

3. LA IMPORTANCIA DE LA RECREACIÓN Y DEL TURISMO INTERNO

Desde otra perspectiva, los resultados de las formas de distribución anual del tiempo de ocio son más demostrativos. Hoy, aproximadamente, el 54% de la población del mundo, estimada en 4 500 millones de personas, habita en ciudades. Siendo pesimistas, de este volumen de gente, cercano a los 2 500 millones, se puede estimar que un 20% (500 millones) sale de sus casas cada fin de semana con la intención de pasar el día al aire libre o consumir alguno de los servicios recreacionales de la ciudad, que detallaremos más adelante. Como el año suma 52 semanas, se tiene que, a escala mundial la demanda recreacional acumulada en un año es igual a 26 000 millones de personas. Esta cifra supera ampliamente a los 400 millones de personas que hacen del turismo internacional (1.5% de 26 000 millones) y a los 528 millones (2.0% de la demanda recreacional) que integran el turismo interno y pone en su verdadera dimensión las necesidades de esparcimiento de la población del mundo.

Las cifras utilizadas para cuantificar el turismo internacional, provienen de la OMT. En cambio, debido a la ausencia estadística, las de turismo interno fueron estimadas extendiendo al universo las proporciones de 1.32 a 1 entre el volumen de los turistas internos y los internacionales en aquellos países que ocupan una situación intermedia en cuanto a su nivel socioeconómico (véase tabla 2.4). Sabemos que la estimación es primaria y que se están promediando situaciones como las de algunos países muy pobres que carecen prácticamente de turismo interno y otros, como Alemania Federal, donde el turismo interno se da en la proporción de 4.23 nacionales , cada extranjero que entra al país con fines turísticos. En la tabla 2 4 se reproducen los datos de ambos tipos de turismo para 12 países, según registros de la OMT.³² También es necesario aclarar que todas las cifras, y especialmente las que expresan turismo interno no se refieren a personas distintas, sino que incluyen la repetición de viajes por un mismo usuario. Hacerla reducción a personas efectivas es imposible porque la información disponible no incluye ese dato, ni pistas que permitan calcularlo por la vía indirecta.

En las dos últimas columnas del mismo cuadro se consignaron las poblaciones de los países analizados y se obtuvo el porcentaje del turismo interno sobre este valor. Al sacar el promedio total resultó que el 46% de la población de los países analizados realiza turismo interno. Como en la lista que incluye doce países, todos se encuentran mezclados por continente, niveles de desarrollo y sistemas políticos, resulta más ilustrativo comparar las variaciones en cada uno de los subgrupos que pueden formarse. A modo de ejemplo podemos comprobar que para los dos países que representan a América Latina el promedio de personas que forman el mercado del turismo interno baja al 19.6% de la población, siendo en la realidad bastante menor porque los datos de México están Calculados en exceso al computar como turistas a todos los viajeros que por razones comerciales como los agentes comerciales llegan a realizar hasta 20 viajes al año. Con base en estimaciones globales puede calcularse que el turismo interno en América Latina oscila entre el 1% y el 10% de la población.

4. LOS SERVICIOS PARA EL TURISMO Y LA RECREACIÓN

Es lícito suponer que la planta de servicios oficiales y privados, debería responder en forma proporcional a la estructura de tiempo libre que los mismos hombres crearon para su beneficio, pero la realidad es otra. En los países que pertenecen al círculo privilegiado de las potencias industriales -sean éstos de cualquiera de las ideologías políticas en que hoy está dividido el mundo— la señalada correlación efectivamente se cumple en mayor o menor medida para casi todos los niveles socioeconómicos de la población. En cambio en los países subdesarrollados, en vías de desarrollo, del Tercer Mundo o como quiera llamárseles, se nota —dentro de un déficit general- una fuerte concentración en las estructuras destinadas al turismo interno y receptivo, de medianos y altos ingresos, y un asentamiento del déficit en los servicios para el turismo popular y social, así como en la parte recreacional. Respecto al tema conviene recordar que uniendo las variables ocio de fin de semana con ocio de días feriados, suman 1624 horas al año, equivalentes al 57.8% del tiempo libre (véase tabla 2.2).

Es fácil engañarse en una gran ciudad, por la ubicación en el centro de las mismas — que es la parte más conocida y visitada por todos— de salas de cinematógrafo, teatro, restaurantes, discoteques, bares, salas de arte y otros negocios destinados a la recreación.

Pero al comparar la capacidad de la planta recreacional con el total de la población a que deben servir, se nota que en muchas capitales, que son las mejor abastecidas, no supera el 10% o el 15% de las necesidades. ¿Por qué sucede esto, si siempre es un buen negocio instalar un cine, una discoteque o un restaurante? La respuesta es: porque si bien la demanda teórica abarca al 100% de la población de una ciudad, la real se limita a los que pueden pagar sus servicios, que normalmente no superan al 50% de la población, la cual se reduce cada sábado y domingo a ese 10% o 15%, ya mencionados, pues el resto se queda en su casa o si sale, no consume servicios pagados. Si se quiere comprobar lo dicho basta con sumar la capacidad diaria de todos los servicios recreacionales de una ciudad del Tercer Mundo y compararlos con su población total.

Al pasar a verificar qué sucede con las instalaciones al aire libre el problema se acentúa. Por distintas razones del centro a la periferia la situación es igual. En el centro no hay espacios públicos al aire libre equipado para la recreación, porque el valor de la tierra, la ineficacia de los planes reguladores y la indiferencia de los gobiernos, cedió esos lugares a la especulación del crecimiento vertical.

En la periferia tampoco existen, porque los suburbios son la tierra de nadie donde la ciudad crece horizontalmente, sin que alguien se ocupe de construir los campos deportivos y áreas verdes de uso público, proporcionales a la población que habita en esas áreas.

Unas pocas plazas en el centro, con algunos juegos de niños y otros clubes campestres, de golf, de equitación o deportivos en la periferia de las grandes ciudades, son el testimonio de la escasez de los primeros y de los privilegios

públicos y privados que amparan a los segundos. Como el fútbol se ha extendido a casi todo el mundo, los estadios están presentes, pero su capacidad, aun en los países en que mayor difusión ha alcanzado, no supera al 3.5% la población de las más grandes capitales, que es donde se encuentran los estadios de mayor tamaño. Quedan otras instalaciones como los hipódromos o plazas de toros, de baja capacidad, que apenas alivian el déficit en aquellos conglomerados urbanos donde tienen arraigo popular.

