

## Consideración económica del turismo

### Economic consideration of tourism

DEMANDADO 14-10-2019 REVISADO  
22-1-2020 ACEPTADO 21-2-2020

**Manuel  
Figuerola**  
*Economista*  
Universidad  
Antonio Nebrija,  
Madrid, España

**Palabras claves:**  
*Teoría económica,  
turismo, so-  
ciedad actual*

**Key Words:**  
*Economic  
theory, tourism,  
current society*

**RESUMEN** La sociedad actual, a partir de la segunda guerra mundial, en 1945, ha experimentado profundos cambios y ha contemplado, a veces en silencio e indiferencia, la aparición, desarrollo y muerte de auténticos fenómenos sociales, que como tales, han impresionado al ser humano y caracterizado sus formas de vida y comportamiento; y, entre estos fenómenos, es el turismo el que ha tenido un crecimiento más significativo.

**ABSTRACT** Today's society, since the Second World War in 1945, has undergone profound changes and has contemplated, sometimes in silence and indifference, the appearance, development, and death of authentic social phenomena, which as such have uninterested in human beings and characterized their ways of life and behavior; and, among these phenomena, it is tourism that has had the most significant growth.

## **2 Economía del turismo**

### **1 Introducción**

98

Es el turismo uno de esos fenómenos, que durante los años sesenta y principios de los setenta del siglo XX creció a nivel mundial de manera espectacular. Sin duda, la tentación por conocer las causas de tal proceso se hace más intensa, y todos desean saber cuáles pudieron ser los factores que originaron su enorme crecimiento. Cabe preguntarse si ¿Pudieron ser acaso razones de carácter económico? o ¿fueron los cambios sociales, los que motivaron el impresionante aumento del turismo de masas?

Es cierto, que se escribe con frecuencia sobre turismo. Pero hay que establecer que su conocimiento es reducido y se necesitan todavía verdaderos principios teóricos que estructuren los elementos y circunstancias que den forma a las distintas proyecciones de esta actividad recreativa y cultural.

Teorizar puede ser conveniente, siempre que existan los apoyos científicos imprescindibles. En otro caso, se estará haciendo, solamente, juegos imaginarios, sin ningún fundamento, vacíos de todo contraste y verificación estadística.

Se puede afirmar, casi con plena seguridad de acertar, que muy pocos sociólogos y economistas de los años treinta, imaginaban el auge que el turismo alcanzaría tres décadas después. Pensar en aquellos tiempos en que más de 285 millones de personas viajarían durante 1983 al extranjero, con fines, generalmente recreativos, era algo que entraba dentro de una "absurda fantasía". La situación ha cambiado y los condicionamientos que entonces existían, impidiendo tal acontecimiento, han ido desapareciendo, modificándose sustancialmente el comportamiento. de los sujetos protagonistas de la actividad turística.

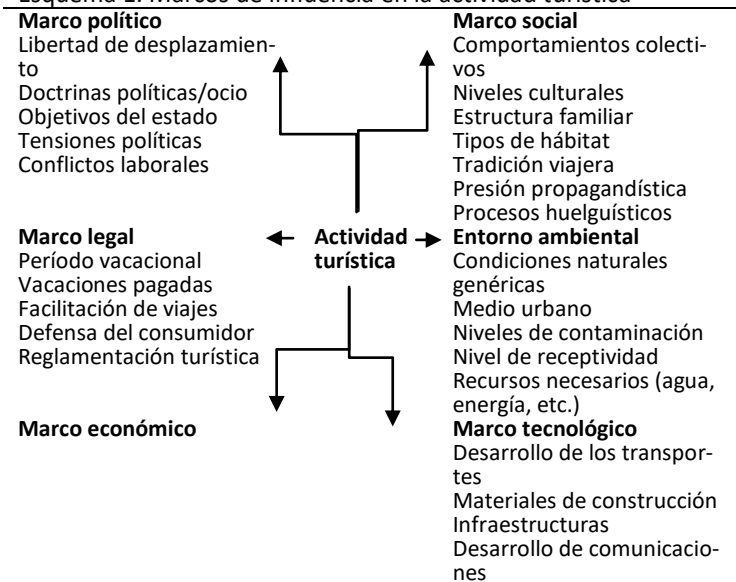
Adentrándonos en el tratamiento del turismo, se debe creer que su estudio tiene que estar en función de los distintos marcos en donde se encuadran o manifiestan esos múltiples condicionantes que se han aludido; y por supuesto, ignorar cualquiera de ellos, puede suponer desconocer la verdadera realidad y esencia de un fenómeno de masas, que actualmente se expansiona con fuerza y energía desbordante. Se considera que hoy no tiene enemigos que le amenacen, aunque sí

peligrosos y graves problemas de estructura y desarrollo.

En un estudio completo del turismo, es fundamental que se consiga plantear de manera homogénea y coherente una teoría conjunta, que contemple los aspectos y connotaciones que a ese fenómeno dan forma y significación. El no prestar atención, con la debida intensidad o rigor, a cualquiera de ellos, será como despreciar un tipo de dependencia. Alguno, quizás, posible causa y justificación de una parte de su potente desarrollo.

Es conveniente resaltar la importancia de seis marcos de influencia e interdependencia, en cuyos ámbitos tiene su origen la raíz auténtica de que el turismo se haya convertido en un permanente “fenómeno”, del cual todos desean participar y disfrutar.

Esquema 1. Marcos de influencia en la actividad turística



Fuente: Elaboración propia

Es el turismo un fenómeno social, de caracteres absolutamente definidos por la actuación, normas de comportamiento y limitaciones de la colectividad humana. Este planteamiento obliga, pues, a considerar con especial interés todas esas expresiones del marco social: dinámica y estática de la pobla-

ción, cultura y hábitos, religiosidad y sensibilidad a captación de valores, etc., que especifican, de manera real, cuáles son las pautas, vocaciones, deseos y estructuras de los grupos sociales que van a ser el elemento básico de la aparición o no de inclinaciones hacia el turismo. No sería acertado, por otra parte, olvidar aspectos tan importantes tales como el cambio social o las anomias y frustraciones, en ese fundamento social que tiene sin duda el desarrollo de la actividad turística.

Junto a la consideración social del turismo, puesto que es el hombre y la mujer el ejecutor y actor único de su manifestación, el ámbito de lo político ofrece una amplia gama de influencias que obligan a no descuidar la observación de las formas en que aquel influye, de manera más o menos decisiva, en la intensificación o disminución de los viajes y estancias. El grado de libertad individual y colectiva, los sistemas políticos y sus alternativas de poder y oposición, la estabilidad y orden público, la normativa de los regímenes en cuanto a tolerancia, control y estímulos del turismo son factores de gran trascendencia en los momentos de la decisión vacacional o consecución de un permiso para viajar al extranjero, y para la aplicación en un territorio de una política general de decidido apoyo a la expansión del turismo como actividad económica y social.

Dentro de otro orden de cosas, el marco institucional o jurídico, favorecerá o perjudicará el desarrollo de la actividad turística, tanto en su vertiente generadora de riqueza, como ejecutora de un gasto, que es el objetivo final del turismo, ya que este se origina y se caracteriza por ser una tipificada acción de consumo.

De otra parte, no debe ignorarse el marco ecológico, ya que éste puede ser, en algún momento, el fundamento de la misma actividad turística, ya que o bien el visitante persigue un espacio natural en donde existe un equilibrio ambiental y se ofrece el objetivo deseado en el disfrute de la actividad (el mar y la nieve, por ejemplo) o bien, es el modelo de medio ecológico negativo en el que el hombre y la mujer ha de vivir el que le fuerza a hacer turismo para escapar de una situación adversa y desfavorable para su sistema psíquico.

Tampoco puede olvidarse que ha sido el desarrollo tecnológico, especialmente, en los medios de transporte, el que ha

propiciado y estimulado directamente los viajes cada vez más lejanos e incluso, en términos relativos, más baratos.

El contenido e importancia del enfoque social, político, ecológico e institucional del turismo, requeriría sendos trabajos, diferenciados, si se quisiera condensar en una sola obra, una teoría general en donde estuviesen comprendidos en profundidad todos esos aspectos.

Es evidente que el turismo, como actividad que persigue la satisfacción de un conjunto de necesidades de carácter personal y cultural, de ninguna manera puede ser considerado como algo complementario del ser humano.

Se debe estar seguros de que el turismo es uno de los actos más enriquecedores que el hombre y la mujer pueden desarrollar en su tiempo libre. Sin duda, la presente estructura socio-económica en la que las personas están obligadas a vivir, le ha castigado por múltiples razones trabajar menos y a poseer más tiempo libre. Esto significa que llenar esas horas haciendo turismo puede proyectarse en una mejora de los índices culturales y sociales de la población.

