



NACIONES UNIDAS
CONSEJO
ECONOMICO
Y SOCIAL



Distr.
GENERAL

E/4615
27 febrero 1969
ESPAÑOL
ORIGINAL INGLÉS

46.º período de sesiones
Tema 5 del programa

SEMINARIO INTERREGIONAL DE LAS NACIONES UNIDAS
SOBRE EL DESARROLLO DEL TURISMO
(Berna, Suiza, 21 de octubre a 2 de noviembre de 1968)

Informe del Secretario General

INDICE

	<u>Página</u>
Introducción	5
PARTE I. PUNTOS IMPORTANTES DEL DEBATE	
I. Relación entre el turismo nacional y el turismo extranjero .	8
II. Definición del turismo nacional	9
III. Indices comparados del crecimiento del turismo internacional y nacional	10
IV. Restricciones a los viajes al exterior	11
V. Nivel de desarrollo económico en que conviene introducir la industria del turismo	12
VI. El empleo del multiplicador para evaluar el turismo	12
VII. Selección de localidades para su desarrollo turístico	12
VIII. Prevención de la especulación con terrenos	14
IX. Asistencia del grupo del Banco Mundial para el desarrollo del turismo	14
X. El turismo y el desarrollo de los recursos naturales	17
XI. Utilización de nuevos tipos de transporte	18
XII. Tarifas de los servicios aéreos para los países en desarrollo	19
XIII. Artesanías autóctonas y otros productos que atraen al turista	22
XIV. Alojamiento	23
XV. Casinos de juego	25
XVI. Formación profesional	25
XVII. Turismo cultural	26
XVIII. Agencias de viaje	27

INDICE (continuación)

	<u>Página</u>
PARTE II. RESUMENES DE LAS MONOGRAFIAS PRESENTADAS	
Perspectivas para el turismo en los países en desarrollo Chalermchai Charuvastr	28
El turismo internacional y el desarrollo económico Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo . . .	29
Algunas consideraciones sobre el turismo nacional Secretaría de las Naciones Unidas .	31
Evaluación del potencial turístico de un país: esbozo de metodología Frantisek Prikryl	33
Evaluación de los tipos y el volumen de la demanda turística nacional y extranjera S.N. Chib	36
Planificación de centros de turismo Faul Risch	38
El potencial turístico en los países en desarrollo H. David Davis	40
La organización del turismo en los países en desarrollo Julien Konan	42
La creación de una organización nacional de turismo J.L. Aeschlimann	43
La planificación del medio físico para el desarrollo del turismo Secretaría de las Naciones Unidas .	45
Desarrollo de los recursos naturales y del turismo: una relación mutua importante pero ambivalente Secretaría de las Naciones Unidas .	48
El turismo y los transportes de superficie Secretaría de las Naciones Unidas .	50
El turismo y el transporte aéreo R.J. Moulton	53
Fomento de productos locales de interés para el turista Göran F. Holmquist	55
Alojamiento Richard Lendi	57

INDICE (continuación)

	<u>Página</u>
Medidas directas e indirectas que pueden adoptarse en un país en desarrollo para promover la industria turística Georges Faddoul	59
Formas en que los países desarrollados pueden ayudar a la industria turística de los países en desarrollo Paul Bernecker	61
La comercialización en el turismo Jost Krippendorf	62
Los recursos humanos y la formación profesional para el turismo Organización Internacional del Trabajo	65
El turismo y el financiamiento de la conservación de lugares y monumentos Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura	67
Problemas del turismo en la región de la CEPAL y relaciones de la comunidad en materia de turismo Comisión Económica para Asia y el Lejano Oriente	69
El turismo en Africa Comisión Económica para Africa	71
Turismo en Europa Comisión Económica para Europa	75
ANEXO. Lista de participantes	77

INTRODUCCION

El Seminario Interregional de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo del Turismo se celebró en Berna, Suiza, del 21 de octubre al 2 de noviembre de 1968. Fue organizado por la División de Recursos y Transportes y por la Oficina de Cooperación Técnica del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (DAES) en colaboración con el Gobierno de Suiza. Al Seminario asistieron participantes procedentes de 27 países en desarrollo. La lista de los participantes figura en el anexo. Asimismo participaron representantes de las siguientes oficinas y organizaciones de las Naciones Unidas, cada una de las cuales contribuyó con una monografía, con los servicios de un conferenciante o con ambas cosas: el Centro de Vivienda, Construcción y Planificación (DAES), el Centro de Planificación, Proyecciones y Política del Desarrollo (DAES), la Comisión Económica para Africa, la Comisión Económica para Asia y el Lejano Oriente, la Comisión Económica para Europa, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) y el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF).

