

Impacto de la dinámica demográfica en el turismo actual

Impact of demographic dynamics on current tourism

Lorena Brito Ramírez*

Glency Yaimy Ramírez Ferreiro**

Recibido: 1 de octubre de 2023

Aceptado: 18 de marzo de 2024

Publicado: 30 de junio de 2024

Cómo citar este artículo:

Brito Ramírez, L. y Ramírez Ferreiro, G.Y. (2024). Impacto de la dinámica demográfica en el turismo actual. *Novedades en Población*, 20(39). <http://www.novpob.uh.cu>

Resumen

El turismo como fenómeno social y como actividad económica ha adquirido a lo largo de los años una gran importancia, hasta convertirse en un motor clave del progreso socioeconómico. Son varios los factores que condicionan el desarrollo del turismo en un destino determinado, destacándose entre estos la demanda. Las dinámicas poblacionales y los distintos procesos que tienen lugar en la sociedad determinan la necesidad constante de la realización de investigaciones que permitan contar con información actualizada sobre los factores que inciden

* Estudiante de tercer año de Licenciatura en Turismo. Universidad de Las Tunas. Las Tunas. Cuba. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-2940-7777>. E-mail: lorenabr2109@gmail.com

** Ingeniera industrial, Máster en Dirección. Profesora Auxiliar. Universidad de Las Tunas. Las Tunas. Cuba. ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-0008-3629>. E-mail: glencyrf@gmail.com

en la demanda turística para prever su comportamiento. Entre estos factores se encuentran las variables demográficas. Las transformaciones en este ámbito generan un gran impacto sobre el sector de los viajes y la hospitalidad; lo que implica, en consecuencia, la necesidad de los destinos de adaptar su oferta turística para hacerles frente. Por tal motivo la presente investigación tiene como objetivo determinar el impacto a nivel global de la dinámica demográfica en el turismo actual, mediante el análisis de las tendencias actuales en el mundo, en lo referente al envejecimiento poblacional, crecimiento demográfico, descenso de la natalidad, composición de los hogares y grupos de viajes y la migración, que están transformando la industria; para lo que se aplicaron los métodos del nivel teórico: documental, analítico-sintético e inducción-deducción. Como resultado se obtuvo una descripción del escenario turístico que en el ámbito internacional se genera en estas condiciones, lo que sirve como referente para plantear acciones, estrategias y políticas que permitan al sector adecuarse a las nuevas circunstancias.

Palabras clave: demanda turística, dinámica demográfica, tendencias actuales, turismo.

Abstract

Tourism as a social phenomenon and as an economic activity has acquired great importance over the years, to the point of becoming a key driver of socioeconomic progress. There are several factors that condition the development of tourism in a given destination, standing out among these the demand. Population dynamics and the different processes that take place in society determine the constant need to carry out research that allows for updated information on the factors that affect tourism demand in order to anticipate its behavior. Among these factors are demographic variables. Transformations in this sphere generate a great impact on the travel and hospitality sector, which implies, consequently, the need for destinations to adapt their tourist offer, in order to face them. For this reason, this research

aims to determine the impact at a global level of demographic dynamics on current tourism through the analysis of current trends in the world, in relation to population growth, aging, decrease in birth rates, composition of households and travel groups and migration, which are transforming the industry; for which the theoretical level methods: documentary, analytical-synthetic and induction-deduction were applied. As a result, a description of the international tourist scenario that is generated in these conditions was obtained, which serves as a reference to propose actions, strategies and policies that allow the sector to adapt to the new circumstances.

Keywords: *tourist demand, demographic dynamics, current trends, tourism.*

Introducción

Durante décadas el turismo ha experimentado un crecimiento continuo y gran diversificación, convirtiéndose en uno de los principales actores en el comercio internacional y una de las mayores fuentes de ingresos para muchos países (Mercado y Cavazos, 2018). Es preciso reconocer que la piedra angular de esta actividad es la satisfacción de las necesidades del turista (Pons et al., 2007); de ahí la importancia del estudio de la demanda turística de un destino, lo que permite conocer las características de los viajeros.

Al estudiar la demanda es necesario tener en cuenta que esta no es homogénea, sino que se encuentra segmentada en diversos grupos de personas que tienen características e intereses similares. El objetivo de los estudios de mercado es, precisamente, identificar a estos segmentos o nichos y establecer estrategias diferenciadas que permitan acceder a cada uno de ellos de la forma más eficaz y eficiente posible.

