de Corea, y del Ministerio de Cultura y Turismo coreano, es la Organización Mundial del Turismo (OMT) la que proporciona principalmente informaciones sobre los flujos de visitantes, tanto los que se dirigen hacia Corea, como aquellos que salen del país hacia otros lugares del planeta. El turismo interior lo dejaremos por el momento orillado debido a las pocas cifras disponibles y a su escasa fiabilidad. Centraré el estudio en el turismo internacional debido a la disponibilidad y accesibilidad de las principales fuentes de información y porque, a pesar de sus deficiencias, este tipo de actividad es más fácil de identificar para la República de Corea que su turismo interior.

En primer lugar dibujaré el marco dentro del que se sitúa la actividad turística de “Corea del Sur”, la región de Asia Oriental y Pacífico (según la clasificación de la OMT), para hablar tanto de su turismo emisor como del receptor. Después pasaré al análisis de lo significativo que puede ser el tipo de cambio de otras divisas para orientar

³ Tanto la intervención gubernamental como la apatía o el desánimo pueden tener idénticos efectos en el crecimiento económico. Véase para Corea cómo la protección comercial redujo la productividad total de los factores y afectó negativamente el crecimiento. Ver Jong Wha Lee, “Government Interventions and Productivity growth”, *Journal of Economic Growth*, vol. 1 (3), pp. 391-414. El caso español que asimismo soportó durante un largo período del siglo veinte una dictadura es el opuesto: se ha basado en gran medida en una compensación del déficit de la balanza de pagos en base a los ingresos por turismo durante los años sesenta y setenta. En los años del milagro económico español la economía crecía al ritmo del 7,8% anual y sin democracia. Aún hoy en día el turismo sigue siendo la “industria” nacional y bajo un modelo bien conocido: “sol y playa”.

⁴ Cabe afirmar que tampoco en coreano las dimensiones de los informes, papers y libros sobre el tema constituyen un obstáculo insalvable para elaborar un informe al respecto debido también a lo escaso de dicha literatura.

el turismo hacia Corea, observando cuando la cotización de las mismas sufre una apreciación o una depreciación respecto al won coreano. Esto me servirá para centrar - un poco más si cabe - los casos principales y muy relevantes que para Corea constituye el turismo japonés, norteamericano y chino, entre otros. Finalizaré tratando de la convivencia que debe mejorarse en el futuro, entre las estrategias públicas y privadas, para conseguir que el turismo coreano alcance el lugar que el agotamiento de otras vías de desarrollo le puede conferir en este siglo veintiuno. Entre otros resultados, la reducción del turismo emisor coreano parece una pieza clave, tanto para impulsar el mortecino turismo interior como para afectar la balanza turística de Corea hacia mejores cifras.

2. Tendencias del turismo internacional

Mientras que con el turismo receptor se produce una entrada de riqueza procedente del exterior (divisas), el emisor provoca una pérdida de riqueza, pues los nacionales gastan en el extranjero la renta o el patrimonio que han adquirido en el suyo. Con el turismo interno no hay entrada ni salida de divisas, pero se originan notables beneficios económicos como la redistribución de la renta o el aumento del empleo.⁵

Estas tres formas básicas de turismo pueden combinarse de distintas maneras, y así nos encontramos con las siguientes categorías de turismo: El turismo nacional que incluye el turismo interno y el emitido por el país o área considerada. El Turismo interno (internal) que engloba tanto al turismo interno como al receptor. Y el **turismo internacional**, que se compone de turismo receptor y turismo emisor.

El enfoque de este estudio se centra esencialmente en el turismo internacional evaluado desde la perspectiva del turismo receptor. Por lo tanto me ocuparé principalmente del turismo que recibe Corea de aquellas personas no residentes que viajan hasta allí. Una de las principales razones metodológicas de eludir el tratamiento del turismo interno y por

⁵ Existen tres formas o clases de turismo con relación a un determinado país (área, región o grupo de países): Interno, receptor y emisor.

1. Interno (domestic): Incluye a los residentes que viajan, por un período de tiempo no superior a doce meses, a un lugar dentro de su país de residencia, pero distinto de su entorno habitual.
2. Receptor (inbound): Hace referencia a los no residentes en un determinado país, que viajan por un período de tiempo no superior a doce meses, a otro en el que no residen habitualmente.
3. Emisor (outbound): Es el que realizan los residentes de un país en el resto del mundo.

lo que hasta ahora suele tenerse poco en cuenta es que pocos países tienen datos comparables al respecto⁶. Más aún, el turismo interno sigue siendo, según la OMT, mucho más importante, tanto en términos de actividad como en términos monetarios. En el estudio Turismo: Panorama 2020, la OMT aventura como una clara previsión que la mayoría de los países industrializados – Corea lo es y su puesto 13 por su PIB así lo constata – se acercarán a sus techos en lo que se refiere al turismo interno. Tanto en la proporción de las poblaciones que lo realizan como a la incidencia del mismo dentro del conjunto de actividades turísticas de esos países⁷.

Para afianzar más la decisión de tratar de las tendencias del turismo coreano, pero del internacional, y como apunte metodológico baste citar lo que la OMT, es decir la principal fuente proveedora de datos, refiere al respecto. El empleo de las *llegadas de turistas internacionales* como variable para las proyecciones de la OMT –se refiere a las de Panorama 2020- parece debido y ellos señalan que “obligado” porque es la categoría de datos más declarada por los países que aplican las definiciones más normalizadas. Es preciso advertir que no constituyen en modo alguno un parámetro ideal, pues “no refleja la duración de la estancia ni el gasto realizado”.

Pero aún así son las series de datos más completas, aunque impidan por otra parte el empleo de modelos “afinados” a la hora de hacer cálculos prospectivos. Existe una diversidad de procedimientos estadísticos según los países que además soportan cambios metodológicos frecuentes. Por consiguiente la enorme dificultad de comparar datos homogéneos permite concluir –como lo hace la OMT- que si se obtienen series cronológicas fiables se intenten ajustar del mejor modo posible.⁸

⁶ En cuanto al turismo emisor los datos en la práctica se obtienen a partir de los datos de turismo receptor de los países de destino. Ver Organización Mundial del Turismo, Panorama mundial y actualidad del turismo. Tendencias de los mercados turísticos, OMT, Madrid, 2001, p. xv.

⁷ “Mientras tanto el crecimiento principal del turismo interno se producirá en los países en desarrollo de Asia, América Latina, Oriente Medio y África, donde aumentará la proporción de la población que participa activamente en el turismo interno”. Ver Organización Mundial del Turismo, *Turismo: Panorama 2020...*, 2002, p.10.

⁸ Ver Organización Mundial del Turismo, *Turismo: Panorama 2020...*, 2002, p.127.

2.1. Tendencias en Asia Oriental y Pacífico

La región de la OMT con más visitantes internacionales es **Europa**, que acapara más de la mitad de las llegadas (véase el siguiente cuadro).⁹ Pero además en Europa existe una abundante y completa infraestructura turística que facilita la afluencia de visitantes.

La segunda región en llegadas turísticas es **América**, con un 19,34% sobre el total de las mismas, y dentro de ella destacan con claridad una concentración en la subregión de América del Norte y, en particular, en **Estados Unidos** que es un destino consolidado desde la década de los cincuenta. A **escala nacional** los principales destinos internacionales desde 1950 hasta nuestros días son: **Francia, Estados Unidos, España e Italia**.

Distribución porcentual de llegadas turísticas e ingresos aportados en 1997 a las diferentes regiones

Regiones de OMT	% llegadas	% ingresos
Europa	54,20	59,19
Américas	19,34	19,40
Asia Oriental	15,32	14,40
Africa	2,51	3,79
Oriente Medio	1,32	2,43
Asia Meridional	0,83	0,79

La región *Asia Oriental y Pacífico* ha aumentado espectacularmente su participación en los movimientos turísticos internacionales como **receptor y emisor de turistas**. En 1997 recibió 86.927.000 turistas, cuyas *dos terceras* partes procedían básicamente de los países de la propia región (véase el siguiente cuadro). Este fenómeno se explica por el *descubrimiento de la zona por parte de tour operadores* y de los turistas de países más desarrollados, ávidos de nuevas

⁹ Las causas que explican este fenómeno son:

- la existencia en el continente de muchos países y muchos desplazamientos dentro del propio continente (flujos intrarregionales o dentro de la propia región),
- el alto nivel de desarrollo,
- la presencia de atractivos espectaculares e importantes lazos históricos entre los pueblos

experiencias y, también, por el incremento de la renta per cápita en algunos países asiáticos (**Japón, Corea del Sur, Hong-Kong, Taiwan y Singapur**). Los principales destinos emergentes han sido **Camboya y Vietnam**, siendo *Japón la principal zona emisora*.

Procedencia de los turistas llegados a Asia Oriental y Pacífico, en 1997

Región de origen	Porcentaje sobre el total de turistas
Asia Oriental y Pacífico	76,97
Europa	11,86
Américas	7,42
Asia Meridional	1,44
África	0,45
Oriente Medio	0,31

Fuente: OMT, 1998.

Asia Nororiental fue la subregión más visitada, con *más de la mitad de las llegadas a la región*; las islas del Pacífico y la subregión Australasia todavía tienen un *índice de participación bajo* en el conjunto de la región, aunque **Micronesia** ha experimentado *una de las tasas de crecimiento más altas*.

Las previsiones apuntan a que **China** tendrá un importante papel en el turismo internacional en los próximos años y de hecho ya en 1997 ocupaba el sexto lugar por llegadas de turistas a sus fronteras (véase el cuadro adjunto). Es preciso señalar que entre los veinte primeros destinos mundiales y el resto hay grandes diferencias en cuanto al número de llegadas. En dicho año Corea se situaba – por llegadas – detrás de los

veinte primeros países, con una cifra que suponía un poco más de la mitad de la alcanzada por Tailandia, el décimo segundo país del ranking por llegadas.

Los 20 países con más llegadas de turistas internacionales e ingresos

Países	1980			1997		
	Puesto	Llegadas	Ingresos	Puesto	Llegadas	Ingresos
Francia	1	30,100	8,235	1	66,864	28,009
EE.UU	2	22,500	10,058	2	47,754	73,268
España	3	22,388	6,968	3	43,403	26,651
Italia	4	22,087	8,213	4	34,087	29,714
Reino Unido	7	12,420	6,932	5	25,515	20,039
China	18	3,500	617	6	23,770	12,074
Polonia	13	5,664	282	7	19,520	8,679
México	8	11,945	5,393	8	19,351	7,594
Canadá	6	12,876	2,284	9	17,285	8,770
Hungría	10	9,413		10	17,248	
R. Checa				11	16,830	3,647
Austria	5	13,879	6,442	12	16,647	12,393
Alemania	9	11,122	6,566	13	15,837	16,509
F. Rusa				14	15,350	6,900
Suiza	11	8,873	3,149	15	10,600	7,902
H-Kong	28	1,748	1,317	16	10,406	9,242
Portugal	21	2,730	1,147	17	10,172	4,277
Grecia	16	4,796	1,734	18	10,070	3,771
Turquía	52	921	327	19	9,040	8,088
Tailandia	27	1,859	867	20	7,221	7,048

Fuente: OMT, 1998. Llegadas en miles e ingresos en millos de \$ USA.

Corea en el referido año 1997 ocupaba el puesto 28 en cuanto a gastos por turismo internacional, por delante de España que se situaba en el lugar 31. El crecimiento medio anual observado por esos gastos había sido en el caso de Corea, desde 1992 a 1997, de un 10,5 y de un -4,2 en el caso español.¹⁰

La crisis de finales de 1997 en Asia se prolongó durante 1998 y dejó una profunda huella en el turismo de la región Asia Oriental y Pacífico. El turismo intrarregional sufrió notables pérdidas mientras aumentaba el turismo a larga distancia, pues algunos destinos se convirtieron en más atractivos debido a tipos de cambio favorables. Aún así, el equilibrio no se restableció hasta unos años después.

El submarinismo como actividad turística está haciendo adeptos a un gran ritmo entre los asiáticos en general y más en particular entre los ciudadanos de Japón, Hong Kong y Taiwán. En la última década, los resultados de los operadores de submarinismo han mejorado mucho. Parece un segmento turístico con mucho futuro en Asia Oriental y Pacífico. Buenas perspectivas le auguraba el informe de la OMT para el 2020 al turismo de crucero y marítimo en Asia. Aunque sus ritmos de crecimiento parecen ciertamente comprometidos por la calidad, las instalaciones y la infraestructura portuaria de la región deberán seguir mejorándose si de algún modo se piensa en llegar a competir con el Mediterráneo y el Caribe.¹¹

La proyección de futuro que en su día estima la OMT adjudica una cifra de 397 millones a las llegadas a la región de Asia Oriental y Pacífico de turistas internacionales para el 2020¹². Este crecimiento representa un crecimiento medio anual del 6,5 por ciento para el período 1995-2020 y ello a su vez supone casi 2,5 puntos porcentuales por encima del ritmo

¹⁰ El gasto por turista internacional coreano era de 136 dólares USA, mientras ese gasto por turista internacional español era de 114 dólares. Los montos totales del año por gastos en turismo internacional alcanzaban los 6.262 millones de dólares y 4.467 millones de dólares respectivamente. Ver Organización Mundial del Turismo, *Mercados emisores de Turismo. Visión general y análisis de las características de los países*, Organización Mundial del turismo, Madrid, 1999, p. 12.

