

Thomas Baumert*

TERRORISMO Y TURISMO: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA ACERCA DE LA REPERCUSIÓN DE LOS ATENTADOS SOBRE EL SECTOR TURÍSTICO

El presente artículo estudia el impacto de los atentados terroristas sobre el sector turístico mundial. Para ello, tras estudiar las causas por las que el sector se ha convertido en uno de los objetivos preferentes de los grupos terroristas, se lleva a cabo una extensa revisión de la literatura empírica al respecto. Concluimos que: a) la elasticidad de los viajes con respecto a los atentados ha disminuido desde el 11-S; b) ante una amenaza, los turistas optan por sustituir su destino racionalmente; y c) solo la sucesión de ataques tendrá un efecto duradero sobre la economía de la región afectada.

Palabras clave: economía del terrorismo, efectos sectoriales, conflictos armados.

Clasificación JEL: F51, F52, H56.

1. Introducción

Aunque la imagen que nos evoca hoy en día el concepto de turismo sea la de unas vacaciones relajadas, dedicadas a la cultura y al ocio, conviene recordar que durante la mayor parte de la historia —y podemos remontar el origen del turismo a la Antigüedad clásica, como ha venido a recordar Cassen (1994)— el hecho de viajar significaba enfrentarse a grandes dificultades e incomodidades: así lo indica la etimología de palabras como *to travel* o *travail*, es decir, superar obstáculos y adversidades (Hall, 1994, 92 y 1995). No obstante, la idea contemporánea de turismo se halla muy

alejada de ese significado original, siendo así que los viajeros procuran evitar todo riesgo personal, optando por destinos alternativos cuando aflora la amenaza terrorista (o cualquier otro peligro similar), especialmente cuando se trata de desplazamientos vacacionales y no de negocios (Domínguez *et al.*, 2003). La relativa facilidad con la que se puede realizar esta sustitución de destinos, la vulnerabilidad de los turistas, junto con el gran peso que el sector turístico tiene en muchas economías nacionales y regionales, lo han convertido en un objetivo preferente de los grupos terroristas en todo el mundo, por lo que ha merecido el calificativo de «industria frágil» (Bonham *et al.*, 2006, 99).

En el actual mundo globalizado, caracterizado por la hipermovilidad de capitales —y, de forma creciente, también de personas—, el turismo se ha convertido en

* ESIC –Business and Marketing School, Madrid.

un fenómeno de masas «ambivalente» en tanto que encierra el deseo de libertad de movimiento por un lado (de los turistas), y el de rígido encapsulamiento (de los países receptores con movimientos antioccidentales) por el otro (Bianchi, 2007, 64). Así, para algunos analistas, el turismo, como fuerza promotora del cambio social y generadora de tolerancia hacia lo diferente, es el moderno «germen de la libertad y la prosperidad»¹, amén de «símbolo de la sociedad abierta que describió Popper» (Fernández, 2007, 3). De ser así, resultaría lógico que los turistas, considerados como «embajadores de una cultura hostil» (Llorca-Vivero, 2008, 171), se hayan convertido en un objetivo preferente de todos aquellos contrarios a la libertad y a la apertura exterior de sus países —singularmente de los grupos terroristas (Bac, Bugnar y Mester, 2015)— tal y como ha venido ocurriendo a lo largo de las últimas décadas desde que, en julio de 1946, tuviera lugar el primer atentado conocido contra un objetivo turístico: el hotel King David de Jerusalén.

Como es bien sabido, en aquella acción los activistas del Irgún, encabezados por Vladimir Jabotinsky y Menachem Begin —conviene recordar que este último llegaría a ser primer ministro israelí entre 1977 y 1983—, hicieron estallar una potente bomba contra el hotel en el que se habían establecido las oficinas del Gobierno y el cuartel general de las fuerzas británicas, asesinando a 91 personas e hiriendo a otras 45, entre ciudadanos de Reino Unido, árabes y judíos (Benegas, 2004, 286).

Desde entonces, los grupos terroristas han venido concentrando sus agresiones preferentemente contra objetivos económicos (US Department of State, 2003, apéndice G) y, más concretamente, turísticos (Cabrer e Iranzo, 2007, 66), puesto que éstos resultan fáciles de atacar, atraen la atención de los medios de comunicación internacionales y dañan de forma significativa

la economía del país². Así, puede resultar ilustrativo recordar el caso de algunos grandes eventos deportivos —puntos destacados de atracción del turismo internacional— que han sido objetivos de atentados o afectados por la amenaza terrorista (Recuadro 1).

Valga adelantar igualmente algunas cifras que permitan cuantificar el tamaño de este impacto: de acuerdo con un estudio realizado para el caso español entre 1970 y 1988 (con una media de 13 atentados por año), el país habría sufrido una merma de más de 140.000 turistas anuales, cifra que en 1988 (cuando se registraron 18 atentados) habría ascendido a 188.000 turistas, una reducción del 30 por 100 sobre el total esperado. Datos parecidos se han obtenido para los casos de Israel, Italia y Turquía (Frey *et al.*, 2005, 5).

De forma análoga, los atentados del 11-S supusieron, al margen de los daños directos, un impacto económico muy destacado sobre el sector turístico, hasta el punto de ser calificado como «una auténtica cesura» por los profesionales del sector³. Tal es así, que en las postrimerías del mayor ataque contra Estados Unidos se podía leer (Vester, 2001, 3): «Las repercusiones económicas de los atentados ya se están registrando. Los ingresos de las líneas aéreas han retrocedido un 20 por 100. La industria aeronáutica se lamenta de las cancelaciones en los pedidos. Los hoteles en Nueva York y otras metrópolis no reciben reservas, los restaurantes

² Debe recordarse, que independientemente de los motivos ideológicos subyacentes, los fines inmediatos de cualquier grupo terrorista son políticos, de lo que se derivan tres estrategias diferentes —las cuales, no obstante, pueden y, de hecho suelen, solaparse— (ASCHAUER, 2008, 19): *i*) con atentados de gran envergadura les resulta posible a los terroristas hacer llegar, a través de los medios de comunicación, su mensaje a amplias masas; *ii*) los terroristas actúan al margen de las normas y leyes de una sociedad a fin de socavar su legitimidad. Cuanto más avance la desestabilización de las fuerzas políticas, más fácil le resulta al grupo implantar sus propios objetivos; *iii*) los ataques terroristas debilitan la economía del país afectado. De esta forma se convierten en un mecanismo de presión especial, pues repercute sobre la sociedad en su conjunto.

³ Cabe destacar, en el caso de las líneas aéreas, los fuertes desembolsos que tuvieron que realizar para adecuarse a las nuevas medidas de seguridad, como las puertas blindadas en las cabinas de pilotos, etc., y que en el caso de una empresa como Lufthansa superó con creces los 1.000 millones de euros. Para una revisión de los costes indirectos originados a raíz de los atentados de Nueva York, Madrid y Londres, véase VALIÑO *et al.* (2010).

¹ Valga señalar el caso del Dalai Lama, fervoroso defensor e impulsor del turismo a Tíbet como medida para dar a conocer la situación política de su país bajo la dominación de la China comunista (BIANCHI, 2007, 72; BHATTARAI *et al.*, 2005).

RECUADRO 1

ATENTADOS TERRORISTAS CONTRA OBJETIVOS DEPORTIVOS

Probablemente el atentado terrorista más «emblemático» contra un evento deportivo sea el secuestro y la posterior ejecución de 11 atletas israelíes por parte de un comando de terroristas palestinos durante los Juegos Olímpicos de 1972. Durante los Juegos Olímpicos de 1996 hizo explosión una bomba en el Centennial Olympic Park de Atlanta.

También España ha sufrido atentados terroristas dirigidos contra objetivos deportivos. En concreto, en 2002, ETA hacía explotar un coche bomba en las proximidades del estadio Santiago Bernabeu al finalizar el partido de semifinales de la *Champions League*. Ya en tiempos más recientes, concretamente en 2007, dos pequeñas explosiones conllevaron que el *Tour de France* no volviera a pasar por el País Vasco (algo similar ocurrió con la Vuelta Ciclista a España).

En 2008 la organización del París-Dakar decidió suspender la edición de la carrera de aquel año ante la amenaza de Al Qaeda de atacar contra ella si pasaba por territorio de Mauritania. Desde entonces el *rally* se celebra en Argentina y Chile. Señalemos igualmente que, cuando se debatió la candidatura de España para las Olimpiadas de 2012, un argumento aducido en su contra fue la amenaza que suponía la actividad de ETA. Puede considerarse paradójico que las Olimpiadas de 2012 fueran adjudicadas finalmente a Londres, ciudad que, poco después de este anuncio, fue objeto del virulento atentado del 7-J.

El 15 de abril de 2013, dos artefactos explosivos detonaban muy próximos a la línea de meta de la maratón de Boston; pero no se trataba del primer ataque contra una carrera popular. Ya en 2008 un terrorista suicida de los Tigres Tamiés hizo detonar una bomba en el inicio de la maratón de año nuevo de Sri Lanka, causando una masacre. Un año después, en 2009, el equipo de cricket de ese país había sido objeto de un atentado en la ciudad pakistaní de Lahore, como ya ocurriera en 2002 en otra ciudad pakistaní, Karachi, cuando el objetivo del ataque fue la selección nacional de cricket de Nueva Zelanda.

Por su parte, uno de los miembros del grupo de terroristas que perpetraron los atentados de París el 13 de noviembre de 2015 fue descubierto —si bien pudo huir— tratando de introducirse con un chaleco explosivo en el *Stade de France* durante la celebración del partido amistoso de fútbol entre Francia y Alemania. Apenas cuatro días después, el 17 de noviembre de 2015, tuvo que suspenderse el partido entre las selecciones de Alemania y los Países Bajos que se iba a disputar en Hannover, por sospechas fundadas de un atentado terrorista que iba a ser perpetrado en el estadio con una ambulancia cargada de explosivos.

FUENTE: Elaboración propia.

están vacíos. Grandes eventos están siendo cancelados, los congresos no se celebran. Como consecuencia del descenso de la demanda en estas áreas, están teniendo lugar importantes despidos».