El análisis de los rasgos distintivos de los segmentos turísticos es necesario para perfeccionar las decisiones acerca de la demanda turística, sobre todo orientada a mejorar la capacidad del destino para satisfacer las necesidades y deseos de

ocio del turista (Yumisaca et al, 2017) y enfocar los esfuerzos de publicidad y promoción.

Para segmentar la demanda se suelen utilizar diversos criterios de segmentación: geográfico, demográfico, psicosociológico y de comportamiento. La segmentación demográfica es de gran importancia ya que sin una adecuada y exacta información demográfica apropiadamente estructurada no pueden realizarse decisiones y predicciones correctas sobre los flujos turísticos (Mercado y Cavazos, 2018). En este sentido pudiera considerarse un desafío para el sector el hecho de que las variables demográficas en las que se centran estos estudios no son estáticas, sino que, por el contrario, están en constante transformación. La revisión de la bibliografía permitió determinar que las investigaciones desarrolladas sobre el tema se centran mayormente en el envejecimiento poblacional o se circunscriben a un destino específico, teniendo en cuenta sus características propias. El material más completo que existe al respecto es el informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013) titulado *Cambio demográfico y turismo*, publicado en 2013, fecha desde la cual se han producido transformaciones en este ámbito que deben ser tenidas en cuenta; lo que determina la necesidad de información actualizada y de carácter global sobre el tema, a fin de que los diversos destinos puedan adaptar su oferta.

Por tal motivo la presente investigación tiene como objetivo analizar las tendencias actuales en las principales variables demográficas que están transformando la industria en el mundo, mediante la aplicación de los métodos del nivel teórico: documental, analítico-sintético e inducción-deducción, a fin de obtener una descripción del escenario turístico que en el plano internacional se genera en estas condiciones, lo que sirve como referente para plantear acciones, estrategias y políticas que permitan al sector adecuarse a las nuevas circunstancias, lo cual constituye el principal aporte de la investigación.

Desarrollo

Materiales y métodos

A través del empleo de los métodos documental, analítico-sintético e inducción-deducción se realizó una revisión bibliográfica que permitió determinar que las principales variables demográficas que afectan el sector del turismo son: el envejecimiento poblacional, el crecimiento demográfico, el descenso de la natalidad, la composición de los hogares y grupos de viajes y la migración. Una vez definidas se procedió a analizar estadísticamente las principales tendencias actuales de estas variables y cómo impactan en la industria, estableciendo relaciones entre estas tendencias y las transformaciones que se han venido produciendo en el sector y que se pueden producir en los próximos años, así como las formas de afrontarlas.

Resultados

Envejecimiento poblacional

El envejecimiento de la población se ha convertido en una de las transformaciones sociales más significativas del siglo XXI, con consecuencias para todos los sectores, entre ellos el turismo, generando un conjunto de desafíos y oportunidades.

A nivel global, la población mayor de 65 años crece a un ritmo más rápido que el resto de los segmentos poblacionales. Según un estudio publicado por el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de la ONU (DESA), en 2021, 761 millones de personas en todo el mundo tenían 65 años o más, cifra que aumentará a 1600 millones en 2050. El número de personas de 80 años o más está creciendo aún más rápido. Para 2050 todas las regiones del mundo, excepto África, tendrán casi una cuarta parte o más de sus poblaciones a partir de los 60 años (Organización de Naciones Unidas [ONU], 2023b).

Diversos son los factores que han desencadenado el envejecimiento poblacional en la actualidad. El desarrollo alcanzado durante el siglo XX mejoró las condiciones sociales, económicas y de salud. La modernización de las sociedades

condujo a una reducción de las enfermedades infecciosas y a las tasas de mortalidad por enfermedades previsibles. Después de la década de los sesenta hubo un aumento sin precedentes en la esperanza de vida, generado por varios factores como los avances en investigación y tecnología médica, programas de salud pública que protegían y beneficiaban a las personas mayores y pobres, y una disminución significativa de los factores de riesgo. Como resultado, la expectativa de vida al nacer se elevó sobre los setenta años en los países desarrollados y, en algunos casos, sobre los ochenta (Land & Lamb, 2016).