El “considerando” de la Conferencia Mundial de Turismo en Manila señala, que

el turismo puede lograrse mediante el esfuerzo conjunto de todos los Estados para promover la reducción de la tensión internacional y fomentar la cooperación con un espíritu de amistad y respeto a los derechos humanos y comprensión entre todos los Estados (OMT, 1980).

Se aprecia, pues, la gran intercomunicación de la actividad con diferentes ciencias y ámbitos de estudio, que sería necesario analizar.

El objeto de este texto es mucho más limitado y sólo pretende iniciar el estudio de algunos elementos básicos que pueden servir de pauta para aquellos expertos y entusiastas de los temas científicos del turismo y apoyar un conjunto de hipótesis y teorías en torno a la actividad. Esas hipótesis y argumentos, bien diseñados y utilizados, podrían ser punto de partida para determinar una teoría económica, sistemática y completa del turismo. Pensamos que existe una gran necesidad de contar con unos principios básicos que puedan ser

contrastados en la realidad y sean capaces de prestar luz en tan difícil camino.

Como resumen de lo comentado, surge una primera conclusión al texto: la urgencia, necesidad y oportunidad de investigar un hecho que en pocos años se ha convertido en fenómeno de masas. No obstante, hay que manifestar que la movilidad de las gentes que hacen turismo complica progresivamente el estudio y argumentación técnica, sin los que se hace muy peligroso continuar en el desarrollo de la actividad y, por supuesto más grave, mantener la inexistencia de políticas turísticas. Las directrices generales de este sector económico habrán de estar basadas en planteamientos racionales, dejando de lado intuitivas acciones no derivadas de análisis serios y de resultados contrastados en base a criterios que partan de informaciones útiles y sobre todo actuales, en razón de que es dudoso reconocer la consistencia de datos estadísticos, análisis y programas, cuando se caracterizan por su pobreza técnica, obsolescencia y parquedad de medios. En consecuencia, y como preludio de esa macroteoría científica que todos pretenden, y reconociendo de antemano la importancia económica turística, se ha redactado este texto con objeto de poseer un elemento orientador cuando se ha de determinar cualquier política de turismo.

## **2 La consideración económica del turismo**

Definir el turismo no es tarea que resulta fácil, en razón de las diferentes connotaciones que le caracterizan y las variadas consideraciones a que puede ser sometido. Pero hay que partir de una definición muy general que permita después distintas acotaciones específicas.

Los profesores Hunziker y Krapf, en 1942, establecían una definición, en principio, universalmente admitida y que actualmente es la concepción aceptada por la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo (AIEST):

Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal... (Hunziker y Krapf, 1942).

En la definición de Hunziker y Krapf se destacan varios puntos

de singular interés:

- 1 El turismo resulta ser un conjunto de relaciones y fenómenos.
- 2 Se exige el desplazamiento de su residencia habitual.
- 3 No puede darse en el desplazamiento la existencia de una actividad lucrativa principal con carácter permanente o temporal.

Es interesante apreciar, que en la definición se habla de “actividad lucrativa principal”, pudiéndose entender que no se niega la obtención de una determinada renta siempre que no tenga el carácter de principal.

En el presente trabajo, fundamentalmente se acota el campo conceptual al área económica que es el objetivo básico del texto. Difícilmente se puede dudar de la caracterización económica que tiene la actividad turística. Es consecuente, pues, llegar a una conceptualización que dentro del marco económico perfile los rasgos que la identifican.

Definiciones de turismo, como de actividad turística, pueden encontrarse numerosas, y estarán en función de los rasgos que se pretendan destacar, tanto como de la causa de resaltar especiales elementos que le configuran. Sin querer profundizar en este tema, es importante que se añada algún concepto, con la idea de facilitar mejor la comprensión de los problemas que más tarde se presentarán.

En un sentido idiomático o lingüístico la palabra turismo puede conceptuarse como: “La inclinación o vocación a viajar con fines recreativos”. Por otra parte, turista será: “El ser inclinado por gusto a la realización de un viaje”. El *Petit Larousse*, señala: “Turismo es la satisfacción obtenida del desplazamiento de los viajes” y continúa indicando: “El turismo constituye un deporte muy agradable”.

No pretende este trabajo ser excesivamente minucioso en este apartado, ya que los trabajos de Krapf, Bernecker, Arrillaga, Pulido San Román, Academia Internacional de Turismo y otros, han dejado con precisión desarrollado el concepto de turismo. Sí es conveniente que de nuevo se manifieste que, de una u otra forma, el concepto de turismo se perfila en torno a una serie de connotaciones que es adecuado resaltar:

- 1 El Turismo implica desplazamiento de un lugar habitual de residencia a otro distinto que no lo es.
- 2 El Turismo se manifiesta como inclinación del sujeto, a veces de carácter vocacional, o simplemente de carácter cultural, recreativo o religioso.
- 3 El Turismo proporciona en la mayoría de las ocasiones una satisfacción, puesto que el fin básico es la recreación.

Es importante subrayar que se debe estar en completo desacuerdo con los que defienden la tesis de que el turismo no puede concebirse si no se introduce el elemento o condición de viaje al extranjero. Aceptar esto significa desconocer el turismo doméstico o de los nacionales y aún más los desplazamientos que se producen dentro del mismo entorno departamental, provincia o comarca.

Hay otras definiciones diferentes a las de carácter lingüístico, como son las de índole técnico, estadístico o motivacional.

Cabe destacar las que Miguel A. Acerenza en su libro *Administración del Turismo* (1984) presenta ofreciendo definiciones para fines estadísticos, comerciales y jurídicos. Pero interesa en este libro la que recoge o retiene el ámbito económico. Dice muy bien el profesor Krapf: "se quiera o no, desde el momento en que resulta un servicio pagado y absorbe una parte de la renta, el turismo es esencialmente un hecho económico y social" (Krapf, 1962). Para este autor la caracterización económica del turismo se basa, en que:

- 1 Existe el pago de un servicio; es decir, la compra de algo, debe satisfacer un precio.
- 2 Se produce el gasto de una parte de la renta disponible, por lo que elemento tan básicamente económico como la renta surge, planteando un conjunto de aspectos que le dan todavía mayor rigor económico al problema (niveles, distribución, tasas de crecimiento, etc.).
- 3 El turismo forzosamente es un hecho económico por los efectos que genera y los factores económicos que en él influyen.

Pulido San Román, en su "Introducción a un análisis econométrico del turismo", apunta que, en un sentido amplio,

un turista es aquella persona que, con motivo de un desplazamiento, efectúa un gasto de renta en lugar distinto de aquel en

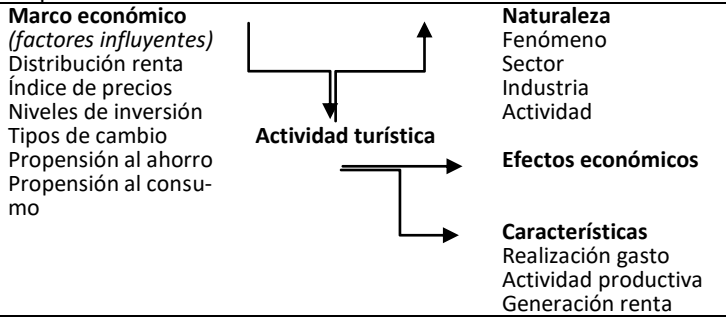


que se origina dicha renta y en el cual no reside habitualmente (Pulido San Román, 1966).

Aun estando plenamente de acuerdo con ambos autores en sus definiciones, es necesario puntualizar algunos aspectos que se creen de cierto interés.

Al turismo, en su caracterización económica, no debe contemplársele solamente a través de la óptica del sujeto que realiza la acción consuntiva y de desplazamiento. Es innegable que la actividad supone, actualmente, desde el lado de los servicios ofrecidos, una difícil panorámica, muy compleja de ser definida y casi delimitada. Pero desconocer el papel de las inversiones que son realizadas para y por el turismo, tanto como los problemas del mercado oferente, es dejar incompleta la definición. Sin embargo, en el marco etimológico o gramatical, y en términos técnicos, no es oportuno incluir otros elementos que aquéllos que vengan expresados en su voz inicial (tour), es decir, viaje. Ahora bien, dentro de la acotación de la economía turística, se debe intentar precisar más, pudiendo quedar definida la expresión turismo de la manera siguiente: El turismo es un acto que supone desplazamiento que conlleva el gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios, que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa. Lo cual, desde el punto de vista económico significa un desplazamiento del lugar habitual de residencia, sin fijación de tiempo; un gasto de renta anteriormente obtenida; un consumo de bienes y servicios, y una generación de riqueza. En consecuencia, en esta definición económica, el disfrute de un recurso turístico que no supuso un hecho económico para su incorporación al conjunto de valores que se le ofrecen al viajero de ninguna forma puede incluirse en este específico concepto.