Aunque finalmente la repercusión fuera algo menos desmesurada que la que se había estimado en los primeros momentos de desconcierto (Fernández, 2007, 3), no fue hasta el 23 de febrero de 2004 —896 días después del 11-S— cuando el turismo mundial superó el estancamiento⁴ que había sufrido a consecuencia de

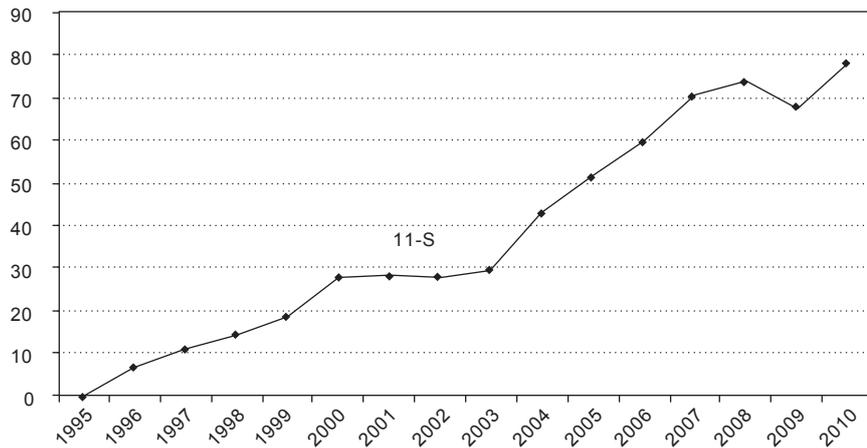
estos atentados (Toyne, 2002), como se aprecia en el Gráfico 1.

En ese mismo artículo, Jean-Claude Baumgarten, presidente del World Travel and Tourism Council, afirmaba que el impacto de los ataques del 11 de septiembre de 2001 sobre el sector turístico había de calificarse como «muy importante». De todos modos, debe señalarse que la eficiente política de gestión de crisis llevada a cabo por el Gobierno estadounidense con apoyo de las autoridades monetarias europeas contribuyó significativamente a suavizar este efecto (Aschauer, 2008, 35). Estas medidas políticas se vieron favorecidas, además, por campañas espontáneas, nacidas del sentimiento de unidad patriótica que afloró

⁴ En concreto, se estimaron estas pérdidas en una reducción del 7,4 por 100 de la demanda turística y una disminución en torno a 3.200.000 de empleos vinculados.

GRÁFICO 1

CRECIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO MUNDIAL ANTES Y DESPUÉS DEL 11 DE SEPTIEMBRE
(Crecimiento real acumulado en %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO).

en la población estadounidense tras el 11-S, y en las que se animaba a los ciudadanos a continuar viajando con normalidad como señal de «despecho» frente a la amenaza terrorista consistente en combinar la bandera de EE UU con el eslogan *Thanks for traveling*⁵.

Cabe resaltar, igualmente, que los efectos económicos del 11-S repercutieron de forma más aguda en los países receptores de turistas provenientes del país atacado. Así, el impacto fue notorio en naciones cuyas economías están estrechamente vinculadas a la estadounidense, tales como México, América Central y el Caribe (en estas últimas las reservas turísticas cayeron entre un 20 y un 60 por 100 en octubre de 2001, en tanto que la ocupación hotelera de Jamaica durante el

mismo mes fue de solo el 11 por 100 (Cabrer e Irazo, 2007, 366)⁶.

2. Acotación de conceptos y definiciones

Siguiendo la recomendación de Cicerón [44 a.C.] por la cual todo estudio debe comenzar por definir el objeto del mismo, en nuestro caso será necesario especificar primeramente los conceptos de turismo y de terrorismo. Ahora bien, como veremos a continuación, en tanto que la definición del primero resulta precisa, no ocurre lo mismo con la del segundo.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo⁷: «comprende las actividades que

⁵ Cuestión diferente es que en las postrimerías del 11-S muchos ciudadanos optaran por medios de transporte alternativos a los aviones —en parte obligados por el cierre de los aeropuertos— motivando así un aumento de los accidentes mortales en coche con un número de víctimas que habría llegado a superar al causado por los propios ataques contra las Torres Gemelas, en lo que se ha denominado, a raíz del trabajo seminal de GIGERENZER (2001), la *dread risk hypothesis*. Para una revisión de estos estudios y una aplicación al caso del 11-M (BAUMERT y CARO, 2010).

⁶ De hecho, la repercusión económica del terrorismo resulta especialmente severa en el caso de los países en vías de desarrollo. Conviene recordar los efectos derrame (*spillover*) por los cuales estas consecuencias se extienden más allá de las industrias estrictamente turísticas, afectando a productos y servicios de sectores afines como el transporte, la seguridad, la limpieza, etcétera.

⁷ El término *turismo* entra en el diccionario de la RAE en 1925, definiéndose como: «afición a viajar por el gusto de recorrer un país».

realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios u otros motivos» (OMT, 2007)⁸.

Esta definición es generalmente aceptada por todos los especialistas en la materia, si bien requiere algunos matices. El turismo es una actividad económica muy compleja y heterogénea, que al englobar actividades de muy diversa índole presenta un marcado carácter multisectorial, haciendo que resulte difícil definirlo en función de los bienes y servicios generados (Dimanche, 2004, 158). En consecuencia, se opta generalmente por hacerlo desde el lado de la demanda, considerando todas las combinaciones de bienes y servicios que se les suministran a los turistas.

Al contrario de lo que ocurre con la definición de *turismo*, no existe un consenso entre los diferentes autores e instituciones que han tratado de precisar el término *terrorismo*, siendo así que el número de posibles definiciones supera con creces el centenar. Esta multiplicidad se debe tanto a la amplia variedad de grupos que han recurrido a esta forma de violencia político-militar⁹ como a la larga evolución histórica experimentada por el fenómeno terrorista. No obstante, a pesar de lo elusivo que pueda resultar la definición del término, sí existe una clasificación ampliamente aceptada del terrorismo en función de su alcance organizacional y de su radio de acción geográfico (Reinares, 2003, 2005)¹⁰, que distingue entre: terrorismo nacional (el perpetrado contra los residentes y medios nacionales por parte de los habitantes del propio país); terrorismo transnacional (los terroristas operan en un país, pero tienen redes,

infraestructura o medios de financiación en otros territorios); y terrorismo internacional (aquel que persigue objetivos allende sus propias fronteras).

3. Encuadre teórico

Es en este marco conceptual en el que se inserta la presente investigación, cuyo objetivo consiste en analizar la repercusión económica del terrorismo sobre el sector turístico, probablemente el que más afectado se vea por esta lacra (Cabrer e Iranzo, 2008, 366). Si bien los estudios acerca de las repercusiones económicas del terrorismo cuentan ya con una trayectoria consolidada¹¹ —máxime si los enmarcamos en el contexto de los estudios sobre la economía de guerra o economía de la defensa—, ha sido a partir de los atentados contra las Torres Gemelas y el Pentágono cuando estas investigaciones se han visto impulsadas de forma más significativa (Neumayer, 2004, 262)¹². Dentro de esta tendencia general podemos constatar, además, la existencia de un amplio —y creciente— conjunto de estudios referidos al impacto del terrorismo sobre el sector turístico (Bonham *et al.*, 2006, 99)¹³.

El Esquema 1 refleja de forma esquemática los mecanismos de repercusión económica del terrorismo sobre el sector turístico, visualizando los procedimientos de acción e interacción. Habida cuenta de la importancia de este modelo, consideramos conveniente desglosarlo en cada uno de sus componentes.

Básicamente, podemos diferenciar cinco conjuntos de motivos que los terroristas pueden aducir a la hora de poner el turismo en su punto de mira (Aschauer,

⁸ La OMT adoptó esta definición en la Conferencia de Ottawa de 1991.

⁹ Una breve descripción de los principales grupos terroristas puede encontrarse en BENEAS (2004). La gran cantidad y amplia variedad de grupos puede explicarse, entre otros motivos, por la corta vida de la mayoría de ellos.

¹⁰ Según estas definiciones, la ETA entraría en la clasificación de terrorismo transnacional mientras que Al Qaeda, en la de internacional. No obstante, en la literatura económica suele utilizarse el término transnacional aglutinando los dos conceptos (ver los trabajos contenidos en BUESA y BAUMERT, 2010).

¹¹ Para una revisión de estos trabajos, véase BUESA y BAUMERT (2010), así como el cuadro sinóptico contenido en LLUSÁ y TAVARES (2008, 255-296).

¹² Ver al respecto los trabajos citados en el artículo de BUESA en este mismo monográfico de la revista.

¹³ En este sentido resulta confusa la afirmación —relativamente reciente— de LLORCA-VIVERO (2008, 169) indicando que «a pesar de algunas contribuciones realizadas tras el 11-S, esta cuestión (la repercusión del terrorismo sobre el turismo internacional) permanece relativamente inexplorada».

2008, 56)¹⁴, a saber: *i*) motivos históricos (el predominio económico de Occidente resulta una amenaza para otros países, especialmente los musulmanes; *ii*) motivos económicos (los ingresos derivados del turismo se redirigen en su mayoría de nuevo a los países occidentales, creando una sensación de explotación); *iii*) motivos políticos (los terroristas, al atentar contra destinos turísticos, lo hacen sobre todo contra países que consideran aliados de EE UU y de Israel cuando no lo hacen directamente contra turistas ciudadanos de estos países); *iv*) motivos religiosos (aunque el islam permite los viajes y el Corán refiere explícitamente la obligación de ser hospitalario con los viajeros, muchos musulmanes consideran el turismo una forma de difundir la moral «disoluta» occidental en sus países); y *v*) motivos culturales (los terroristas consideran que, a medio plazo, el ejemplo dado por los turistas occidentales provocará cambios sociales, de estructura familiar, etcétera).

A lo anterior hay que sumar los motivos por los que los terroristas optan por atentar contra destinos turísticos, y que pueden resumirse en los siguientes puntos (Bianchi, 2007, 69; Frey y Lüchinger, 2009, 65):

— En primer lugar, los turistas resultan un blanco relativamente fácil. El terrorismo requiere una alta precisión, lo cual, a su vez, presupone una alta capacidad de predicción. Así, el autobús de excursión que sale de la parada en franjas horarias determinadas con mucha antelación resulta un objetivo ideal.