Los cambios demográficos provocados por el envejecimiento de la población experimentados a nivel internacional, con especial presencia en los países desarrollados, convertirán el mercado de la tercera edad o senior en uno de los más importantes y de mayor crecimiento del sector turístico (Alén et al., 2014). A nivel internacional, los patrones globales sugieren que los adultos mayores consideran los viajes como una actividad importante en sus últimas etapas de la vida. En 2019, el 43% de este segmento realizó de 1 a 3 viajes personales internacionales, y se prevé que pase de 210 millones en 2019 a 250 millones en 2030, lo que representa el 10% de los viajeros. Este cambio en la propensión a viajar se ha estudiado en varios países como Alemania, donde los resultados mostraron que el 73% de las personas mayores de 60 años tienen propensión a viajar (Batista, 2022).

Las características del mercado senior o *baby boomer*, como también se le conoce, representan un desafío para los directivos de la industria, al ser un grupo heterogéneo que contiene diferentes subsegmentos, lo que varía los perfiles de comportamiento de sus clientes. Como mercado potencial, las personas mayores de 65 años son un segmento importante, ya que tienen ingresos discrecionales y tiempo para viajar, especialmente en viajes en pareja, que incluyen distancias más largas desde sus hogares, fuera de temporada alta, permaneciendo más tiempo que cualquier otra cohorte de edad (Huber, 2019).

En este sentido los destinos turísticos necesitan centrarse en desarrollar programas que contribuyan a alargar la estancia de grandes grupos de turistas

senior que contribuirán a hacer frente al efecto de la estacionalidad (Alén et al., 2014).

Otro desafío que enfrentarán los destinos es adaptar su oferta para satisfacer las necesidades específicas de este segmento de mercado; por lo tanto, el enfoque al cliente deberá aumentar (Connell & Page, 2019). Será necesario crear instalaciones e infraestructura de alojamiento acorde a sus características. El sistema de transporte también se verá afectado. La demanda de viajes de las personas mayores aumentará en número de movimientos diarios, distancia y volumen global de viajes. En consecuencia, los sistemas de transporte deberán ser accesibles para las personas con movilidad reducida y las personas con discapacidad, a través de un sistema de servicios especializados (Batista, 2022). En los servicios de restauración también se deberán ofrecer condiciones especiales, teniendo en cuenta que una gran parte de estos turistas presenta condiciones médicas que restringen la dieta. También demandará complejos y destinos turísticos que ofrezcan una amplia gama de cuidados geriátricos que promuevan, en todo momento, el envejecimiento activo (Mazo y Cortés, 2020). No obstante, la crisis económica obligará a revisar estas optimistas previsiones, ya que numerosos países planean elevar la edad de jubilación, lo que equivaldrá a menos tiempo de ocio (Canalís, 2023).

Por otra parte, también cabe la posibilidad de que determinados colectivos profesionales opten por extender voluntariamente su edad de trabajar, con el fin de asegurarse mayores ingresos una vez se jubilen. La población también puede ser muy sensible ante ciertos mensajes que advierten que en el futuro no habrá suficiente dinero para pagar todas las pensiones; por lo que a medida que los trabajadores se acerquen al final de su edad laboral, es posible que quieran aumentar sus aportaciones a planes de pensiones privados, reduciendo los ingresos destinados al ocio. Esto podría implicar una competencia entre las compañías aseguradoras y las empresas turísticas por el ahorro de esos consumidores que se acercan al fin de su edad laboral (Canalís, 2023).

Crecimiento demográfico

La población mundial es más de tres veces mayor que a mediados del siglo XX, alcanzando los 8 000 millones a mediados de noviembre de 2022, mientras se estima que aumentará casi 2000 millones de personas en los próximos 30 años, pasando de los 8 000 millones actuales a unos 9 700 millones en 2050, pudiendo llegar a un pico de cerca de 10 400 millones para mediados de 2080 (ONU, 2023a).

Mediante un primer análisis de estas estadísticas parece lógico pensar que el turismo solo podría verse beneficiado por esta situación, por el hecho de que más personas significaría una mayor demanda de productos y servicios, en condiciones donde se mantenga la tendencia al crecimiento de la industria.