En la Parte I del informe se resumen los debates sobre determinados temas. En la Parte II figuran resúmenes de las 23 monografías que se presentaron, y en el anexo la lista de los participantes, inclusive la Mesa y conferenciantes del Seminario.

En parte mediante un intercambio de opiniones y de experiencias entre los participantes, un grupo de funcionarios superiores de turismo muy calificados de los países en desarrollo interesados, en parte mediante las contribuciones de los especialistas suizos y de otros países, y en parte gracias a la experiencia combinada de las Naciones Unidas y de las organizaciones interesadas de las Naciones Unidas, el Seminario se proyectó a fin de asistir a los participantes y, por su conducto, a otros miembros de la categoría superior de funcionarios de turismo de los países en desarrollo interesados para que aumentaran su comprensión y conocimiento general de los aspectos teóricos y prácticos del desarrollo del turismo y de la industria turística, inclusive de la tecnología que pueda aplicarse, y para ver como encaja el desarrollo del turismo en el contexto más amplio del desarrollo económico, con especial referencia a los países en desarrollo. Como éste fue el primer seminario interregional convocado por las Naciones Unidas en la esfera del turismo, representó al mismo tiempo la apertura de un nuevo campo que ocurrió en una coyuntura en que la labor relativa al turismo de las Naciones Unidas se orienta cada vez más hacia el suministro de asistencia técnica. Finalmente, los organizadores del Seminario quisieron aprovechar con estos fines la oportunidad que les proporcionaba la generosa oferta de Suiza para que celebraran este Seminario en el país que puede considerarse como el ejemplo por excelencia del turismo.

En representación del Secretario General de las Naciones Unidas inauguró el Seminario el Director de la División de Recursos y Transportes, que actuó como Director del Seminario en nombre de las Naciones Unidas. En nombre del Gobierno suizo dio la bienvenida a los participantes Su Excelencia el Embajador Ernest Thalmann, Jefe de la División de Organizaciones Internacionales, que hizo

referencia a las actividades suizas de cooperación técnica bilateral en la esfera del turismo, en forma de misiones de expertos y programas de formación profesional organizados en Suiza y en otros lugares. Durante los seis años últimos se dio formación profesional en hostelería y turismo a 250 personas procedentes del extranjero con resultados satisfactorios en el Instituto Internacional de Glion, Suiza institución privada que ofrece cursos de dos años, y en hoteles suizos. Suiza también ha contribuido a establecer una escuela de personal hotelero en Sousse, Túnez. El Profesor Dr. Paul Risch, Director del Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Berna, que actuó como co-Director suizo del Seminario, dio la bienvenida a los participantes.

Durante el Seminario se realizaron dos giras de estudio sobre el terreno. La primera el 22 de octubre (en la tarde), fecha en que el grupo visitó Moléson-Village, en Gruyère, un centro de vacaciones y de deportes que se creó en los seis últimos años. El Director, Sr. Victor Simonin, disertó acerca del intrincado proceso por el que se concibió y desarrolló el centro, refiriéndose a epígrafes tales como estudios preliminares; iniciativas financieras, jurídicas y políticas; infraestructura; planificación y disposición de los terrenos; servicios de comidas y de alojamiento; formación de personal; pistas para esquiar y otras instalaciones deportivas y recreativas; y posibles fuentes de ingresos para el centro.

La segunda gira de estudio sobre el terreno duró tres días en los que los participantes visitaron Lucerna, Lugano y Saint Moritz. Entre otras cosas, el objeto del viaje era ofrecerles una muestra de los variados y eficaces medios de transporte de Suiza, entre ellos el ferrocarril, el autobús correo y otros métodos creados especialmente para fines turísticos y deportivos, tales como el funicular y el teleférico. Durante el viaje se visitaron la Montaña Schilthorn (9.000 pies) y el Piz Corvatsch (11.153 pies), donde el Sr. Otto Koller, Presidente del Corvatsch Cable Way, y el Sr. Wolfgang Rohrer, Director, recibieron al grupo al que se ofreció una exhibición de esquí. Asimismo los participantes conocieron diversos hoteles y restaurantes atractivos y visitaron el Casino de Campione, Italia. Además, presenciaron una exposición que organizó en Lucerna la Oficina Nacional de Turismo. En Saint Moritz, el Director de Turismo, Sr. Peter Kaspar, ofreció una charla sobre las tareas de un director de turismo.