En la medida que las ciudades disminuyen su tamaño, se reducen las instalaciones recreacionales ya sean bajo espacio cubierto o al aire libre. La reducción no es proporcional, sino que aumenta exponencialmente en forma inversa al tamaño. Al llegar a los pueblos el desnivel se agudiza. Un solo cine arcaico, alguna cancha de basquet deteriorada, dos arcos delimitando un área sin césped, es todo... más una infinidad de bares que crecen en relación directa a la pobreza y el desempleo. El último escalón de las necesidades recreacionales, insatisfechas por ausencia de equipamiento apropiado, se encuentra en el campo; hasta tal punto que, cuando puede el hombre rural viajar al pueblo más cercano para al menos recrearse encontrándose con otras personas, ir al bar, jugar a las cartas o hacer alguna compra en el mercado o la casa de comercios. Por eso es que muchos mercados ubicados en pueblos tradicionales, funcionan los días sábados o domingos.

Las carencias de equipamiento recreacional al aire libre en todos los casos mencionados, crecen durante los meses de verano por aumento de la demanda, porque, naturalmente, en esas temporadas la gente busca con mayor intensidad salir de sus casas, inclusive durante las horas de ocio entre semana. Las ciudades ubicadas sobre la costa del mar, se apartan algo de lo dicho, sobre todo si el clima es templado o tropical, porque la playa es el recurso natural que resuelve todas las necesidades recreacionales. No sucede lo mismo con el caso, mucho más frecuente, de capitales, ciudades o pueblos, atravesados por ríos o arroyos, debido a que la vegetación de sus márgenes ya no existe y sus cauces (envilecidos por la falta de tratamiento paisajístico), se han convertido en el basurero más cercano de los que habitan a lo largo de su recorrido. Si el río es de temporada el deterioro aumenta, porque durante el estío se acumulan los desperdicios. La solución generalizada, cuando se decide hacer algo, no ha sido la de limpiarlos y habilitarlos como áreas verdes, sino cortar por lo sano, entubándolos para que sobre ellos corra una calle y sobre ésta más y más vehículos que se dirigen al centro.

Es difícil hoy convencer a alguien que es importante dotar a las ciudades de los países poco desarrollados, de instalaciones recreacionales para el uso y disfrute de su población. Las constantes crisis de presupuesto anteponen otras necesidades. Primero hay que ampliar la red de circulación, mejorar los transportes, eliminar el *smog*, completar las redes de drenaje y distribución de agua potable, responder a la demanda acumulada de teléfonos, reparar el pavimento de las calles dañadas, construir hospitales y escuelas y más edificios de oficinas para la administración pública, así como cuarteles para el ejército y la policía, asegurar el suministro de energía eléctrica, decidir qué hacer con la basura, ampliar los aeropuertos y las estaciones terminales de

autobuses, construir líneas subterráneas de transporte, eliminar las villas miseria, pueblos jóvenes y cinturones de miseria y mejorar los salarios de los servidores públicos, cada vez más numerosos.

Siguiendo el pensamiento utilitario de sus regentes, presidentes municipales o intendentes: hay que ser eficientes. No se puede dejar que la máquina se pare, hay que evitar que los desajustes hagan crisis atacando el mal, no por las causas, que a ese nivel están fuera del alcance del poder y del tiempo político del gobernante en turno, sino sofocándolo en sus partes más evidentes o más irritantes. Si el sistema tiene que ser eficiente, lo más importante es preservar el tiempo para trabajar, luego el tiempo muerto y finalmente el ocio. Los argumentos aparentemente son demoledores: para que la gente se divierta debe tener con qué pagar, por lo tanto tiene que trabajar; para que pueda trabajar tiene que comer y dormir bien, tener agua, luz y medios para viajar en la ciudad, que lo lleven al trabajo. Después vienen los lujos, entre ellos la satisfacción del ocio. ¡Un círculo vicioso perfecto!

Mientras persista la política del inmediatismo, mientras todo el esfuerzo se gaste ciegamente en resolver problemas coyunturales descuidando el control de la estructura, el ocio no habrá encontrado su alternativa democrática y seguirá viviendo de las limosnas de los demagogos. A muy corto plazo no vislumbramos otra solución, a no ser que cambie la mentalidad de los que dirigen y se practiquen algunos ajustes al marco político de la administración del tiempo libre, tema que abordaremos en el capítulo 5.

1.1.3 Tipos de turismo.

Tipos de turismo. En virtud de que el fenómeno turístico siempre está en función del hombre conviene tomar en consideración los siguientes cuestionamientos: ¿Quién viajará?, ¿por qué lo hace?, ¿cómo lo lleva a cabo? Y ¿qué efectos produce?

Lo anterior nos permite clasificar al turismo con base en los siguientes criterios:

- Por su origen: nacional y extranjero.
- Por su motivación: de recreación, descanso, cultura y salud.
- Por su permanencia: de corta y larga estancia.
- Por su forma de viajar: en excursión y autónomo.
- Por medio de transporte: aéreo, terrestre y acuático.
- Por su posibilidad de elección: libre y dirigida.
-

El turismo nacional o doméstico se refiere al desplazamiento humano que se origina cuando los nacionales cruzan las fronteras para visitar otros países. Este último se divide en receptivo y egresivo.

El turismo receptivo es aquel que se refiere a los turistas que llegan a nuestro país procedentes del extranjero y el turismo egresivo es aquel que se refiere a los turistas nacionales que salen hacia el extranjero.

2. TURISMO RECEPTIVO Y EXCURSIONISMO

El turismo receptivo es el que se produce en un país, cuando llegan a él visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo limitado en el mismo, para luego viajar a otros países o regresar al lugar de origen. La permanencia debe ser igual o superior a las 24 horas y la finalidad de viaje, incluso acepta que sea por razones comerciales, de estudio, de salud o de trabajo, siempre y cuando, en este último caso, el empleo sea temporal como los del tipo de asesoría internacional, muy frecuente en las empresas o grupos económicos que utilizan tecnología extranjera.

Es bastante común que al turismo receptivo también se le denomine turismo extranjero, lo cual es un error, porque esta palabra excluye a los nacionales que residiendo en el extranjero regresan a su país en viajes de vacaciones, de negocios o para visitar a sus parientes.

En cuanto a las formas de alojamiento pueden variar desde los hoteles, hasta apartamentos (que es el tipo de alojamiento más utilizado por estudiantes extranjeros) rentados por periodos fijos o la permanencia en casas de familiares de los nacionales que vivan en otros países. Es por esto que la cuantificación del turismo receptivo debe realizarse contabilizando los registros que se llevan en las oficinas de migración y no en los registros hoteleros, pues éstos dejan afuera a todos los visitantes que eligen métodos de alojamiento en lugares que no pertenecen a la planta turística. Por otra parte, el registro hotelero puede llevar a grandes confusiones en la cuantificación del número de turistas, porque es inevitable llegar a sumar varias veces a una misma persona cada vez que cambia de alojamiento durante su itinerario en el país que está visitando.