Lo cierto es que una mirada más profunda a estos datos plantea una situación de mayor incertidumbre para el sector, y es que se prevé que más de la mitad del crecimiento demográfico mundial desde hoy hasta 2050 tenga lugar en África. En marcado contraste con los datos anteriores, se estima que la población de 61 países o zonas como Europa disminuya para 2050, con probables reducciones de hasta un 10% en 26 países. Se calcula también que se produzca un descenso en la población de más del 15% para el año 2050 en algunos países como: Bosnia y Herzegovina, Bulgaria, Croacia, Hungría, Japón, Letonia, Lituania, República de Moldova, Rumanía, Serbia y Ucrania (ONU, 2023a).

Al analizar las estadísticas del turismo internacional se puede apreciar que el mayor flujo y consumo turístico se genera, precisamente, en las regiones de menor crecimiento poblacional, lo que da al traste con la idea inicial, abriendo paso a una importante interrogante: ¿Implicará la disminución de la población que más viaja la disminución del volumen de operaciones de la industria del ocio?

Por otra parte, el crecimiento poblacional, unido al desarrollo del turismo de masas, determina que se genere una gran concentración de personas, sobre todo en las zonas urbanas, lo que desde hace ya unos años ha comenzado a marcar una tendencia al desplazamiento de una gran parte de la demanda hacia las zonas naturales y rurales, para evadir el bullicio de la ciudad. En

consecuencia, modalidades turísticas como el turismo de naturaleza, el ecoturismo, el turismo rural y el agroturismo han ganado fuerza para posicionarse entre las primeras opciones. Ante estas condiciones los destinos se han visto en la necesidad de diversificar su oferta, no solo para proporcionar al turista una experiencia auténtica en contacto con el medio natural, sino que a la vez sea respetuosa con el medioambiente y las comunidades locales, como resultado de la creciente preocupación y toma de conciencia por parte de los turistas del impacto que genera esta actividad en el medio donde se desarrolla, prevaleciendo la preferencia por los destinos más sostenibles.

Una última consideración sobre la implicación de esta variable para el turismo apunta a que el crecimiento poblacional trae aparejado el surgimiento de nuevos perfiles de clientes, por lo que los profesionales del sector deben continuar realizando investigaciones de mercado para mantener sus ofertas atractivas, teniendo en cuenta los deseos y expectativas de los nuevos clientes, los que según la evolución de la actividad turística hasta la actualidad, serán cada vez más exigentes y difíciles de complacer.

Descenso de la fecundidad

Según un estudio publicado en la revista *The Lancet* en 2020, por un equipo de investigadores del Instituto de Métricas y Evaluaciones de Salud (IHME) de la Universidad de Washington, la fecundidad está disminuyendo considerablemente. En 1950, las mujeres tenían en promedio 4,7 niños en su vida, cifra que se estima caerá por debajo de 1,7 para 2100. En consecuencia, los investigadores esperan que el número de personas en el planeta llegue a su punto más alto en 2064, con 9.700 millones, antes de caer por debajo de 8.800 millones para finales del siglo (BBC News Mundo, 2020).

Este fenómeno está impulsado por el hecho de que cada vez más mujeres están accediendo a la educación, al trabajo y a los métodos anticonceptivos, lo que les permite decidir no tener hijos o planificar cuándo tenerlos. A esto se suman otros factores como la crisis sanitaria y la incertidumbre económico-social, así como las transformaciones que se van produciendo sobre la percepción de la familia,

por nuevas formas de entender las parejas, la vida personal en general y el rol en el trabajo (Regalado, 2021).

Esta situación ha marcado el desarrollo de segmentos de mercados cada vez más atractivos para el sector turístico por sus patrones de consumo y que seguirán creciendo. Se trata de las parejas sin niños con doble ingreso (DINK, por sus siglas en inglés) y los solteros sin hijos (SINK, por sus siglas en inglés). Los DINK son un mercado específico cuyo concepto se acuñó en los años ochenta, pero que ha vuelto a tomar fuerza en los últimos años, son parejas de personas entre 25 y 44 años, en las que ambos trabajan y tienen un nivel socioeconómico medio o alto, pero que todavía no tienen hijos. El manejo de la economía se realiza de forma consensuada entre ambos, sin embargo, cada uno posee un gran afán de superación desde lo individual en lo que respecta a sus carreras profesionales y sus objetivos personales. Aunque generacionalmente se les puede asociar con ser millennials, también hay centennials e incluso de la generación X (Regalado, 2021).