Esquema 2. Caracterización económica del turismo



Fuente: Elaboración propia

### **3 Condición del turismo: fenómeno, sector, industria o actividad económica**

Se ha definido anteriormente el concepto de turismo en su consideración económica. Sin embargo, antes de iniciar su tratamiento es imprescindible que se llegue a delimitar dentro de este campo qué es y qué representa. El problema de su delimitación es complejo de resolver, ya que hasta el momento existen múltiples teorías al respecto. Inicialmente, en este trabajo se intenta identificar la que se considera su naturaleza. Se pretende darle forma mediante una expresión que pueda representarlo de manera simplificada en razón de su comportamiento o de su significación.

Cuatro son las formas más usuales de denominarlo y, aunque pueden interrelacionarse entre sí de alguna manera, es oportuno diferenciarlas y caracterizarlas:

- 1 Fenómeno económico y social.
- 2 Sector económico.
- 3 Industria de servicios.
- 4 Actividad social y económica.

Siempre es fundamental que se utilice con cierta claridad y precisión su verdadera significación pues, de otro modo, podrá caerse en errores de conceptualización no admisibles cuando se deba profundizar en la temática económica. Corrientemente, puede observarse en los diversos tratados sobre turismo una superposición de estos términos, sin considerar que según el aspecto especial que se estudie podrá caerse en una tremenda confusión, que es necesario evitar. Por tanto, se ha de especificar con rigor su naturaleza, respondiendo

a la pregunta: ¿qué es el turismo?

¿Es acaso un fenómeno económico y social?; ¿es un sector económico, con su propia estructura y problemática?; ¿es una industria claramente enmarcada?; o por último, ¿es un hecho o actividad con precisos rasgos económicos?

Será adecuado, pues, que se estudie su naturaleza, en directa correlación con los conceptos que brevemente fueron expresados. El fenómeno puede definirse como todo lo que puede ser percibido por los sentidos o por la conciencia. De otra manera, como hecho natural que hiere la imaginación; o también, como cosa extraordinaria o muy poco común. Siempre en el ámbito de lo económico y social se habrá de intentar buscar una identidad entre las definiciones apuntadas y el concepto económico del turismo.

En principio, no parece muy afortunada la designación del turismo como fenómeno socio-económico. Si se tiene en cuenta la primera descripción, no es el turismo algo que puede ser percibido, ya que turismo, en sentido general, ha sido considerado como una inclinación y en términos económicos como un desplazamiento que persigue distintas satisfacciones de caracteres muy desiguales. Por otra parte, no puede aceptarse que el turismo hiere la imaginación; sólo la contemplación de algo y la experiencia conseguida mediante su disfrute puede repercutir, no sólo en la imaginación, sino también en la personalidad y sentimiento del viajero. Respecto a la tercera y última consideración, será adecuado señalar que es la que más se aproxima a la significación del turismo, pero sólo es admisible bajo dos condiciones. Es decir, en el momento de una inesperada aparición del traslado, o cuando éste alcanza niveles de expansión realmente asombrosos, movilizándolo muchos millones de seres.

A menudo, se ha dado en llamar al turismo sector económico y, aun admitiendo que se le analiza expresamente en este marco, la realidad no permite compararlo e identificarlo como un sector, ya que se escapa por su contenido y variedad de formas y caracteres de lo que rigurosamente se entiende como tal (aspecto particular de un conjunto). El turismo no puede ser entendido como un sector independiente de la economía y sólo y en sentido figurado podrá aceptarse como

una específica rama productiva integrada en el sector servicios de la economía.

¿Es, pues, el turismo una industria? Tampoco se debe considerar correcta esta denominación, porque sólo debe entenderse el concepto de industria como el conjunto de las operaciones que concurren a la transformación de las materias primas y a la producción de la riqueza. Lógicamente, en cuanto a la primera expresión, no existe duda de que, en general, los actos turísticos conllevan la acción de transformación de materias primas; y puede aceptarse que la restauración modifica las formas y contenido inicial de los alimentos para darles una adaptación adecuada a los gustos y apetencias de los consumidores. Pero no en todos los casos, y más aún, en los aspectos propios de los viajeros, se produce tal condicionamiento. Es conveniente resaltar que, desde el enfoque de generación de riqueza, sí podremos identificar al turismo como una industria, pero entonces se estará ignorando la acción de los otros efectos del propio turismo.

En resumen, es propio y consecuente que a partir de aquí y dentro del tratamiento económico que se va a dar, casi exclusivamente, al trabajo, se define al turismo como una actividad económica, puesto que esta expresión recoge casi por completo todos los elementos definitorios que se ha ido aportando hasta el momento, es decir:

- 1 La inclinación es un acto humano.
- 2 La recreación es una actividad que desarrollan los individuos, separados o colectivamente.
- 3 Los desplazamientos son actos que suponen gasto de bienes.
- 4 El consumo de la renta, igualmente, puede concebirse como una actividad más.
- 5 La generación de riqueza a través del proceso productivo es una clara y tipificada actividad económica.

Pero la mejor confirmación de este planteamiento se encuentra en la consideración que formula la Secretaría de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo señalando:

No puede elaborarse un concepto formal del "sector turístico", pero sí puede concebirse éste, en líneas generales, como el conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen

bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales (SNUCD, ONU, 1971).

#### **4 Proceso histórico. El cambio del turismo de minorías a la masificación**

La evolución histórica del turismo en el último cuarto del siglo XX ha experimentado diferentes etapas, que han transformado sus caracteres y comportamientos iniciales.

Al turismo, cuando se iniciaba, se le podía concebir como un privilegio y derecho de determinadas clases sociales pertenecientes a estratos económicos de elevado rango. No podía entonces aceptarse su extensión a todos los seres humanos. Ni siquiera se justificaba y se reconocía el derecho de que fuese disfrutado por otros grupos no integrados en una alta sociedad, o al menos en una burguesía de nivel superior. Fundamentalmente, tiene su nacimiento como una actividad propia de las clases aristocráticas, que merced a su posición social y a su poder económico disfrutaban del turismo sin interrupción y periódicamente. En general, durante las vacaciones estivales, o épocas en las que el calor llegaba a sus residencias invernales. Era muy corriente observar cómo los establecimientos de baños, cuando comenzaba el mes de agosto con su calurosa climatología, se llenaban de una típica y siempre constante clientela que buscaba en dichos centros, junto a una teórica solución para sus enfermedades crónicas, el medio de relación, el nacimiento de nuevas amistades y la demostración de su situación y poder, tanto económico como social. Y junto a esos deseos, para aquellas minorías, la temporada veraniega, o los desplazamientos turísticos del verano, eran un pretexto para hacer política y crítica despiadada y llevar a cabo graves comentarios entre mujeres de ricas y afortunadas familias, que anhelaban la llegada del “descanso” con la ilusión de poder gozar de una extraña sensación, la de “estar”, exclusivamente, para ver y ser observado en un afán de notoriedad, orgullo y distinción.

No es correcto pensar que las actuales motivaciones fueran capaces entonces de atraer o arrastrar a estos grupos a lugares, que aún no tan distantes como suponen los desplazamientos de los tiempos actuales, sí lejanos o molestos dado los medios de transporte de antaño y las incomodidades que

un largo viaje suponía.

Hoy día, sin embargo, todo ha cambiado; pero especialmente, las personas sujetas a la acción turística y el número de las que viajan.

La masificación en la actividad se ha impuesto. Los logros sociales y económicos han incentivado e incrementado, primero las disponibilidades de renta para realizar el viaje, y después la duración del tiempo libre. Pero aún hay otros aspectos de gran interés que han impulsado esa expansión: la elevación de la cultura, el deseo de conocer y aprender, la caída de viejas supersticiones y tópicos, la aparición de ideologías liberales y de acercamiento, y la aproximación entre los estratos sociales. No obstante, sería absurdo creer que la consecución de esa masificación se debe tan sólo a los razonamientos expuestos. Otras causas, quizás de tanto peso, han influido notablemente en la consecución del acercamiento del turismo a todos y en la desaparición de la hegemonía absoluta de los "ricos" como únicos propietarios y herederos de ese bien social que es el turismo. Sin duda, la caída de viejas e injustas situaciones de poder y tiranía; las vacaciones pagadas; la desaparición de tan radicales desigualdades en el reparto de la riqueza; el reconocimiento de los derechos del hombre; el respeto a la libertad individual; y sobre todo, el esplendor y abaratamiento de los medios de transporte, han posibilitado esa avalancha de seres que cuando llega la temporada por ellos preferida (invierno, verano, primavera u otoño), programan su viaje y se lanzan en busca de nuevas sensaciones y experiencias, antes sólo disfrutadas por unos pocos.