El turismo receptivo ha alcanzado en los últimos tiempos una gran importancia como generador de divisas, principalmente para los países del Tercer Mundo, que carecen de un sistema productivo de mercaderías o materias primas exportables. En algunas islas del Caribe, por ejemplo, ocupa el primer lugar entre las exportaciones, superando al café, a las frutas tropicales, y al producto manufacturado, constituyéndose en el sostén económico y en la principal fuente generadora de empleos. En las Bahamas, por ejemplo, el gasto de los visitantes asciende al 54.9% del producto nacional bruto, en San Lucía al 28.4%, en Grenada al 24.0% y en Monserrat al 22.0%. Para que se comprenda la magnitud de estas relaciones basta con decir que en México ese mismo porcentaje es del 3.3%.

La posición geográfica de cada país es un factor determinante para el desarrollo del turismo receptivo, que depende mucho de la cercanía a los principales mercados emisores. En casi todos los casos, el mayor volumen de la demanda receptiva se origina en los países limítrofes, que son las fuentes naturales de origen de este tipo de viajeros. La economía en el gasto de transporte internacional abarata sensiblemente el costo total del viaje y es uno

de los principales motivos que alientan la decisión de visitar un país vecino, sobre todo si éste posee (como siempre sucede) cualidades que lo distinguan.

La curiosidad por conocer otros países genera en el hombre actual deseos permanentes de viajar al extranjero, facilitados los viajes cada vez más por el progreso de los sistemas de transportes aéreos y la construcción de carreteras internacionales. Este último factor es decisivo porque aumenta el volumen de la demanda potencial sobre todo de las ciudades cercanas a las fronteras a cuyos habitantes le resultan muy fácil trasladarse por tierra al país vecino, ya sea en sus propios automóviles o en autobuses cuando un país del tercer Mundo limita con otro desarrollado y posee, por supuesto, atractivo de jerarquías suficiente, su situación es óptima porque esos mercados están integrados por un gran número de personas con capacidad económica de viajar al extranjero. Lo mismo sucede entre dos países subdesarrollados donde el de mayor número de habitantes y mayor poder económico beneficia a su vecino.

El crecimiento global del turismo internacional ha sido constante a partir de la finalización de la Segunda Guerra Mundial, no obstante no debe creerse que su futuro está asegurado en todas partes, debido a que los viajes internacionales son muy sensibles a cualquier cambio socioeconómico o político, tanto en el país emisor como el receptor. Una sobrevaluación de la moneda nacional respecto al dólar, en un país cualquiera, puede encarecer para el extranjero el precio de los servicios turísticos, de las artesanías y otros productos nacionales, convirtiéndolo en un destino caro frente a otros de la competencia que ofrecen viajes de igual calidad a menor precio y que serán elegidos por más que los sistemas de promoción del primer país se empeñen en demostrar lo contrario. Los problemas políticos en el país receptor también pueden ahuyentar el turismo internacional el que, así mismo, puede disminuir a causa de que los principales países emisores caigan en un periodo de recepción económica o de conflictos internos de tipo político o social.

El ingreso de divisas provenientes del turismo receptivo se contabiliza en las cuentas nacionales como una exportación, y al igual que cualquier otro producto exportable está sujeto a las fluctuaciones del mercado internacional. Pero en nuestro caso son muy pocas las medidas que el sector turístico puede iniciar por sí mismo para corregir una situación desfavorable, porque generalmente las causas que lo afectan le son externas y totalmente ajenas a su influencia.

Es lo que sucede, por ejemplo, frente a la política monetaria, que difícilmente se corregirá para beneficiar al turismo receptivo, o con la política internacional que puede ser la causa de que alguno país emisor de turistas boicotee a otro país receptor; mientras que otras transacciones comerciales, que se conducen por canales distintos se mantienen inalterables, aun cuando haya ruptura de relaciones diplomáticas o marcados antagonismos expresados en el plano de las declaraciones políticas y en los foros diplomáticas. Este tipo de circunstancias en cambio afectan al producto turístico, porque para que se verifique su exportación, el turista debe viajar al país receptor, dependiendo ese viaje de su propia decisión y no de las negociaciones a cargo del ministerio de comercio exterior, como sucede con cualquier otro producto. Es así que

mientras la difusión periodística de rivalidades políticas entre uno y otro país o las tensiones sociales y el clima de violencia en los países receptores, unidos a un dólar subvaluado, son suficientes causas para que una persona suspenda su viaje (inclusive con su reserva ya comprometida) por otra parte, simultáneamente, el resto del comercio exterior experimenta estas dificultades en mucha menor medida, primero, porque es menos sensible a estos factores y, segundo, porque, en consecuencia, reacciona más lentamente a su influencia.

La mayoría de los países y de los organismos internacionales agregan el resultado económico de los viajes fronterizos a la cuenta del turismo receptivo, transformándolo de hecho en una de sus formas. Otros les llaman excursionistas o pasantes a ese tipo de viajeros. En realidad este importante traslado de personas corresponde al movimiento natural entre los habitantes de las ubicadas a cada lado del límite entre dos países. Es bastante común que, a lo largo de las fronteras, en los puntos donde pasan carreteras, líneas ferroviarias y puentes internacionales, se localicen asentamientos humanos. La proximidad física acerca a las personas separadas por la línea del límite político, que resulta muy débil para dividir lo que geográficamente es una unidad. Así nace una suerte de neo cultural fronteriza, producto de las influencias recíprocas que se manifiestan en el lenguaje y las costumbres de una y otra comunidad. Cada ciudad ofrece alguna ventaja a la otra, como pueden ser la venta de mercancía, ropa, gasolina, artículos eléctricos, productos alimenticios o diversiones, que son mejores y más baratas que en país vecino.

A no ser que la frontera separe a dos países de extrema diferencia en los niveles de ingreso de su población, el movimiento fronterizo, a la larga resulta equilibrado porque las fluctuaciones de economías inestables como las de América Latina van beneficiando alternativamente a uno u otro país. Aun cuando el vecino sea desarrollado, el saldo es parejo, porque a pesar de las diferencias de ingreso, las personas del país subdesarrollado comprar mucha mercadería industrializada a precios sensiblemente más bajos, cosa que aprovechan los comerciantes “del otro lado” para instalar grandes tiendas lo más cerca posible de los puntos fronterizos.

Como las estadías no pasan de unas pocas horas llamarle turismo fronterizo al movimiento fronterizo está mal. Más certero sería el nombre de recreación fronteriza porque esa, y no la del turista, es la conducta consumidora y las motivaciones que continuamente a tren a las personas de uno y otro país. Otra parte de la población pasa la frontera porque trabaja en un lado y vive en otro, razón por la cual tampoco debe contarse como turista.