Con respecto a los SINK se trata, como su nombre lo indica, de solteros sin hijos, en el mismo rango de edad que los DINK, predominando el público femenino, que viaja hasta un 40% más que la media; son individualistas y disfrutan de poder decidir sobre ellos mismos, aunque buscan vivir experiencias que les permitan socializar, también se caracterizan por tener un notable poder adquisitivo, elevado nivel cultural y estar muy centrados en su carrera profesional.

En ambos casos, al no tener hijos, quienes pertenecen a estos segmentos tienen una gran capacidad de consumo, ya que disponen de más tiempo y dinero para satisfacer sus necesidades básicas, así como para disfrutar del consumo de diversos bienes y servicios de índole recreativa (Regalado, 2021).

La industria turística puede asumir diversas estrategias para captar estos segmentos (Regalado, 2021): optar por la diferenciación y los viajes a la medida, en lo que han ido adquiriendo gran popularidad los hoteles y cruceros *adult only*; explotar atributos como la calidad o la exclusividad; apelar al factor emocional;

vincular la oferta a valores determinados e incluso generar un vínculo con causas sociales; así como promover experiencias para transmitir nuevas sensaciones o recordar el pasado. Al tratarse de un público que mayormente suele utilizar Internet para informarse antes de viajar, la forma de comunicar debe ser original, diferente y confiable para lograr atraer su atención en un medio saturado de tentadoras ofertas y publicidad engañosa.

Dentro de estos segmentos de mercado existe un nicho que ha ido adquiriendo gran importancia, es el conformado por los miembros de la comunidad LGBTQ+, que ha dado lugar al denominado turismo LGBT. Estudios realizados por la OMT indican que esta comunidad representa el 10% del total de turistas internacionales, con un gasto anual de más de 165 mil millones de dólares en el mundo (Procarioni, 2022), lo que lo convierte en un segmento sumamente atractivo, pero que necesita una oferta diferenciada y a la medida de sus intereses.

En este sentido diversos prestatarios de servicio han comenzado a especializarse en este mercado, dando lugar al surgimiento de agencias de viajes, hoteles, cruceros, bares y *spas* exclusivos para este tipo de cliente, que se caracteriza por buscar destinos inclusivos donde se respete su derecho al esparcimiento y recreación, denominados *gay friendly*, y donde tengan la posibilidad de socializar con otros miembros de la comunidad. Con respecto a este segmento también cabe destacar que el incremento de países que aprueban el matrimonio de parejas homosexuales puede implicar una demanda creciente de los paquetes de bodas y lunas de miel, lo que debe ser tenido en cuenta por los operadores turísticos al diseñar sus ofertas.

Composición de los hogares y grupos de viaje

La estructura familiar tradicional está experimentando cambios significativos. Los expertos de la OMT apuntan al boom de *familias multigeneracionales*, ya que tendencias como el aumento de divorcios o separaciones conduce a que una misma persona pueda tener una "primera familia" y una "segunda familia", con

consecuencias directas en cómo se distribuye el tiempo para las vacaciones (Canalís, 2023).

Para la industria turística esto plantea numerosos retos, entre ellos atender las necesidades muy diferentes de los miembros de un mismo grupo familiar, con la particularidad de que todos ellos participan en el proceso de decisión y de que existe una elevada interacción entre miembros de diferentes edades (Canalís, 2023).

Ante este tipo de demanda, las empresas turísticas tendrán que construir un mensaje promocional capaz de captar la atención de las diferentes generaciones de la misma familia, ofrecer un tipo de alojamiento y transporte lo más flexible posible e incluso diseñar un esquema de precios que seduzca a estos heterogéneos grupos (Canalís, 2023).

Son cada vez más las parejas homosexuales que hacen realidad su deseo de formar una familia a través de las técnicas de reproducción asistida, lo que constituye una oportunidad para el sector turístico, teniendo en cuenta la demanda del turismo reproductivo por parte del colectivo LGBTQ+. Gracias a estas y otras vías como la adopción, el número de familias homoparentales ha aumentado considerablemente en los últimos años y, aunque no es algo nuevo, el establecimiento de políticas más inclusivas posibilitan su integración a la sociedad, incursionando cada vez más en actividades como el turismo; sin embargo, al ser un segmento emergente, todavía requiere ser estudiado para comprender las necesidades y expectativas relacionadas con su tiempo de ocio y crear ofertas acordes que puedan generar su satisfacción.