Varias de las últimas sesiones se dedicaron a que los participantes presentaran las monografías de su país. Entre los problemas que se señalaron como más urgentes figuraban la falta de medios para crear la infraestructura y superestructura necesarias, la absorción de los ingresos en moneda extranjera procedente del turismo por un mercado negro de divisas. Entre los problemas crónicos figuraban la insuficiencia de instalaciones hoteleras que reunieran condiciones satisfactorias, la falta de personal especializado y de servicios de formación profesional, la inhibición del desarrollo del turismo extranjero causada por los altos precios de las tarifas aéreas debidos a la distancia que separa a muchos de los países en desarrollo de los principales mercados turísticos mundiales, la falta de interés por el desarrollo del turismo, y el problema de cómo atraer a los turistas extranjeros hacia esos países y regiones.

El Seminario reveló ciertas zonas donde podrían realizarse actividades complementarias. Por ejemplo, hubo consenso acerca de la necesidad de estudios sobre los medios de reducir las tarifas aéreas. El Seminario mostró asimismo la necesidad de una investigación sobre las fuentes de fondos multilaterales, bilaterales y privadas para la financiación de las inversiones para el turismo. Se anunció que la División de Hacienda Pública e Instituciones Financieras de las Naciones Unidas y la División de Recursos y Transportes iniciarían conjuntamente dicha investigación en breve. Durante el debate sobre la cooperación regional se sugirió que las Naciones Unidas deberían facilitar o ayudar a la organización de conferencias regionales, a fin de investigar los medios de cooperación regional para el desarrollo del turismo. Se propuso concretamente que se convocara a una conferencia de países del Africa oriental, inclusive Malawi y Zambia y los cuatro países isleños de la nueva Alliance Touristique de l'Océan Indien (ATOI), es decir, las Islas Comores, Madagascar, Mauricio y Reunión. Otra de las propuestas fue que la Comisión Económica para Asia y el Lejano Oriente (CEPALO) comenzara un estudio para determinar las causas de que la corriente turística de muchos de los países asiáticos fuera en una sola dirección, y los medios para incrementar los viajes a la región y fortalecer el desarrollo del turismo regional.

PARTE I

PUNTOS IMPORTANTES DEL DEBATE

I. Relación entre el turismo nacional y el turismo extranjero

La relación entre turismo nacional y extranjero se estudió primordialmente en relación con el debate de las monografías sobre "Turismo internacional y desarrollo económico" y "Algunas consideraciones sobre el turismo nacional", respectivamente.

Se planteó la pregunta de si el turismo interno e internacional eran industrias similares, rivales o complementarias. Se diferenciaron dos casos: a) cuando los turistas nacionales y extranjeros representan en forma notoria culturas diferentes que necesitan distintos servicios de alimentación y de hotel, y b) cuando los turistas nacionales y extranjeros tienen hábitos de vida fundamentalmente análogos.

Hubo acuerdo en que el turismo nacional y el extranjero se complementan y refuerzan mutuamente en todas las inversiones para el caso b) y en todas las inversiones (por ejemplo, construcción de carreteras, construcción de vías de acceso a lugares históricos, conservación de monumentos, etc.) para el caso a) exceptuados restaurantes y alojamiento. Cuando había peticiones que se disputaban recursos de inversión respecto de esos restaurantes y alojamientos, se relacionaban principalmente con necesidades de inversión en moneda nacional, pues las necesidades de divisas para las instalaciones de ese tipo destinadas a turistas nacionales eran mínimas. La cantidad que debía destinarse al turismo nacional cuando hubiera peticiones para ambos sectores sólo se podía determinar sobre la base de cada situación concreta.

En el caso b), el turismo nacional con frecuencia aumentaba la viabilidad de las empresas hoteleras, sobre todo en los lugares en que se practicaba el turismo de "baja temporada", como en Israel y Miami (Florida), donde los hoteles ofrecían a los turistas nacionales precios más bajos fuera de temporada.