Es, pues, un hecho, contemplado en las zonas turísticas en plena época de turismo, que esos pocos, en cierto modo turistas de élite, han dejado paso a miles y millones de personas que sucesivamente se concentran en determinados rincones de la tierra en busca de un descubrimiento, del recuerdo del pasado o de la contemplación de un mundo nuevo lleno de ilusiones y mil atractivos.

¿Cuál es, pues, la diferencia en ese proceso histórico, tan cambiante por las razones apuntadas? Es conveniente resumir de forma esquemática los cambios de mayor relieve, con objeto de observar la transformación producida.

- 1 El paso al disfrute del turismo de una minoría selecta a la población en general, sin grandes discriminaciones, a excepción de las impuestas por las limitaciones naturales.
- 2 El reconocimiento de un derecho del hombre y la mujer, hoy casi transformado en necesidad.
- 3 La consideración del turismo como una importante actividad económica, ya que el consumo de pocos se transformó en la realidad de todos.
- 4 La aparición de miles y miles de plazas de alojamiento, con tremendas inversiones que han supuesto una nueva caústica con consideraciones específicas y difíciles problemas de resolver.

Sin duda, la sociedad y el mundo entero están viviendo una nueva época en la que el turismo se hace imprescindible. Y así, en todas sus formas de expresión, extranjero y nacional; de estación invernal o de playa; de deporte o cultural; se percibe un fuerte crecimiento, difícil de frenar, porque razones muy claras y obvias de concretar y describir están empujando cada año, con más fuerza, a las poblaciones a viajar por razones de ocio.

La conferencia de Manila de 1980 declara:

Que el turismo puede lograrse mediante el esfuerzo conjunto de todos los Estados para promover la reducción de la tensión internacional y fomentar la cooperación con un espíritu de amistad, respecto a los derechos humanos y comprensión entre todos los Estados (OMT, 1980).

Hay que entender que el turismo, como actividad del ser humano que persigue la satisfacción de un conjunto de necesidades de carácter espiritual, no puede ser considerado actualmente como una actividad residual o complementaria del hombre y la mujer y sí concebido como un capítulo fundamental en la cultura de masas.

Finalmente, hay que subrayar que se aprecia desde la óptica personal, casi exclusivamente económica, que la modificación de las estructuras ha venido a perfilar la diferencia que más se ha manifestado en el tratamiento de la actividad. Es decir, de ser un simple elemento de producción, se ha convertido en un específico factor de desarrollo económico y social.

## **5 El marco macroeconómico del turismo**

A lo largo de la exposición que se realiza, se pretende establecer una serie de principios que perfilen las relaciones del turismo con la economía. Previa a toda consideración, será conveniente estudiar, en qué forma la actividad se siente influida por un conjunto de magnitudes que van a conformar el marco macroeconómico del turismo. Esas variables, teóricamente, han de modificar decisivamente el comportamiento de las corrientes turísticas; que a su vez repercutirán, de manera importante, en los grandes componentes de la economía de un país. En consecuencia, es necesario que se especifique el campo macroeconómico del turismo con objeto de desarrollar posteriormente las ideas más relevantes de esas relaciones mutuas entre macromagnitudes económicas y turísticas.

Como primer paso, puede apuntarse que en el ámbito de un análisis agregado cabe diferenciar las siguientes variables turísticas de carácter global:

- 1 Demanda turística:
  - A Procedente del extranjero.
  - B Interior o nacional, que se distribuye dentro del país.
    - a Regional.
    - b Extrarregional.
  - C Nacional que se dirige hacia el exterior.
- 2 Oferta turística:
  - A Básica (alojamiento transporte y alimentación).
  - B Complementaria (recreación, compras y servicios diversos).
- 3 Consumo turístico global (gasto total efectuado en bienes y servicios).
- 4 Ingresos de divisas en concepto de turismo.
- 5 Pagos de divisas por salida de nacionales al extranjero.
- 6 Valor añadido bruto del turismo.
- 7 Inversión global en empresas de servicios turísticos.
- 8 Índice general de variación de los precios turísticos.

Al mismo tiempo, es imprescindible que se observe cómo las clásicas macromagnitudes económicas influyen en las variaciones que componen el esquema expuesto. En realidad, son muchas las variables que pueden incidir, aunque con ánimo de simplificar el análisis será adecuado resumirlas en las siguientes:



- 1 Variables económicas, sujetas a acciones inmediatas y de posible utilización en la política de intensificación y desarrollo del turismo:
  - A Inversión turística (capacidad, diversificación y calidad de servicios y alojamientos).
  - B Presupuesto publicitario (montante y distribución).
  - C Nivel general de precios turísticos.
  - D Inversión en infraestructuras básica.
- 2 Variables económicas, independientes a toda actuación que específicamente se dirija a ampliar, canalizar o congelar el desarrollo turístico:
  - A P.I.B. y sus variaciones.
  - B Tensiones inflacionistas.
  - C Relación de los tipos de cambios.

Si se consideran una por una las macrovariables turísticas y se relacionan con los grupos a los que se ha hecho referencia se tendrán los siguientes supuestos:

- 1 Acción sobre la demanda turística:
  - A Respecto a la demanda extranjera, las actuaciones a ejecutar se escapan de medidas nacionales directas, aunque la intensificación de la inversión turística y la creación de imágenes y estímulos favorables alentarán nuevos estratos. Sin embargo, la vigilancia minuciosa sobre los índices de precios podrá favorecer el crecimiento. El cuadro de variables del apartado anterior "2 (variables económicas)" es independiente a toda acción desde los países receptores.
  - B La demanda interior, por su parte, estará condicionada con carácter general a los resultados alcanzados por alguna de las variables de los apartados "1" y "2".
  - C En cuanto a la demanda que se emite hacia el exterior, lógicamente habrá de encontrarse influida por las variables del segundo grupo.
- 2 Acción sobre la oferta. Se concreta en proyectos a desarrollar por influencia de variables de los grupos "1" y "2". Por ejemplo, la propensión a invertir en instalaciones turísticas, como en toda clase de infraestructura, mejorará y estimulará el desarrollo de la oferta turística. Igualmente, la evolución del cuadro macroeconómico general facilitará acciones más o menos directas sobre la oferta. No se puede olvidar que la inversión extranjera estará muy condi-

- cionada a la situación económica de cada país y a las perspectivas de cambio.
- 3 Consumo turístico global. En cierto modo, ésta magnitud se encuentra absolutamente correlacionada con la demanda global, por lo que cabe aplicar a esta importante variable lo referido a aquélla.
  - 4 Ingresos de divisas en concepto de turismo. La situación económica internacional, influyendo en las variaciones de la demanda extranjera, tanto como la relación de los tipos de cambio y los índices interiores de precios, serán las razones fundamentales de su modificación con signo positivo o negativo.
  - 5 Pagos de divisas o gastos en el extranjero. Inicialmente, están en función de la realidad económica interior. Así, las decisiones de viajar al extranjero dependerán económicamente del crecimiento del P.I.B. de los índices de precios y del coste de la vida en el exterior, el volumen de ahorro, del tipo de cambio, etc.
  - 6 El valor añadido bruto del turismo (V.A.B.T.). Puede afirmarse que su volumen estará dependiendo esencialmente de los costes de explotación; magnitud fuertemente sensibilizada por el índice general de precios, e igualmente por la tasa de actividad de las empresas turísticas. No hay que olvidar, no obstante, que la mayor dependencia del V.A.B.T. será a los niveles de salarios a los que se someta la actividad.