— En segundo lugar, los turistas representan un blanco «mejor» que los locales, habida cuenta de que los terroristas con frecuencia residen en el área en la que van a perpetrar su ataque. Así, un atentado contra turistas (por definición extranjeros) creará una menor reacción contra la banda que si las víctimas fueran locales. En este sentido, este tipo de terrorismo será por definición internacional.

— En tercer lugar, y en línea con el punto anterior, los atentados contra turistas, y singularmente contra turistas internacionales, atraerá de forma decisiva la atención de los medios de comunicación de todo el mundo, cumpliendo así uno de los objetivos primordiales de las bandas terroristas, a saber, dar la mayor difusión posible a sus mensajes y reivindicaciones.

— En cuarto lugar, y derivado del tercer punto, esta proyección mediática inducirá a muchos turistas potenciales a sustituir la zona en cuestión como destino turístico (recordemos la alta elasticidad de esta industria), infringiendo así fuertes pérdidas económicas al país afectado.

A su vez Aziz, (1995, 91) concluye que el islam no solo no es contrario al turismo, sino que lo favorece y apoya —si bien se olvida señalar que esto es únicamente cierto para musulmanes que viajen por tierras de «infiel», mas no para el caso contrario—. En la segunda parte del artículo —que casi podría clasificarse como apologético— justifica los atentados perpetrados contra turistas en Egipto como una respuesta al enfrentamiento «Oriente vs. Occidente, urbano vs. rural, pobreza vs. riqueza, todo ello sobrepuesto y expresado a través del conflicto de clases» (*ibid.*, 94).

Por otra parte, Al-Hamarneh (2005, 30) considera que el terrorismo contra los turistas es, «en general, una acción impulsada por la política o la cultura» que se concretaría en cuatro objetivos:

— Los terroristas tratarían de desequilibrar el régimen político local, tratando de mostrar los fallos de seguridad del Gobierno, y desafiarlo, al tiempo que asestan un duro golpe a uno de los sectores más importantes del país.

— Llamar la atención de la situación de una minoría poblacional.

— Hacer patente su oposición a las políticas que se llevan a cabo en los países de origen de los mismos terroristas.

— Un último objetivo consistiría en la obtención de financiación (por ejemplo, por medio de secuestros de turistas y la exigencia de rescates a sus respectivos Gobiernos).

¹⁴ Se trata eminentemente de los motivos aducidos por grupos islamistas, aunque en parte este mismo discurso coincide con la dialéctica empleada por terroristas separatistas como los de ETA.

Para cualquiera de los anteriores motivos el turismo puede resultar —desde la lógica de los propios terroristas— bien un percutor adicional para desencadenar una campaña de ataques, o bien convertirlo directamente en el objetivo inmediato de los atentados. Los argumentos aducidos a la hora de optar por un determinado modo de operación y de seleccionar los objetivos serán de origen táctico, estratégico e ideológico y podrán plasmarse en tres tipos de acciones:

— Atentados contra el orden público (como en los casos de los atentados contra las Torres Gemelas y el Pentágono, o los atentados de Madrid, Londres y Francia).

— Atentados dirigidos específicamente contra turistas (como los repetidos atentados en Bali, en el Sinaí, las «campañas estivales» de ETA, etcétera).

— Atentados indiscriminados (como los vividos en Israel, Irak, etcétera).

Sea cual sea el modelo de atentado y el objetivo inmediato fijado por los terroristas, el mecanismo de repercusión sobre la economía en general (y el sector turístico en particular) se articula a través de los medios de comunicación de masas, que son quienes diseminan y proyectan el mensaje de los terroristas por todo el mundo (Buesa *et al.*, 2007)¹⁵.

Por su parte, las repercusiones económicas del terrorismo sobre el sector turístico pueden ser analizadas en dos planos, uno teórico y otro empírico. En el plano teórico, podemos distinguir entre: *i*) economía del turismo (la evolución macro y microeconómica), *ii*) política turística (la gestión empresarial y gubernamental de la crisis), *iii*) psicología del turismo (los cambios en el comportamiento y percepción de los turistas), y *iv*) sociología del turismo (las alteraciones de los sistemas y los cambios culturales). Finalmente, el plano empírico recoge el impacto sobre la demanda del sector, el efecto sobre la oferta turística, la repercusión sobre la población local y las consecuencias sobre los propios turistas.

Drakos y Kutan (2003) señalan cinco vías a través de las cuales el terrorismo ejerce su influencia nefasta sobre el turismo¹⁶:

- Reduciendo de modo directo el número de turistas que visitan un país afectado por el terrorismo.
- Disminuyendo el volumen de inversión directa extranjera en el país, hecho especialmente dramático en países en vías de desarrollo.
- Obligando a incrementar los gastos en campañas publicitarias que incentiven nuevamente el turismo.
- Generando gastos para reconstruir las instalaciones turísticas dañadas por los incidentes terroristas.
- Y obligando a incrementar la seguridad en los posibles destinos turísticos, con el objeto de dificultar posteriores ataques terroristas.

4. Impacto del terrorismo en la economía del turismo

A pesar de la amenaza terrorista existente, el turismo mundial alcanzó en 2015 un nuevo récord histórico, situándose en 1.184 millones de viajeros por ocio o trabajo (Gráfico 2), un incremento del 4,4 por 100 con respecto al año anterior (WTO, 2016). El *ranking* de países más visitados lo encabezó Francia, seguida de Estados Unidos, España y China (*ibid.*).

También en términos económicos el sector ha experimentado un importante crecimiento (Gráfico 3), alcanzando en 2015 un volumen de negocio total equivalente a 7,17 trillones de dólares, en torno al 9,8 por 100 del PIB mundial de ese año.

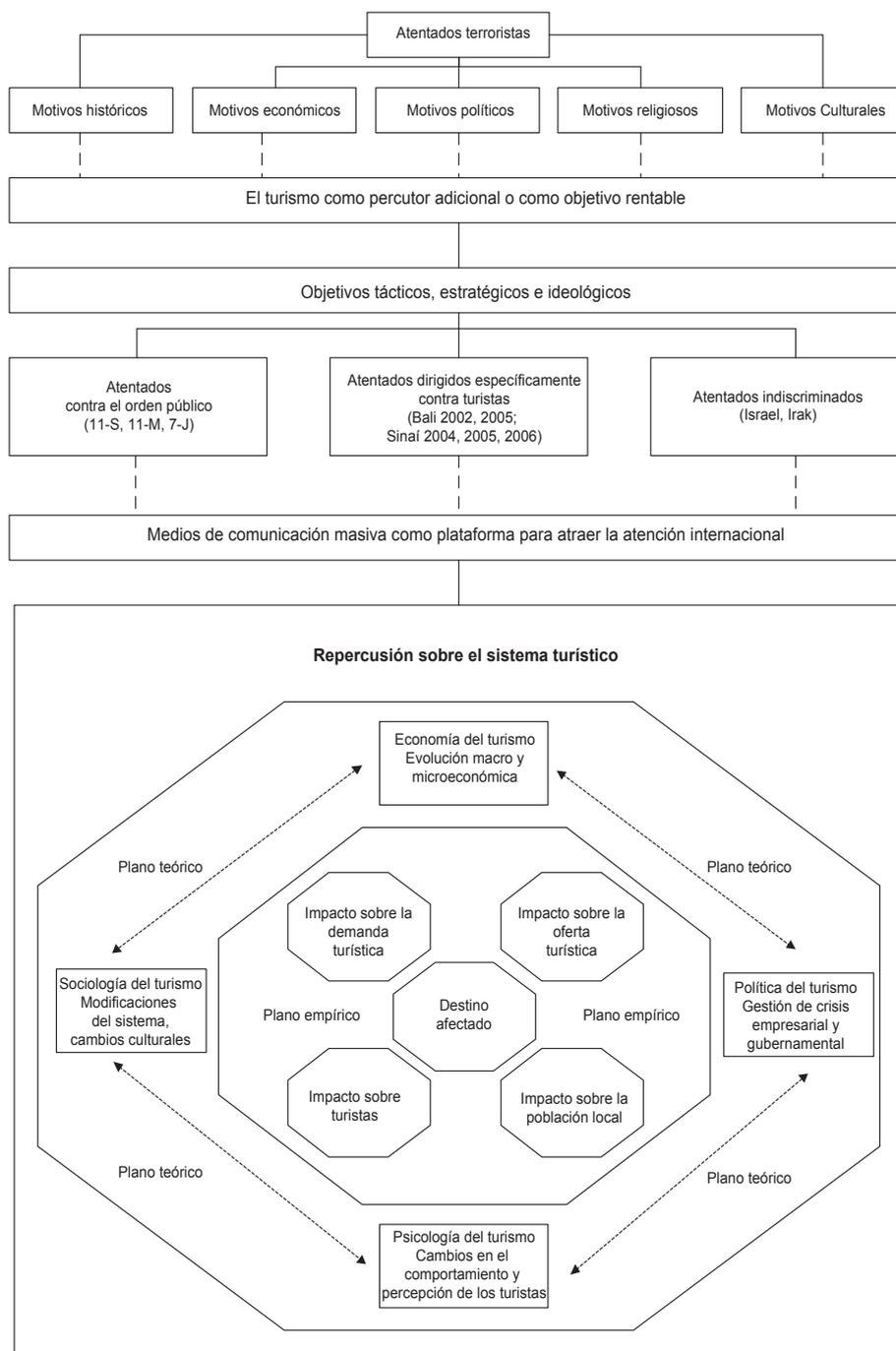
En tanto que el turismo se ha convertido en una actividad verdaderamente internacional, cuando no global, un ataque terrorista dirigido contra el turismo, además de tener funestas repercusiones económicas, atraería la atención de los medios de comunicación

¹⁵ Y más recientemente, JETTNER (2014) y SHIN (2015).

¹⁶ Véase al respecto VALIÑO *et al.* (2010, 15-24).