Todos los países han establecido normas migratorias especiales para los residentes en ciudades de frontera, estableciendo una franja de 10 a 30 kilómetros de libre circulación para aquellas personas que puedan acreditar su residencia en la franja contraria.

Cuando se habla en un país de incrementar a su favor el resultado económico del turismo receptivo, es común escuchar la propuesta de que la

estrategia a seguir es aumentar la permanencia. Esa idea, en el caso del turismo receptivo, es buena porque un día más, siempre es igual a una pernoctación, un desayuno y dos comidas extra, como mínimo. Pero nadie puede asegurar que si en vez de cinco horas, el promedio de la visita fronteriza pasa a seis horas, el resultado económico crecerá el 20% equivalente. Lo más posible es que el gasto se mantenga igual; a menos que dure esta hora extra continua el ritmo de consumo de las cinco primeras. Pensar que en ese tiempo el consumo va a aumentar por sí mismo es equívoco. Equivale a creer que la mejor política de ventas de una tienda es lograr que las personas permanezcan más horas en ella. Si en ese mayor tiempo no se realizan más compras el resultado será un aumento de la densidad de personas que al saturar el lugar, posiblemente desalienten a las recién llegadas. Más acertado es buscar por el lado de los consumos, aumentando y diversificando la oferta en torno a metas que se propongan incrementos porcentuales del gasto promedio. Es decir que en turismo lo aconsejable es enriquecer la programación de actividades recreacionales con otras nuevas, las cuales aumenten el gasto de cada visita y hagan crecer el número de veces que anualmente cada persona acostumbra pasar al otro país, aunque siempre se quede el mismo tiempo.

3. TURISMO EGRESIVO Y BALANZA TURÍSTICA

Simultáneamente al turismo receptivo, en todos los países se produce un movimiento de nacionales o residentes que salen al extranjero, ya sea por razones comerciales o turísticas. A estos flujos se les denomina turismo emisivo o egresivo. Es bastante común que al realizar los análisis del resultado económico del turismo receptivo de un país, se descuenta de las divisas ingresadas a través del gasto de los viajeros que llegan del exterior, el monto correspondiente a la corriente de viajeros nacionales que sale al extranjero. Esta operación que ha sido denominada “balanza turística”, en realidad compara dos fenómenos tan independientes, que se puede afirmar que nada tienen que ver el uno con el otro, porque existe una escasa o nula relación entre los motivos que traen a los turistas a un país y los que impulsan a los nacionales a salir del mismo. Tampoco es cierto que el proceso del turismo emisivo sea igual al de una industria donde los insumos importados que forman parte del proceso de elaboración de un producto resultan esenciales a su fabricación y por lo tanto deben restarse de su costo para obtener el saldo real del volumen exportado. Para nada, en turismo, es necesario gastar divisas sacando turistas del país (cuyo gasto desde el punto de vista contable equivale a una importación) a fin de que se produzca una cierta cantidad de turistas que ingresan al país (cuyos ingresos de divisas, con igual criterio que en caso anterior, corresponde clasificarlos como resultado de una exportación). Esta balanza expresa un equilibrio mecánico, porque en cada platillo se pesan cosas diferentes.

Por lo tanto el valor de la “balanza Turística” no es que sea inútil, pues puede ilustrar sobre los saldos monetarios que adquiere el resultado del número de personas que entran y salen del país, pero no sirve para sacar conclusiones operativas. Más allá de esta relación simple no se puede extraer otra que conduzca a corregir, por ejemplo, un saldo monetario negativo; porque resultaría injusto descontar de los beneficios en divisas del turismo receptivo el

gasto del turismo emisor. Si el turismo operara como una industria, una decisión lógica sería la de sustituir los insumos importados (equivalentes al total del turismo egresivo) cosa imposible, pues ello penalizaría a las personas que ejerciendo su libertad de desplazamiento, una vez obtenidos los documentos migratorios deciden viajar al exterior. En América latina es bastante común que al ampliarse la clase media, con obreros y empleados que mejoran sus ingresos o con los hijos de estos que llegaron a profesionales, se autogratiñen viajando al extranjero como una respuesta, incluso, a los sistemas de propaganda de las líneas aéreas de bandera, las que respondiendo a sus políticas, incentivan a los nacionales a realizar este tipo de vacaciones.

Tratar de impedir esto resulta socialmente contraproducente y políticamente contradictorio, pues mientras una parte del Estado promueve una actividad (a las líneas aéreas nacionales) otra las sanciona (los ministerios de turismo o de economía).

Por eso lo más aconsejable es dejar que tanto el turismo receptivo como emisor sigan sus propias leyes sin interferirse.

Un método más adecuado para calcular la eficacia del turismo receptivo y su contribución neta a la balanza de pagos, es el de descontar de los ingresos de divisas el costo del componente importado en la construcción y equipamiento de hoteles, restaurantes y demás elementos de la planta turística; así como la importación de alimentos naturales y envasados, y bebidas que consumen los turistas, mas las compra de vehículos importados usados para el transporte turístico y de combustibles, lubricantes, repuestos y neumáticos de origen extranjero que consume anualmente el sector. Otro rubro que debe investigarse es el de las remesas de utilidades que efectúan a sus centrales las cadenas transnacionales de hoteles y restaurantes, así como el cálculo de que efectivamente entra al país receptor por concepto de viajes que fueron organizados y pagados en el lugar de origen.

Un planteamiento de la balanza turística en los términos expresados, aunque mucho más complejo de calcular que el que se realiza en la actualidad, tendría mayor aplicación práctica, como un dato orientador para el trazado de políticas dirigidas a mejorar el resultado económico del turismo receptivo. Por ese lado pueden descubrir las fallas e implantar las acciones necesarias para corregir los factores mencionados en el párrafo anterior, aquellos que, como, por ejemplo, el uso de telas y alfombras y alimentos importados, pueden ser sustituidos por productos nacionales; en vez de pretender resolver el problema fuera de su contexto, desconociendo su esencia, al pensar que el turismo egresivo va a cambiar la estructura que causa la pérdida de divisas.

De no ser así, parecería, por ejemplo, como muy eficiente (cuando en realidad no lo es) el manejo del turismo receptivo en algún país del Tercer Mundo que causa su subdesarrollo carece de turismo egresivo, lo que daría como resultado una balanza positiva cuando tal vez no lo sea tanto, sobre todo si el funcionamiento del sector depende excesivamente de las importaciones, y sus hoteles y restaurantes son operativos por empresas extranjeras.