Finalmente, es interesante expresar esas relaciones de forma analítica. Con ánimo de simplificar y presentar un ejemplo básico, la interrelación de la actividad turística a las variables de influencia se reflejará globalmente mediante la función:

$$T_{it} = F(PB_{it}, YD_{it-1}, I_{it-1}, P_{it}, TC_{it}, \frac{\Delta C_i}{\Delta y_i}, S_{it}, U_{it})$$

siendo

$T_{it}$  = variable representativa de la actividad turística

$PB_{it}$  = Producto interior bruto (índice de variación)

$YD_{it-1}$  = Renta disponible período anterior

$I_{it-1}$  = Inversión turística

$P_{it}$  = Índice precios turísticos

$TC_{it}$  = Tipos de cambios

$\frac{\Delta C_i}{\Delta y_i}$  = Propensión marginal consumo

$S_{it}$  = Ahorro

$U_{it}$  = Variable estocástica

## **6 Influencia en el desarrollo del turismo del crecimiento económico**

115

La experiencia ha venido demostrando, que cuando el ritmo de crecimiento de las economías se intensifica, el número de viajes con fines recreativos aumenta de manera más que proporcional.

Adoptando como punto de apoyo el caso europeo, la finalización de la segunda guerra mundial puede señalarse como inicio de una nueva fase en el proceso de expansión y cambio de la actividad. La situación de desolación y amargura que ofrecía gran parte de Europa no proyectaba perspectivas de despegue de una vigorosa demanda turística. Se imponía el profundo esfuerzo de reconstrucción y puesta en marcha de una estructura productiva que se encontraba en una casi absoluta ruina. El desaliento que animaba a los vencidos, tanto como la responsabilidad que afectaba a los vencedores, no ofrecían un panorama a corto plazo de grandes inclinaciones por la realización de desplazamientos turísticos. Los tremendos problemas económicos y políticos que afectaban a gran parte del mundo ocupaban toda la atención posible, y nadie podía pensar entonces en el turismo como impulsor o equilibrador de situaciones adversas, muy complejas de resolver. No obstante, en ese análisis que debería hacerse siempre de todo "fenómeno" o cuestión, precedentemente a la adopción de una específica decisión, podría comprobarse que aquellos países que remontaron una trágica y accidentada pendiente socio-económica pronto estimularon su propia demanda turística al objeto de motivar ciertos acercamientos políticos, y también, con el fin de manifestar una realidad que acababa de nacer.

La realización de turismo es innegable que exige la existencia o tenencia de medios técnicos y económicos. Sin los cuales es absurdo mantener un mínimo deseo de crear una plataforma empresarial, desde el punto de vista de la producción, o ponerse en posición de consumir, desde el ángulo de la demanda. Quedó reflejado que son muchos los factores influyentes en la generación de la actividad turística: factores de orden social, político, sociológico e institucional, junto a los recursos

naturales; sin embargo, el factor decisivo esencialmente será el económico. Sin dinero, nadie puede pensar en programar una estancia de “x” días en cualquier lugar de vacación, y el dinero lo proporciona el proceso de creación de riqueza. En consecuencia, es correcto señalar que cuando se produce una situación de estancamiento, paralización o recesión económica, la actividad del turismo inmediatamente ha de resentirse de manera directa. No es propósito de este trabajo ilustrar las tesis a base de ejemplos o supuestos reales, pero queda implícito en los comentarios la contrastación de las hipótesis manifestadas a nivel teórico.

Con objeto de resaltar lo expuesto se considerarán separadamente los componentes de la interrelación existente entre crecimiento económico y turismo. Así, se analizará primeramente las razones del crecimiento y sus efectos sobre el turismo.

- 1 El crecimiento económico genera riqueza aumentando las disponibilidades resultantes para la adquisición de bienes y servicios no expresamente de primera necesidad (caso turismo).
- 2 El crecimiento económico, “versus” aumento de la actividad productiva, generará puestos de trabajo, con lo cual se crean nuevas rentas y posibilidad de disfrute de satisfacciones como el turismo.
- 3 El crecimiento económico proporciona corrientes de capital que pueden ser dirigidas hacia empresas no necesariamente transformadoras e industriales, tales como los establecimientos de hostelería, transporte y servicios recreativos.

En paralelo a lo señalado, y tratando el tema desde la óptica del turismo, podrán argumentarse los siguientes razonamientos:

- 1 La actividad turística exige fuertes inversiones dirigidas al montaje de adecuadas instalaciones de alojamiento, restauración, recreación y transporte. En toda situación de recesión, el capital se inhibe y tiende a refugiarse en sectores de gran seguridad o simplemente opta por su absoluta paralización en depósitos a largo o medio plazo. Sólo una clara situación de crecimiento da optimismo suficiente a los inversores para dirigirse hacia empresas como las

turísticas. Este problema tiene por supuesto dos diferenciadas vertientes: la inversión nacional y la extranjera, con resultados a veces muy diferentes.

- 2 Recesión puede significar desempleo, despido, tensiones sociales, con toda una atmósfera plena de incomprendiones, tristeza y desorden. Pero el problema del desempleo se manifiesta de manera notoria sobre la actividad turística, que contempla cómo su potencial clientela no posee los suficientes medios económicos para poder siquiera atender sus más urgentes necesidades.

El tratamiento estadístico de esta interrelación demuestra la fuerte dependencia entre crecimiento y turismo. De este modo, y aplicando la teoría de la regresión, se puede llegar a especificar un modelo que, aislando al "fenómeno" de otras variables, tanto económicas como sociales, exprese el grado de correlación entre tasas de crecimiento económico y de expansión turística.

$$ET_t = f(CE_{t-1})$$

$$ET_t = a \cdot CE_{t-1}$$

ET= Expansión turística, medida en términos reales por el aumento en porcentajes del volumen del gasto turístico.

CE = Crecimiento económico, medido también en términos reales por el aumento en porcentajes del PIB o de la renta.

a = Coeficiente multiplicador del crecimiento de la renta.

Generalmente, puede afirmarse en base a distintas experimentaciones que:

$$a > 1$$

## **7 El impacto de la redistribución de la renta en el desarrollo del turismo**

Es consecuente defender la tesis de que el efecto de la redistribución de la renta de alguna manera puede influir en el desarrollo del turismo. Hay que distinguir, sin embargo, el estricto desarrollo, de la continuidad en las variaciones positivas del turismo o simplemente de crecimiento de la actividad. Por otra parte, antes de profundizar en esta cuestión es oportuno que también se haga una delimitación en cuanto a la estratificación territorial del problema. Se han dejado apun-

tado en párrafos precedentes aspectos tan fundamentales como:

- 1 El turismo se origina en cuanto que existan grupos sociales con altos niveles de renta que les permitan disfrutar de la actividad. Dos ideas se manifiestan, en tal hipótesis:
  - A Sólo cuando se ha sobrepasado determinado nivel de renta, cubriendo los gastos de urgente necesidad, y disponiendo así de un remanente adecuado para atender los precios de un servicio superior, puede hacerse turismo.
  - B El turismo, en su fase de despegue, es una actividad, sólo disfrutada por aquellas personas que han cubierto suficientemente sus necesidades de primer orden.
- 2 Desarrollo turístico no es solamente aumento del número de personas que viajan por ocio, sino también crecimiento con equilibrio en cuanto al volumen de capacidad y extensión de la actividad a todos los niveles sociales de la población. Es decir, no puede concebirse al turismo de las minorías como actividad que cumple las normas mínimas del desarrollo. Aquella situación sólo es un privilegio, y que, aunque temporalmente el turismo de élite creciese en volumen, en su evolución se dan ciertas normas que invalidan las tesis de que entonces se estuviese dando un coherente desarrollo.

En toda sociedad en que exista el problema de una injusta distribución de la renta habrá grupos que atesoren gran parte de aquélla; mientras otros verán que a ellos sólo les corresponde del producto un porcentaje menos que proporcional a su peso relativo en el colectivo que integran junto a los primeros. Dándose esta situación, lógicamente, sólo los que se integran en las clases dominantes del poder económico tendrán el privilegio de hacer turismo, mientras que los otros difícilmente podrán hacer frente a unas obligaciones consuntivas que son imprescindibles para su existencia.

Desde el punto de vista interesado del incremento continuo del gasto turístico, por causa de la existencia de una justa distribución de la renta, se podrán dar dos secuencias diferentes:

- 1 Sociedad con escaso nivel de producción; solamente suficiente para atender el consumo de bienes y servicios de primera necesidad. En este caso, la equitativa distribución

de la renta está consiguiendo un alto objetivo social, pero está imposibilitando una determinada concentración de renta, capaz de permitir a unos pocos la realización de la actividad vacacional. En este típico caso de subdesarrollo, donde estará frenada la demanda turística, posiblemente existirá el interés de promocionar la actividad con el fin de captar estratos de demanda exterior.

- 2 Sociedad que ha sobrepasado las cotas del desarrollo; en este caso, indudablemente, todas las economías se acercan más al disfrute de la actividad, aunque es importante señalar que la más equitativa distribución proporcionará un mayor número de potenciales viajeros que una exagerada concentración de renta, ya que de ese modo el atesoramiento del producto en las manos de unos pocos está impidiendo que estratos situados en capas inferiores puedan incorporarse a la demanda turística.