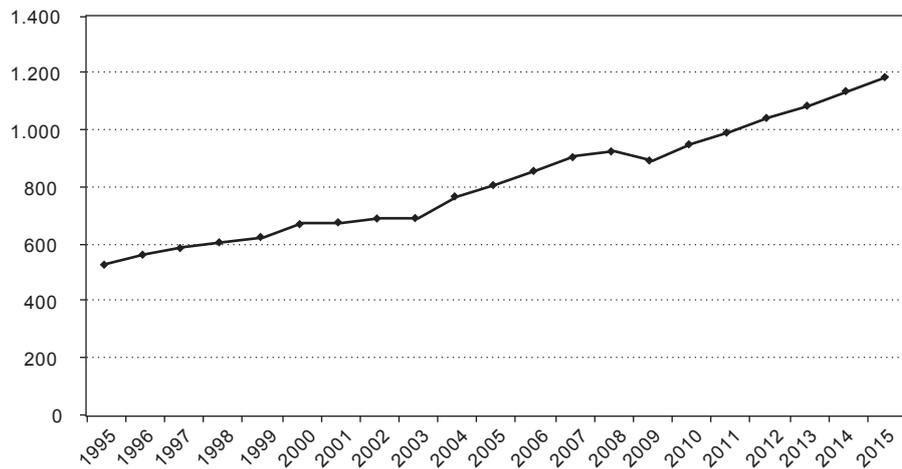
ESQUEMA 1

MODELIZACIÓN ESQUEMÁTICA DE LOS MECANISMOS DE REPERCUSIÓN ECONÓMICA DE LOS ATENTADOS TERRORISTAS SOBRE EL SECTOR TURÍSTICO



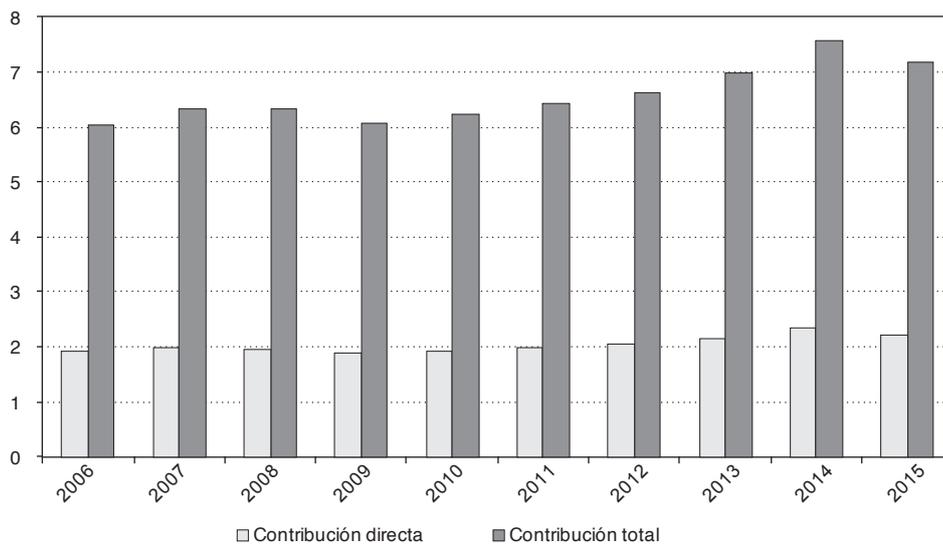
FUENTE: ASCHAUER (2008, 64).

GRÁFICO 2
NÚMERO DE LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES
 (En millones)



FUENTE: WTO (2016, 15).

GRÁFICO 3
CONTRIBUCIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO A LA ECONOMÍA GLOBAL, 2006-2015
 (En trillones de dólares)



FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos disponibles en World Travel and Tourism Council.

mundiales (Baker, 2014)¹⁷. Las consecuencias económicas para una región turística, que por culpa de la amenaza terrorista quedara al margen de la consideración de los viajeros, podrían resultar muy cuantiosas, habida cuenta de la aversión de los turistas al factor riesgo (Richter y Waugh, 1986; Pizam y Mansfeld, 1996, entre otros) a favor de destinos pacíficos y socialmente estables (Neumayer, 2004; Reisinger y Mavondo, 2005). No obstante, a estos costes directos habría que sumarles los costes indirectos, como son la ausencia de entrada de divisas y menores inversiones extranjeras (Dimanche, 2004, 163), así como la repercusión sobre otros sectores afines (Pizam y Fleischer, 2002), cuestiones éstas que de nuevo afectarían más severamente a los países en vías de desarrollo. Todo esto conduce a que el sector turístico pueda considerarse un «negocio crítico» en el contexto de la amenaza terrorista (Tribe, 2008).

En consecuencia, es obvio que los terroristas que enfoquen su lucha desde un planteamiento de guerra económica, traten preferentemente de atentar contra aquellos intereses que supongan un mayor daño económico para el país afectado. Quizás sea Abimael Guzmán, el fundador de Sendero Luminoso, quien mejor sintetizara los argumentos terroristas (Wall, 1996, 177):

- El turismo es el símbolo del capitalismo.
- Los turistas generalmente provienen de países ricos y, por lo tanto, representan a los «regímenes capitalistas» considerados opresores.
- El turismo es una industria apoyada por el Gobierno y, por consiguiente, un ataque al turismo es un ataque al Gobierno.

Richter y Waugh (1986, 235) han señalado que los terroristas perciben a los turistas como «un valor simbólico, unos representantes indirectos de Gobiernos

hostiles o contrarios [...], unos objetivos «blandos» concentrados en hoteles y atracciones turísticas». A su vez, los mismos autores apuntan en un trabajo posterior (1991, 323) que los turistas como foráneos son preferidos por los terroristas como víctimas «al suscitar menos simpatías entre la población local que los autóctonos», planteamiento éste que es compartido por Essner (2003, 11), al afirmar que «atacar a víctimas locales provocaría las iras de sus conciudadanos, lo que podría conllevar la retirada del apoyo y poner en riesgo su cobertura».

De lo anterior deriva que el principal objetivo del terrorismo en los últimos lustros haya sido precisamente el turístico, puesto que se trata de uno de los sectores más sensibles a los atentados. La natural reacción de los turistas y de los turoperadores frente a los ataques terroristas es evitar aquellos destinos donde éstos tengan más visos de ocurrir, afectando así de forma casi inmediata su competitividad (Fernández, 2002, 78). Son varios los trabajos previos que han venido a demostrar este extremo. Así, Sónmez (1998, 417) indica que «la amenaza de daño que acompaña al terrorismo o a la violencia política tiende a intimidar más a los turistas potenciales que ningún otro desastre, independientemente de que éste sea natural o de causa humana»¹⁸. En un mismo sentido se expresan Drakos y Kutan (2003, 3) al asegurar que «el efecto más fuerte y duradero del terrorismo es sobre el turismo», así como Lennon y O'Leary (2004, 1), para quienes el terrorismo «afecta de forma más severa a la industria turística que a ningún otro sector». De forma empírica, este hecho se viene poniendo de manifiesto en las mayores pérdidas, tras un atentado, de las cotizaciones bursátiles de los valores adscritos al sector turístico,

¹⁷ Recuérdese que el objetivo del terrorismo es crear un ambiente de miedo e incertidumbre. En este sentido, el turismo se convierte en un medio privilegiado para alcanzar este fin, pues la preferente cobertura mediática de estos acontecimientos favorece la difusión del mensaje político de los terroristas.

¹⁸ Valga recordar que, desde el punto de vista económico, los ataques terroristas no difieren de otros eventos extremos como pueden ser las catástrofes naturales o similares, caracterizadas por respuestas no lineales, una baja probabilidad, graves consecuencias (económicas) y una alta posibilidad de desencadenar reacciones sistémicas que pueden conllevar fuertes pérdidas.

aspecto éste al que apunta De la Dehesa (2004) al destacar dentro de los efectos particulares inmediatos «una caída temporal de las cotizaciones bursátiles, especialmente de las empresas relacionadas con el turismo, la hostelería, el ocio y los seguros». En un trabajo anterior (Baumert, 2009) pude confirmar empíricamente este extremo, si bien cabe señalar que estos efectos suelen mostrar un impacto cada vez menor y de más corta duración, como resultado de un «efecto aprendizaje» de los mercados bursátiles (Baumert, 2010), lo cual no es óbice para que, dentro de esta tendencia general, los valores adscritos al sector turístico estén entre los más severamente castigados¹⁹. No obstante, debemos matizar que dentro del sector turístico el impacto no es igual sobre todos los subsectores, pues, como señalan Brück y Wickström (2004, 4), «algunas actividades del sector se ven más afectadas que otras y, en consecuencia, sufren un daño mayor». Ahora bien, en lo que no existe un claro consenso —puesto que resulta difícil medirlo econométricamente— es en la duración de estos efectos, si parece seguir siendo válida la indicación de Pizam (1999), según la cual «el descenso en el número de turistas perdurará hasta que el recuerdo del incidente se haya desvanecido de la memoria colectiva».

A su vez, Dimanche (2004, 158) asegura que, debido a su naturaleza, el turismo presenta una alta probabilidad de convertirse en un objetivo prioritario del terrorismo en el futuro; el fenómeno terrorista se convertiría así en una parte integral del turismo moderno. A esto se suma que el sector turístico ha de aceptar el riesgo terrorista y los problemas geopolíticos relacionados, a fin de poder gestionarlos adecuadamente. Igualmente, un destino que no es seguro (o que no es percibido como seguro), no podrá aprovechar

plenamente las ventajas económicas derivadas del turismo. Y, por último, el turismo se ha convertido en una necesidad para una parte significativa de la población mundial y debe considerarse un sector «robusto» o «resiliente».

Entrando ya en los resultados de los estudios empíricos sobre el tema²⁰, se puede señalar que, al margen de los trabajos seminales de D'Amore *et al.* (1986) y Norton (1987) —que no detallamos aquí por no aplicar un análisis económico, sino predominantemente político—, existen sendos estudios relevantes acerca de la repercusión del terrorismo sobre el sector del turismo publicados con anterioridad al 11-S. De hecho, uno de los primeros tomó precisamente el caso español como objeto de estudio (Enders y Sandler, 1991): los autores analizan la causalidad entre el terrorismo y el turismo en España entre 1970 y 1988, tratando de dar respuesta a la pregunta acerca de en qué medida el fenómeno terrorista disminuirá el volumen de visitas turísticas a España; concluyen que durante el período de estudio, el terrorismo redujo significativamente la afluencia de turistas extranjeros en España (en torno a 140.000 visitantes menos por cada atentado), probándose una causalidad unidireccional del terrorismo hacia el turismo, con una duración de entre tres y seis meses. De ello se deriva que las naciones cuyas estructuras dependen claramente del sector turístico tienen una fuerte motivación económica para combatir el terrorismo dentro de sus fronteras. Apenas un año más tarde, Enders, Sandler y Parise (1992) presentaron un modelo más complejo en el que, partiendo de una modelización ARIMA, se permitiera apreciar posibles desviaciones de los flujos turísticos entre tres destinos europeos alternativos —Grecia, Italia y Austria— durante las décadas de los 70 y 80. Los autores concluyen que el sector, de forma agregada, sufrió importantes

¹⁹ Este hecho lo convierte a su vez en una alternativa preferente de especulación de los terroristas que quisieran emplear la información privilegiada acerca de los atentados para tratar de obtener con ello sustanciosos beneficios económicos a través de derivados financieros. Véanse al respecto los trabajos de BUESA *et al.* (2007) y BAUMERT (2008).