En los países en desarrollo, ni el turismo extranjero ni el nacional, ya fuera por separado o en combinación, podían financiar los altos gastos de la infraestructura; por esa razón los planificadores del desarrollo del turismo debían evitar en lo posible las inversiones de infraestructura destinadas a un solo fin, salvo en pequeños proyectos como la construcción de una planta diesel generadora de electricidad o en pequeñas unidades de desalación para determinados hoteles o proyectos de balnearios. Se necesitaba una cantidad considerable de viajes nacionales (prescindiendo de cómo se definiera el turismo nacional), por ejemplo, para contribuir a financiar los medios de transporte entre la capital y las atracciones o balnearios distantes de ella. A ese respecto, se señaló que las capitales de los países en desarrollo situadas cerca de aeropuertos internacionales no eran lo suficientemente interesantes como para atraer a turistas

extranjeros: era mucho más probable que para éstos las atracciones de los países en desarrollo fueran de tipo natural, tales como animales salvajes, playas y montañas, situadas en las regiones interiores de los países.

Las inversiones destinadas específicamente al turismo, como los parques naturales, debían planificarse y efectuarse de modo que se mantuvieran con el aporte tanto de los visitantes locales como extranjeros. Se señaló que actualmente los parques de varios países africanos eran más frecuentados por turistas locales que extranjeros, de manera que los primeros, aunque pagaban una entrada más reducida, habían pasado a ser la fuente principal de fondos de mantenimiento.

Se concluyó que, en general, el turismo nacional y el extranjero eran actividades más bien complementarias que rivales.

II. Definición del turismo nacional

Se observó que todavía no se adoptaba una definición universal del turismo nacional. En los Estados Unidos, el turismo nacional se había definido sobre la base de la distancia recorrida, con un mínimo de 100 millas, y con estadísticas recopiladas sobre esa base. Pero evidentemente esa definición no se podía aplicar en todas partes, por ejemplo en los países muy pequeños. Varios países, entre ellos Suiza, consideran que el turismo nacional se compone de dos elementos: viaje y alojamiento. Esto permite recopilar estadísticas sobre la base de las noches - turista de los hoteles, análogo al método aceptado para calcular el turismo internacional. Se observó que esta fórmula puede modificarse para los viajeros que se alojan en tiendas, pero que gastan dinero en alimentos en los lugares que visitan. Entre los países representados en el seminario Irán constituía un caso típico, ya que allí había un gran número de veraneantes que empleaban tiendas.

Sin embargo, un participante puso en duda por varias razones la exactitud de la definición basada en el uso de hoteles o en los gastos efectuados: a) no abarcaba el fenómeno universal de las personas que van a visitar parientes o amigos y pernoctan en los hogares de éstos; b) la teoría suponía que un viajero nacional no era un turista a menos que gastara dinero que traía consigo en la localidad visitada, con lo que se consideraba al turismo desde el punto de vista de una localidad y no desde el punto de vista de todo el país; c) a pesar de basarse en los gastos, no tomaba en cuenta el dinero gastado en llegar a la localidad, el dinero gastado en alimentos y esparcimiento por los anfitriones del viajero cuando éste se alojaba en casa de familiares o amigos, ni el dinero gastado en regalos para los anfitriones, que podía representar una suma considerable e incluso exceder de la cantidad gastada en alimentos y esparcimiento. De esta manera, el participante sostuvo que: a) si la base de la definición iban a ser los gastos, no tenía importancia quien los realizara y donde se efectuaran; b) una definición basada en los gastos no era satisfactoria; c) una base mejor sería el factor viaje, ya que los viajes que se deben a relaciones familiares u otro tipo de relaciones personales eran un elemento importante del turismo nacional (y del internacional) y comprendían también los elementos no económicos del turismo nacional, tales como contactos sociales que superaban diferencias regionales, nuevas ideas, etc.

Se consideró brevemente otra sugerencia: la de introducir un elemento de motivación. Sin embargo, esto se consideró impracticable. Por ejemplo, para el hotelero, el visitante era un turista independientemente de que viajara por negocios o por placer.

Se sugirió que un medio aceptable de calcular el número de personas que viajaban para visitar parientes o amigos lo constituía una encuesta por muestreo de los viajeros que empleaban todo tipo de medios de transporte.

III. Índices comparados del crecimiento del turismo internacional y nacional

Hubo cierto desacuerdo respecto a los índices comparados de crecimiento de ambos tipos de turismo, aunque la opinión general fue de que no se podía llegar a una conclusión definitiva al respecto sin una definición universal del turismo nacional y sin informaciones adecuadas sobre un número suficiente de países. Un participante adoptó la posición de que los datos de que se disponía sobre el índice de crecimiento del turismo internacional en los países desarrollados en los últimos cinco años justificaba la conclusión, sólo en relación con los países desarrollados y no con los en desarrollo, de que el turismo internacional estaba creciendo más rápidamente que el nacional. Otra declaración, que figura en el segundo trabajo sobre turismo internacional y desarrollo económico, sostuvo que en los países en desarrollo el turismo nacional tiende a desarrollarse con más lentitud que el turismo internacional.