¹¹ Ver Organización Mundial del Turismo, *Turismo: Panorama 2020...*, 2002, p.38.

¹² En 1998 esas llegadas de turistas internacionales eran de 88.026 y en el año 2000 alcanzaron las 111.894. Ver Organización Mundial del Turismo, *Panorama mundial y actualidad del turismo. Tendencias de los mercados turísticos*, OMT, Madrid, 2001, p. vi.

previsto de crecimiento mundial del 4,1 por ciento.¹³ La idea es que hacia el 2010 habrán logrado la segunda posición como receptores de turismo proveniente de las Américas. El crecimiento más vertiginoso de todos es atribuido a la subregión de Asia del Noreste, la más visitada en Asia Oriental y Pacífico, que en 1990 recibía la visita de 27.969 llegadas de turistas internacionales, en 1995 estos alcanzaban los 44.102 millones y en el 2000 los 63.995 millones de llegadas.¹⁴ Dicha subregión crecerá más, pero también lo hará a un ritmo de los más trepidantes, un 6,7 por ciento anual estimado desde el 1995 al 2020. Este ritmo es una de las mayores cuotas que alcanzará las llegadas turísticas en todo el mundo¹⁵.

El puesto de China para el 2020 parece difícilmente variable y seguirá siendo el primero dentro del destino Asia Oriental y Pacífico, con unos 130 millones de llegadas internacionales. Parece bastante seguro que para la fecha indicada más arriba China se convertirá en el primer destino del mundo. Le seguirán, dentro de la región asiática oriental, Hong Kong (China) con 56,6 millones de llegadas de turistas internacionales y después Tailandia, Indonesia y Malasia. Estos países recibirán 37, 27 y 25 millones de llegadas respectivamente. La estimación muestra que Australia, Singapur, Vietnam, Filipinas, República de Corea y Japón se espera que reciban entre 10 y 18 millones para el 2020.

El supuesto más verosímil es que ahí donde el turismo es aún más incipiente, es decir en los países del Mekong, en Asia del Sudeste, se den las mayores tasas de crecimiento del período 1995-2020¹⁶. China registrará un crecimiento medio anual en las llegadas de turistas del 7,8 por ciento anual, lo que supone la quinta mayor tasa de crecimiento esperada. Filipinas, Indonesia, Hong Kong (China) y Tailandia también experimentarán ratios superiores al 6,5 por ciento anual, es decir crecerán

¹³ El aumento esperado de la cuota de llegadas en Asia Oriental y Pacífico durante el periodo 1995-2020, pasaría del 14,4 por ciento en 1995 al 25,4 por ciento en 2020. Ver Organización Mundial del Turismo, *Turismo: Panorama 2020...*, 2002, p.39.

¹⁴ Según la clasificación de la OMT, Asia Oriental y Pacífico se compone de seis subregiones, a saber: Asia del Nordeste, Asia del Sudeste, Australasia, Micronesia, Melanesia Polinesia.

¹⁵ Las subregiones comprendidas dentro de Asia Oriental y Pacífico crecerán a ritmos que van desde el 6,2 por ciento anual (Australasia) al 6,7 de Asia del Noreste. Ver Organización Mundial del Turismo, *Ibidem*.

¹⁶ República Democrática Popular de Laos, un promedio de más del 12 por ciento anual, Myanmar, más del 10 por ciento, Vietnam más del 9,7 por ciento y Camboya más del 8,7 por ciento. Ver Organización Mundial del Turismo, *Turismo: Panorama 2020...*, 2002, p.40.

por encima de la media esperada para Asia Oriental y Pacífico¹⁷. Como consecuencia de ese fuerte crecimiento en general de las llegadas a la región, algunos países que parten de un considerable desarrollo del turismo se acabarán enfrentando a una disminución de la cuota de mercado. Se prevé que dicha merma de la cuota más frecuente de mercado afectará a los destinos más maduros, entre los que se encuentran además de Japón, Macao (China), Singapur y Malasia, por supuesto Corea que pasaría de un 4,6 en 1995 a un 2,6 en 2020, muy a pesar del 4,1 por ciento de crecimiento medio anual entre ambas fechas.

Turismo receptor en países de Asia Oriental y Pacífico

	Datos registrados (en miles)	Cuota de mercado (en %) según proyecciones de la OMT		Tasa de crecimiento medio anual (en %)
	1995	1995	2020	1995-2020
Asia Oriental/Pacífico	81.355	100	100	6,5
Asia del Nordeste	44.102	54,2	56,5	6,7
China	20.034	24,6	32,7	7,8
Hong Kong (China)	10.200	12,5	14,2	7,1
Corea, Repúbl. de	3.753	4,6	2,6	4,1
Japón	3.345	4,1	2,5	4,5
Macao (China)	4.202	5,2	2,3	3,2

Fuente: OMT, Turismo: Panorama 2020,..., 2002, p. 40.

Lo previsible y, con seguridad, lo más plausible es que en cualquiera de las proyecciones de futuro se compruebe cómo el turismo en la región estará generado principalmente por la demanda de turistas de la misma región. Al menos hasta la actualidad y con la notable excepción de Asia Meridional, cuya principal fuente generadora de turistas internacionales es Europa, el resto de las regiones de la OMT corroboran que la proporción de turistas mayor en cualquier período la provee en primer lugar la propia región.¹⁸

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ Ver cualquier manual como por ejemplo Diego A. Barrado y Jordi Calabuig (Editores), *Geografía Mundial del Turismo*, Editorial Síntesis, 2001, pp. 13-30. Las proporciones para

El supuesto estimado es que en el 2020 unos 309 millones de todas las llegadas en Asia Oriental y Pacífico, es decir el 78 por ciento, serán intrarregionales¹⁹. Los viajes dentro de la región se espera que crezcan a un ritmo del 6,6 por ciento anual –entre 1995 y 2020–, mientras los viajes a larga distancia con ese destino asiático crecerán a un 6,2 por ciento. En conjunto la tasa anual de llegadas esperadas en un futuro hasta el referido año de 2020 es francamente significativa, nada menos que un 6,7 por ciento anual. Ciertamente que crisis como la del 97-98 no son demasiado previsibles dentro de estas proyecciones hacia delante en el tiempo. Pero en fin, los augurios para la Asia Oriental y Pacífico como generadora de turismo internacional para ella misma son francamente esperanzadores.

Las regiones como Europa y África podrán aportar y así lo esperan los responsables de las proyecciones de la OMT, un crecimiento como generadoras de llegadas turísticas a Asia Oriental y Pacífico del mismo tenor que la propia región. Si bien es cierto que el turismo a larga distancia generado desde esas dos regiones se encuentra en un umbral de llegadas relativamente bajo, a pesar de esos ritmos de crecimiento su cuota de mercado en Asia no quedaría alterada sustancialmente²⁰.

En lo tocante al turismo emisor, la perspectiva parece incluso más halagüeña que lo dicho para el receptor. El número de llegadas previsto, cuyo origen en 2020 será Asia Oriental y Pacífico, se estima en 405 millones. Lo cual representa desde 1995 un ritmo de crecimiento del 6,5 por ciento, que a su vez se sitúa a más de dos puntos por encima de la media mundial para el período, un 4,1 por ciento. Brevemente, Asia Oriental y Pacífico tendrá la tasa de crecimiento más alta de todas las regiones del mundo. Consecuentemente, su cuota de mercado aumentará y los residentes en Asia realizarán más de la cuarta parte de las llegadas de turistas en todo el mundo, para el año 2020²¹.

Los viajes intrarregionales dominarán durante los años de la proyección al 2020 el panorama del turismo emisor de Asia Oriental y Pacífico. En dicho año la estimación de turistas viajando dentro de la región es de 309 millones, que saldrían de ella misma. La previsión del crecimiento de los viajes intrarregionales es el 6,7 por ciento anual. Los

Asia Meridional son (en % sobre el total de turistas): Europa, el 45,34 y Asia Meridional, el 24,60; le sigue Asia Oriental y Pacífico con el 13,48; Américas con el 9,73, etc.

¹⁹ Esta cifra alcanzaría los 322 millones de llegadas (el 81 por ciento) si se incluyen aquellas de origen no especificado. Ver OMT, Turismo: Panorama 2020, ..., 2002, p. 41.

²⁰ África en 1995: 0,5% y Europa en 1995: 11,6%. En 2020 África: 0,5% y Europa: 12,0%. *Ibidem*.

²¹ En 1995 sólo alcanzaban el 15% y en el 2020 se les supone más del 25%.

viajes a Oriente Medio y Africa posiblemente superarán esa proporción pues parten de unas cifras reducidas de salidas. Mientras que los viajes a Américas y a Asia Meridional seguramente crecerán en una proporción algo menor a esa media intrarregional.

En el futuro Europa seguirá siendo para los turistas de Asia Oriental y Pacífico la región preferida como destino de larga distancia. Pero como sucede con destinos de cierto grado de madurez, los ritmos de crecimiento serán algo inferiores a la media intrarregional –un punto menos-, pues es muy difícil mantener medias de crecimiento elevadas cuando se ha alcanzado un cierto nivel en ese turismo emisor.

Asia del Nordeste seguirá siendo la subregión más emisora dentro de Asia Oriental y Pacífico para el período indicado, pues se espera generará unos 293 millones de turistas en el año 2020 y de ellos unos 100 millones procederán de China. Asimismo, Asia Nordeste será la subregión que crezca más deprisa hasta el 2020. Se espera que a un ritmo del 6,8 por ciento anual. Todas las demás regiones crecerán por debajo de la tasa emisora total del 6,5 por ciento y, de este modo, perderán cuota de mercado en su turismo emisor.

2.2. *Tendencias del turismo en Corea*

Turismo emisor

En España, como resultado de una común desatención, todavía no se encuentra disponible una información estadística de las actividades turísticas suficiente, fiable, homologable, sistematizada, territorializada (desagregada por Comunidades Autónomas y otros ámbitos territoriales). En la opinión de Ramón Tremosa se trata, por consiguiente, de esa común desatención que lleva a la ignorancia de la que está destinada a constituirse en la principal fuente de creación de renta y riqueza de nuestro país en el siglo XXI.²²

Si en uno de los países del grupo destacado, entre los primeros receptores de turistas, el estado de la información aún merece este tipo de críticas sobre su funcionamiento, cabe poco más que decir sobre cómo estarán en Corea las correspondientes estadísticas. Pero intentemos la mejor de las descripciones posibles, que de nuevo vendrá avalada por las

²² Ramón Tremosa i Balcells, “Acerca de la balanza de pagos turística”, Editur, s.f.

recopilaciones de datos tratados por la OMT, para conocer mejor el turismo de la República de Corea.

Corea ha sido contemplada –debido a su pasado político sobre todo– más que otra cosa como **un país receptor de turistas**. Desde 1989, cuando el gobierno coreano empieza a facilitar las salidas al extranjero, el flujo de los viajeros coreanos al exterior muestra un crecimiento de dos dígitos, durando hasta el año 1996. Los turistas coreanos superan en número a los visitantes extranjeros desde 1995.²³ La crisis financiera acarreeó consigo dos años de reducción en el flujo del turismo coreano al exterior que arrojan un balance de un -2,3 por ciento en 1997 y -32,5 por ciento en 1998. Para 1999 el aumento de coreanos que salieron al extranjero fue del 41,6 por ciento y supuso una cifra de 4,3 millones de salidas.²⁴

Lo cierto es que las estadísticas sobre la procedencia regional de los viajeros coreanos al extranjero no están disponibles. Pero sí podemos tener una buena percepción o intuición de esa información a través de la distribución regional de las agencias de viajes existentes.

Distribución regional de las Agencias de Viajes en Corea en enero de 2001 (en porcentaje)

Regiones	Agencia de Viajes en general	Agencia de Viajes para el extranjero
Sudokwon	82	55
Taegu-Kyongbuk	2	10
Pusan-Kyongnam	5	11
Otras	11	24

Fuente: Ministerio de Cultura y Turismo. Cit. En World Tourism Organization/ Market Intelligence and Promotion Section, *Outbound Tourism of the Republic of Korea. Market Profile*, , 2000, p. 30.

Parece que en la composición subyacente a esta distribución regional el peso de los viajeros coreanos al extranjero de procedencia urbana sería bastante superior a los de procedencia rural. Para 1999 un estudio de la *Korea National Tourism Organization* (KNTO) mostraba

²³ A partir de ahora y después de sentado que la OMT sólo dispone de información sobre visitantes internacionales a Corea, emplearé indistintamente –valga este abuso del lenguaje como el mejor “proxy” del número de turistas en Corea– la palabra visitantes y turistas.