4. TURISMO INTERNO

Se entiende por turismo interno el uso y consumo de servicios turísticos, realizando por los residentes nacionales o extranjeros, en un país fuera de domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional, por un plazo mayor a las 24 horas, pero dentro de 90 días. Los fines pueden ser diversos con exclusión de cualquier actividad que signifique participar en el mercado de trabajo del lugar o lugares de destino. Quedan incluidos por lo tanto como viajes de turismo interno, además de que aquellos que se efectúan para vacacionar, los que se realizan por razones administrativas o de salud, y parte de los que se motivan en la realización de gestiones comerciales. De acuerdo con el primer criterio, prácticamente, todos los hoteles de un país deben computarse como integrantes de la planta turística, lo cual implica cargar al sector turismo con la responsabilidad de su planificación y control, así como el procurar las fuentes de financiamiento para dar respuestas a las demandas de construcción de nuevos hoteles y restaurantes. Llevándola al extremo esta posición incluye como turísticos hasta pequeños pueblos, que tienen un radio de influencia limitado a una pequeña área rural, cuyos campesinos a veces concurren al él para vender sus productos, o realizar alguna compra que les obliga a pernoctar en el mismo. De ser esto correcto, resulta que al medir el movimiento del turismo interno de un país, debe sumarse como turistas a todas las personas que pernoctan fuera de su hogar, incluso a los campesinos del ejemplo citado. Entonces la planta turística estaría integrada por todos los hoteles y restaurantes existentes, aun los instalados en ciudades industriales o en barrios marginales de las grandes ciudades a los que jamás se traslada persona alguna con fines turísticos.

Resulta bastante fácil imaginar las distorsiones colaterales a que conduce un criterio tan amplio para definir al turismo interno. La primera de ellas es una sobrevaluación de la capacidad de alojamiento turístico de un país y la imposibilidad o gran dificultad que se tiene para definir una política de incentivos turísticos. Otro grave inconveniente nace al tener que distribuir entre todo el territorio de un país los escasos recursos con que cuenta el sector para impulsar su desarrollo. Un tercer problema (éste de orden técnico) es el de calcular el volumen real del turismo interno que al incluir a todos los viajeros, estaría sobrevaluado. Finalmente hay que citar las dificultades en que caería el sector turismo para justificar, por ejemplo, el porqué se decide impulsar la creación de hoteles en una playa, cuando, tal vez, en otra ciudad no turística, pero de gran importancia regional, como centros de servicio para un área determinada, existe déficit de alojamientos.

Las dificultades enumeradas podrían evitarse si se analiza el problema y se distingue al viajero interno o "viajero común" del viajero "turista interno", reservando para el sector turismo la responsabilidad de orientar el desarrollo de este último grupo que requiere, como hemos visto antes, la construcción de muchas cosas más, además de hoteles y restaurantes, para impulsen la práctica de actividades netamente de descanso, diversión y distracción a un nivel que responda a las necesidades de las diferentes clases sociales de un país. Si existen dos clases de viajeros nacionales en un país (a los que habría que sumar como otro grupo a los viajeros turistas que llegan del extranjero)

cada una exige un tratamiento por separado que contemple sus particularidades y sus exigencias a la luz de los recursos disponibles.

De acuerdo con lo demostrado en la tabla 2.4 del capítulo 2, desde el punto de vista cuantitativo el turismo interno superan al receptivo en todos los países desarrollados y en la mayoría de los subdesarrollados. La excepción son los países del Tercer Mundo clasificados como la pobreza extrema que a causa de esa misma situación registran un escaso movimiento de turistas internos que a veces –cuando el país tiene atractivos turísticos de jerarquía internacional – son superados ampliamente por el turismo receptivo.

En aquellos países del Tercer Mundo que se encuentra menos retrasados en su situación económica, y que por lo tanto cuentan con una clase media aceptablemente desarrollada y en crecimiento, el fenómeno del turismo interno favorece la redistribución del ingreso mediante el gasto que realizan las clases más favorecidas, las cuales regularmente habitan en las capitales y grandes ciudades –al trasladarse a las distintas partes del país donde se localizan los atractivos y centros turísticos. Es bastante frecuente que atractivos turísticos de un valor intermedio sean visitados exclusivamente por turistas nacionales. A veces estos atractivos se encuentran en zonas del país sumamente deprimidas donde no existen otras alternativas de desarrollo, convirtiéndose así en turismo interno en el único factor capaz de aumentar en algo los reducidos ingresos de la población local, y de reducir o de contener la migración interna a otros lugares del país que ofrecen mejoras perspectivas laborales.

En los países de América Latina, del Caribe y del resto del Tercer Mundo, la cuantificación del turismo interno es sumamente deficiente. Parte de sus errores de cálculo se deben al criterio equivocado que se aplica en su medición que como ya se dijo, consiste en confundir como de igual naturaleza al viajero interno con el viajero turístico interno. Otro procedimiento, algo más aceptable, es el sumar a los turistas registrados en cada departamento, provincia o región, lo cual, por dos razones, no deben ser interpretado como que ese número corresponde a la cantidad de personas que hacen turismo interno en el país, porque tal cifra solamente indica el total de viajes, primero, debido a que muchas personas viajan más de una vez al año al mismo o a diferentes destinos; y segundo, porque en un viaje itinerante una misma persona queda registrada en los diferentes lugares por los que paso y pernoctó.

Aparentemente, y al contrario de lo que se sugirió para la cuantificación del turismo receptivo, la mejor manera de medir el turismo interno es através del registro hotelero en cada centro turístico, agregándoles a estos el cálculo de personas alojadas en casas y condominios de uso turístico. Este dato, por supuesto, como ya se dijo contendría duplicidades, porque expresa el número global de viajes y no el número de turistas, que será sensiblemente inferior. Si se desea calcular la cantidad real de estos últimos, hay que recurrir a un muestreo realizado en los principales lugares de destino, para descontar el porcentaje de personas que registraron o registrarán otras pernoctaciones en el viaje de ida y regreso.

Por la vía indirecta se puede comprobar, el resultado del cálculo anterior, descontando del total de pasajeros registrados en alojamientos ubicados en el espacio turístico el número de turistas receptivos anotados en los puertos del país. Para que esta operación resulte confiable hay que agregar al número de turistas receptivos suministrado por migración el porcentaje de aquellos que visitaron y pernotaron durante su estadía el país, en más de un lugar. De este modo las cifras quedan expresadas en iguales términos, lo que permite efectuar la resta quedara el número de turistas internos.

El turismo interno a las se puede descomponer en las siguientes formas que describiremos a continuación:

Turismo social, turismo popular y turismo selectivo.

5. TURISMO SOCIAL

El turismo social, y su desarrollo en América Latina, se ha difundido en las últimas décadas, pero con base en distintas interpretaciones que califican como sociales diferentes formas que no guardan entre si la debida coherencia.