²⁰ A este respecto dejamos fuera de consideración los efectos económicos sobre el sector debidos a otros tipos de violencia —como pudiera ser la derivada de la inestabilidad política— que presentan un comportamiento diferenciado con respecto a los del terrorismo (FIELDING y SHORTLAND, 2011).

pérdidas por culpa del terrorismo (alrededor de 16.000 millones de SDR²¹, especialmente durante la segunda de las décadas estudiadas, si bien estos efectos no suelen hacer su aparición hasta pasados uno o dos trimestres desde el ataque. Detectan igualmente que el impacto de los atentados se diluye pasado un año.

También para el caso irlandés se ha comprobado que los mayores descensos en el número de turistas estaban altamente correlacionados con los períodos de mayor actividad terrorista (Leslie, 1999, 39). El mismo autor señala a continuación que: «Los turistas viajan a un destino buscando una «imagen» preestablecida —que en ocasiones puede distar bastante de la realidad— [y que] esta imagen se puede ver fácilmente alterada por una percepción de riesgo, singularmente del terrorista».

Por su parte, Sloboda (2003) analiza las implicaciones a corto plazo del terrorismo en el sector turístico de EE UU en 1988-2001 por medio de modelos ARMAX. El autor reflexiona sobre el caso particular de Estados Unidos al percibir un impacto negativo del terror en el volumen del turismo de la primera economía mundial, encareciendo sustancialmente este bien al repercutir en el mismo el coste del incremento en los sistemas de seguridad tras los atentados del 11-S. No obstante, cabe añadir que si bien es cierto que las medidas adicionales de seguridad supusieron un importante desembolso adicional para el sector, quedaron ya plenamente amortizados, pudiendo considerarse un coste importante pero único.

Otro de los trabajos destacables es el de Drakos y Kutan (2003), en el que los autores plantean la hipótesis de que el impacto del terrorismo sobre el sector turístico resultaría en un juego de suma cero, en tanto que los turistas evitarían los destinos afectados por los ataques por otros próximos considerados más seguros. En consecuencia, las pérdidas de un destino

atacado —los autores estudian los casos de Grecia, Turquía e Israel y los comparan con Italia (incluida como destino libre de amenaza terrorista)— se verían compensadas por los beneficios de otras regiones próximas.

Italia ha servido también como referente en el trabajo de Greenbaum y Hultquist (2006). Partiendo de las cifras de alojamientos turísticos en el país transalpino entre 1995 y 1997, los autores concluyen que los efectos del terrorismo se perciben sobre todo en los flujos turísticos internacionales (no se evidencia una incidencia negativa sobre los viajeros internos) y no suelen perder más allá del año en el que tiene lugar el ataque.

Una alternativa al análisis del número de turistas o de pernoctaciones consiste en tratar de medir la diferencia en la utilidad percibida por los viajeros a un destino turístico antes y después de un atentado. *Ceteris paribus*, la variación de dicha utilidad equivaldría a la pérdida de atractivo, en términos económicos, del destino en cuestión a raíz de la amenaza terrorista. En el caso español —concretamente el de las Islas Canarias— Araña y León (2008) detectaron un descenso de dicha utilidad de alrededor del 25 por 100, en tanto que otros destinos alternativos como Chipre, percibidos como equivalentes en términos de su oferta turística, veían aumentada su utilidad prácticamente en la misma cuantía. En definitiva, los resultados de Araña y León vendrían así a reforzar —ahora desde una perspectiva microeconómica basada en la utilidad del consumidor— la hipótesis, ya comentada, del «juego de suma cero» de Drakos y Kutan (2003).

Con anterioridad al 11-S se realizaron estudios basados en encuestas a turistas (Sönmez y Graefe, 1998) para tratar de averiguar qué factores son los que favorecen un abandono de los planes de viaje ante un ataque —o la amenaza de un ataque— terrorista. En el caso del trabajo citado, los autores concluyeron que estas variables eran, además de la percepción de riesgo, el grado de internacionalización y el nivel de renta. Obviamente, este tipo de estudios se vio impulsado tras los atentados contra las Torres Gemelas

²¹ Acrónimo de *Special Drawing Rights*, los derechos de giro especial, una cesta de importantes divisas diseñada por el Fondo Monetario Internacional en 1969.

y el Pentágono. Por su parte, y analizando el comportamiento de los turistas alemanes, Ahlfeldt *et al.* (2015) han venido a demostrar que el comportamiento de los turistas a la hora de modificar sus destinos tras un atentado terrorista es racional y diferenciado: si el atentado ha sido perpetrado por un grupo terrorista islamista, los destinos «musulmanes» experimentan un descenso en el número de viajeros significativamente superior al de sus vecinos no musulmanes. Anteriormente, otro estudio (O'Leary, 2007) vino a demostrar que el aumento de la amenaza terrorista percibida por los viajeros alemanes había crecido entre 2004 y 2006, y se traducía en una mayor disposición a modificar —que no suspender— sus planes de viaje (66 por 100 de las mujeres y 75 por 100 de los hombres en 2006, frente al 41,3 y 51,7 por 100 en 2004), si bien estas propensiones dependían mucho de la frecuencia individual con la que viajaban los encuestados. Un tercer factor diferencial del comportamiento de los viajeros ante la amenaza terrorista —además del sexo y de la frecuencia con la que viajan— sería la finalidad del viaje, tal y como han venido a demostrar Buesa *et al.* (2014): existe una mayor propensión a alterar los planes para unas vacaciones, que ante un viaje de trabajo o para un importante evento familiar (en los que no se detecta ningún efecto estadísticamente significativo).

Otro estudio, en este caso el publicado por Alsarayreh *et al.* (2010), analizando datos de encuestas provenientes de 40 países, vendría a indicar que tanto la inestabilidad y violencia política como el terrorismo son factores que inciden crítica y negativamente sobre el turismo de una región afectada por estos fenómenos. No obstante, los resultados apuntan igualmente a que, tras el fortísimo impacto que sobre el turismo internacional tuvo el 11-S (Fainstein, 2002), ha venido disminuyendo la intensidad de su impacto, en el sentido de que cada vez la repercusión es de menor duración y resulta geográficamente más localizada. Así, Richardson *et al.* (2007) estimaron un perjuicio económico para EE UU de más de 20.000 millones

de dólares ante un hipotético ataque terrorista contra un parque temático de ese país; actualmente las cifras barajadas resultan mucho menos relevantes. Tal es así, que algunos destinos turísticos estadounidenses, como Hawaii, incluso registraron un aumento de sus turistas tras el 11-S, siendo así que las pérdidas causadas por las cancelaciones de viajeros japoneses se vieron compensadas por el aumento de visitantes nacionales (Bonham *et al.*, 2006), y también en el caso de los atentados cometidos en India el número de turistas fue en aumento (Ranga y Pradhan, 2014), si bien es cierto que los autores trabajan con datos nacionales que probablemente diluyan un posible retroceso del turismo en la región directamente afectada²².

Un caso singular es el de Egipto (Wahab, 1996), habida cuenta del gran número de atentados perpetrados directamente contra objetivos turísticos que ha sufrido este país (Recuadro 2).

Analizando precisamente el caso egipcio, Aziz (1995) señala que no solo los grupos radicales musulmanes que perpetran los atentados son responsables de la merma de los flujos terroristas, sino también la política de comunicación del Gobierno y del Ministerio de Turismo. Esta crucial importancia de la comunicación —y que ya hemos detallado anteriormente— ha sido analizada, partiendo de la experiencia israelí, por Mansfeld (1994), para el período comprendido entre 1967 y 1990 y, más recientemente, por Fielding y Shortland (2009), quienes demuestran que los viajeros estadounidenses no dejan de visitar este país a raíz de un atentado, pero sí optan por aquellos destinos específicos que consideran menos amenazados, tomando como criterio el número de víctimas israelíes presentadas por los medios de comunicación estadounidenses (no detectándose ninguna incidencia de aquellos ataques que no eran objeto de una cobertura mediática masiva). Idéntico resultado —es decir, mantener el viaje pero optar por destinos dentro del país que resulten menos amenazados— se ha obtenido para Tailandia (Rittichainuwat y Chakraborty, 2009). En este sentido, cabe resaltar que,

²² Ver para el caso tailandés, RITTICHAINUWAT *et al.* (2009).

RECUADRO 2

EGIPTO: UN CASO PARADIGMÁTICO DE TERRORISMO CONTRA OBJETIVOS TURÍSTICOS

El terrorismo islamista en Egipto puede remontarse hasta los años cuarenta del pasado siglo, cuando la hasta entonces pacífica Hermandad Islámica creó una sección especial que participó en el asesinato del primer ministro de Egipto. La violencia política vivió su momento de máxima intensidad en las décadas de los setenta y los ochenta, si bien no fue hasta 1992 cuando se perpetró el primer ataque contra un grupo de turistas británicos, que se saldó con la muerte de una mujer.

Un atentado de mayor envergadura tuvo lugar en 1996, cuando fueron asesinados 18 turistas, mayoritariamente de origen griego. Al año siguiente, tuvo lugar la trágicamente recordada «masacre de Luxor», en la que murieron 62 personas, 58 de las cuales eran turistas. De acuerdo con Essner (2003,10), este atentado recibió mayor cobertura mediática que ningún otro atentado en la historia de Egipto, probablemente debido al gran número de nacionalidades de las víctimas. Al igual que en el caso anterior, el atentado fue perpetrado por terroristas vinculados al grupo *Al-Jama'a* (aunque otras fuentes implicaron a *Al-Jihad*).