²⁴ Esos 4,3 millones quedaban aún por debajo del máximo histórico alcanzado en 1996 –4,6–. Ver World Tourism Organization/ Market Intelligence and Promotion Section, *Outbound Tourism of the Republic of Korea. Market Profile*, ..., 2000, p. 9.

cómo la composición ocupacional de los coreanos que viajaban al extranjero era del siguiente modo:

Ocupación de los coreanos que viajan al extranjero

Categoría socio-profesional	Coreanos que en 1999 viajaron al extranjero (en %)
Directivos	26
Técnicos	20
Amas de casa	10
Vendedores	10
Estudiantes	7
Funcionarios	4
Otros (empleados, granjeros, etc.)	22

Fuente: World Tourism Organization/ Market Intelligence and Promotion Section, *Outbound Tourism of the Republic of Korea. Market Profile*, 2000, p. 29.

Por el propósito de las visitas, los viajes de negocios a Asia y a Europa detentan los mayores ratios. Más de un tercio de todas las visitas a esos destinos se debe a “business”, mientras que los viajes a Oceanía por dicho motivo tienen aún poco peso. Los países donde van más coreanos a hacer business son Taiwán (provincia de China, 49%), China (48%), Hong-Kong (44%) y Alemania (43%). Los viajes motivados por visitas a familiares se concentran en Asia y en América, un 62 por ciento y un 28 por ciento del total de visitantes coreanos en el extranjero para 1999. Más concretamente los que tienen como destino Estados Unidos (un 28%) y Japón (un 22%) se basan en la enorme presencia coreana en dichos países que según el Ministerio coreano de Asuntos Exteriores y Comercio era para 1999 de 660.000 coreanos en Japón y 2,06 millones de coreanos en los Estados Unidos²⁵.

La duración media de la estancia de los coreanos en el extranjero era en 1999 de 10,9 días, superando en el doble a la de los visitantes extranjeros en Corea para ese mismo año. Aunque el gasto global de los visitantes en Corea para el año 2000 superaba el gasto de los coreanos en el extranjero, para el 2003 parece que Corea va a lograr el déficit en su cuenta turística que será el cuarto más grande del mundo.

²⁵ Fuente: World Tourism Organization/ Market Intelligence and Promotion Section, *Outbound Tourism of the Republic of Korea. Market Profile*, ..., 2000, p. 17.

TURISMO COREANO, 1996-2000 (miles)

TURISMO RECEPTOR COREANO	1996	1997	1998	1999	2000
Llegadas					
Visitantes	3.684	3.908	4.250	4.660	5.322
Llegadas por región					
África	9	11	11	14	14
América	465	494	471	464	535
Europa	445	436	401	408	479
Asia Este y Pacífico	2.382	2.582	2.977	3.381	3.917
Asia Sur	74	71	66	81	96
Oriente Medio	7	7	9	11	4
Aire	2.656	2.848	3.275	3.646	4.054
Mar	223	239	228	271	314
Llegadas por motivo de la visita					
Ocio, entretenimiento y vacaciones	2.373	2.580	3.065	3.454	3.874
Negocios y profesional	219	212	182	187	203
Otros	1.092	1.116	1.003	1.019	1.244
Pernoctaciones y duración de la estancia					
Pernoctaciones en Hoteles y est. Similares	7.813				
Pernoctaciones en cualquier tipo de establec.	7.951	7.749			
Duración media de la estancia de los turistas no residentes	5,70	5,50	4,90	4,70	4,90
Gasto turístico en el país de referencia (Millones de dólares USA)	5.430	5.116	6.865	6.802	6.811
Operación: B30/B5	1	1	2	1	1
Gasto turístico / Visitante	1.474	1.309	1.615	1.460	1.280
TURISMO EMISOR COREANO					
Salidas	4.649	4.542	3.067	4.342	5.508
Gasto turístico en otros países (Millones de dólares USA)	6.963	6.262	2.640	3.975	6.174
Actividades turísticas					
Hoteles y establecimientos similares (sólo hoteles)					
Número de habitaciones	45.108	46.585	46.998	47.536	51.189
Ratio de ocupación	65,80	62,70	58,10	61,80	65,10
Agregados macroeconómicos (en millones de dólares USA)					
Producto Interior Bruto	517.577	523.725	394.540	397.554	421.091
Exportaciones(FOB)	129.715	136.164	132.313	143.686	172.268
Importaciones(CIF)	150.339	144.616	93.282	119.752	160.481

Fuente: World Tourism Organization, *Asia and the Pacific 2002 Edition Tourism Market Trends*, World Tourism Organization, Madrid, 2002.

La razón, afirma Kim Jae-Kyoung, es el número creciente de coreanos viajando y estudiando en el extranjero durante los últimos años. Resulta bastante significativo con cifras del 2002 que los ingresos turísticos de Corea supongan sobre el PIB alcancen el 1,1 por ciento, el puesto 26 entre los países de la OCDE, por delante de Alemania, (1,0), Estados Unidos (0,9) y Japón (0,1). Lo relevante es que el peso de los gastos realizados por los viajeros coreanos en el extranjero equivale para el 2002 al 1,9 por ciento del PIB de la República de Corea y en este aspecto adelanta puestos en el ranking y se sitúa en el decimoséptimo país de la OCDE por gastos turísticos²⁶.

Desde luego es de sentido común convenir - de acuerdo con el reportero del Korea Times - que Corea debe mejorar su infraestructura para atraer más visitantes y reducir el número de coreanos que viajan al extranjero. Posiblemente, porque en las mejoras más convenientes se induciría un turismo interior que lograría reducir el del extranjero. Corea deberá desarrollar la competitividad de sus productos turísticos, aunque este tema sí resulta difícil de tratar porque se entra en temas de eficiencia económica y eso nunca es fácil para poner de acuerdo a trabajadores, empresarios y gobiernos locales o centrales.

En el extremo opuesto para el año 2002, España había conseguido los mayores beneficios por ingresos del turismo, con un superávit de 27,12 billones de dólares USA, seguido por Estados Unidos con 26,24 billones, Francia con 13,03 billones, Italia con 10,2 billones y Grecia con 6,69 billones de dólares norteamericanos.

Turismo receptor

La primera de las acotaciones metodológicas no se hace esperar puesto que en los datos que siguen sólo se puede ofrecer la cifra de visitantes. Visitante es toda persona que viaja, por un período no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. Puesto que dentro de esta categoría entran los visitantes del día, en principio la cifra de turistas se entiende suele ser menor que la de

²⁶ Ver Kim Jae-Kyoung, "Korea's Tourism Deficit 5th Largest in World", *Koreatimes.co.kr*, 9-01-2003, 16:21.

visitantes y más aún si se está computando esos visitantes por el número de llegadas²⁷.

Sin duda que el lapso temporal de la segunda mitad de los noventa y los años del siglo veintiuno han sido pródigos en acontecimientos extraordinarios, de origen catastrófico. Pero aún así y desde que en 1996 Corea entra a formar parte de la OCDE su economía se encuentra bastante saneada y recuperada respecto a las mayores influencias negativas soportadas. Hago referencia, por supuesto, a la crisis financiera de finales de 1997, que prosiguió durante el año 1998, los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001 y a la neumonía asiática del año 2003. Aunque en dicho intervalo y sobre todo durante el año 2002 los acontecimientos positivos han sido muy relevantes. Me refiero al mundial de fútbol –2002 FIFA World Cup–, a los juegos Asiáticos de Busan y al año internacional del Ecoturismo 2002.

Las llegadas al Nordeste de Asia crecieron a una tasa del 5 por ciento durante el año 2001. Y esto viene a corroborar lo dicho más arriba, porque sí es un buen resultado y más si tenemos en cuenta el ratio del 2000, nada menos que un 13,2 por ciento. En honor a la verdad, de los más de 65 millones de llegadas, ciertamente, la mitad corresponde a China, con más de 33 millones en el año 2001²⁸. Pero mientras Hong Kong y Macao experimentaron mejores resultados en dicho año, la República de Corea sí registraría un crecimiento negativo –un 3,3 por ciento– en sus llegadas turísticas.²⁹

Con relación a los ingresos por turismo internacional, la República de Corea en el año 2001 recogió unos 6,3 billones de dólares norteamericanos, quedando por detrás de lo recibido por China y Hong Kong. Ahí se produjo una reducción del 7,8 por ciento respecto al año

²⁷ El visitante de día es un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Las llegadas son todos los datos que se refieren a llegadas y no al número real de personas que viajan. Cada vez que la misma persona visita el mismo país durante el año se cuenta como una nueva llegada. Igualmente, si la misma persona visita diversos países durante el mismo viaje, cada llegada se contabiliza independientemente. Turista: un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Ver Recomendaciones sobre estadísticas de Turismo – Naciones Unidas/OMT. 1993.

²⁸ El crecimiento de las llegadas a China, un 6,2 por ciento supera a la media del Nordeste Asiático, un 5% en ese año 2001. Ver World Tourism Organization, *Asia and the Pacific 2002 Edition Tourism Market Trends*, World Tourism Organization, Madrid, 2002, p. 41.

²⁹ Taiwán (Pr. De China) experimentó asimismo un retroceso de un –0,3% en sus llegadas. Mongolia, cuyo peso turístico en la subregión es aún muy endeble, registró el mayor crecimiento de llegadas turísticas, más del 20 por ciento en dicho año 2001. *Ibidem*.

2000. Pero hay que destacar como dato relevante y muy significativo que los ingresos por llegada a Corea siguieron estando por encima de 1.200 dólares USA que es la cifra más alta del Nordeste de Asia Oriental y Pacífico, casi el doble que la media de la región.

Los mercados proveedores de turistas corresponden al dominio de lo intrarregional, Asia Oriental y Pacífico arrojan una cifra de más del 80 por ciento de todas las llegadas internacionales al Nordeste. Ese número creció en 2001 un 5,7 por ciento (54 millones de llegadas). Asia Meridional sólo constituye el origen del 1 por ciento de las llegadas al Nordeste. Europa y Américas detentan un 8,2 y un 7,2 por ciento de las llegadas (unos 9 millones en 2001) y experimentaron un crecimiento del 2,1 y un retroceso del 1,2 respectivamente para el año indicado.

Uno de los factores más positivos para alentar el comercio turístico en Corea es el aeropuerto de Incheon –Incheon International Airport– situado a unos 52 kilómetros de Seúl y que se abrió al tráfico en marzo de 2001, para sustituir al aeropuerto de Kimpo. Las expectativas son nada más y menos que se convierta en el mayor centro de transporte aéreo del Nordeste de Asia. Se operan en él unos 2.400 vuelos a la semana hacia y desde 35 países.

El año 2001 el gobierno coreano lo proclamó como el “Año de la Visita a Corea”, por lo que organizó los eventos correspondientes y reavivó esfuerzos de marketing a lo largo del mismo. La *Korea National Tourism Organization* (KNTO) aumentó el número de webs promocionales, *tour2korea.com*. Ahora se puede consultar en ocho idiomas y contiene informaciones básicas sobre la República de Corea, atracciones turísticas, festivales y actividades, servicios de reserva de alojamiento y transporte, y conexiones con cualquier cosa que el visitante pudiera necesitar. Pero, además, y fruto de un esfuerzo consensuado en torno a la preparación de los juegos de la *FIFA World Cup* de fútbol, el gobierno coreano amplió la campaña del *Visit Korea Year* hasta finales de 2002.

Cabe destacar, entre los factores más positivos para el desarrollo del turismo, el desarrollo de la 2002 *FIFA World Cup*. A lo largo de su preparación se introdujeron medidas conducentes a la prestación de servicios turísticos para el visitante extranjero. El “travel phone” 1330 ofreció un servicio telefónico en cinco idiomas: inglés, japonés, chino, francés y español. Más de 100.000 taxis locales fueron equipados con un sistema gratuito de intérprete para visitantes que no entendieran el idioma coreano. Los “city tours” quedaron operativos en 9 ciudades. Entre los planes de colaboración del Ministerio de cultura y turismo con los

gobiernos regionales para lanzar planes de desarrollo de recursos turísticos puede destacarse en el año que precede al Mundial de fútbol, el “South Coast Tour Belt” y el de la zona de cultura confuciana en el Norte de la Provincia de Gyeongsang. El número de tiendas para vender mercancías “libre de impuestos” creció durante el año 2001 por encima de quinientas veces las que ya existían³⁰.

HOTELES TURÍSTICOS Y HABITACIONES EN COREA EN 2001

Categoría	Número de hoteles	Habitaciones
Deluxe	97	27.185
1st Class	188	14.739
2nd Class	122	6.474
3rd Class	74	3.426
Unclassified	22	1.654
Totales	503	53.478

Fuente: Korea Hotel Association.