En apoyo de lo contrario, otro participante señaló a la atención los datos referentes a Turquía que aparecían en el trabajo relativo a algunas consideraciones sobre el turismo nacional. En ese trabajo, el cuadro 6, sobre tránsito de pasajeros nacionales, indicaba que el total de kilómetros-pasajero de 1967 había sido de 40.120 millones. El participante sostuvo que se podía calcular el número de viajeros dividiendo esta cifra por un número hipotético que representara el número de kilómetros recorridos por cada viajero. Aún utilizando una cifra hipotética muy alta, como la de 500 kilómetros, el resultado daría 80 millones de viajeros. El participante agregó que aún si se consideraba esta cifra como abultada por las duplicaciones, seguía siendo extraordinariamente alta, y posiblemente indicaba que las cifras de noches-turista nacionales, basadas en los registros de los hoteles, reflejaban sólo una pequeña fracción de los viajeros nacionales que se alojan fuera de sus hogares. Observó además que aún si las cifras de registro de los hoteles también eran inexactas o incompletas, las anomalías estadísticas del trabajo citado demostraban la gran necesidad de contar con una definición aceptable del turismo nacional. Por otra parte, un reciente estudio sobre el esparcimiento en los Estados Unidos había indicado que el 50% de los viajeros nacionales había dado las visitas de familia como razón de sus viajes.

IV. Restricciones a los viajes al exterior

Las consecuencias de las restricciones a los viajes se examinaron en relación con el problema de la carga excesiva que imponen sobre los recursos de divisas de determinado país los viajes al exterior de sus ciudadanos. Evidentemente el problema podía suscitarse cuando existía también una floreciente industria de turismo internacional, y aún agravarse por causa de ésta, como en el caso de Barbados. En ese país el turismo internacional era la industria principal y su expansión se reflejó en una mayor capacidad económica de los ciudadanos y en más viajes al exterior, en detrimento de la balanza de pagos.

Se expresó la opinión de que las restricciones de los viajes internacionales debían desalentarse enérgicamente como contrarias al turismo internacional y al concepto de los viajes internacionales en ambos sentidos con los importantes beneficios culturales, sociológicos y de otra índole que entraña.

Sin embargo, también se expresó la opinión de que podía justificarse que un país en desarrollo adoptara la política de desalentar los viajes al exterior con miras a proteger su balanza de pagos, aunque se trataba de una política que generalmente no se puede apoyar en el caso de los países desarrollados. Actualmente el grueso del tránsito del turismo internacional va en dirección de los países desarrollados. A excepción de algunos países en desarrollo de las zonas del Mediterráneo y del Caribe, la mayoría de los países en desarrollo exhibían un saldo negativo de divisas en su cuenta de turismo. La liberalización de las restricciones ocasionaría una mayor pérdida neta de divisas por parte de los países en desarrollo a favor de los desarrollados. (Algunos participantes señalaron la diferencia entre las restricciones de los viajes al exterior y los impuestos de viaje y consideraron que éstos, a pesar de que varios países los aplican, constituyen una forma de restricción poco apropiada.) Otros sostuvieron que, en principio, este impuesto no podía ser más objetable que cualquier otro gravamen sobre bienes o servicios de lujo, aunque era posible que determinados métodos de aplicación de ese impuesto fueran inadecuados o excesivos.

Por una parte, se sugirió reducir los viajes internacionales mediante el fomento del turismo nacional. Por otra parte, se señaló que esa solución podía ser válida para los países desarrollados, sobre todo para los Estados Unidos, pero que sería ineficaz para los países en desarrollo, donde los que viajaban al exterior y los que pasaban sus vacaciones en el país constituían dos grupos diferentes. Generalmente los primeros representaban la élite de la población y tendían a visitar Europa o los Estados Unidos y no un país de su propia región. Se señaló también que en lo que se refería a los países pequeños, incluso el potencial del turismo nacional estaba limitado, pues los viajeros rara vez pernoctaban en los lugares visitados. Sin embargo, esta opinión no mereció la aceptación general. Otra opinión fue que para algunos grandes países en desarrollo tales como la India y Brasil el turismo nacional era un medio importante - y así lo consideraban los gobiernos interesados - no sólo para reducir los viajes al exterior o a los países vecinos (por ejemplo, antes de que se desarrollara el turismo brasileño, los ciudadanos de ese país solían pasar sus vacaciones en Uruguay), sino también de superar las diferencias de condición social y las barreras sociales entre diversas regiones del país, así como de estimular el interés de la población en su propio país.