Luego de generalizada la conquista social del derecho del trabajador a gozar de un periodo anual de vacaciones pagadas por el patrón, la idea del turismo social se desplazo hacia los esfuerzos específicos dirigidos a incorporar a un mayor número de personas al uso efectivo de ese tiempo de licencia con goce de sueldo, en la realización de viajes de vacaciones fuera de su hogar. Según Haulot, aun en Europa:

Para un gran número de individuos, que no están preparados en cuanto a sus hábitos y a su nivel de vida; y el derecho a sus vacaciones y el derecho a viajar no se traduce en un acceso real a estos beneficios. Al contrario, estas personas se sienten como paralizadas y atemorizadas ante toda posibilidad que los haga salir del cuadro de su existencia cotidiana para vivir algo desconocido.

Como los países que se refiere Hualot pertenecen al grupo de los desarrollados es comprensible que se atribuyan las causas de no practicar el turismo a razones psicológicas y no a restricciones económicas. Pero en América Latina y el resto del Tercer Mundo ese argumento es solo valido para una minoría y por lo tanto resulta poco aplicable al tema del turismo social; porque la mayor parte de las personas que se quedan en sus casas durante el periodo de vacaciones, lo hacen no porque no sientan la

necesidad de escapar transitoriamente al cuadro de su existencia cotidiana, sino porque no pueden pagarse un viaje a los precios del mercado.

Después de la segunda guerra mundial apareció una gran cantidad de organizaciones turísticas cuya finalidad era de ofrecer programas de vacaciones a las clases menos acomodadas, las cuales contaban con un plan de ayudas y subsidios estatales de cierta envergadura. Estas organizaciones adoptaron en cada país formas peculiares; solían ser asociaciones públicas, en general, bajo el auspicio directo de las centrales sindicales.

Para Donald Lundberg:

El turismo social implica que un gobierno u otra organización subsidien de una manera particular determinadas instalaciones vacacionales o estilo de vacaciones en pro de algún grupo, de ordinario obreros.

Ambas ideas recalcan que la subvención es una de las condiciones del turismo social lo cual induce a confusiones en cuanto a una definición operativa que oriente su aplicación en América Latina. Para nosotros la subvención es un recurso del estado que abre otra forma turística, la cual describiremos más adelante.

El factor común que tiene todas las definiciones de turismo social es calificarlo como una forma especial al turismo, que debe desarrollarse para facilitarle a las clases sociales de menos recursos el acceso al mismo. Como el turismo interno a precios de mercado se restringe a aquellos que lo pueden pagar, es decir a quienes perciben ingresos suficientes como para disponer de un excedente para gastarlo en el consumo de servicios de recreación y turismo, queda fuera de estas posibilidades una gran parte de la población. Quiere esto decir que el turismo social es un recurso programático para resolver, aun que sea en parte, esas carencias. No cabe duda que la alternativa del turismo social es limitada pues difícilmente en el ámbito del Tercer Mundo se puede incorporar a toda la población necesitada de ese beneficio.

Las clases de menores ingresos tienen otras urgencias que resolver, entre ellas la salud, la vivienda, la alimentación, el vestido y la educación; todas de primera necesidad. Por lo tanto, el campo de acción del turismo social lo constituyen los estratos más altos de las clases de bajos ingresos que son los escalones que siguen hacia abajo, del nivel inferior de la clase media, que es el último peldaño, con ingresos suficientes como para acceder al turismo comercial. Los que están por debajo del nivel señalado, desgraciadamente quedan fuera del ámbito del turismo social, por lo que esta causa debe clasificarse como una solución al problema, solo parcial, no estructural. Y la solución es parcial, no porque se nos ocurra a nosotros mismos, sino porque el subdesarrollo es así: básicamente injusto.

La injusticia es una consecuencia de la escasez de recursos, o al revés; o deviene de la preponderancia alternativa de ambos factores. Pero sea cual fuere la causa primera, subdesarrollado y pobreza van unidos. Sucede por lo tanto que el subdesarrollo es injusto, primero, porque la distribución del ingreso no es equitativa y, luego, porque como los recursos económicos son escasos, se origina la pobreza.

6. TURISMO SUBVENCIONADO Y SOCIALIZACION DEL TURISMO

Como se ha dicho en el análisis de las connotaciones del turismo social y del turismo comercial, una buena parte de la población del mundo subdesarrollado queda fuera del alcance de sus beneficios. Por lo tanto, cuando las políticas del estado se orientan a beneficiar a esa parte de la población, se produce el turismo subvencionado. El subsidio consiste en que algún organismo del estado pague de presupuesto el costo total o parcial de un viaje de turismo. El pago puede ser a terceros o, bien, puede corresponder al costo de operaciones de los servicios propios, cuando el viaje se realiza aprovechando los medios de transporte y alojamiento de alguna o algunas empresas estatales, como puede ser va combinación de buses del ministerios de educación, con hoteles o albergues de la empresas nacionales hotelera o de la planta de turismo social (si es que existe).

También la empresa privada puede subvencionada a sus empleados regalando el costo total de un viaje de vacaciones como premio, por ejemplo, a la mayor productividad. Los beneficios del turismo subvencionado puede elegirse entre sectores de la población nacional o de un país extranjero. Lo primero sucede, por ejemplo, cuando se organizan viajes para escolares seleccionados entre los de mayor rendimiento, pertenecientes a familias de bajos ingresos. El segundo caso se produce cuando un gobierno invita a visitar el país, a grupos de técnicos, estudiantes, profesionales, comerciantes, periodistas o políticos del extranjero, y corre con el costo del conjunto de los gastos del viaje en avión.

Los turismos subvencionado y social no deben confundirse con la socialización del turismo, porque esta última forma no es más que una alternativa de tipo político, solo posible, si el aparato estatal dispone la creación de una estructura capaz de transformarse al turismo en un alcance de todas las clases sociales.

7. TURISMO POPULAR, MASIVO Y SELECTIVO

Al igual que el turismo subvencionado, la forma de turismo popular se utiliza frecuentemente como sinónimo del turismo social, aun cuando no siempre se produzca esa coincidencia, como en los casos de algunos centros turísticos y principalmente recreativos.

Los lugares turísticos que perciben una demanda popular, por lo general están ubicados en las cercanías de las capitales y grandes ciudades, dentro de un radio máximo de aproximadamente 400kilometros.

Como el turismo popular es una de las formas del turismo comercial, sus servicios son explotados, bajo el criterio económico de máxima rentabilidad, pero buscando mantener su precio en el nivel más bajo de plaza. Esto se consigue gracias a que sus edificios e instalaciones o bien son obsoletos o, están diseñados buscando la máxima económica en su construcción y equipamiento, así como en su operación y mantenimiento, que se realiza con escaso personal; lo que facilita el acceso de los sectores de la población de menores ingresos. Junto con el turismo que hemos llamado "interno-comercial-promocional", es el que abátese a los consumidores de servicios turísticos pertenecientes al nivel inferior de la clase media que se menciona en la figura 3.1.