Hoteles y establecimientos similares en Corea (sólo hoteles), 1996-2001

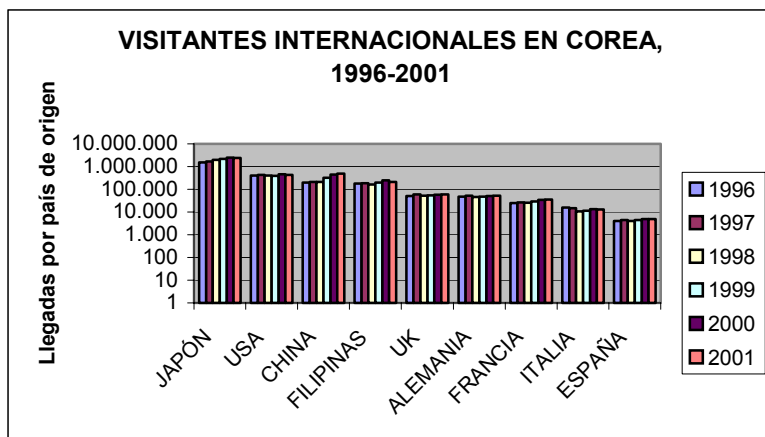
	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Número de habitaciones	45.108	46.585	46.998	47.536	51.189	53.478
Ratio de ocupación	65,80	62,70	58,10	61,80	65,10	

Fuente: World Tourism Organization, Compendium of Tourism Statistics (1996-2000), 2002 Edition, World Tourism Organization, Madrid, 2002, p. 102. No hay dato del número de plazas ni de la duración media de la estancia

El gobierno coreano, en un intento de darle un gran impulso a la tasa de ocupación hotelera, decretó una exención tributaria del impuesto sobre el valor añadido (VAT) a los hoteles turísticos cuya duración expiraba al final de 2002. Se comprende la preocupación del gobierno puesto que no cuenta Corea con demasiada infraestructura hotelera y además el ratio de ocupación no es muy elevado (véase los siguientes cuadros).

³⁰ Exactamente un 542,86%, pues había como unas 140 y su número crece hasta casi las 900 durante el 2001. Ver World Tourism Organization, *Asia and the Pacific*, ..., 2002, p. 89.

El mercado chino como emisor de turistas hacia Corea ha continuado como un buen proveedor de divisas para consumir los productos turísticos de la República de Corea, posiblemente debido a la favorable imagen que ésta tiene allí. El elevado crecimiento económico y la política pekinesa de mercado libre desde que China se afilia a la *World Trade Organization* parece ser el motor de un rápido aumento anual en el número de chinos que visitan Corea, alcanzando ese aumento cifras de dos dígitos. Sin embargo esto no quiere decir nada respecto a los japoneses, que siguen liderando y desde posiciones muy distantes el turismo internacional emisor hacia Corea. Por aportar algún guarismo, aunque el gráfico siguiente es suficientemente elocuente –nótese que está construido con escala semilogarítmica-, los visitantes provenientes en 2001 de Japón fueron 2.377.321, desde Estados Unidos 426.817 y desde China 482.227.



Desde otras regiones emisoras como, por ejemplo, Europa - la siguiente en importancia después de la propia Asia Oriental y Pacífico - tenemos un turismo español hacia Corea que en los últimos años se sitúa en la cola de los visitantes internacionales con 4.921 llegadas en el año 2001. La media anual del crecimiento experimentado por esas llegadas de

españoles durante el período 1995-2001 es de un 3,7 por ciento y se debe precisar que es una de las más bajas entre los países emisores³¹.

Sin duda, el factor más positivo en los últimos tiempos para darle un fuerte impulso al turismo en Corea, además de la recuperación económica habida después de la crisis financiera asiática, ha sido el Mundial del 2002 y los Juegos Asiáticos de Busan. Pero en opinión de la OMT, las razones geográficas explicarían esa prospectiva no muy halagüeña para el turismo receptor coreano. Y eso a pesar de admitir que las campañas publicitarias, la divulgación de la cultura coreana en el mundo y las atracciones turísticas sí se consideran un factor importante de atracción de ese turismo. La esperanza se cifra en una predicción de más de siete millones y medio de visitantes anuales.³²

Desde luego, si hubo un factor negativo, después de la crisis financiera asiática de la segunda mitad de los noventa, que influyera incluso ya en el desarrollo de los preparativos del Mundial de fútbol y en general para lograr mermar el comercio turístico coreano ese fue el ataque terrorista en América del fatídico 11 de septiembre de 2001. El indicador de las llegadas del extranjero es suficientemente significativo al respecto: los cuatro meses siguientes al atentado terrorista a las torres gemelas de Nueva York las llegadas internacionales a Corea disminuyeron en un 11,5 por ciento. Las consecuencias se extendieron a lo largo del año siguiente y a pesar de la compensación de los atractivos del Mundial y los Juegos Olímpicos Asiáticos se experimentó una recesión en las llegadas del 3,3 por ciento respecto a las del año anterior.

Se debe destacar que la vecina China no parece haberse dejado afectar demasiado por el ataque terrorista del 11 de septiembre. De tal modo que sin inmutarse, antes al contrario, sus llegadas a Corea se incrementaron en los dos meses siguientes en un 13,1 por ciento. Los otros dos grandes mercados emisores de turistas hacia Corea sí acusaron recibo del impacto psicológico que supuso aquel magnicidio. Entre septiembre y diciembre las llegadas de japoneses disminuyeron en un 21,3 por ciento y las de norteamericanos en un 18,8 por ciento. Entre las empresas que más acusaron la recesión provocada por el 11 de septiembre estaban las agencias de viajes, seguidas por las compañías de líneas aéreas y por las cadenas hoteleras. Después del ataque y de las reuniones de crisis pertinentes entre el Ministerio de Cultura y Turismo y la

³¹ Menos que España crecieron, Turquía (2,8), Alemania (2,1), Holanda(2,1), Italia(-0,6), Polonia(-13,2), Dinamarca (1,9), Suecia(1,6), Noruega(1,6).

³² Ver World Tourism Organization, *Asia and the Pacific*, ..., 2002, p. 90.

Organización Nacional del Turismo Coreano (KNTTO), el gobierno constituyó un fondo a tipo de interés reducido, el Tourism Promotion and Development Fund, para rescatar a muchas de esas agencias que financieramente se vieron muy damnificadas por esa crisis.

Las agencias de viajes no han explotado el ecoturismo en la República de Corea. La OMT apunta que el tamaño del ecoturismo practicado en Corea es tan reducido que no son fiables las estadísticas disponibles actualmente sobre él.³³ El año internacional del Ecoturismo 2002 tuvo su Forum en la isla de Jeju los días 17 al 19 de Abril y estuvo organizado por el comité coreano de la UNESCO. Su patrocinador fue el Ministerio de Cultura y Turismo, que no consiguió con ello aumentar significativamente los ingresos turísticos de ese año por tal concepto. El Forum reunió a unos doscientos grupos de interés entre gobiernos centrales y locales, organizaciones públicas y privadas, ONGs, instituciones académicas y comunidades locales. Creo que el poder contar con foros de debate tales como el del Ecoturismo son actuaciones que generan a la larga beneficios para el turismo receptor del país, aunque sólo sea porque durante ese mismo año el propio foro es una promoción “gratuita” que coloca a Corea en el centro del escaparate turístico mundial para ser contemplado por todo el mundo.

El ecoturismo soporta varias definiciones entre las cuales la más escueta es la de la Sociedad del Ecoturismo: “el turismo responsable que conserva todos los entornos naturales, velando asimismo por el bienestar de los habitantes locales”. El término ecoturismo fue acuñado por Hector Cevallos-Lascurain en 1983 y sirvió al principio para describir los viajes basados en la naturaleza a zonas relativamente recónditas, enfatizando el componente educativo. Entre las diferentes denominaciones que recibe el ecoturismo están la del turismo de aventura, turismo de naturaleza, turismo ambiental o ecológico, expediciones científicas, intercambio cultural, aprendizaje de idiomas, viajes a zonas inexploradas, safaris para descubrir la naturaleza, incluso la observación de aves y de los delfines³⁴.

³³ Las Agencias NO Gubernamentales de civiles –NGOs- sí están activas en el campo de la protección del entorno medioambiental y han aumentado la conciencia de la importancia del ecosistema. Ver World Tourism Organization, *Asia and the Pacific*, ..., 2002, p. 90.

³⁴ El Centro de Ecoturismo de la Universidad de Pretoria define el término “ecoturismo” con una gran precisión al considerarlo una experiencia turística, de carácter instructivo y participativo, a lugares tanto naturales como culturales, que garantiza el uso sostenible y adecuado de los recursos naturales y, al tiempo que brinda oportunidades económicas viables para el sector del turismo y las comunidades anfitrionas, asegura unos beneficios a

Es en este punto donde hay que destacar cómo gracias a la concienciación y al debate que suscitan foros como el del año internacional del ecoturismo, es posible consultar en el sitio web Tour2Korea.com, en los viajes temáticos, diversos apartados sobre la **observación de aves en Corea**. Parece un correctísimo producto turístico que puede fomentar la atracción de visitantes, pues según se afirma en una de esas páginas “Corea del Sur está siendo cada vez más conocida como uno de los mejores países septentrionales para la observación de aves silvestres con fantásticas concentraciones de pájaros invernales, una gran cantidad de migraciones entre las que destaca la de la cerceta del Baikal que pasa el invierno en Corea y cuya observación en Seosan al anochecer cuando buscan su alimento en los arrozales constituye, a buen seguro, uno de los mejores espectáculos ornitológicos del planeta.”³⁵

Lograr que Corea se afirme como un gran destino turístico para la **observación ornitológica** es un desafío que puede reportar bastantes divisas, aunque tengan que gastarse primero muchos won en su promoción. No es posible obviar que los competidores en este terreno más avezados y con más ventaja por estar consolidados en la observación de aves son Uganda, Portugal, Costa Rica y los lagos del Valle del Rift en Kenia. La ventaja comparativa es clara, pues ninguno de ellos está situado en Asia, luego ese hueco puede ser bien aprovechado por Corea.³⁶ Entre los principales segmentos de mercado se encuentran las parejas sin hijos, las parejas cuyos hijos ya no viven en casa y las personas de la tercera edad. Por lo general los ecoturistas suelen tener un nivel de vida y cultural relativamente alto, una edad avanzada y un interés considerable por el entorno. Suelen ser turistas internacionales y sus vacaciones suelen tener una duración más larga y sus gastos en servicios y productos turísticos suelen superar en un diez por ciento a los gastos de otro tipo de vacaciones³⁷. Parece un segmento dentro del cual hay una proporción de hombres y de mujeres muy similar y normalmente de más de treinta años.

todos los interesados directos en el sector del turismo. Ver Organización Mundial del Turismo, *Turismo: Panorama 2020...*, 2002, p.97.

³⁵ El 90 % de las zarcetas Baikal invernan en Corea, se concentran unas 200.000 zarcetas al anochecer para alimentarse en los campos de arroz.

<http://spanish.tour2korea.com/sightseeing>

³⁶ Entre otras cosas y para confirmar la escasa fiabilidad de las estadísticas disponibles con relación a este tipo de turismo hay que decir que sólo Australia cuenta con un sistema de acreditación para evaluar a los tour operadores y centros turísticos sobre la base de su nivel ecológico. Ver Organización Mundial del Turismo, *Turismo: Panorama 2020...*, 2002, p.98.

³⁷ Opus Cit., p. 99.

Sí parece una buena actividad para explotar en el futuro este segmento turístico en Corea.

2.3 Tipo de cambio y turismo coreano

Krugman y Obstfeld en su manual de Economía internacional empiezan a hablar de tipos de cambio (capítulo 13) con un ejemplo muy ilustrativo, que referiré a continuación.

“En 1985 los estudiantes estadounidenses invadieron Europa visitando los Castillos del Valle del Loira, degustando la cocina de la Toscana y disfrutando del teatro en Londres. Sin embargo, al final de la década, sus hermanos más pequeños se encontraron con que pasar unas vacaciones en Europa se había convertido en un lujo excesivamente caro”³⁸.