Merece consideración especial el problema de los desequilibrios en la distribución de la renta dentro de un tratamiento territorial. Es normal aceptar que aquellas áreas más favorecidas económicamente suministrarán mayores contingentes de turistas. Desde este ángulo, será interesante que se haga una clara distinción según una serie de supuestos:

- 1 Desigualdad de niveles de renta comparando bloques nacionales.
- 2 Diferenciación en la distribución de la renta a nivel de regiones o comarcas dentro del país.
- 3 Desigualdad en la distribución según sean áreas urbanas o rurales.

La importancia que tiene este aspecto puede observarse estudiando por separado cada uno de los casos señalados.

Cuando existe una clara desigualdad en los niveles de renta entre dos países, automáticamente se origina la relación entre país emisor y país receptor. Siendo este último el que se encuentra en situación de inferioridad económica. La proximidad a áreas de fuerte poder de gasto será causa fundamental de iniciar intensas campañas de atracción y de aprovechamiento de los recursos turísticos naturales con el fin de ofrecerlos a las zonas ricas. Respecto al turismo interior se produce un hecho semejante, pero siempre habrá que consi-

derar independientemente los dos enfoques reseñados.

Las regiones pobres, siempre que posean los suficientes medios de captación, competirán de manera más ventajosa con las áreas (aunque atractivas para el ocio vacacional) de mayor nivel de renta. Igualmente, la consideración de áreas urbanas y rurales se hará necesaria, en cuanto que se comprueba que son los ciudadanos de las zonas urbanas quienes más intensamente hacen turismo. Estas hipótesis permiten realizar una serie de experimentos y contrastes que han determinado que en elevada proporción es fuerte la correlación que existe entre porcentajes de emisión de turismo (países, regiones o áreas urbanas) con el coeficiente de concentración de renta de Gini. Así se ha podido especificar la función:

$$TE_i = A + BG_i$$

siendo:

$TE_i$  = Turismo emitido.

$G_i$  = Coeficiente de concentración renta.

$A$  y  $B$  = Parámetros.

### **8 Las crisis económicas coyunturales**

El turismo es una actividad social a la que se le ha reconocido el carácter de “fenómeno” de masas. Su crecimiento ha demostrado poseer tal energía y justificación social que no puede ser concebido como un hecho coyuntural o simplemente pasajero. Se ha señalado, y se reiterará más adelante, que la actividad, anteriormente clasificada en una categoría de consumo de lujo, se aproxima muy rápidamente a un orden de prioridad cercano a los bienes y servicios de carácter necesario, al menos habituales.

Si el turismo hubiese sido una inclinación “provisional” o transitoria dentro de la gama de actos que la sociedad consumista pone de moda, cualquier crisis de carácter coyuntural de inmediato lo hubiese desterrado, impidiéndole perspectivas de crecimiento y toda esperanza de una incorporación masiva de la población humana. Desde luego, no ha sido así, y en consecuencia, la actividad ha soportado con firmeza y seguridad fuertes crisis que lo cotidiano o lo anormal con frecuencia y siempre inevitablemente le han sometido. No es este un tema en donde se deseen resumir las repercusiones y efectos que sobre el turismo han tenido y tienen implicaciones socia-



les, políticas, militares e institucionales.

La intención es sólo observar el impacto de las crisis coyunturales de carácter económico en torno a la actividad turística. Pronto, diferentes preguntas surgirán en el pensamiento de aquellos que se encuentran interesados por los problemas del turismo y a las cuales será conveniente responder con urgencia; de otra forma se estará corriendo un grave peligro de fracaso, pudiendo significar la no respuesta actuaciones improvisadas e ineficaces:

- ¿En qué forma una crisis coyuntural puede influir sobre el crecimiento o desarrollo de la actividad?
- ¿Por qué esa influencia puede manifestarse más agudamente sobre la actividad turística?
- ¿Cuándo y en qué fases la crisis coyuntural puede afectar más seriamente a un normal desenvolvimiento del Turismo?
- ¿En dónde y en qué medida puede afectar más intensamente la crisis?

Utilizando la experiencia que sobre estos aspectos se posee, puede responderse sistemáticamente a todas esas preguntas, al tiempo que se anuncia una teoría sobre el comportamiento de la actividad cuando se ve afectada por este problema.

La primera pregunta es fácil de ser respondida, ya que es un simple efecto directo de una situación anormal y no esperada. Es decir, la crisis coyuntural comporta posiblemente “recesión”, con un mayor o menor grado de gravedad. Esa caída de las tasas de actividad se reflejará en un mayor desempleo, elevación de los precios, disminución de las rentas disponibles, tensiones económico-sociales, etc.

Esos efectos negativos de un modelo económico que ha dejado de funcionar enseguida harán disminuir el número de personas con capacidad de gasto suficiente y, lo que es a veces más importante, dejando el ánimo de consumir muy limitado. Por tanto, puede asegurarse que se producirá una disminución de la demanda tanto exterior como interior. No es necesario señalar que la realización de un determinado desplazamiento conlleva una serie de preparativos con antelación, que la crisis paraliza y desaconseja. Es normal que antes de la consecución de un fin recreativo, cuando existe hambre e

incertidumbre, es imprescindible cubrir mínimamente las más urgentes e imperiosas necesidades vitales; lo cual retrasa para mejor ocasión el cumplimiento de una promesa, deseo e ilusión.

En relación a la tercera pregunta, es conveniente destacar que no siempre la incidencia de una situación económica irregular se manifiesta de la misma manera. A veces, aparece, en principio, encubierta por manipulaciones políticas y sociales. En otras ocasiones, el desenlace de los efectos no es presumible por el inicio lento y retardado del impacto. El momento de la repercusión estará determinado primeramente por la forma en que se produce y, después, por las medidas que se hayan adoptado para paralizar la incidencia o al menos atenuar sus efectos. Lo cual permite asegurar que, según lo expuesto, podrán diferenciarse diversas fases en el proceso de repercusión. Lógicamente, serán los estratos con rentas inferiores los más afectados por la crisis coyuntural. Lo que quiere decir, que el turismo de alta calidad proseguirá con mayores o menores dificultades, mientras que, por el contrario, la clase media, quizás recientemente incorporada al disfrute de la actividad, al ver su poder de compra disminuido, optará por modificar sus pretensiones de viajar y quizás hasta se decidirá por suspender sus planes.

En cuanto a la operación de medir los efectos, estará en función de la magnitud de la crisis y, así, podrá incidir desplazando la demanda hacia lugares y manifestaciones turísticas de menor gasto o reduciéndola a cifras mínimas, tal vez igual a cero.

Dos temas quedan pues, latentes a la vista de lo expuesto:

- A ¿Cómo enfrentarse a la crisis coyuntural?
- B ¿Qué clase de crisis económica puede afectar más gravemente al turismo?

En principio, el logro de una estructura turística equilibrada y estable permitirá soportar con firmeza una difícil situación temporal. Pero lo más urgente será estudiar con cierta previsión el posible impacto sobre la actividad, con objeto de movilizar y poner en práctica un conjunto de acciones de índole diversa, tanto crediticias como fiscales, capaces de auxiliar a las empresas mayormente afectadas por la caída de la de-

manda. En líneas generales, es difícil diseñar un esquema de acciones de defensa. No obstante, el éxito de ellas estará en función de haber proyectado el crecimiento basado en una política coherente, meditada y con óptica a largo plazo. Por otra parte, el actuar rápido, sin dejarse sorprender, al conocer con perfección el problema gracias a los estudios idóneos al respecto, impedirá profundas recesiones de la actividad. Otro objetivo interesante será tratar de clasificar las clases de crisis. Sin embargo, aunque por sus formas de manifestación y variables retenidas pueden ser cada una de ellas de aspectos diferentes, debe entenderse que en lo referente al impacto en la actividad turística, existen pocas alternativas, ya que todas ellas van a girar alrededor de una grave recesión o caída de la tasa de productividad.

### **9 Incidencia en la actividad turística de las variaciones de los tipos de cambio**

En estos momentos se considera al turismo como una típica exportación invisible; por su propia naturaleza, está ligado de alguna forma al sector exterior. Las oscilaciones que tienen lugar en los tipos de cambio y en las modificaciones de las paridades, sin duda, habrán de afectar al turismo, tanto en su volumen como en su distribución. Sobre este aspecto, existen numerosas teorías que tratan de hacer luz sobre este tema tan oscuro y tan polémico. Una gran mayoría de los expertos en esta influencia se manifiestan reconociendo una importante repercusión. Mientras que el grupo de los que están en contra también ofrecen otros hechos en razón de los argumentos que con rigor esgrimen. En principio, será interesante especificar y estimar una función para defender uno u otro punto de vista.