V. Nivel de desarrollo económico en que conviene introducir la industria del turismo

La discusión mostró que no había una solución general para este problema y que ello dependía en buen grado del país de que se tratara. El nivel del desarrollo de la infraestructura y de la educación general eran factores muy importantes. La infraestructura es demasiado onerosa para introducirla exclusivamente con fines turísticos y mucho menos tratándose de una industria de turismo pequeña.

Además, para países que se encuentran en una primera etapa del desarrollo quizá la introducción de una industria del turismo podría no ser económica si exigiera la importación de alimentos, servicios y de todos los bienes de inversión. De hecho, y en esas circunstancias, una industria de turismo internacional podría en definitiva ocasionar al país una fuerte pérdida de recursos en divisas. Por lo tanto, sería conveniente que algunos países se dedicaran a otras esferas primero. De cualquier manera, al examinarse el asunto, era necesario proceder con cautela al evaluar adecuadamente los costos y beneficios de una industria del turismo.

VI. El empleo del multiplicador para evaluar el turismo

Se exhortó a los participantes en el Seminario a que consideraran al turismo como un instrumento del desarrollo económico. Los funcionarios encargados del turismo tendrían que convencer a las autoridades responsables de los asuntos financieros y de planificación de los efectos de las inversiones en el turismo sobre el desarrollo, en comparación con la posible utilización en otros sectores de la economía de los escasos fondos de que disponen los países en desarrollo. La cuestión se refiere a la forma en que deben evaluarse las repercusiones del turismo sobre el desarrollo.

En el plano macroeconómico, los economistas suelen emplear el multiplicador, concepto ideado en 1931 por R.F. Kahn para indicar los efectos generadores de ingresos de las inversiones. Los participantes creían que el uso del concepto del multiplicador con respecto al turismo suscitaba varios problemas difíciles. Un cálculo fidedigno de los efectos generadores de ingresos de las inversiones en el turismo requeriría varias proyecciones o pronósticos, así como datos estadísticos exactos y detallados de que no siempre disponen los economistas de los países en desarrollo. Por consiguiente, el concepto del multiplicador debe utilizarse con precaución al calcular la contribución de las inversiones en el turismo al desarrollo, y la comparación, si fuera posible, de la productividad de las inversiones en el turismo con la de los demás sectores debe comprobarse con los resultados de otras técnicas de cálculo.

VII. Selección de localidades para su desarrollo turístico

Las prioridades en la selección de localidades fue una cuestión que surgió varias veces durante el Seminario, pero especialmente en relación con las monografías sobre "Criterios para una metodología de la evaluación de las posibilidades turísticas de un país" y "La planificación del medio físico para el desarrollo del turismo".

En el caso de un país como la República Dominicana, por ejemplo, donde el desarrollo del turismo se encontraba en la etapa inicial y cuyas atracciones turísticas no estaban concentradas en una sola localidad, se planteaba la cuestión de si el desarrollo del turismo debía empezarse en una localidad únicamente o si había que tratar de desarrollar simultáneamente todas las regiones de interés.

Aparentemente una solución sería que todo país que se propusiera desarrollar el turismo debía tener un plan nacional en el que se fijaran las prioridades. En el caso de la República Dominicana, por ejemplo, sería preferible comenzar con la capital, Santo Domingo, y organizar excursiones a partir de ella. Posteriormente, podrían iniciarse trabajos en zonas distantes con un criterio selectivo. Se subrayó que siempre era preferible completar los trabajos en cada una de las localidades y que la planificación gradual era un objetivo deseable.

Con respecto a los grandes países que poseyeran diversas posibilidades de desarrollo, como Brasil, la India y el Irán, los participantes deseaban saber cómo tendrían que seleccionarse las zonas que había que desarrollar, qué superficie debían tener y en qué forma debían tratarse las distintas localidades de extensión limitada con grandes posibilidades turísticas.

Una solución consistía en que el desarrollo del turismo se realizara en el contexto de un amplio plan nacional de desarrollo. En esos planes se indicaban, entre otras cosas, las regiones de planificación del país, delimitándolas con arreglo a la proximidad geográfica de las características comunes o complementarias a fin de determinar el desarrollo global óptimo de cada región. Así pues, la extensión de las zonas variaría de un país a otro. Al seleccionar la zona o zonas que habían de gozar de prioridad en cuanto al desarrollo del turismo, debía darse preferencia a las que tuvieran mayores posibilidades globales al respecto. Si sucediera que una determinada localidad con grandes posibilidades turísticas estuviere situada fuera de una de las zonas elegidas, podría incorporarse en algunos casos a la estrategia para el desarrollo de la zona mediante un vínculo especial.