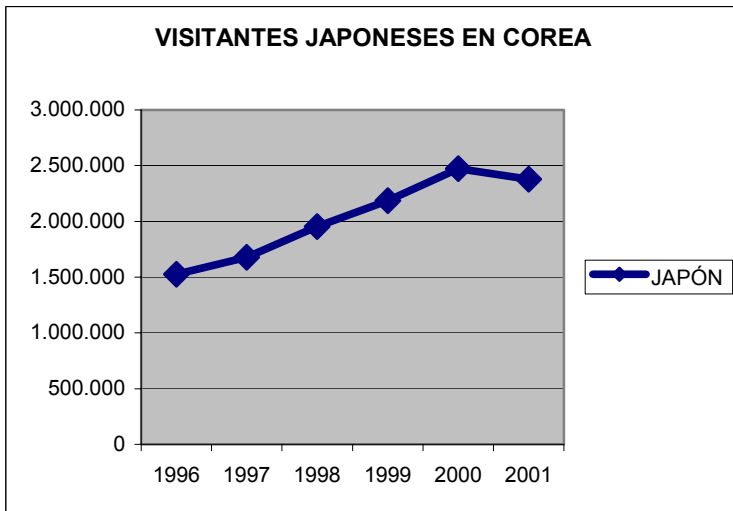
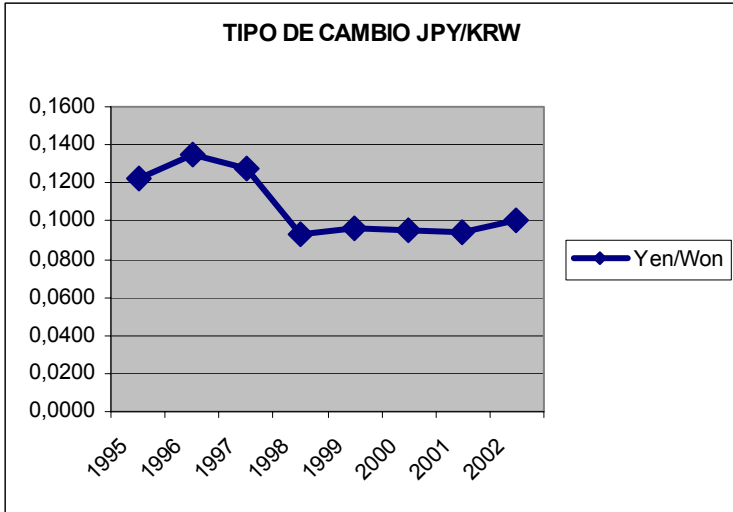
Una de las causas más decisivas del encarecimiento de esos viajes internacionales había sido el considerable incremento de los precios en dólares de las monedas extranjeras, proceso que encarecería en aquellos países europeos la alimentación, el alojamiento y el transporte para los norteamericanos. El tipo de cambio había sido desfavorable a los estadounidenses que deseaban viajar a Europa en los noventa.

Por consiguiente, parece interesante cuantificar el impacto de las variaciones del tipo de cambio sobre las corrientes turísticas internacionales. Con toda la torpeza que la escasez de datos y su fiabilidad les confieren, eso es lo que intentaré para el caso de Corea, en un período para el cual algunos de sus destinos turísticos ya habían alcanzado cierto grado de madurez.

A continuación voy a observar para el período 1995-2002 la evolución de los flujos turísticos internacionales con destino a Corea desde ocho de los principales mercados emisores y también desde España. El objetivo es conocer si ha existido una relación significativa entre las variaciones del tipo de cambio de las monedas de esos países y el won coreano durante el período y las llegadas de esos visitantes extranjeros a

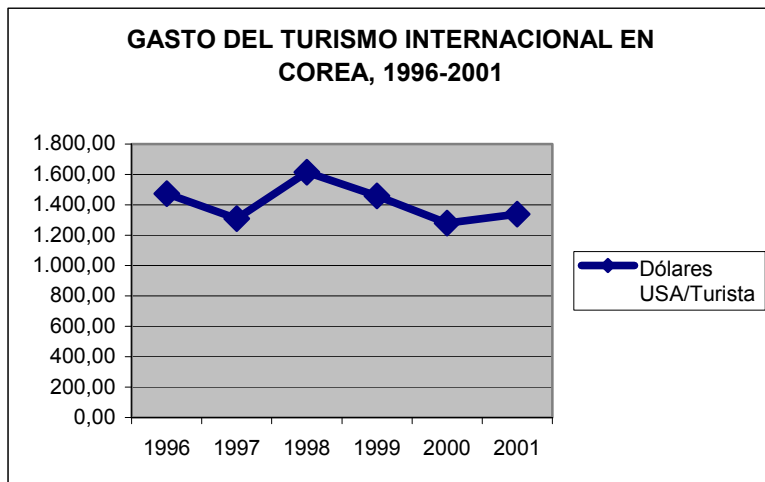
³⁸ Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, *Economía internacional. Teoría y Política*, Addison Wesley, Madrid, 2001, es el primer ejemplo del capítulo 13: Los tipos de cambio y el mercado de divisas: un enfoque de activos.

Corea. Entiendo el tipo de cambio como el precio de una moneda de un país en función de la moneda de otro.



Dentro de esta evolución comparada, consideraré primero el caso japonés, pues sigue siendo el mercado turístico que, con diferencia, provee de un mayor número de visitantes extranjeros a Corea. La evolución del tipo de cambio entre la moneda japonesa y el won coreano muestra una contracción de la razón JPY/KRW, que señala una apreciación del yen de considerable importancia entre 1995 y 1998. Después la fluctuación entre ambas monedas se sostiene alrededor del nivel alcanzado en 1998 y se comprueba una ligera depreciación del yen para el año 2002.

Si le atribuimos a esa contracción del tipo de cambio unos efectos positivos para animar la demanda japonesa de servicios turísticos coreanos, lo cual resultaría muy lógico, podremos observar que ciertamente así se produjo del 1996 al 2001.

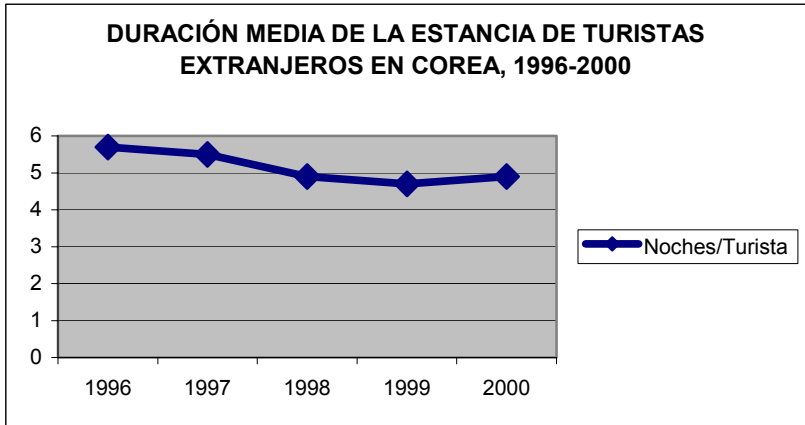


Pero si observamos el gasto del turismo internacional, dentro del cual resulta innegable el peso específico del gasto japonés (46% en 2001),³⁹ veremos que en 1998 existe un incremento del mismo atribuible

³⁹ El gasto japonés resulta en ese sentido casi totalmente determinante de la tendencia del total del gasto. En 1995 el peso específico de Japón en las llegadas internacionales a Corea era del 44,4 % y en 2001 del 46,2%. Para esta última fecha China su inmediato seguidor sólo llega al 9,4. Luego no hay mucho que especular respecto al gasto turístico de Japón en Corea. Ver World Tourism Organization, *Asia and the Pacific 2002 Edition ...*, 2002, p. 92.

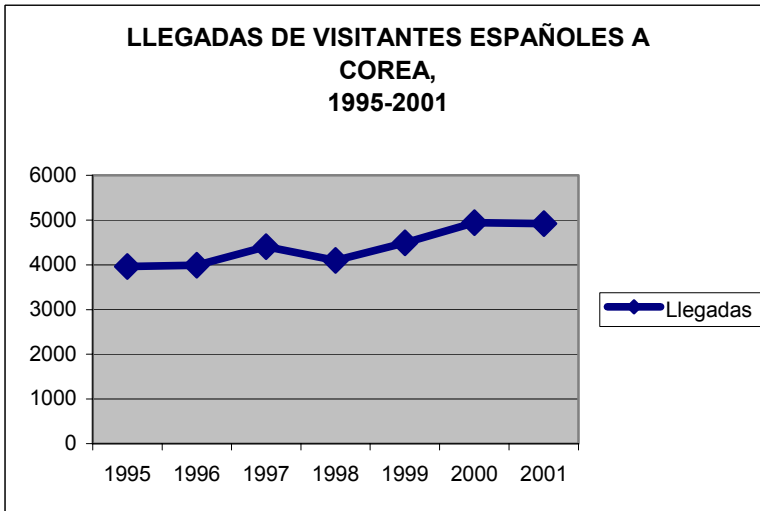
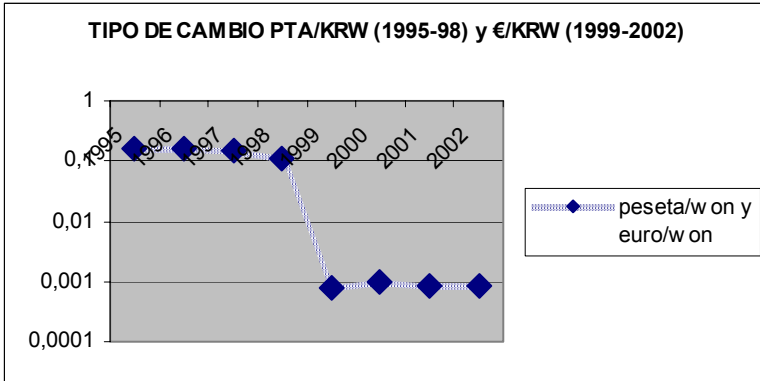
a los efectos de la depreciación del won coreano en el año crucial de la crisis financiera asiática que deja ver desde ese alza una tendencia decreciente hasta el 2001.

Si bien los turistas japoneses que visitan Corea son más numerosos durante el período de 1996 a 2001, la duración de su estancia –el número de pernoctaciones- se recorta durante el período de apreciación de su moneda.



En el extremo opuesto se encuentran las llegadas de españoles a Corea. Las entradas de turistas procedentes de España fluctúan entre unas cifras que son las más bajas entre todos los países de los que la OMT computa en sus relaciones de llegadas internacionales.

El intervalo para el período abarca desde las 3.961 llegadas de españoles en 1995 a las 4.921 llegadas de 2001. La tendencia es claramente creciente y se reduce ligeramente para el año 1998, el año peor de la crisis financiera, pero se recupera la orientación alcista de inmediato al año siguiente. De cualquier modo, parece innegable el carácter marginal de la presencia española en Corea, por lo que se refiere al número de visitantes.

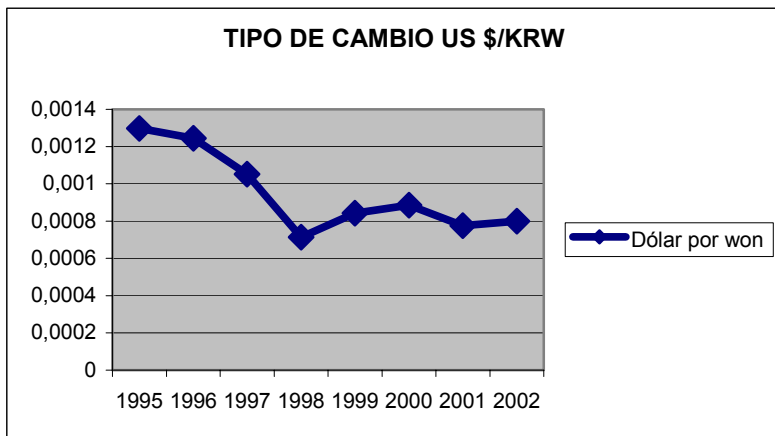


Durante el año 1998 se observa una clara apreciación de la antigua peseta respecto al won y, sin embargo, el flujo de visitantes se retrae ligeramente, lo que pone de manifiesto bien una ausencia de relaciones significativas para el caso español, o bien la influencia de factores psicológicos debidos a mercados marginales y muy lejanos.

Para mercados lejanos de culturas muy distantes, un factor como la crisis financiera asiática puede jugar un papel negativo y eso constituye

una posible interpretación del caso. Porque, ciertamente, la apreciación de la moneda que sustituye a la peseta, el euro, para los años que siguen a 1999 la sitúa en una banda de apreciación de la misma respecto al won muy fuerte y consiguientemente se observa la tendencia creciente de llegadas de turistas españoles a Corea. Luego una ganancia en poder adquisitivo de nuestra moneda con relación al won parece que arroja un mayor número de españoles que deciden viajar a Corea, aunque su número se siga situando en unos márgenes bastante reducidos.