La siguiente oleada de atentados se inició en 2004, con el trasfondo de la Segunda Guerra del Golfo y de la Segunda Intifada palestina. Así, en octubre de 2005, 34 personas fueron asesinadas en una sucesión de ataques suicidas dirigidos contra turistas israelíes. En 2005, otro atentado suicida en El Cairo resultó en la pérdida de varias vidas; le siguieron los ataques de Sharm El Sheikh, con un número de víctimas oficial que oscila entre 64 y 88, mayoritariamente turistas. El último ataque de magnitud contra intereses turísticos tuvo lugar en abril de 2006 en Dahab, saldándose con al menos 23 muertes.

En los casos más recientes, el Gobierno egipcio ha reaccionado con una fuerte ofensiva promocional y un ajuste interno de las medidas de seguridad a fin de mantener los flujos turísticos (Fernández, 2002, 75), con resultados muy positivos. Así, en tanto que en los ataques más preteritos de 1997 Egipto sufrió un serio descalabro del número de turistas que visitaron el país (-22 por 100 en 1993, -12,4 por 100 en 1994) y en el número de pernoctaciones (-30 por 100 en 1993 —Wahab en 1996 da una cifra de -43 por 100— y -19.6 por 100 en 1994), tras los atentados más recientes no se ha experimentado el mismo fenómeno. Al contrario, en 2005 el número de visitantes aumentó un 6 por 100 (si bien no es posible precisar cuánto podría haber crecido en ausencia de atentados). El *Business Monitor International* (2008, 33) apunta dos explicaciones adicionales (además de la campaña publicitaria): el aumento del riesgo terrorista en los propios países de origen de los turistas y la aceptación de una determinada posibilidad de sufrir un atentado, como algo «normal».

Si bien es cierto que, a partir de la conocida como «Primavera Árabe», Egipto no ha vuelto a ser objeto prioritario de atentados contra turistas, la inestabilidad política del país desde entonces ha hecho que aún no haya vuelto a recuperar el volumen de visitantes de antaño.

FUENTE: Elaboración propia.

tras la traumática experiencia del 11-S, la mayoría de destinos turísticos amenazados por el terrorismo han sabido incorporar este hecho a sus planes estratégicos, concibiendo campañas de *marketing* que sepan minimizar o incluso soslayar este riesgo de cara a sus potenciales clientes²³, aunque esta visión «edulcorada» se vea, obviamente, puesta a menudo en evidencia gracias a los «mapas de destinos de riesgo» (y, en concreto, de amenaza terrorista) publicados regularmente por los Ministerios de

Asuntos Exteriores de los diferentes países (siendo especialmente significativos los emitidos por Estados Unidos) como advertencia a sus ciudadanos (Bianchi, 2007)²⁴.

En el caso de otro país musulmán, Turquía, la investigación llevada a cabo por Yaya (2009), apunta a

²³ Tal es así, que especialistas en la materia como Peter Tarlow (citado en DIMANCHE, 2004, 161) afirman que tras el 11-S tuvo lugar un auténtico cambio paradigmático: «El nuevo paradigma para el sector se basa en que la seguridad turística se ha convertido en un aspecto fundamental de la estrategia de *marketing* de cualquier destino de viaje».

²⁴ Aunque en ocasiones pueda parecer que el nivel de riesgo de estas advertencias pudiera verse influenciado por los intereses comerciales con los respectivos países, lo que hace que deban ser considerados con cierta precaución. Así, valga citar el ejemplo de Cuba, clasificado, hasta el reciente acuerdo bilateral, por EE UU como un país «peligroso» como destino turístico cuando —al margen de su régimen político— la violencia y el crimen en el país está muy controlada. Igualmente, y a pesar de ser un país relativamente estable y sin incidentes terroristas, el Gobierno estadounidense clasificó Filipinas como destino peligroso a partir de la revocación, por parte del Gobierno filipino, del acuerdo que permitía las bases militares americanas en aquel país (BIANCHI, 2006, 70-71).

que el efecto que el terrorismo perpetrado en la región tiene sobre el flujo de turistas del país, si bien es significativo, debe considerarse moderado (una merma total de unos 6.000.000 de turistas en un período de nueve años).

Por su parte, Buigut (2015) ha centrado su atención en un mercado turístico hasta la fecha ignorado desde el punto de vista de la repercusión que sobre él tiene el fenómeno terrorista: Kenia. Partiendo de una base de datos de panel dinámico, y con datos cuatrimestrales referidos al período de 2010 a 2013, el autor detecta que los atentados terroristas tienen un impacto negativo significativo sobre el número de turistas de países desarrollados que eligen el país keniano como destino (no así en el caso de los procedentes de países no desarrollados o en vías de desarrollo, en los que no se aprecia un efecto estadísticamente significativo). En concreto, un incremento del 1 por 100 del número de víctimas mortales debidas a atentados, conlleva una disminución del 0,082 por 100 del número de turistas que visitan Kenia.

Para el caso español, el estudio llevado a cabo por Voltes Dorta *et al.* (2015) analiza el caso inverso, es decir, en qué medida la tregua de ETA —y, por consiguiente, la ausencia de atentados terroristas— se ha visto reflejada en un incremento del número de turistas españoles que visitan el País Vasco. Para ello aplican un modelo gravitacional sobre los flujos turísticos interregionales para el período comprendido entre 2008 y 2013. Los autores concluyen que el anuncio del «alto el fuego definitivo» de 2010 no tuvo repercusión alguna sobre el número de turistas del resto de España que visitaron el País Vasco, en tanto que sí se puede detectar un incremento estadísticamente significativo tras el anuncio del «cese definitivo de la violencia» en 2011.

Otro aspecto a tener en cuenta es la duración de estos efectos, cuestión que en ocasión resulta más difícil de precisar. No obstante, un estudio aún en marcha, que se está realizando por la Organización Mundial del Turismo, indica que un atentado de cierta envergadura tiene una duración media de 13 meses antes de

que el destino vuelva a alcanzar su nivel de visitantes anterior al ataque (frente a los 21 meses necesarios para recuperarse de una epidemia, los 24 meses requeridos para alcanzar los niveles previos a una catástrofe natural y los 27 que el sector requiere para recuperarse tras revueltas políticas violentas), valor éste que vendría a encajar con los estimados anteriormente en los trabajos ya citados.

Una última cuestión a tener en cuenta es si el grado del impacto del terrorismo sobre los flujos turísticos internacionales se ve más intensamente afectado por la intensidad de o por la frecuencia de los atentados. En un primer momento, los estudios al respecto resultaban contradictorios: Pizam (1999), analizando el caso israelí, apuntaba a que si bien ambos factores tenían una repercusión negativa, predominarían los segundos, afirmando que: «[atentados] contra objetivos turísticos que se perpetran en intervalos irregulares únicamente tendrán un impacto negativo de corta duración; en cambio, aquellos actos que se perpetren en una rápida sucesión o de forma constante tendrán un serio impacto negativo en tanto continúen» (Pizam, 1999, 9).

Por el contrario, el trabajo de Krakover (2000), estudiando igualmente la repercusión del terrorismo sobre el turismo israelí, concluye que es la severidad del atentado —medida en términos del número de víctimas— la que permite explicar mejor la disminución de la demanda turística de Israel. A este respecto, el posterior trabajo de Pizam y Fleischer (2002) —centrado nuevamente sobre el caso israelí— vendría a demostrar la mayor importancia de la frecuencia frente a la magnitud: así, en tanto que en un modelo de regresión que tiene como única variable explicativa la magnitud, ésta resultaba aclaratoria del descenso de la demanda turística; sin embargo, al incluir en la ecuación también la variable frecuencia, la magnitud pierde su significatividad, en tanto que la frecuencia presenta coeficiente negativo y estadísticamente significativo (además de que el segundo modelo presenta una bondad de ajuste notablemente superior).

5. Resumen y conclusiones

El sector turístico es uno de los más relevantes de la economía global, motivo por el que se ha convertido en un objetivo preferente de los grupos terroristas que no solo persiguen causar un daño personal y material, sino también la erosión económica de sus supuestos enemigos. En este sentido, los turistas se convierten en un objetivo prioritario, pues no solo son especialmente vulnerables, sino que además facilitan «exportar» la causa terrorista, en tanto que permiten atacar contra objetivos extranjeros sin tener que contar con una infraestructura allende sus fronteras. Además, los ataques contra objetivos extranjeros les garantizará una mayor cobertura mediática internacional que un atentado dirigido contra objetivos nacionales (amén de granjearles una menor enemistad por parte de la población local). En consecuencia, no ha de asombrar que los objetivos turísticos se hayan convertido en un objetivo prioritario del terrorismo *yihadista* (Anexo 1), al igual que ya lo fuera antes de los terroristas nacionalistas (campañas estivales de la ETA, atentados del IRA, etcétera).

En este sentido, los atentados del 11-S supusieron un cataclismo para el turismo internacional pues, si bien no estuvieron dirigidos contra objetivos turísticos, el hecho de que emplearan aviones de líneas regulares, así como el consiguiente cierre del espacio aéreo estadounidense, causaron la anulación masiva de vuelos, de reservas de hoteles y de otros servicios afines tales como entradas de cine, de teatro, restaurantes y demás. Partiendo de esta experiencia, los estudios subsiguientes dedujeron una fuerte vulnerabilidad del sector turístico, que se tradujo en proyecciones de importantes y duraderos impactos sobre el sector ante cualquier atentado.