El auge del turismo de reproducción para concebir mediante la reproducción asistida contrasta también con el número creciente de mujeres que deciden ser madres solteras, tendencia que va en aumento de la mano del denominado empoderamiento femenino. Esto representa una oportunidad para los destinos, pero también un desafío, en cuanto a la necesidad de brindar varios servicios de asistencia para apoyar a las mujeres en todo el proceso.

Migraciones

Globalmente, el número estimado de migrantes internacionales ha aumentado en las últimas cinco décadas. De acuerdo con el *Informe sobre Migraciones en el Mundo*, en 2020 había en el mundo aproximadamente 281 millones de migrantes internacionales, una cifra equivalente al 3,6% de la población mundial, superior en 128 millones a la cifra de 1990 y que triplica con creces la de 1970. En 2020 Europa y Asia acogían a alrededor de 87 millones y 86 millones de migrantes internacionales, respectivamente, sumando el 61% de la población mundial total de migrantes internacionales. Les seguían América del Norte, con casi 59 millones de migrantes internacionales, equivalentes al 21% de la población mundial de migrantes; África, con el 9%; América Latina y el Caribe, con el 5%; y Oceanía, con el 3%. Se prevé que haya 42 millones más de emigrantes en todo el mundo para el 2030 (Organización Internacional para las Migraciones [OIM], 2020).

Se puede decir que este fenómeno afecta al sector desde tres perspectivas:

La primera considera al emigrante como futuro turista potencial. El turismo realizado por los emigrantes hacia su país de origen continuará creciendo a medida que aumente este fenómeno. Según Lanquar (2007) esto se ve facilitado por el desarrollo de los vuelos de bajo costo, posibilitando al inmigrante visitar su país de origen no solo en el momento de las vacaciones, sino incluso varias veces al año. Se trata por tanto de un segmento al alza, marcado por la diversidad cultural y el deseo de visitar familiares y amigos como motivo principal del viaje, dos circunstancias que deberán tener en cuenta las empresas turísticas. Aunque a partir de la segunda y tercera generación también pesará la inquietud por descubrir las raíces familiares. En todo caso, la OMT indica que en los Estados receptores de inmigrantes también surgirán oportunidades, en el ámbito del turismo doméstico, en la medida en que este colectivo querrá descubrir el país de acogida.

La segunda, asociada con la oportunidad que representa para el sector en cuanto a la fuerza de trabajo. La inmensa mayoría de estudios muestra que los destinos turísticos suelen poblarse sobre todo de inmigrantes atraídos por la nueva

economía (Lanquar, 2007). Lo anterior amerita el análisis de las interrelaciones entre el turismo y las migraciones en el marco del desarrollo de los destinos turísticos, observándose al menos dos fases en su evolución. En la primera fase se produce la llegada de una primera generación de emigrantes, por lo general de empleo cualificado, que se mezclan con las poblaciones locales. En la segunda fase, el mercado del trabajo de las zonas turísticas se vincula claramente a los flujos migratorios, debido a la rotación del personal especializado y a la naturaleza específica de las tareas desarrolladas en el sector: tareas poco cualificadas, no automatizadas y poco remuneradas, que suelen ser desempeñadas por trabajadores inmigrantes durante temporadas más o menos cortas (Lanquar, 2007). Lo antes descrito plantea varios retos al sector de los viajes y la hospitalidad, en cuanto a la creación de un balance entre la fuerza de trabajo foránea y la proporcionada por las comunidades locales que no deben verse desplazadas por las primeras. Al implicar la interacción con trabajadores de culturas diferentes, esto también exige ser tolerante y resolutivo en cuanto a las diferencias e identificar sus necesidades de formación para que cumplan con sus sistemas de trabajo y políticas de calidad.

La tercera, referida al aprovechamiento de las facilidades del turismo como vía para emigrar. En este sentido se puede señalar que las interrelaciones entre flujos turísticos y flujos migratorios se refuerzan y estimulan recíprocamente, de tal modo que los turistas se implican más en los lugares turísticos, al tiempo que los inmigrantes también eligen esos lugares en su lógica de desplazamiento hacia regiones más desarrolladas (Lanquar, 2007). Estas constituyen a la vez lugares de contacto y de paso privilegiado en un contexto de cierre de fronteras (Dehoorne, 2002), y tienen múltiples ofertas de paquetes y visas turísticas aprovechados por los inmigrantes, ya que cuando la duración legal de la estancia se acaba, estos pueden continuar residiendo en el país de forma clandestina.