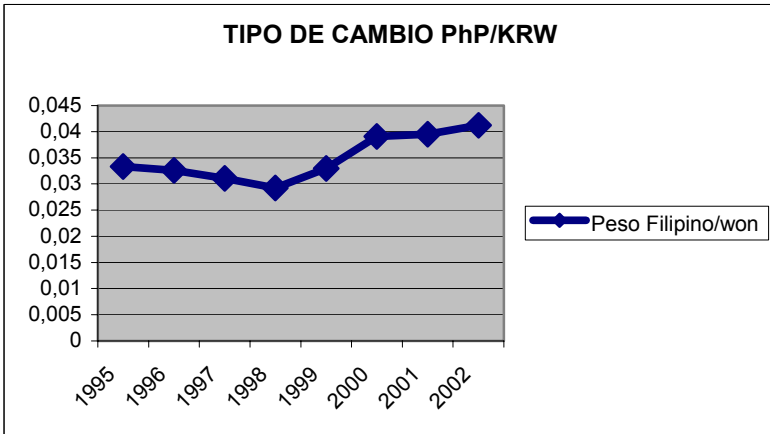
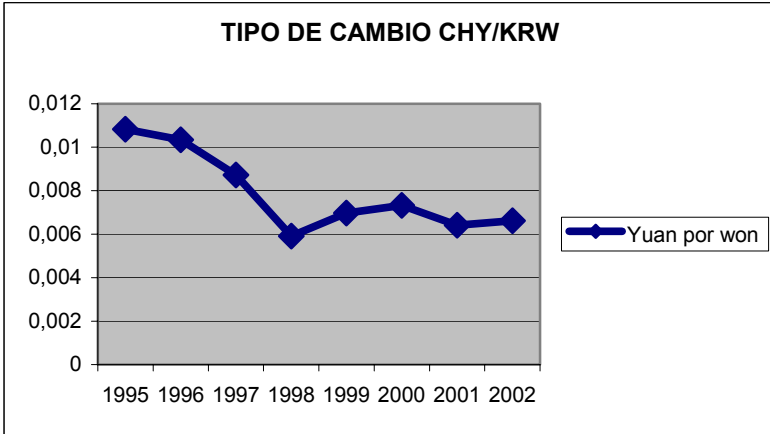
Veamos los gráficos de otros casos relevantes dentro del turismo receptor coreano, tales como el de los norteamericanos, los chinos, los filipinos, los alemanes, los británicos y los italianos. En primer lugar, observemos la evolución en los tipos de cambio y después las llegadas de visitantes cuya procedencia es de los países referidos.



En el caso del dólar norteamericano y del yuan chino, la apreciación de sus monedas en función del won coreano no deja lugar a dudas y sigue el mismo curso. Esas monedas extranjeras se ven más apreciadas hasta 1998 y ahí se instalan, primero en un movimiento de suave depreciación hasta el año 2000 y de otra suave apreciación hasta el 2002.

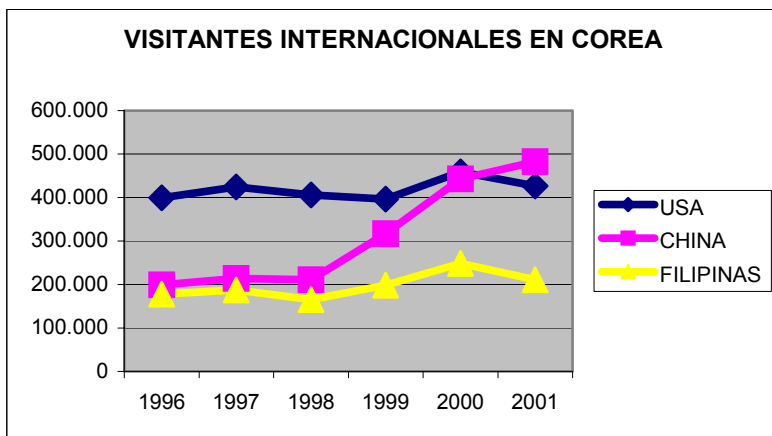
En el caso del peso filipino es el contrario, primero experimenta una suave apreciación hasta 1998 y luego sigue un curso de clara depreciación ascendente hasta el 2002. Caben pocas dudas respecto a la deteriorada situación política filipina y sus implicaciones en los efectos de

depreciación de su moneda. Lo cual no parece desanimar las salidas del país desde el año más duro de la crisis financiera, para detenerse algo en el 2001.



La apreciación de las monedas americana y china es muy fuerte en la primera fase hasta 1998 y luego se instala con ligeros altibajos en ese nivel de tipo de cambio respecto al won coreano. En ambos casos durante la primera fase no parece que se alteren significativamente las llegadas de

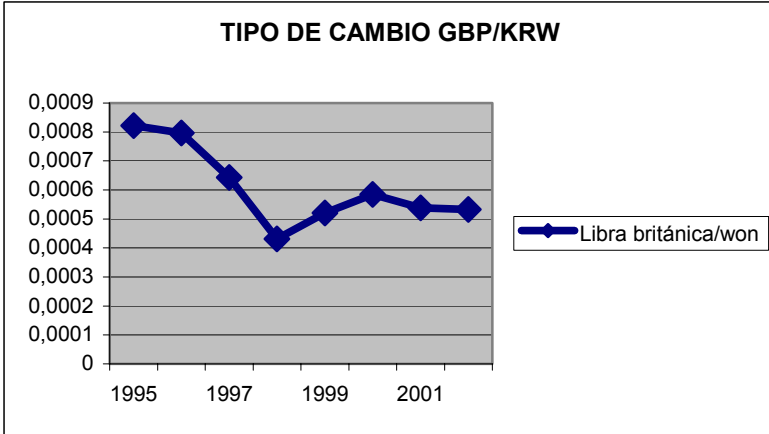
norteamericanos y chinos a Corea. Pero si se produce un incremento en la tendencia dentro de la segunda fase, que en el caso Chino es muy significativo y destaca por ser un incremento muy pronunciado del número de llegadas. En el caso de los Estados Unidos y dado el peso de los familiares y amigos de los coreanos en ese país, así como lo prolongado en el tiempo de la relación, dejan pensar que sin otro tipo de promoción turística, sin un giro de 180 grados en el marketing de los destinos coreanos, difícilmente se producirán alteraciones sustanciales en el turismo emisor USA hacia Corea. Pero el caso Chino es completamente diferente y su apertura y liberalización económica de los últimos años se perfilan en el caso del acceso a viajes turísticos con el destino Coreano, al igual que cada vez más coreanos están viajando a China.



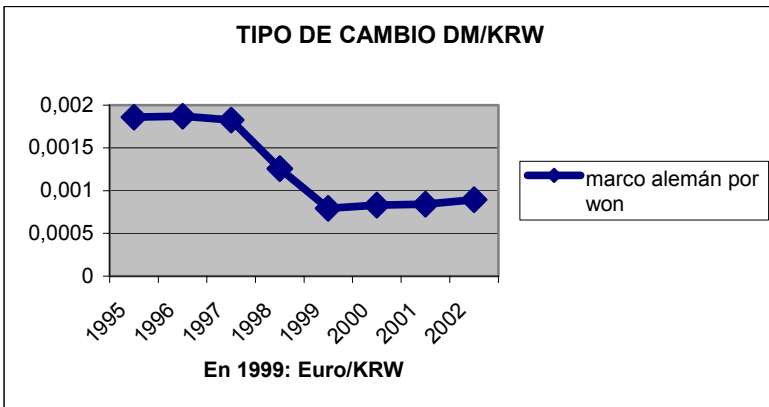
Veamos a continuación la evolución del tipo de cambio entre la libra esterlina, el marco alemán y el franco francés respecto al won coreano. Y si estas evoluciones respecto a la moneda coreana permiten apreciar relaciones significativas en las llegadas de los respectivos colectivos de visitantes extranjeros al país ermitaño.

La libra soporta una apreciación respecto al won hasta 1998 que se verá seguida por una depreciación hasta el 2000 y otra ligera apreciación hasta el 2002. Desde 1998 al 2002, el impulso de la apreciación obtenida durante la primera etapa se ve reducido a la mitad más o menos del nivel alcanzado por el tipo de cambio GBP/KRW en el periodo 1995-98. Que el

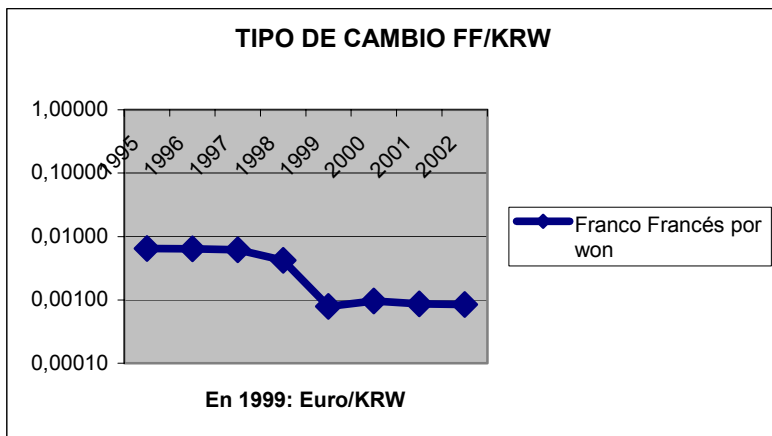
poder adquisitivo de la libra británica mejora en términos de la moneda coreana resulta indiscutible.



Otro tanto de lo mismo le ocurre al marco alemán que en 1999 se convierte en euros, aunque aquí se mantiene más vigorosamente la apreciación de la primera fase 1995-98 en los niveles del tipo de cambio DM/KRW alrededor del obtenido para ese último año para el periodo 1999-2002.



En caso del franco francés, se parece mucho más al del marco que al de la libra esterlina. Con ligeras variaciones, después de una primera fase de fuerte apreciación hasta 1998 que persiste con el cambio de moneda al euro en 1999 y una pequeña depreciación para el 2000 así como hacia una mayor apreciación respecto al won entre el 2001 y el 2002.

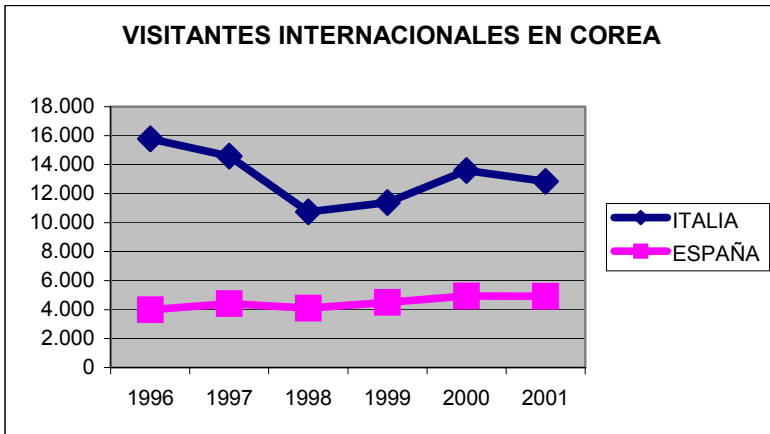
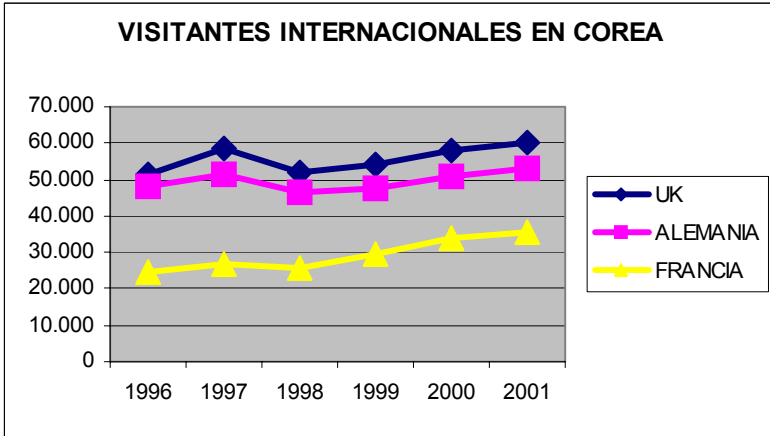


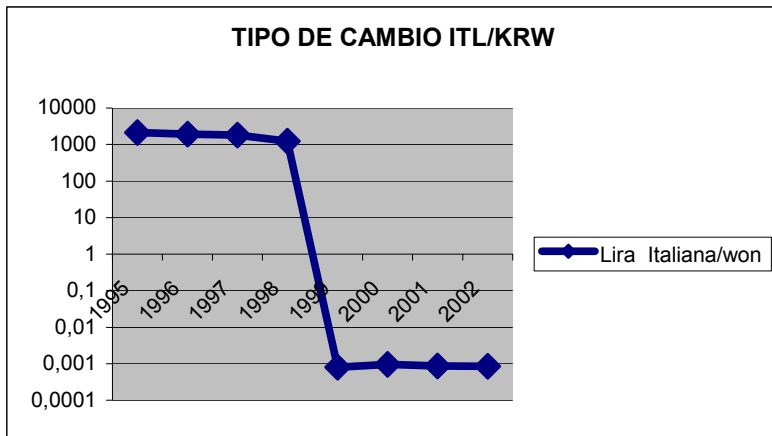
En términos generales se podría afirmar que después de la entrada en vigor del euro, tanto Gran Bretaña, Alemania y Francia acusan una tendencia alcista a emitir visitantes con destino a Corea, habida cuenta que todas las monedas referidas se han apreciado en términos generales de forma importante respecto al won, con clara depreciación de éste para el año peor de la crisis, es decir 1998, y notándose en los casos alemán y francés la fortaleza del euro frente a la moneda coreana hasta el 2002.