Sin embargo, los tres lustros pasados desde los atentados contra las Torres Gemelas y el Pentágono han permitido dibujar una imagen más nítida de la reacción de los turistas y viajeros ante la amenaza terrorista. En primer lugar, los consumidores, en este caso los viajeros por ocio o por negocio, han aprendido a evaluar mejor el riesgo real de un atentado terrorista,

siendo así que en la mayoría de los casos (causas laborales o importantes eventos familiares) no alterarían un viaje que tuvieran previsto —es decir, que ha disminuido la elasticidad de los viajes con respecto a los atentados—, aunque sí lo harían con mayor propensión si la finalidad del viaje fuera vacacional. En segundo lugar, si los turistas perciben un riesgo real de atentado, habitualmente optarán no por anular el viaje, sino por cambiar su destino: si existe la posibilidad de sustituirlo por otra localidad dentro del mismo país, ésta será la primera opción; en tanto que si perciben que la amenaza terrorista se extiende homogéneamente por todo el país, y si el tipo de viaje lo permite —por ejemplo en el caso de unas vacaciones— lo sustituirán por un país alternativo que presente una oferta similar en términos de utilidad para el consumidor (cultura, ocio, playa, etcétera). Al hacer esto, los viajeros demuestran actuar de un modo estrictamente racional, por ejemplo, evitando sobre todo los destinos del ámbito musulmán tras un atentado *yihadista*. Esto ha permitido plantear la hipótesis de que, en términos netos, este tipo de reacciones resulte en un juego de suma cero, en el que las pérdidas experimentadas por el país (o región) que ha sufrido el atentado terrorista se verían compensadas por los beneficios adicionales experimentados por los destinos alternativos. De ser así, una posible medida para compensar las pérdidas —y, en consecuencia, de reducir el atractivo que estos objetivos suponen para los terroristas— sería crear un fondo internacional de compensación (para áreas de destinos alternativos, como, por ejemplo, la cuenca mediterránea) por pérdidas derivadas en los respectivos sectores turísticos a causa de un atentado, que podría financiarse con una tasa común sobre la contratación de viajes y alojamientos.

Otra conclusión importante es que para causar un impacto económico duradero no basta con un atentado aislado —siendo así que la magnitud del mismo solo tiene una repercusión menor— sino que es necesario que se dé una sucesión de ataques. En otras palabras, la amenaza de atentados ha de ser persistente

para que el impacto sea duradero. En este sentido, los atentados suicidas o aquellos en los que los atacantes son abatidos por las fuerzas de seguridad no tienen visos de presentar un efecto más que a muy corto plazo, pues la muerte —a propia mano o a mano de otros— de los terroristas descarta por sí misma la posibilidad de un segundo atentado de forma inmediata, al menos de manos de los mismos perpetradores.

En definitiva, todos los resultados apuntan a que los atentados terroristas contra objetivos turísticos han disminuido a lo largo de los tres últimos lustros tanto la duración de su efecto (con valores que oscilan entre nueve y 13 meses), como en el alcance geográfico de los mismos (motivando un cambio de destino, pero habitualmente no la cancelación del viaje), en lo que todo apunta a que resulte en un juego de suma cero. Solo en el caso de que los terroristas realicen toda una serie de atentados, consiguiendo así que la amenaza y el temor se prolonguen en el tiempo, o que los atentados en lugar de destinos específicos se dirijan contra líneas aéreas, etc., provocando un cierre prolongado del espacio aéreo, podrán detectarse repercusiones más hondas y de mayor duración.

Los terroristas atacan a los turistas precisamente porque son uno de los motores del desarrollo económico y social. Y en ocasiones los propios grupos armados son tan juiciosos acerca de la importancia del turismo para la economía de su país, que llegan a sobreponerse a sus propios conflictos. Valga evocar, como colofón a este artículo, el anecdótico incidente que tuvo lugar en Kenia durante las elecciones de 1997 y que recoge Bianchi (2007, 71), aunque no se refiera a un evento terrorista, sino a un caso de inestabilidad y violencia política: cuando un autobús con turistas alemanes acabó atrapado entre el fuego cruzado de dos facciones armadas enfrentadas, éstas interrumpieron los disparos y condujeron —conjuntamente— el autobús fuera de la zona de peligro, conscientes de la importancia que el turismo suponía para la región, independientemente de la facción que se acabara imponiendo en la revuelta.

Referencias bibliográficas

- [1] AHLFELDT, G. M.; FRANKE, B. y MAENNIG, W. (2015). «Terrorism and International Tourism: The Case of Germany». *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, vol. 235, nº 1, pp. 3-21.
- [2] AL-HAMARNEH, A. (2005). «Turismo internacional contra terrorismo». *Turismo Islámico*, vol. 19, pp. 30-32.
- [3] ALSARAYREH, M. N.; JAWABREH, O. A. A. y HELALAT, M. S. (2010). «The Influence of Terrorism on the International Tourist Activities». *European Journal of Social Science*, vol. 13, nº 1.
- [4] ARAÑA, J. y LEÓN, C. (2008). «The Impact of Terrorism on Tourism Demand». *Annals of Tourism Research*, vol. 35, nº 2, pp. 299-315.
- [5] ASCHAUER, W. (2008): *Tourismus im Schatten des Terrors. Eine vergleichende Analyse der Auswirkungen von Terroranschlägen (Bali, Sinai, Spanien)*. München: Profil.
- [6] AZIZ, H. (1995). «Understanding Attacks on Tourists in Egypt». *Tourism Management*, vol. 16, nº 2, pp. 91-95.
- [7] BAC, D.; BUGNAR, N. y MESTER, L. (2015). «Terrorism and its Impact on the Tourism Industry». *Revista Română de Geografie Politică*, vol. 17, nº 1, pp. 5-11.
- [8] BAKER, D. (2014). «The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry». *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, vol. 2, nº 1, artículo 9.
- [9] BAUMERT, T. (2008). «Do Terrorists Play the Markets? Or: Can their Attacks Serve as a Source of Financing for Terrorism?». *Policing*, vol. 2, nº 4, pp. 434-440.
- [10] BAUMERT, T. (2009). «Terrorism, News Flows and Stock Markets». En: RICHARDSON, H.; GORDON, P. y MOORE, J. E. (eds). *Global Business and the Terrorist Threat*. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar.
- [11] BAUMERT, T. (2010). «The Impact of Terrorism Attacks on Stock Markets». En: BUESA, M. y BAUMERT, T. *The Economic Repercussions of Terrorism*. Oxford: Oxford University Press, 2010.
- [12] BAUMERT, T. y CARO, J. (2010). «The Impact of Terrorism Attacks on Passenger's Travel Behavior: Evidences from Spain». En: GALLORE, A. (ed): *Terrorism: Motivations, Threats and Prevention*. New York: Nova Publishing.
- [13] BENEGAS, J. M. (2004). *Diccionario de Terrorismo*. Madrid: Espasa
- [14] BHATTARAI, K.; CONWAY, D. y SHRESTHA, N. (2005). «Tourism, Terrorism and Turmoil in Nepal». *Annals of Tourism Research*, vol. 32, nº 3, pp. 669-688.
- [15] BIANCHI, R. (2007). «Tourism and the Globalization of Fear: Analyzing the Politics of Risk and (in)Security in Global Travel». *Tourism and Hospitality Research*, vol. 7, nº 1, pp. 64-74.

- [16] BONHAM, C.; EDMONDS, C. y MAK, J. (2006): «The Impact of 9/11 and Other Terrible Global Events on Tourism in the United States and Hawaii». *Journal of Travel Research*, vol. 45, nº 1, pp. 99-110.
- [17] BRÜCK, T. y WICKSTRÖM, B. A. (2004). «The Economic Consequences of Terror: Guest Editors' Introduction». *European Journal of Political Economy*, vol. 20, nº 2, pp. 293-300.
- [18] BUESA, M. y BAUMERT, T. (eds) (2010). *The Economic Repercussions of Terrorism*. Oxford: Oxford University Press.
- [19] BUESA, M.; BAUMERT, T.; PRIVADO, J. y GARCÍA, R. (2014). «¿Cómo altera la amenaza terrorista los hábitos de los consumidores? Un modelo aplicado a los viajes de largo trayecto». *I Jornada de Excelencia e Innovación en Psicología*. Psicofundación y C.U. Cardenal Cisneros. Madrid.
- [20] BUESA, M.; BAUMERT, T.; VALIÑO, A.; HEIJS, J. y GONZÁLEZ, J. (2007). «El impacto de los atentados terroristas sobre los mercados de valores. Un estudio comparativo de la repercusión financiera de los ataques islamistas contra Nueva York, Madrid y Londres». *Información Comercial Española, Revista de Economía*, nº. 835, pp. 253-271.
- [21] BUIGUT, S. (2015). «Effect of Terrorism on Demand for Tourism in Kenya: A Comparative Analysis». *Tourism and Hospitality Research*. Disponible en: DOI:1467358415619670.
- [22] CABRER BORRÁS, B. e IRANZO PÉREZ, D. (2007). «El efecto de los atentados del 11-S sobre el turismo en España». *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 25, nº 1, pp. 365-385.
- [23] CASSEN, L. (1994). *Travel in the Ancient World*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- [24] D'AMORE, L. y ANUZA, T. (1986). «International Terrorism: Implications and Challenge for Global Tourism». *Business Quarterly*, vol. 51, pp. 20-29.
- [25] DIMANCHE, F. (2004). «Business Sectors: Tourism». En: SUDER, G. (Ed.), *Terrorism and the International Business Environment: The Security-business Nexus*. London: Edward Elgar.
- [26] DOMÍNGUEZ, P.; BURGUETTE, E. y BERNARD, A. (2003). «Efectos del 11 de Septiembre en la hostelería mexicana: reflexión sobre la monodependencia turística». *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 12, nº 3-4, pp. 335-348.
- [27] DRAKOS, K. y KUTAN, A. M. (2003). «Regional Effects of Terrorism on Tourism in Three Mediterranean Countries». *Journal of Conflict Resolution*, vol. 47, nº 5, pp. 621-641.
- [28] ENDERS, W. y SANDLER, T. (1991). «Causality Between Transnational Terrorism and Tourism: The Case of Spain». *Terrorism*, vol. 14, pp. 49-58.
- [29] ENDERS, W.; SANDLER, T. y PARISE, G. F. (1992). «An Econometric Analysis of the Impact of Terrorism on Tourism». *KYKLOS*, vol. 45, nº 4, pp. 531-554.
- [30] ESSNER, J. (2003). «Terrorism's Impact on Tourism: What the Industry May Learn from Egypt's Struggle with al-Gama'a al-Islamiya». *Security and Development*, IPS 688.
- [31] FAINSTEIN, S. (2002). «One Year On. Reflections on September 11th and the 'War on Terrorism': Regulating New York City's Visitors in the Aftermath of September 11th». *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 26, nº 3, pp. 591-595.
- [32] FERNÁNDEZ ÁVILA, V. R. (2002). «El impacto del terrorismo en las llegadas de turismo internacional. Algunos ejemplos». *Anuario Turismo y Sociedad 2002*, pp. 70-79.
- [33] FERNÁNDEZ, F. (2007). «Turismo, comercio y terrorismo». *ABC*, 4 de julio de 2007, p. 3.
- [34] FIELDING, D. y SHORTLAND, A. (2009). «Does Television Terrify Tourists? Effects of US Television News on Demand for Tourism in Israel». *Journal of Risk and Uncertainty*, vol. 38, nº 3, pp. 245-263.
- [35] FIELDING, D. y SHORTLAND, A. (2011). «How do Tourists React to Political Violence? An Empirical Analysis of Tourism in Egypt». *Defense and Peace Economics*, vol. 22, nº 2, pp. 217-243.
- [36] FREY, B. S. y LÜCHINGER, S. (2009). «Tourismus und Terrorismus aus ökonomischer Sicht». *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, vol. 1, nº 1, pp. 63-73.
- [37] FREY, B. S.; LÜCHINGER, S. y STUTZER, A. (2005). «Wirtschaftliche Auswirkungen des Terrorismus». *Die Volkswirtschaft*, vol. 11, pp. 4-7.
- [38] GIGERENZER, G. (2001). «Dread Risk, September 11, and Fatal Traffic Accidents». *Psychological Science*, vol. 15, nº 4, pp. 286-287.
- [39] GREENBAUM, R. T. y HULTQUIST, A. (2006). «The Economic Impact of Terrorist Incidents on the Italian Hospitality Industry». *Urban Affairs Review*, vol. 42, nº 2, pp. 113-130.
- [40] HALL, C. M. (1994). *Tourism and Politics: Power, Policy and Place*. London: Chichester.
- [41] HALL, D. (1995). «Terrorising the Tourist». *The Geographical Magazine*, vol. 67, p. 17.
- [42] KRAKOVER, S. (2000). «Estimating the Effects of Atrocious Events on the Flow of Tourism in Israel». En: ASHWORTH, G. y HARTMANN, R. (eds.): *Tourism, War and the Commemoration of Atrocity*. Nueva York: Cognizant.
- [43] LENNON, R. y O'LEARY, B. (2007). «International Terror Attacks: Do they Have an Effect on German Travel Consumer's Perception and Future Travel Plans?». *ASBBS E-Journal*, vol. 3, nº 1, pp. 57-66.
- [44] LESLIE, D. (1999). «Terrorism and Tourism: The Northern Ireland Situation: A Look Behind the Veil of Certainty». *Journal of Travel Research*, vol. 38, pp. 37-40.
- [45] LLORCA-VIVERO, R. (2008). «Terrorism and International Tourism: New Evidence». *Defense and Peace Economics*, vol. 19, pp. 169-188.