Otro participante, que estimaba que el curso del desarrollo del turismo de un país debía depender de la evolución de las inversiones en gran escala, propugnó un criterio totalmente distinto. En esos proyectos de inversión debía preverse desde el principio el turismo, en fecha lo suficientemente temprana para poder incluirlo en el mismo contexto. Un ejemplo de ello era un plan para la construcción de carreteras y otras inversiones en la infraestructura que pudiera redundar en beneficio del turismo, para explotar las posibles zonas turísticas a las que aún no podía llegarse por carretera, ferrocarril u otros medios de transporte. Se subrayó que un requisito de ese criterio era que los funcionarios encargados del turismo estuvieran alerta y se mantuvieran en contacto con las autoridades encargadas de las obras públicas del país, lo cual tendría la gran ventaja de permitir resolver el difícil problema de financiar la infraestructura necesaria, desplazando los gastos, salvo por la cuota relativamente pequeña que habría que asignar al turismo, a los demás sectores que pudieran soportarlos. Según el mismo principio, los complejos turísticos podrían considerarse junto con otros proyectos para el desarrollo; por ejemplo, podría combinarse un gran embalse hidroeléctrico con instalaciones para deportes acuáticos.

VIII. Prevención de la especulación con terrenos

En algunos casos, el precio de los terrenos en los que se proyectaba construir hoteles o establecer playas turísticas era excesivo. No existía una legislación uniforme para la prevención de la especulación con terrenos, pero varios países habían formulado una política de terrenos y tomado medidas contra esa especulación. El Centro de Vivienda, Construcción y Planificación de las Naciones Unidas estaba preparando un estudio sobre la materia que se publicaría en 1970. Uno de los medios, pero no el único, de controlar la utilización de los terrenos e impedir la especulación con ellos era el fomento de la propiedad pública. Los países tenían a su alcance otros medios eficaces que dependían de sus sistemas económicos, sociales y políticos, como la aplicación de una política destinada a influir sobre el sector privado o a proporcionarle incentivos, o la adopción de diversos tipos de medidas de control. La adquisición y la expropiación por el Estado podrían resultar inevitables cuando se tratara del desarrollo de una zona con problemas especialmente complejos.

IX. Asistencia del grupo del Banco Mundial para el desarrollo del turismo

A continuación figura un resumen de la exposición hecha por el conferenciante^{1/}.

El BIRF había adoptado recientemente la decisión de recabar proyectos para conceder préstamos de ayuda al desarrollo turístico. El Banco estaría interesado en proyectos de inversión de capital en la superestructura y la infraestructura.

Por lo que se refería a la superestructura, la CFI era el organismo que podía prestar asistencia financiera a empresas privadas, en tanto que el Banco concedía créditos a las empresas públicas. Esos organismos proporcionarían apoyo financiero a las instituciones crediticias pertinentes como bancos de desarrollo o instituciones de crédito a la hostelería.

En el caso de la infraestructura, había que considerar dos categorías: a) la infraestructura concreta para el turismo; b) la infraestructura general con repercusiones sobre el turismo. Los ejemplos de la primera categoría incluían los de centros turísticos integrados, como Moléson, el establecimiento de playas, la construcción de carreteras internas, la nivelación de terrenos o las obras en el litoral. Otros tipos incluían las reservas de fauna y flora, los parques nacionales, o casos concretos como una carretera entre dos lugares arqueológicos, telesquíes y paseos marítimos. Entre los ejemplos de la segunda categoría se encontraban los siguientes: aeropuertos, carreteras, telecomunicaciones, etc. Recientemente se ha adoptado la política de proporcionar asistencia para la construcción de aeropuertos.

^{1/} El conferenciante, Sr. H. David Davis, subrayó, que hablaba en el seminario a título únicamente individual y no oficialmente en nombre del BIRF, la AIF o la CFI. El Sr. Davis aclaró que si bien el Banco había decidido recientemente recabar proyectos para conceder préstamos de ayuda al turismo, aún no había adoptado una decisión oficial sobre su política en materia de inversiones turísticas. Por consiguiente, su política seguía estando en la etapa de formación.

El grupo del Banco no prestaría ayuda para un proyecto a menos que estuviera justificado desde el punto de vista económico y financiero.