Utilizando el primer apartado del epígrafe, se habrá de admitir la influencia que sobre el turismo tiene una medida monetaria como la que ahora se estudia. Sin embargo, no se debe reconocer como único, este punto de vista, puesto que hay muchos estudios y experiencias sobre el tema, que se han de aprovechar con objeto de solucionar la disputa entre ambas inclinaciones.

El efecto, naturalmente, estará fuertemente mediatizado por el signo e intensidad que le corresponda a la medida; es,

pues, preciso que se diferencien con claridad y precisión las formas y volumen de la variación de los tipos de cambio. De este modo, sobre el turismo, la acción podrá afectarle más o menos profundamente, según que modificación del tipo de cambio sea positiva o negativa. Es decir, que signifique un deterioro o depreciación de la valuta nacional o que, por el contrario, la medida se concrete en una revaluación que persiga otros fines políticos o económicos. Al margen de ello, los efectos de la medida, o de la modificación del cambio oficial, podrán ser de muy diferente proyección en razón de las unidades turísticas sobre las que va a ejercer una mayor presión. Por tanto, el análisis de la incidencia será conveniente que se efectúe a través de las tres variables agregadas más concretas y significativas:

- 1 Demanda extranjera.
- 2 Demanda nacional.
- 3 Situación de la empresa turística.

¿Cómo se comporta pues la demanda extranjera ante una variación de los tipos de cambio? Indudablemente, ese comportamiento estará muy condicionado a la forma de la función. En principio, no es oportuno teorizar al respecto si no se conoce de antemano la pendiente de la recta (supóngase un crecimiento lineal). La devaluación de la moneda del país receptor de turismo significa un aumento del poder de compra de los turistas que proceden del extranjero, pero lo importante será conocer la posible cuantía de ese incremento. Ello sólo es valorable a "priori" a través del conocimiento del coeficiente de elasticidad (concepto que se estudiará posteriormente), que determinará de manera exacta la reacción de la demanda ante la disminución de los precios o el aumento de la renta disponible. El caso contrario, o revaluación de la moneda, se manifestará de forma inversa a lo señalado. Abundando en estos detalles, habrá que considerar muy especialmente si las tensiones sobre las monedas son oficiales o simplemente son reflejo de la realidad económica. En este último caso, existe la suficiente información, el turista, igualmente, se verá atraído por país que ofrece ese beneficio adicional. Por otra parte, los estratos de la demanda que viajan "de la mano de operadores turísticos" quizás no se vean tan afectados por esa medida, propicia para incrementar las corrientes externas, si los beneficios de la devaluación van a

recaer expresamente en los promotores de viajes, que venden a precios ya marcados antes de los cambios de las relaciones monetarias, y que son generalmente los beneficiados.

¿Cómo se comporta la demanda nacional ante variaciones del valor de su moneda frente a otras extranjeras? Sirva de apoyo y explicación lo expuesto, considerando, que si el movimiento se manifiesta en el deterioro del poder adquisitivo en el extranjero, las corrientes menos dotadas de medios económicos, optarán por quedarse en su país de origen, retrasando el viaje al exterior para mejor ocasión. Pero si los movimientos les benefician, posiblemente la variación monetaria actuará como estímulo complementario para la realización del desplazamiento. No obstante, hay que subrayar que sobre la demanda, tanto extranjera como interior, el factor predominante del incremento o reducción de viajeros será el grado de sensibilidad de las curvas a las modificaciones de precios y rentas disponibles.

Contemplando ahora la influencia sobre las empresas, se habrán de destacar tres variables repercutidas de alguna forma por las variaciones de los tipos de cambio:

- 1 Precios turísticos.
- 2 Importaciones turísticas.
- 3 Inversiones turísticas.

Las empresas de turismo, como el resto de las unidades de producción de un país, ante todo fenómeno devaluatorio o revaluatorio se sienten fuertemente afectadas, ya que ven cómo sus cuentas de explotación son repercutidas por los nuevos valores que tienden a alcanzar las importaciones que se requieren para el desarrollo normal de la actividad. Esos nuevos valores necesariamente harán variar los precios que se ofrecen al turista.

En cuanto a las denominadas importaciones turísticas directas (bienes alimenticios, bebidas extranjeras, atracciones, etc.), ante una relativa elevación de los precios, posiblemente en aquéllas que pueden ser sustituidas se adoptará el criterio de eliminarlas con objeto de reducir costes de producción y presentar la imagen de contención de precios, capaz de atraer y promocionar nuevos contingentes de visitantes, o al menos

residenciar los habituales.

Finalmente, es oportuno que al menos se tenga en consideración, los aspectos que sobre las inversiones para el turismo tendrá la modificación de los tipos de cambio, puesto que una depreciación de las valutas nacionales actuará como “señuelo” o atractivo de la intensificación de éstas, ya que se estará consiguiendo un nuevo incentivo económico a veces sustancioso Y de gran proyección de la economía en general.

### **10 La influencia de las tensiones inflacionistas**

Es bien sabido que todo encarecimiento del consumo retrae a éste o le hace disminuir hasta límites que marca la propia subida de los precios. Pero interesa en el presente texto aclarar no sólo el efecto de la elevación de los precios turísticos sobre la demanda, sino aquellos que provoca sobre el turismo el proceso inflacionista general de un país.

Igual a como se ha estudiado en otros puntos, será oportuno diferenciar separadamente la incidencia para la demanda extranjera y para los nacionales.

Las tensiones inflacionistas podrán tener una ligera influencia en torno al desarrollo de la actividad. Asimismo, será correcto resaltar que las implicaciones para el turismo podrán ser accesorias, en comparación a las posibles crisis económicas (de muy aguda gravedad) que provocará en otras áreas muy afectadas:

- 1 Tensiones sociales.
- 2 Disminución de las rentas disponibles para bienes y servicios no absolutamente necesarios.
- 3 Deterioro de la situación económica de las personas receptoras de rentas fijas.
- 4 En situaciones límites, aparición de graves recesiones ya sectoriales o de la economía en general.

Sin profundizar en exceso, es notorio que cualquiera de los efectos destacados, a su vez, podrá afectar muy negativamente al turismo:

- 1 Las tensiones sociales impiden la tranquilidad necesaria para el disfrute de la actividad y crean una atmósfera e imagen de violencia, temor y agresividad que desaconsejan todo proyecto de viaje turístico.

- 2 El aumento de los precios de los artículos, bienes y servicios de primera necesidad, a los cuales hay que hacer frente por su propia naturaleza, disminuye en términos reales sensiblemente los presupuestos originales. Es imprescindible el tener que renunciar a ciertas satisfacciones, como el viaje de ocio, por la urgencia de consumir unos productos que son necesarios para la vida, y por supuesto, el turismo habrá de ser considerado como algo que puede ser disfrutado cuando todo funcione mejor.
- 3 Aquellas personas que, por su edad, han dejado de prestar su servicio a la generación de riqueza y que se encuentran limitadas en sus ingresos pronto comprenden que la inflación está minando su economía, que va reduciendo paulatinamente su poder de compra, por lo que se verán obligadas a prescindir de algo, que por el tiempo libre que poseen están en situación de disfrutar casi sin condicionantes, salvo el económico. La inflación por la continuada elevación de los precios, se traduce para el turismo de la tercera edad en un efecto muy negativo.
- 4 El desencadenamiento de una inflación galopante, acompañada de graves huelgas, despidos, etc., producirá una profunda recesión económica capaz de hundir toda una adecuada y planificada estructura turística. El incremento de los despidos o desempleo y la caída de la tasa de actividad productiva podrán significar, a través de la disminución o estancamiento del PIB, una absoluta carencia de medios para la realización de viajes. Bien claro es que si no hay dinero para comer menos lo habrá para diversiones. En consecuencia, es innegable que una acentuada inflación hará morir la actividad.

Ahora bien, la demanda extranjera habrá de considerar en paralelo los niveles de precios de los diferentes mercados turísticos, respecto al índice que existe en el suyo. Sólo en el caso de un deseo ferviente y de la imposibilidad de desplazamiento a otros puntos de viajes semejantes (guerras, epidemias, catástrofes, etc.), los efectos de las tensiones inflacionistas podrán ser ignoradas, puesto que la demanda en general (a excepción de un porcentaje no muy grande o "cuasi" millonarios) se encuentra condicionada a sus disponibilidades monetarias.