En los países pequeños y subdesarrollados, el turismo popular se confunde con el turismo interno de clase media porque prácticamente esta no existe. Los extractos más altos de la misma clase media se reservan el uso de los lugares mejor equipados, los cuales comparten con el turismo receptivos. Esto sucede porque la distribución del ingreso se encuentra en un nivel superior de la clase media. La oferta turística, adaptándose a esta realidad, rebajada sus estándares de comunidad, funciona con base en pequeñas empresas o empresa de explotación familiar, y logra con eso la concurrencia de consumidores poco exigentes, que pasan unos pocos días al año, durante los periodos de vacaciones y los fines de semana largos, en ambientes casi vacíos el resto del año.

No puede afirmarse que los usuarios del turismo popular, efectivamente descansen, a menos que se tengan en cuenta la precariedad de los servicios urbanos de los barrios donde reciben habitualmente y la baja calidad de sus viviendas. El medio ambiente de algunos lugares reservados para el turismo popular es francamente, deprimente; porque muestra la forma subdesarrollada que invento el subdesarrollo para que sus gentes se dividieran. La escasez acompaña a los pobres allí donde vayan, y el hacinamiento y la falta de servicios a su disposición marcan su existencia, hasta cuando esperan liberarse, por unas pocas horas o pocos días, de la miseria de lo cotidiano.

Sin embargo para los países de menores recursos el turismo popular puede ser la alternativa que les permita ampliar el número de personas con acceso al turismo, ante la imposibilidad de financiar un sistema de turismo social que cumpla las condiciones ya señaladas. Estos programas de reemplazo deberían ser controlados por el estado y promocionados a través de un sistema de crédito y asesoramiento técnico a los pequeños inversionistas, para que, primero, se pueda mejorar la planta actual y, luego, se incorporen nuevos servicios, todos habilitados a después de aprobar un estricto control de calidad mínima y electricidad, las aéreas públicas del ambiente urbano, los servicios de limpieza y de recolección de basura; si se organizan programas de educación a los prestadores de servicios y si se establecen sistemas públicos de transporte baratos a estos lugares; tal vez entonces el sector turístico encuentre el rumbo para que sus acciones beneficien, al menos en parte, a quienes deberían beneficien, al menos en parte, a quienes deberían beneficiar. Claro que estos programas no son espectaculares, pero no por eso

dejan de ser efectivos, a veces más que otros que cuentan con recursos financieros muchos mayores. Algo de lo propuesto se intentó en Honduras a través del plan de desarrollo del golfo de Fonseca, que lamentablemente duró poco tiempo.

Los montos que requieren el financiamiento de este tipo de programas son sensiblemente inferiores a los que se destinan a crear o ampliar la planta turística destinada al turismo receptivo o interno de altos recursos. Al analizar los lugares donde acude el turismo popular, que funcionan regularmente, se comprueba que su falta de calidad no se debe tanto a problemas financieros como a la falta de conocimiento, imaginación y educación de los improvisados comerciantes que decidieron dedicarse al negocio de las prestaciones de servicios turísticos, que pueden instalarse con poco capital.

Resolver la ausencia de un control oficial y el abandono de estos lugares a las iniciativas de esta nueva clase de empresarios, señala la característica principal de estos programas que, sin descuidar la parte financiera, requieren de mayor preocupación por los aspectos organizacionales.

En cuanto a la expresión turismo masivo, solo hay que decir que no es una forma de turismo, y que su mención aquí responde al único fin de aclarar su contenido, porque aunque no pertenece al tema, en la práctica cotidiana se usa como sinónimo de turismo popular o se lo une a las ideas de turismo social. En realidad el término no turismo masivo se refiere únicamente al volumen que puede adoptar cualquier flujo turístico a un sitio determinado (nacional o extranjero) si tener en cuenta que forma de turismo practican los usuarios así calificados.

Por otra parte el turismo selectivo es aquel que queda reducido a sectores especiales de la demanda. Las causas de selección pueden ser diversas. La más conocida y la primera que viene a la mente, es el costo de los servicios en destino como las playas del Caribe o un centro turístico especializado en los juegos de azar o la visita de atractivos por los aficionados a curiosidades de la naturaleza, como lo es, por ejemplo, la Antártida. Otra causa más común que la anterior, se debe al tipo de actividad motivadora del viaje turístico, que independientemente del costo exige un adiestramiento del que lo va a practicar.

Este es el caso de la pesca, la caza, la navegación a vela, la observación submarina e incluso el turismo de convenciones, pues la demanda de cada evento está restringida a las personas vinculadas al mismo. Así mismo cabe clasificar como turismo selectivo al turismo subvencionado, debido a que su naturaleza misma impone que la institución que va a financiar un viaje gratis, seleccione a quienes va otorgar ese beneficio. También el turismo social, aunque pague, en cierta forma es selectivo, porque en su implementación necesariamente se debe excluir aquellas personas cuya situación socioeconómica les permite utilizar los servicios del turismo interno comercial.

8. RECREACIÓN

Cuando en el capítulo 2 se hablo de la cuantificación del tiempo libre, de destaco que las cifras aproximadas de las personas que anualmente practican la creación (26000 millones de personas) relativizaban a las correspondiente al turismo internacional (400 millones de personas) y a los 528 e personas en que se calculo el turismo interno a nivel mundial. También antes, y al principio de este capítulo, se adelanto que la principal diferencia entre el turismo y recreación reside en que esta califica al uso del tiempo libre por periodos inferiores a 24 horas.

Otra forma de ver las cosas entiende por recreación:

A cualquier tipo de usos que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que este uso se realiza en una actitud placentera siendo por lo tanto el turismo una forma particular de recreación.

En realidad la diferencia que tenemos con lo anterior no son de fondo, si no de forma. Se trata de uso de las palabras. Si cambiamos esparcimiento el acuerdo se recupera. Por nuestro parte preferimos mantener la definición de recreación hemos expuestos, porque de lo contrario nos faltaría una palabra para desinar a esta forma de uso de tiempo libre. Además el sentido que utilizamos lo hemos tomado de criterio que se usa en estadística para distinguir a estos usuarios de turista.