Para estos tres mercados emisores el resultado ha sido una nítida subida en el número de sus ciudadanos con destino a Corea, a partir de 1998.

Para el caso de los visitantes procedentes de Italia y a pesar de la apreciación continua de su moneda y después de 1999 del euro que la sustituye, se observa un descenso claro de sus visitantes a Corea hasta el mismo año central de la crisis financiera. Después, con el euro se remonta la tendencia a emitir turistas italianos hacia Corea y para 2001 se apunta un ligero descenso. Todo lo cual no permite arbitrar un tipo de relación

clara entre el poder adquisitivo de los italianos en términos de won coreanos y la atracción de este destino para ellos.





A pesar del tipo de análisis tan poco afinado de estas relaciones de los mercados emisores aquí mencionados y las correspondientes evoluciones del tipo de cambio de sus monedas respecto al won coreano, sí parece que podríamos concluir algo consecuente con lo observado y realmente consistente, aunque esté pendiente con una base de datos adecuada una medición cuantitativa ad hoc de este importante tema de discusión para el turismo de Corea. Veamos el siguiente cuadro:

INCIDENCIA DEL TIPO DE CAMBIO SOBRE LAS CORRIENTES TURÍSTICAS INTERNACIONALES CON DESTINO A COREA (por países emisores)

RELACION	PAÍS
Apreciación con efectos diferenciados	Japón, China, España, UK, Alemania, Francia
Depreciación con efectos diferenciados	Filipinas
Incidencia no interpretable	Italia, Estados Unidos

3. Reflexiones finales: Sobre las estrategias público-privadas para el turismo coreano

En los años setenta el gobierno coreano lideró el desarrollo de centros turísticos y durante aquellos años parece que la inversión en turismo aumentó muy firmemente, tanto por parte de la iniciativa pública

como por la iniciativa privada. Esto es lo que afirma Jong Hee Kim, director ejecutivo para proyectos especiales de la Korean National Tourism Corporation, porque hasta ahora no dispongo de datos que corroboren tal actividad.

Durante la década de los ochenta se produjo en Corea un aumento repentino y considerable de la especulación inmobiliaria por parte del sector privado, que fue muy criticada desde el gobierno y por los consumidores. Por dicho motivo –afirma Kim– el turismo se contempla como una actividad no productiva. Por consiguiente, desde el gobierno se iniciaron regulaciones para frenar las actividades de negocios relacionados con el turismo y para limitar la capacidad de muchas grandes compañías para invertir en turismo. Esos controles se han materializado en una oferta muy deficiente de alojamientos turísticos.

Seguimos recordando la fecha de 1988 por haberse celebrado los juegos olímpicos en Seúl, pero desde entonces no parece que el impulso de la industria turística en Corea haya sido muy relevante para la economía del país. La explicación del señor Kim es la más verosímil, pues afirma que una de las más fundadas razones para explicar la pérdida de competitividad de los precios coreanos es la de la mentalidad de los más altos mandatarios del país. Estos políticos coreanos no le reconocen ni le confieren importancia a la industria turística.

Ya en 1994 se celebra durante ese año un “Visit Korean Year”, que en aquella ocasión conmemoraba el seiscientos aniversario de la fundación de la capital del país, Seúl. Pero, además, se contempló aquel año como un hito para el turismo coreano con el firme propósito de situarlo en el camino de un desarrollo hacia el futuro. Entonces ya fueron ensayadas algunas estrategias con medidas políticas, tales como la supresión del impuesto de valor añadido en las habitaciones de hoteles, unos 15 días de exención para los visados librados a turistas japoneses, algunas reducciones sobre las restricciones a la inversión de la iniciativa privada en desarrollo de centros turísticos y el establecimiento de cinco zonas turísticas especiales en el país⁴⁰.

Parece ser que hubo interesantes repercusiones en el programa desarrollado durante los siguientes años al ‘1994 VKY’, haciendo avanzar los servicios turísticos del país. Muchos de los eventos –festivales, conferencias, convenciones... - organizados durante ese año se fueron

⁴⁰ Ver Jong Hee Kim, “Major trends and challenges of the Korean Tourism Industry”, en World Tourism Organization/ WTO Comisión for South Asia and WTO for East Asia and the Pacific, *Asia tourism- Towards new horizons...*, 1995, pp. 77-82, p. 79.

gradualmente transfiriendo a los patrocinadores locales y alcanzaron una periodicidad anual.

El señor Kim, desde la KNTC, nos habla de la necesidad y la práctica de una diferenciación de producto para el turismo en Corea respecto al resto de Asia. Por lo visto ya se han desarrollado paquetes de viajes turísticos para segmentos de mercado específicos de acuerdo con las características demográficas tales como sexo, edad y profesión. Así, por ejemplo, respecto a los japoneses - el mercado emisor más grande para Corea - se han elaborado ofertas kimchi-related, desarrollando áreas históricas desde las cuales se habría originado la cultura japonesa, tales como el reino Paekche (18 B.C.-A.D. 660). Y también para promover productos estéticos como balnearios y tratamientos cosméticos para la belleza del cutis que son muy apreciados por las mujeres japonesas.

Para atraer el mercado de Asia del Sur-Este, se vienen haciendo esfuerzos por enfatizar los resultados que puede tener la diferenciación de las cuatro estaciones en Corea. El taekwondo también se ha usado para atraer a segmentos específicos de turistas deportivos procedentes de América o Europa.

Incluso, considerado como un paso interesante hacia la reunificación de las dos Coreas, se ha investigado lo factible de unir productos turísticos del Norte y del Sur, consiguiendo beneficiar al turismo en general dentro de la península. Así nació el paquete ecoturístico alrededor de la zona del DMZ y Panmunjon. Esta área ha permanecido despoblada y virgen desde la Guerra de Corea en 1950, con la naturaleza siguiendo su camino dentro de ella. Si de hecho madurasen las relaciones Norte-Sur, se puede prever el desarrollo conjunto de algunas de las hermosas y subdesarrolladas zonas de Corea del Norte que incluyen a las montañas Keumgangsán y las montañas Paekdusan, entre otras.

Incluso Kim se atreve a sugerir en 1995 sobre la posibilidad de conectar el transiberiano a través de la península, convirtiendo así a Corea en la última estación para el viajero centro asiático y europeo. Todo ello le sugiere a Kim un panorama turístico coreano nuevo a través de este viaje. Sin embargo, la noticia de un cruce histórico a través de la zona desmilitarizada se produce un miércoles 5 de febrero de 2003. La información de la BBC era la siguiente:

“Las dos Coreas abrieron este miércoles sus fronteras por primera vez en medio siglo, a pesar de la tensión en la

Península por la reactivación del programa nuclear de Pyongyang.

Alrededor de 100 funcionarios y personas vinculadas con el turismo de Corea del Sur cruzaron una de las líneas fronterizas más militarizada del mundo para visitar el monte Kumgang, un centro turístico ubicado 30 kilómetros en el interior de Corea del Norte...

Si todo sale bien, las visitas turísticas (terrestres) comenzarán a partir de la semana que viene⁴¹.”

En aquel año 1995 reclamaba el señor Kim el reconocimiento de *industria estratégica* que debería dársele al turismo, a la par con las demás industrias exportadoras⁴². La petición de la mencionada designación por el representante de la National Tourism Organization coreana fue atendida y el gobierno declaró al turismo “National Strategic Industry”, con lo que reconocía la necesidad de estrategias de planificación a largo plazo para su desarrollo.

En la expansión del comercio turístico, los coreanos, tanto como los extranjeros, fueron haciendo aprecio cada vez más del patrimonio cultural de Corea. La mezcla de las culturas taoísta y confuciana chinas con la budista de la india dentro de la península coreana desarrollaron un carácter artístico único en Asia del Este. Lo cual se refleja sobre todo en las demostraciones de las edades de oro después del siglo quinto A. C. en los reinos de Koguryo, Paekche y Silla. Los vestigios de esos reinos abarcan desde artefactos, monasterios y monumentos hasta un patrimonio cultural intangible que ha llegado hasta nuestros días y puede conocerse directamente. El estudio de la OMT –1997- sobre la conservación y promoción del patrimonio cultural coreano para el turismo concluía que dicho patrimonio representaba un recurso infrautilizado dentro del desarrollo turístico coreano. Pero sí valoraba dicho estudio como la mayor potencia la limpieza, seguridad, accesibilidad y la típica

⁴¹ BBCMundo.com, Noticias (Miércoles, 05 de febrero de 2003-13:03 GTM), <http://news.bbc.co.uk/1/hi/spanish/news>; BBC World Service, London. Lo cierto es que hasta llegar el referido día sucedieron todo tipo de avatares en la relación Norte-Sur para activar el turismo y la reunificación. Puede verse al respecto, por ejemplo, el editorial del Korea Times del 22 de Enero de 2002: “Posible Breakthrough in Inter.-Korean Tourism”.

⁴² No olvidemos que los ingresos de los turistas que visitan Corea se perciben como divisas por ese tipo de comercio y quedan registrados como “comercio invisible” de la balanza de servicios, junto con otras partidas correspondientes a exportaciones que asimismo se pagan en divisas.

presentación de los centros culturales que normalmente mostraban –según afirma el estudio de la OMT- un elevado grado de integridad histórica⁴³.

La asociación de los intereses privados con los gubernamentales para desarrollar el turismo en Corea sigue siendo una necesidad, pero es ya también una realidad. Esta comunidad de intereses requiere mucho por parte del sector público y, además, necesita mostrar su rentabilidad. Esto se debe entender además del sentido típico de garantizar los beneficios empresariales, también en el sentido de garantizar el bienestar de los residentes locales, con especial atención por supuesto al tema de la conservación del medio ambiente. Y esta comunidad de intereses entre organizaciones públicas y entes privados es la que parece ha tenido en Corea cada vez más éxito desde la introducción de las autonomías locales en 1993. Los gobiernos municipales han mostrado un fuerte interés en la promoción del turismo. La Corporación para el desarrollo turístico de Busan creada en 1997 para mejorar el entorno y las instalaciones turísticas en Busan –la segunda ciudad después de Seúl-, es paradigmática al respecto. El 48 por ciento del capital (6,2 millones de dólares USA) pertenece a Busan Metropolitan City y el 52 por ciento a 14 compañías privadas⁴⁴.

El avance experimentado respecto al enfoque del turismo por parte del gobierno central, los gobiernos locales y el sector privado, cuyas relaciones eran críticas en 1995, tiene un punto culminante en uno de los baluartes del turismo coreano: la isla Jeju. Allí el gobierno coreano viene haciendo ímprobos esfuerzos por aumentar las instalaciones para alojamientos, por desarrollar centros turísticos y atracciones culturales y mejorar los sistemas de información turística. Posiblemente, las autoridades tienen constancia de que las islas están “wide open to the world in the name of tourist destinations”. Y Jeju es la isla más grande, la

⁴³ Misión Report: Development of Cultural Heritage as a Tourism Resource in the Republic of Korea, World Tourism Organization, 1997. Cit en World Tourism Organization, Guide for local Authorities on Developing Sustainable Tourism. Supplementary Volumen on Asia & the Pacific, World Tourism Organization, Madrid, 1999, p. 61-2.

⁴⁴ La Corporación lleva un Centro de Servicios Turísticos para extranjeros, un barco de viajes turísticos de 530 toneladas y ha construido muchas y convenientes instalaciones turísticas. En su programa se incluía en 1998 la construcción de un campo de golf en la ciudad de Busan y contribuiría en el desarrollo de un centro balneario en la zona turística especial de Haeundae. Véase Byoungdoo Lee, “Public-private partnership in tourism development cases in the Republic of Korea”, en World Tourism Organization and Japan Tourist association, *Asian experiences in Tourism development partnership...*, 1998, pp. 42-45.

provincia más pequeña y el destino turístico más atractivo de Corea, pues allí se unen montaña y mar.

El botón de muestra de Jeju respecto al auge turístico en Corea es muy evidente, aunque se trata de un turismo principalmente interno y asiático, procedente de China, Japón, Taiwán y Hong Kong. De 1983 al 2000 los turistas de Jeju se cuadruplicaron, mientras el PIB de Corea aumentaba algo menos de cuatro veces y el turismo emisor coreano crecía más de nueve veces. Dentro de las coordenadas del país, este es un reflejo fiel de la situación vivida, pues como afirma Byoung-Kil Choi, antes de los ochenta Corea era un país de bajos ingresos y desde los Ochenta el fuerte crecimiento económico hizo posible que la gente pudiera disfrutar de ocio y actividades turísticas.