Merece atención especial la influencia de tensiones inflacionistas sobre la demanda interior, que como la extranjera, se verá sometida a presiones a causa de las alzas de precios, que motivarán la aparición de graves dificultades para la consecución de su deseo, o lo que es lo mismo, la realización de turismo. La pérdida de poder adquisitivo de su moneda, muy deteriorada por las continuas elevaciones que experimentan las tarifas para la adquisición de cualquier bien o servicio, obligará a la demanda interna a sacrificar, dentro de una escala de valores, la compra de algo, puesto que sus posibilidades no le permitirán consumir lo mismo que antes de la aparición del fenómeno que aquí se describe. Según el nivel de renta, y a veces también de su grado de capitalización, podrá optar por el sacrificio más grande a este respecto, que es la supresión del viaje o de las vacaciones. Sin duda, dependerá el resultado de la decisión, de la mayor facilidad para soportar la crisis, lo cual estará en función del deseo y oportunidad de descapitalización y del riesgo de gastar una renta, aunque disponible quebrantada por la existencia de una fuerte "corrosión monetaria". Pero, generalmente, se puede admitir que lo arraigado de la inclinación por hacer turismo hace muy difícil la decisión de renuncia. En consecuencia, las tensiones inflacionistas actuarán muy a menudo desviando las corrientes turísticas hacia zonas y lugares más cercanos, de menor coste, y en donde pueda suprimirse alguna rúbrica del gasto, que de otra forma sería imposible realizar.

La empresa turística, aunque de modo distinto, también ve repercutida su actividad a causa del proceso inflacionista. De ese modo contempla diferentes reflejos de la situación, que lentamente van deteriorando la imagen de adecuado servicio y confort, para finalizar, posiblemente, si en su momento no se han sabido adoptar las adecuadas medidas, en un hundimiento casi total de la explotación. Pueden citarse, entre los aspectos que más destacan como repercusión de la inflación sobre los establecimientos turísticos, los siguientes:

- Elevación de los precios de los servicios.
- Reducción de mano de obra.
- Pérdida de calidad de los servicios.
- Deterioro de la imagen.
- Pérdida de los beneficios de la explotación.



## 11 El Turismo, objetivo económico de los países en vías de desarrollo

No es atrevido afirmar que no hace mucho tiempo eran muy pocas las naciones que creían en las posibilidades que el turismo ofrecía como solución económica a muchos de sus problemas. Hoy, por el contrario, puede asegurarse que la gran mayoría de los países subdesarrollados estarían dispuestos a explotar al máximo sus recursos turísticos rompiendo un dulce silencio, con objeto de alcanzar los efectos tan beneficiosos que la actividad, abundantemente, prodiga en uno u otro continente.

Haciendo algo de historia, es oportuno señalar que el final de la primera guerra mundial (que se acompaña de una serie de fenómenos y acontecimientos económicos de gran trascendencia) viene a ser el telón que se levanta, ofreciéndose así un nuevo panorama (quizás alentador para algunos) en donde el turismo, o la actividad de los viajes, recreo y hoteles, aparece como un juvenil actor que, aún sin experiencia y “tablas” promete ser un elemento básico en el “escenario” económico que se inicia. El fin del patrón de oro y la aparición de un nuevo sistema monetario (patrón de cambio de oro) van a motivar fuertes desajustes internacionales en cuanto al sector exterior que muy pronto se proyectan a través de fuertes desequilibrios o déficits en las balanzas de pagos.

Muchos países, en aquellos días, ven en el turismo una actividad capaz de proporcionar excelentes divisas (dólares y libras en esos años), tan necesarias para saldar sus balanzas; si no por completo, al menos compensadas en parte por las divisas que entregadas por miles de personas que proceden del exterior van a ser depositadas en los bancos centrales, aliviando de alguna manera difíciles situaciones que en principio se consideraban pasajeras o coyunturales. En esos momentos, son los países ricos, las naciones más desarrollados de Europa y quizás más estabilizados (Francia, Italia e Inglaterra) los que primero se benefician del fuerte crecimiento (en términos relativos) que la actividad turística empezaba a desplegar en aquellos difíciles y azarosos años.

En la actualidad, los países desarrollados se han convertido en los primeros emisores de turismo, existiendo una fuerte co-

rrelación directa entre esta actividad y el desarrollo económico. Es bien conocido que estos países, aún recibiendo fuertes contingentes de viajeros, ven su balanza turística bastante equilibrada, por lo que han dejado de creer en el aprovechamiento integral de esta actividad económica. Por otra parte, numerosas naciones, mal dotadas de recursos productivos, pero poseedores de cuantiosas materias primas y otras riquezas sin explotar, han puesto sus ojos en el turismo como un medio eficaz de promover o de ayudar al desarrollo económico de su región. No se debe dudar que la expansión del turismo extranjero en estos países va a significar una valiosa aportación de divisas, muy estimables cuando se padecen crónicos déficits de las balanzas de pagos o cuando, en otros casos, no existe la suficiente capacidad de gestión, inversión, o de equipos productivos, que impulsen el crecimiento; lo cual podrá conseguirse elevando las importaciones de los bienes de equipo, productos para la intensificación y modernización de los cultivos u otra clase de factor que se haga necesario para lograr activar la economía nacional. El turismo vendrá a proporcionar el soporte imprescindible, cuando se carezca de otro sector productivo, que atraiga los medios de pagos para compensar las entradas de bienes y servicios que el país exige para un normal desenvolvimiento.

Es importante señalar, que ha influido mucho en este objetivo generalizado, la experiencia de determinadas zonas, que han prosperado de forma asombrosa, desde el momento que han sido descubiertas para el disfrute y explotación de la actividad turística. El ejemplo y el éxito de algunos países ha sido el detonante que ha encendido el deseo de atraer un intenso turismo en otras zonas. Los resultados positivos alcanzados han puesto en práctica en algunas áreas una serie de medidas, acciones y orientaciones para hacer conocer primeramente los atractivos regionales, y después, para asentar corrientes turísticas con carácter permanente. No obstante, aunque aquí se ha dejado apuntado, el valor que tiene para los países subdesarrollados la aportación de divisas, no es ésta la única causa que mueve el deseo de promocionar los viajes de ocio de una zona. Hay muchas razones económicas, que justifican la paulatina creación de una estructura turística, que, en principio, es posible que pueda conseguir sacar de tristes y a veces angustiosos subdesarrollos históricos,

países, zonas o regiones, que no han tenido el suficiente apoyo para abandonar su estado. Naciones que no ofrecen perspectivas favorables, para alcanzar ese cambio que tanto anhelan y en justicia, también, tanto merecen.

La aparición y asentamiento de flujos turísticos, va a significar en determinadas regiones, si la actividad en términos relativos adquiere la suficiente potencia, una absoluta transformación, tanto en lo económico como en lo social. La modificación de las macromagnitudes económicas va a responder a ciertos y determinados estímulos, sólo procedentes de la llegada masiva de visitantes. Y así, se podrá observar, como las tasas de variación del PIB, se deben muy especialmente al turismo o a reflejos de su efecto multiplicador sobre el conjunto de las relaciones intersectoriales. El incremento del número de visitantes, forzosamente elevará la demanda de empleo; causará una mejor redistribución de los capitales invertidos y de la renta nacional; generará ingresos suplementarios para la hacienda; promoverá el desarrollo de pequeños pueblos, rincones o puntos del litoral y fomentará el crecimiento de municipios hasta entonces abandonados a un miserable designio, que no es otro que la pobreza y la frustración.

También, es útil (aunque este no sea el propósito del estudio) una breve nota adicional para resaltar con firmeza, que si lo económico tiene siempre una amplia vigencia en el turismo, y a pesar de que ese es el contenido fundamental del texto, hay que aceptar, que el cambio social puede ser también un claro y preciso objetivo, que las zonas subdesarrolladas pretenden conseguir con la llegada de un turismo vigoroso y de alta calidad.

### **Bibliografía**

- Acerenza, Miguel A. (1984) *Administración del Turismo*, México, Editorial Trillas.
- Hunziker, Walter, Krapf, Kurt (1942) *Fundamentos de la teoría central del turismo*, Zurich, Poligraphischer Verlag.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1980) "Manila Declaration on World Tourism" (Declaración de Manila sobre el turismo mundial), *UNWTO Declarations*, 1(1),

Secretaría de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (ONU) (1971) *Directrices para la compilación de Estadísticas de Turismo*, New York, ONU, doc. TDIB/3/86.