En relación con los cortos tiempos de duración de las actividades de recreacionales, se desprende la mayor parte de ellas son de carácter urbano, incluyendo otras que se puede realizar en la periferia de las ciudades dentro de un radio de influencia que no asede de dos horas de distancia de tiempo, para un viaje prometido0 de ida o de regreso .este tipo de salidas fuera de ciudades para regresar en día, las vamos a el hombre de excursiones recreacionales, para diferenciarlas de las excursiones turísticas que son aquellas que se hacen hora visitar algún lugar cercano a un centro turística regresando a dormir al hotel. La sección de estadística de la organización mundial del turismo, por su parte utilizada en termino excursionista para identificar a los turistas que llegan a un país en cruceros náuticos utilizando al barco como alojamiento durante la permanencia en el puerto también comprenden servicios bajo espacio cubierto, como cine teatros, museo, bibliotecas, bares neverías, restaurantes, discoteques, shows, en centros nocturnos, juegos mecánicos y lugares al aire libre, como plazas juegos infantiles, centros deportivos, canchas de futbol, sedes de clubes, piscinas, parques y áreas arboladas para pasear a montar a caballo o en bicicletas.

Cuando la circunstancia lo permite por que la ciudad se ve favorecida por la presencia en su cercanía de atractivos turísticos naturales, estos automáticamente se incorporan a la oferta condicional como acontece con lagos, en vales, ríos, montañas, bosques y centros de sky. Allí por lo general es donde se remplaza los barrios con vivienda de fin de semana, también durante los periodos de vacaciones pueden llegar a rentar su para que otras personas las utilicen turísticamente o bien son usadas por sus mismos

propietarios con ese fin. Algunos momentos recreacionales se pueden pasar a la propia casa en la de otras personas, cuando se utiliza alguna fiesta a los amigos que visitan. Así mismo forman parte de las actividades recreacionales la asistencia o festejos fiestas públicas, que se organizan para conmemorar fechas patrióticas conocimientos religiosos. Otras veces ir al centro de la ciudad de compras o simplemente a pasear se transforman en una actividad recreacional en algunas ciudades Recreacionales de América latina que se han adoptado la modalidad de construir centros de compras similares a los de mal, de los estados de EEUU esos lugares se han convertido en el sitio de recreación de muchas personas de las clases medios y meialta, que se aprovechan la concentración de barrios servicios de distinto tipo en solo conjunto de edificios.

La demanda recreacional, siempre está constituida por personas que residen en la misma ciudad de pueden desagregar en distintos tipos. Por ejemplo en la ciudades ubicadas en el mar y que cuentan con playas, la demanda es masiva. Lo mismo puede decir de las asistencias parques públicos, a espectáculos deportivos o festejos populares a las casas de fin de semana integran un grupo selectivo pues para poder entrar a un club que ser socio y para construir a una casa de fin de semana, propietario de la misma o pertenecer su familia a su grupo de amistades. Otra tipología de la recreación es la recreación popular equivalente al turismo popular, pero con la diferencia que abarca un gran número de personas (cercano a la mayoría). En la recreación popular no pasa lo mismo que con la demanda del turismo popular que por falta de oferta no se materializa, por que la demanda recreacional se produce espontáneamente atreves del flujo de personas que cada fin de semana o día feriado se vuelca a las calles de la ciudad buscando algo que hacer.

Ya que hemos destacados que en este nivel es donde la falta de respuesta de la ciudades pone en evidencia las contradicciones de la vna urbana moderna en los países subdesarrollados. Muchas veces de la apersonas que emigran a la ciudad lo hicieron atraídas, entre otras cosas, por la posibilidad de ganar más y vivir mejor. Ellos y los que nacieron y vivienda en las ciudades, ven cada vez más el deterioro de la calidad de vida, la falta de servicios y los espacios adaptados para recreación, distracción y diversión.

La recreación popular requiere servicios gratuitos, o de muy bajo costo y la habilitación de áreas urbanas del tamaño suficiente como para albergar a un número creciente de usuario de ser nivel. Muy cercano al nivel popular se encuentra la tipología de la recreación social, que al igual que el turismo del mismo nombre requiere de la participación del estado para crear a las ciudades una planta recreacional destinada principalmente a los jóvenes y a los viejos; como lo son las colonias de vacaciones dl pago de una cuota mínima para el mantenimiento y operación brindan servicios programados y dirigidos por expertos en recreación para la edad madura e infantil

1.1.4. Disciplinas que intervienen en el estudio del turismo

Disciplinas que intervienen en el estudio del turismo.

Indudablemente, el estudio del turismo en forma sistematizada implica referirnos a una amplia gama de disciplinas científicas, que nos permiten profundizar y aprovechar los conocimientos que ellos nos aportan.

Ahora bien, las disciplinas que están estrechamente vinculadas con el fenómeno turístico son:

La antropología. Existen múltiples definiciones para esta disciplina, todas ellas, sin embargo, coinciden en considerarla como la ciencia del hombre y sus obras en relación con el cosmos.

El vocablo antropología, proviene de dos expresiones griegas “anthropos” (hombre) y logos (tratado). La antropología es prácticamente una ciencia nueva y, en consecuencia, hay varias escuelas y diversas opiniones que varían de un país a otro; no obstante, existen cuatro ramas fundamentales:

Antropología física, arqueología, lingüística y etnología, a las tres últimas, algunos autores denominan antropología cultural.

Es obvio que lo anterior implica un amplio repertorio de información que nos permiten percatarnos de las causas del desplazamiento turístico.

La historia. Definimos a este vocablo como: “La narración a los acontecimientos y de los hechos del pasado relativos al hombre, dignos de recordarse”. Lo anterior nos permite hacer un análisis de los hechos que intervinieron en los desplazamientos humanos a través del tiempo y del espacio.

El derecho turístico. Es la rama del derecho social que regula las relaciones entre turista, el estado y los prestadores de servicios turísticos.

La tecnología. Es el conjunto de conocimientos propios de la actividad turística como por ejemplo: la planificación como instrumento de desarrollo turístico; la tecnología hotelera en sus diversos aspectos, como por ejemplo: clasificación de los establecimientos de hospedaje, planes de alojamiento, sistemas de reservaciones, etc.; manejo de agencias de viajes y líneas de transporte, etc.

La psicología. Esta disciplina estudia los fenómenos y procesos psíquicos conscientes e inconscientes del individuo, desde el doble punto de vista de su interioridad y de su comportamiento, de ahí el conocimiento de la misma permita a los prestadores de servicios turísticos satisfacer los diversos intereses de turista, al poderse percatar de sus gustos, preferencias, etc.

Las relaciones humanas. Esta disciplina implica un inventario sistemático de conocimientos, cada vez más voluminosos y cuyo objetivo debería ser ya inmerso en el ámbito turístico, la explicación y predicción del

comportamiento del futuro cliente. Su finalidad última es el desarrollo de un prestador de servicios turísticos, cada vez más justo, productivo y satisfecho.

La estadística. Ciencia que establece los métodos necesarios para la recolección, organización, presentación y análisis de datos numéricos relativos a los diversos aspectos de la actividad turística, lo cual permite su control y aprovechamiento, por medio del pronóstico del turismo.