Dicha situación es una de las razones por la que las estadísticas del turismo internacional son con frecuencia criticadas, precisamente por no definir con precisión esta dimensión social de la movilidad geográfica (Lanquar, 2007), lo

que representa un reto a la hora de implementar métodos más eficaces de identificar y medir los viajes y el consumo que de ellos se deriva, que están realmente generados por motivos turísticos.

Conclusiones

La investigación realizada permitió constatar que la estructura de la sociedad cambia constantemente, influyendo notablemente en los tipos de turistas, sus lugares de origen y destino, la forma de viaje y los productos y servicios que demandan durante su estancia, razón por la cual es necesario que los profesionales del sector realicen estudios que abarquen las variables demográficas, para así poder comprender mejor los cambios actuales y futuros y anticiparse y reaccionar de la forma más competitiva posible.

Las principales tendencias demográficas que afectan la industria se relacionan con las variables: crecimiento demográfico, envejecimiento poblacional, descenso de la natalidad, composición de los hogares y migraciones, alrededor de las cuales se han realizado los principales estudios en este campo. Sin embargo, el vertiginoso desarrollo de la sociedad en los últimos años en diversas esferas puede implicar el impacto de nuevas variables en la industria turística.

Teniendo en cuenta lo anterior se aprecia un escenario complejo en el cual los principales retos y desafíos que enfrenta el sector actualmente ante las transformaciones demográficas de la sociedad son:

- Adaptar sus ofertas para satisfacer las necesidades y expectativas de segmentos de mercado que tienen una tendencia al aumento, como son: senior, DINK, SINK, LGBTQ+, familias multigeneracionales y homoparentales, y emigrantes.
- Establecer estrategias para afrontar el descenso demográfico en las regiones de mayor consumo turístico y el desplazamiento de la demanda fuera de los destinos de turismo de masa convencionales.

- Incrementar la precisión de las estadísticas del turismo internacional.
- Establecer políticas de trabajo con respecto a la fuerza de trabajo generada por los movimientos migratorios, garantizando que se cumpla con las normas establecidas y se respete el derecho de las comunidades autóctonas.
- Realizar estudios exploratorios para continuar profundizando en esta área del conocimiento y adaptarse ante las nuevas circunstancias que se generen.

Cuba, como destino turístico, no está exenta del impacto que genera la dinámica demográfica en la industria, y sobre todo dos de las variables analizadas: el envejecimiento poblacional y las migraciones. La primera, debido a que el segmento de mercado senior es uno de los de mayor importancia para el turismo en la Isla, y la segunda, asociada al fenómeno migratorio que se ha vivido en la última época y que se considera en los próximos años genere un gran flujo turístico hacia el destino. Sin embargo, los estudios realizados al respecto en el país son aún insuficientes, lo que se determinó mediante el análisis bibliográfico efectuado, y eso limita la capacidad de trazar políticas y estrategias que permitan afrontar estos cambios, siendo necesario que los profesionales del sector en la Isla incursionen en este tema de investigación.

Referencias bibliográficas

1. Alén, E., Nicolau, J.L., Losada, N. & Domínguez, T. (2014). Determinant factors of senior tourists' length of stay. *Annals of Tourism Research*, 49, 19-32. <https://doi: 10.1016/j.annals.2014.08.002>.

2. Batista Sánchez, E. (01 de agosto de 2022). *Retos y oportunidades del envejecimiento poblacional para el sector turístico*. Entorno turístico. https://www-entornoturistico-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.entornoturistico.com/retos-y-oportunidades-del-envejecimiento-poblacional-para-el-sector-turistico/amp/?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQIUAKwASCAAgM%3D

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

3. BBC News Mundo (15 de julio de 2020). *El dramático descenso de los nacimientos en el mundo (y cuáles serán sus profundas consecuencias)*.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-53417504>

4. Canalís, X. (09 de septiembre de 2023). Turismo del siglo XXI: los cambios demográficos que transforman al sector. *Hosteltur*.