El tipo de turismo de Jeju ha sido sightseeing –excursionismo– desde un principio allá en la mitad de los años sesenta y continúa siéndolo hasta la actualidad. Los turistas en familia y los individuos han seguido viniendo con varios objetivos en su visita, pero ese carácter de excursión ciertamente limita el crecimiento del turismo en Jeju, por ejemplo a través de una segunda visita. Entre los años setenta y 1983 es una etapa inicial para Jeju como destino turístico. Le sigue la etapa 1984-1993 como un período de crecimiento que culmina en ese 1993, cuando por primera vez se superan los 4 millones de visitantes. El año 1997 sería el de menor crecimiento debido a la crisis financiera. Ahora, en plena madurez, la pregunta de los expertos para este destino turístico es cuándo se experimentará la depresión.

Existe un indicador relevante que muestra una caída espectacular para este destino, los viajes de bodas. En los ochenta fue el destino más apetecido para este segmento turístico de recién casados en su luna de miel y en 1992 se alcanzó los 550.000 viajes por dicho motivo, incluso siguió creciendo pero ahora está en franco declive. En 1992 los recién casados eran el 17 por ciento de los visitantes de la isla y en el 2000 sólo el 6,3 por ciento⁴⁵. Puesto que el turismo de Jeju no es una estancia de larga duración y se viene desarrollando desde hace más de treinta años

⁴⁵ Lo cierto es que los grupos de viaje también siguieron esta secuencia y en 1992 suponían el 23 por ciento de los visitantes de Jeju y en el 2000 sólo el 16 por ciento. Mientras tanto los school-tour y visitantes individuales parecen crecer cada año y se espera que la tendencia continúe. Ver Byoung-Kil Choi, “The economic aspects of tourism on Jeju Island”, en World Tourism Organization, *The economic impact of tourism in the Islands of Asia and the Pacific...*, Jeju Province, Republic of Korea, 13-15 June 2001, World Tourism Organization, Madrid, 2002, pp. 145-151, p. 147.

sería bueno controlar mejor qué es lo que están pidiendo los turistas. Principalmente asiáticos en este caso con efectos spill-over sobre el empleo y la renta en los segmentos de turistas en familia (turismo interno) y de los viajes de bodas incluyendo a los nipones (turismo internacional) y, por qué no, a los chinos. Tal vez resultaría interesante la comparación con los destinos “sol y playa” europeos o magrebíes y el subsegmento de viajes de bodas en dichos destinos para observar ventajas y desventajas del marketing y la promoción que se pudieran adaptar al caso de Jeju, donde no cabe destruir su identidad como destino turístico, porque sería una pérdida irreparable de competitividad para la isla. Tal vez el mercado chino tenga una respuesta para el corto plazo.

Referencias Bibliográficas

- “Achievements in implementing Unesco programs in Korea”, *Korea Journal. A bridge linking Korea and the world*, vol. 4, nº 1, January 1, 1964, p. 8-17.
- The Bank of Korea, Balance of Payments, <http://www.bok.or.kr>.
- The Bank of Korea, *Historical developments* (economic performances during the 60’s, 70’s, 80’s and 90’s).
- Diego A. Barrado y Jordi Calabuig (Editores), *Geografía Mundial del Turismo*, Editorial Síntesis, 2001.
- Chan-Ho Choi, “Managerial problems of rural tourism in Korea”, Food & Fertilizer Technology Center. An international information center for farmers in the Asia Pacific Region, 1998-10-01, <http://www.agnet.org/library/article/eb455b.html>
- Son Chung-pom, “U.N. economic assistance to Korea”, *Korea Journal. A bridge linking Korea and the world*, vol. 1, nº 2, October 1, 1961, pp. 8-9.
- Kim Doo-hun, “Historical review of Korean family life”, *Korea Journal. A bridge linking Korea and the world*, vol. 3, nº 10, October 1, 1963, pp. 4-6.
- *Rafael Esteve Secall, Rafael Fuentes García*, Economía, historia e instituciones del turismo en España, *Ediciones Pirámide, Madrid, 2000*.
- *Francisco García-Blanch Menárguez*, *Crecimiento económico en Corea del Sur, 1961-2000: Aspectos internos y factores internacionales*, Tesis Doctoral leída en la UCM, Madrid, 2001.

- *Álvaro Hidalgo*, El mercado de trabajo en Corea: la transición desde la dictadura a la democracia, *paper de la conferencia ofrecida en el curso Mercados de Trabajo sin democracia: Iberia y Corea durante el siglo veinte, 10 al 14 de marzo de 2003*.
- Instituto Español de Comercio Exterior, *Corea del Sur. Fichas-País 2002*, ICES, Abril, 2002.
- Yang Jae-mo, "Family planning. A key to the population problem", *Korea Journal. A bridge linking Korea and the world*, vol. 1, nº 3, November 1, 1961, pp. 7-8.
- Gang-Hoan Jeong, A model case of successful tourism festival in Korea: Ichon Ceramics Festival, <http://www.mct.go.kr/conf/apec/123.html>.
- Jong Hee Kim, "Major trends and challenges of the Korean Tourism Industry", en World Tourism Organization/ WTO Comisión for South Asia and WTO for East Asia and the Pacific, *Asia tourism- Towards new horizons, WTO Asian Tourism Conference, Final Report*, World Tourism Organization, Islamabad, 1995, pp. 77-82.
- Jong-Il Kim and June-Dong Kim, "Impact of Services Liberalization on Product. The case of Korea", *NBER*, May 2000.
- *Il Chong Nam*, "Recent Developments in the Public Enterprise Sector of Korea" (Preliminary draft), *Korea Development Institute, June 2001*.
- *Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, Economía internacional. Teoría y Política, Addison Wesley, Madrid, 2001*.
- Korea Tourism Research Institute (Dockley Kim and Kang-Wook Lee, "Korean tourism Satellite Account (K-TSA)", *Research Reports*, 2000, http://www.ktri.re.kr/eng/rep/c2000_03.htm .
- Korea Tourism Research Institute (Gab-Joung Her), "The Study on the Production Standards of 'The Atlas of the Korean Culture and Tourism' in English", *Research Reports*, 2000, http://www.ktri.re.kr/eng/rep/b2000_04.htm .
- Korea Tourism Research Institute (Sang-Tae Kim), "Examination of Rationale for granting the legal status to overseas travel land operator ", *Research Reports*, 2000, http://www.ktri.re.kr/eng/rep/b2000_03.htm .

- Korea Tourism Research Institute (Hyang-Ja Kim), “A Study on promoting the implementation of dispersing holidays in Korea”, *Research Reports*, 2000, http://www.ktri.re.kr/eng/rep/b2000_05.htm .
- Korea Tourism Research Institute(Hyang-ja Kim and Ji-Yoon Yoo), “Analysis of tourism businesses prospects and policy recommendations”, *Research Reports*, 2000, http://www.ktri.re.kr/eng/rep/b2000_01.htm .
- Korea Tourism Research Institute (Kwang-Ick Cho), “Identification of the factors of decreasing tourism receipts and recommendations of strategies for increasing tourism expenditures of Korean inbound tourists”, *Research Reports*, 2000, http://www.ktri.re.kr/eng/rep/b2000_02.htm .
- Korea Tourism Research Institute (Hyang-Ja Kim and Ki-Hong Park), “The establishment of the 2nd National tourism development Plan-Ministry of Culture and Tourism”, *Research Reports*, 2000, http://www.ktri.re.kr/eng/rep/c2000_02.htm .
- The Korean Times, [Today’s Editorial] *Posible breakthrough in Inter-Korean Tourism*, 2002/01/22.
- Robert S. Leaf, “Tourism: it’s a tough industry especially if you forget the fundamentals”, in *Tourism promotion in foreign markets*, World Tourism Organization, Madrid, 1998, pp. 1-4.
- Kurt R. Mattusch, “Korean Tourism seen by a foreign resident”, *Korea Journal*, vol. 3, n° 8, Aug. 1, 1963, p. 21.
- Ministry of Culture and Tourism, *Korean Tourism. Annual Report 2001-2002*, Published by Tourism Bureau, Ministry of Culture and Tourism, 2003.
- OFECOMES, *Oportunidades de negocio con Corea del Sur*, Seúl, mayo 2002.
- Alfonso Ojeda/ Ernesto de Laurentis y Álvaro Hidalgo (coordinadores), *Corea frente a los desafíos del Siglo XXI*, Centro Español de Investigaciones Coreanas, Madrid, 2001.
- Alfonso Ojeda/ Álvaro Hidalgo y Ernesto de Laurentis (coordinadores), *Sociedad, Economía y Política en Corea*. Segundo Simposio internacional sobre Corea, Madrid, 21 y 22 de noviembre de 2001, *Ediciones Gondo, Madrid, 2002*.
- Organización Mundial del Turismo, *Mercados emisores de Turismo. Visión general y análisis de las características de los países*, Organización Mundial del turismo, Madrid, 1999.

- Organización Mundial del Turismo, Panorama mundial y actualidad del turismo. Tendencias de los mercados turísticos, OMT, Madrid, 2001.
- Organización Mundial del Turismo, *Turismo: Panorama 2020. Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado*, volumen 7, Organización Mundial del turismo, Madrid, 2002.
- Richard Rutt, "Seasons of Korea", *Korea Journal. A bridge linking Korea and the world*, vol. 3, nº 8, August 1, 1963, p. 7.
- Lee Seoung-hee, "Las reglas del juego en la transferencia de tecnología en Corea del Sur desde 1960", Congreso de la Asociación Española de Historia Económica, Zaragoza, 2001.
- Lee Tae-young, "Elevation of Korean women's rights", *Korea Journal. A bridge linking Korea and the world*, vol. 4, nº 2, February 1, 1964, p. 4-6.
- Kim Tai-chin, "Tourist industry of Korea makes progress by leaps and bounds", *Korea Journal. A bridge linking Korea and the world*, vol. 3, nº 3, March 1, 1963, pp. 38-40.
- Tourism, <http://www.ktnet.co.kr/enghome/culture/tourism.html> (If you click on Korea province of this map, you can view tourism information about South Korea).
- Tourist Map, *Korea Journal. A bridge linking Korea and the world*, vol. 3, nº 8, August 1, 1963, p. 4.
- Ramón Tremosa i Balcells, "Acerca de la balanza de pagos turística", *Editur, s.f.*
- Edward Wagner, "A Symposium: Korean Modernization. Some historical considerations", *Korea Journal. A bridge linking Korea and the world*, vol. 3, nº 8, August 1, 1963, pp. 27-29.
- Alan Wall, "Mercados laborales y democracia: un enfoque institucional", *paper de la conferencia ofrecida en el curso Mercados de Trabajo sin democracia: Iberia y Corea durante el siglo veinte, 10 al 14 de marzo de 2003.*
- World Tourism Organization and Japan Tourist association, *Asian experiences in Tourism development partnership. A Report on the WTO/JTA Technical Seminar on Public-Private Partnership in Tourism Development*, World Tourism Organization, 1998.
- World Tourism Organization/ Market Intelligence and Promotion Section, *Outbound Tourism of Japan and the Republic of Korea. -Results 2000-, Special Report, Number 4*, World Tourism Organization, Madrid, 2001.

- *World Tourism Organization/ Market Intelligence and Promotion Section*, Outbound Tourism of the Republic of Korea. Market Profile, Special Report, Number 4, *World Tourism Organization, Madrid, 2000*.
- *World Tourism Organization/ Market Intelligence and Promotion Section*, Outbound Tourism of Spain. Market Profile, Special Report Number 8, *World Tourism Organization, Madrid, 2001*.
- World Tourism Organization/ WTO Comisión for South Asia and WTO for East Asia and the Pacific, *Asia tourism- Towards new horizons, WTO Asian Tourism Conference, Final Report*, World Tourism Organization, Islamabad, 1995.
- *World Tourism Organization*, The economic impact of tourism in the Islands of Asia and the Pacific. A Report on the WTO International Conference on Tourism and Island Economies, *Jeju City, Jeju Province, Republic of Korea, 13-15 June 2001, World Tourism Organization, Madrid, 2002*.
- *World Tourism Organization*, *Guide for local Authorities on Developing Sustainable Tourism. Supplementary Volumen on Asia & the Pacific*, World Tourism Organization, Madrid, 1999.
- World Tourism Organization, *Compendium of Tourism Statistics (1996-2000), 2002 Edition*, World Tourism Organization, Madrid, 2002.
- World Tourism Organization, *Asia and the Pacific 2002 Edition Tourism Market Trends*, World Tourism Organization, Madrid, 2002.
- Chung Un Chan, "Economics research in Korea", *Korea Journal*, vol. 40, nº 1, Spring 2000, pp. 155-189.
- Una nueva y gran experiencia. La copa mundial FIFA 2002 fue una nueva y gran experiencia para Corea, y Corea será una nueva y gran experiencia para usted, <http://main.truebook.com/engine/book.dll?bc=1990&ul=es> .
- Kim Young-Hoon, "Self-Representation: The visualization of Koreanness in Tourism Posters during the 1970s and the 1980s", *Korea Journal*, vol. 43, nº 1, Spring 2003, pp. 83-105.