- [46] LLUSSÁ, F. y TAVARES, J. (2008). «Economics and Terrorism: What We Know, What We Should Know and the Data We Need». *CEPR Discussion Paper n° DP6509*. Disponible en: <http://ssrn.com/abstract=1140036>
- [47] MANSFELD, Y. (1994). «The Middle-East Conflict and Tourism to Israel, 1967-90». *Middle Eastern Studies*, vol. 30, n° 3, pp. 646-667.
- [48] NEUMAYER, E. (2004). «The Impact of Political Violence on Tourism». *Journal of Conflict Resolution*, vol. 48, n° 2, pp. 259-281.
- [49] NORTON, G. (1987). «Tourism and International Terrorism». *World Today*, vol. 43, n° 2, pp. 30-33.
- [50] ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2016). *UNWTO Annual Report 2015*. OMT. Madrid.
- [51] PIZAM, A. (1999). «A Comprehensive Approach to Classifying Acts of Crime and Violence at Tourism Destinations and Analyzing their Differential Effects on Tourism Demand». *Journal of Travel Research*, vol. 38, n° 1, pp. 5-12.
- [52] PIZAM, A. (2002). «Tourism and Terrorism». *Hospitality Management*, vol. 21, pp. 1-3.
- [53] PIZAM, A. y FLEISCHER, A. (2002). «Severity Versus Frequency of Acts of Terrorism: Which Has a Larger Impact on Tourism Demand?». *Journal of Travel Research*, vol. 40, pp. 337-339.
- [54] PIZAM, A. y MANSFELD, Y. (1996). *Tourism, Crime and International Security Issues*. Chichester: John Wiley & sons.
- [55] RANGA, M. y PRADHAN, P. (2014). «Terrorism Terrorizes Tourism: Indian Tourism Effacing Myths?». *International Journal of Safety and Security in Tourism*, vol. 5, pp. 26-39.
- [56] REINARES, F. (2003). *Terrorismo global*. Madrid: Taurus.
- [57] REINARES, F. (2011). *Patriotas de la muerte*. Madrid: Taurus.
- [58] REISINGER, A. y MAVONDO, F. (2005). «Travel Anxiety, and Intentions to Travel Internationally: Implications of Travel Risk Perception». *Journal of Travel Research*, vol. 43, pp. 337-339.
- [59] RICHARDSON, H. W.; GORDON, P.; MOORE, J. E.; KIM, S.; PARK, J. y PAN, Q. (2007). «Tourism and Terrorism: The National and Interregional Economic Impact of Attacks on Major US Theme Parks». En: RICHARDSON, H.; GORDON, P. y MOORE, J. (eds) (2007): *The Economic Costs and Consequences of Terrorism*. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar.
- [60] RICHTER, L. y WAUGH, W. (1986). «Tourism Politics and Political Science. A Case of not so Benign Neglect». *Annals of Tourism Research*, vol. 19, pp. 313-315.
- [61] RICHTER, L. y WAUGH, W. (1991). «Tourism and Terrorism as Logical Companions». En MEDLIK, S. (ed.) *Managing Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- [62] RITTICHAINUWAT, B. N. y CHAKRABORTY, G. (2009). «Perceived Travel Risks Regarding Terrorism and Disease: The Case of Thailand». *Tourism Management*, vol. 30, pp. 410-418.
- [63] SHIN, Y. (2015). «The Effects of Terrorism on Tourism and the Media's Role». En KUMAR, S. (Eds.) *International Tourism and Hospitality in the Digital Age*.
- [64] SLOBODA, B. W. (2003). «Assessing the Effects of Terrorism on Tourism by Use of Time Series Methods». *Tourism Economics*, vol. 9, n° 2, pp. 179-199.
- [65] SÖNMEZ, S. (1998). «Tourism, Terrorism, and Political Instability». *Annals of Tourism Research*, vol. 25, n° 2, pp. 416-456.
- [66] SÖNMEZ, S. F. y GRAEFE, A. R. (1998). «Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions». *Annals of Tourism Research*, vol. 25, n° 1, pp. 112-144.
- [67] TOYNE, S. (2002). «Counting the Loss of Terrorism». Disponible en: http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_depth/world/2002/september_11_one_year_on/2204980.stm
- [68] TRIBE, J. (2008). «Tourism: A Critical Business». *Journal of Travel Research*, vol. 46, pp. 245-255.
- [69] DEPARTAMENTO DE ESTADO DE EE UU (2003). *Patterns of Global Terrorism*. US DEPARTMENT OF STATE. Disponible en: www.state.gov
- [70] VALIÑO, A. et al. (2010). «The Economics of Terrorism: An Overview of Theory and Applied Studies». En: BUESA y BAUMERT (ed). *The Economic Repercussions of Terrorism*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- [71] VESTER, H. G. (2001). «Terror und Tourismus». *Aus Politik und Zeitgeschichte*, vol. 47. Disponible en: <http://www.bpb.de/apuz/25879/terror-und-tourismus>
- [72] VOLTES-DORTA, A.; JIMÉNEZ, J. L. y SUÁREZ-ALEMÁN, A. (2015). «The Impact of ETA's Dissolution on Domestic Tourism in Spain». *Defence and Peace Economics*, vol. 27, n° 6, pp. 854-870.
- [73] WAHAB, S. (1996). «Tourism and Terrorism: Synthesis of the Problem with Emphasis on Egypt». En: PIZAM, A. y MANSFELD, Y. (Eds.). *Tourism, Crime and International Security Issues*. Chichester: John Wiley & sons.
- [74] WALL, G. (1996). «Terrorism and Terrorism: An Overview and an Irish Example». En: PIZAM y MANSFELD (Eds.). *Tourism, Crime and International Security Issues*. Chichester: John Wiley & sons.
- [75] YAYA, M. (2009). «Terrorism and Tourism: The Case of Turkey». *Defence and Peace Economics*, vol. 20, n° 6, pp. 477-497.

ANEXO 1

CUADRO A1

**LISTA DE LOS PRINCIPALES ATENTADOS TERRORISTAS COMETIDOS RECIENTEMENTE
CONTRA OBJETIVOS TURÍSTICOS**

Fecha	País	Ciudad	Nº de víctimas	Nº de heridos
11 septiembre 2001	EE UU	Nueva York	2.977	3.000+
12 octubre 2002	Indonesia	Bali	202	240
5 agosto 2003.....	Indonesia	Mega Kuningan	12	150
15-20 noviembre 2003	Turquía	Estambul	56	100
11 marzo 2004	España	Madrid	191	2.050
7 julio 2005	Reino Unido	Londres	56	700
23 julio 2005	Egipto	Sharm El Sheikh	64-88	150 (aprox.)
11 julio 2006	India	Mumbai	209	714
18 octubre 2007	Pakistán	Karachi	136	387
26 noviembre 2008	India	Mumbai	173	327
25 octubre 2009	Irak	Bagdad	155	520
20 marzo 2010	Rusia	Moscú	43	100
28 marzo 2011	Yemen	Ja'ar	150	45
20 enero 2012	Nigeria	Kano	185	Desconocido
10 enero 2013	Pakistán	Quetta	126	270
16 diciembre 2014	Pakistán	Peshawar	145	114
1 abril 2015	Kenia	Garissa	148	79
13 noviembre 2015.....	Francia	París	137	368
14 julio 2016	Francia	Niza	87	434

FUENTE: BAC, BUGNAR y MESTER (2015) y elaboración propia.