<https://www.hosteltur.com/121730-turismo-siglo-xxi-cambios-demograficos-transforman-al-sector.html>

5. Connell, J. & Page, S. (2019). Tourism, ageing and the demographic time bomb – the implications of dementia for the visitor economy: a perspective paper. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-0070>.

6. Dehoorne, O. (2002). Tourisme, travail, migration: interrelations et logiques mobilitaires. *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 18(1). <http://remi.revues.org/document1676.html>

7. Huber, D. (2019). A life course perspective to understanding senior tourism patterns and preferences. *International Journal of Tourism Research*, 21(3), 372–387. <https://doi.org/10.1002/jtr.2268>.

8. Land, K. C. & Lamb, V. L. (2016). Demography of Aging. *International Encyclopedia of Public Health*. Elsevier Inc., 226–232. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-803678-5.00101-6>

9. Lanquar, R. (2007). Turismo, migraciones y codesarrollo. *Revista Internacional de Sociología*, 65(48), 221-241.

[https://revintsociologia.revistas.csic.es/index-
php/revintosociologia/article/download/75/76/76](https://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintosociologia/article/download/75/76/76)

10. Mazo Quevedo, M.L. y Cortés Puya, T. (2020). Propuesta de modelo de desarrollo del turismo senior, a partir de la percepción de los actores sociales involucrados. El caso de Tabasco, México. *Pasos*, 18(1) <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.005>.

11. Mercado Mercado, J. V., y Cavazos Arroyo, J. (2018). Análisis de tres variables demográficas en la compra de paquetes turísticos a Bolivia mediante internet por parte de turistas sudamericanos. *Revista Perspectivas*, (42), 161-

NOVEDADES EN POBLACIÓN

<http://www.novpob.uh.cu>

176. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332018000200007&lng=es&tlng=es

12. Organización de Naciones Unidas (ONU). (2023a). *Población*. <https://www.un.org/es/global-issues/population#:~:text=Se%20estima%20que%20la%20poblaci%C3%B3n,millones%20para%20mediados%20de%202080>

13. _____. (2023b). *Una población que envejece exige más pensiones y más salud*. <https://news.un.org/es/story/2023/01/1517857>

14. Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2020). *Informe sobre las migraciones en el mundo 2020*. <https://publications.iom.int/books/informe-sobre-las-migraciones-en-el-mundo-2020>

15. Organización Mundial del Turismo (OMT). (2013). *Cambio demográfico y turismo*. ISBN: 9789284414062.

16. Pons García, R. C., Morales Morales, L., y Díaz González, Y. (2007). La imagen el destino y el comportamiento de compra del turista. *Teoría y Praxis*, 3, 89-102. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145111008>

17. Procarioni, J. (11 de julio de 2022). El turismo LGBT: un vistazo a un nicho poco explorado. *Entorno turístico*. https://www-entornoturistico-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.entornoturistico.com/el-turismo-lgbt-un-vistazo-a-un-nicho-poco-explorado/amp/?usqp=mq331AQIUAKwASCAAqM%3D&js_v=a9&gs_a=1#referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&csi=1&share=https%3A%2F%2Fwww.entornoturistico.com%2Fel-turismo-lgbt-un-vistazo-a-un-nicho-poco-explorado%2F&referrer%3Dhttps%3A%2F%2Fwww.google.com%26csi%3D1

18. Regalado Pezúa, O. (05 de julio de 2021). Dinks & Sinks: dos segmentos de consumidores a mirar con atención. *Gestión*.

<https://gestion.pe/blog/gestiondeservicios/2021/07/dinks-sinks-dos-segmentos-de-consumidores-a-mirar-con-atencion.html/>

19. Yumisaca Tuquinga, J.E., Mendoza Tarabó, A.E., y Villón Perero, S.G. (2017). Perfil sociodemográfico del turista de la provincia de Santa Elena en Ecuador. Referencias para nuevas propuestas de desarrollo. *Universidad y Sociedad*, 9(3), 52-59.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300008&lng=es&tlng=es

Contribución de autoría

Conceptualización:

Curación de datos:

Análisis formal:

Adquisición de fondos:

Investigación: Lorena Brito Ramirez

Metodología: Glency Yaimy Ramírez Ferreiro

Administración del proyecto:

Recursos:

Software:

Supervisión:

Validación:

Visualización:

Redacción – borrador original: Lorena Brito Ramirez

Redacción – revisión y edición: Glency Yaimy Ramírez Ferreiro