La falta de infraestructura o su insuficiente capacidad podía producir un estrangulamiento, y, en tal caso, el problema era doble: determinar cuánto costaría eliminar ese estrangulamiento y si podía eliminarse económicamente. Si no fuera posible, el Banco no estaría dispuesto a conceder préstamos para tales proyectos. El asunto podía enfocarse de otra forma: el movimiento turístico podría ser un elemento de la demanda total de determinadas obras de infraestructura, o contribuir a un aumento, y podría así reforzar la justificación de las mismas. En ese caso, el Banco estaría interesado en financiar el proyecto desde el punto de vista del turismo y para otros fines. Por supuesto, desearía determinar la parte del costo que habría que atribuir al sector del turismo.

Los criterios generales de los tres organismos del grupo del Banco, el BIRF, la AIF y la CFI, para la concesión de préstamos, que también se aplicaban al turismo, eran los siguientes:

En ese momento, el tipo de interés del BIRF era del 6,5%. Los préstamos bancarios eran a largo plazo con períodos de reembolso que oscilaban según las circunstancias; los créditos por plazos de 20 a 25 años, que en algunos casos llegaban a 30, eran bastante frecuentes. Normalmente el BIRF sólo otorgaba préstamos por la suma del componente de moneda extranjera. No obstante, esa política se estaba enfocando a la sazón en forma algo más flexible que en el pasado.

La AIF concedía crédito por un plazo hasta de 50 años, cargando únicamente el costo del servicio, pero los países más prósperos no satisfacían los requisitos para recibir esos préstamos. Además, a veces se agotaban los fondos de la AIF y debían ser reconstituidos. En los últimos tiempos sus fondos se habían agotado rapidísimamente y la situación de los mismos era a la sazón problemática.

El tipo de interés que la CFI cargaba en sus préstamos oscilaba por lo general entre el 8% y el 8,5%, y la Corporación solía también subscribir acciones de las empresas a que prestaba ayuda.

Los préstamos bancarios requerían una garantía oficial, en tanto que ese requisito no se aplicaba a las empresas que recibían ayuda de la CFI.

El criterio en todas las operaciones del grupo del Banco era el desarrollo general del país, inclusive el mejoramiento de la balanza de pagos.

Por ese motivo el Banco estaba principalmente interesado en el turismo internacional, aunque reconocía que el interno solía contribuir muchas veces a hacer viable las distintas empresas hoteleras al darlas al margen adicional necesario y proporcionar clientela fuera de la temporada turística internacional.

Se examinó la política del Banco de conceder crédito principalmente para el componente de divisas. Ello tendería a que los países aumentaran ese componente de los proyectos. En lugar de estimular a los países prestatarios a que hicieran todo lo que estuviese a su alcance, les induciría a aumentar al máximo dicho componente.

El orador se mostró de acuerdo en que existía ese riesgo, pero indicó que los países tenían que reembolsar los préstamos en divisas y que convenía que hicieran alguna contribución nacional. El Banco revisaba los proyectos con gran detenimiento para impedir que los países beneficiarios exageraran el volumen del componente de divisas.

Se señaló asimismo que en algunos países, por ejemplo Turquía, el contenido de importaciones de las inversiones en el turismo era muy bajo, que era la situación apetecida. El conferenciante coincidió con esa opinión, pero agregó que la mayoría de los países en desarrollo no habían establecido aún empresas de construcción en gran escala, ni industrias que fabricaran gran parte del equipo requerido por los hoteles y las empresas turísticas afines, de modo que para esos países el porcentaje de divisas de los gastos para el desarrollo del turismo seguía siendo considerable.

El conferenciante consideraba que aparentemente el transporte aéreo con vuelos irregulares contratados seguía siendo el principal medio para reducir las tarifas aéreas. Los aviones gigantes de retropropulsión no ofrecerían una solución total. Indudablemente, algunas de las decisiones adoptadas por la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (ATAI) daban origen a un trato desigual. Desgraciadamente, poco podían hacer los países pequeños de destino para contrarrestar ese aspecto, ya que su capacidad de negociación con la ATAI no era lo bastante fuerte. Pero en la lucha entre la entidad nacional de turismo de un país y su empresa aérea nacional, el Banco apoyaría las políticas y programas que, habida cuenta de todos los elementos en juego, más redundaran en beneficio del país en su totalidad y no a aquéllos que contribuyeran exclusivamente al logro de mayores utilidades para la empresa aérea.

Las fuentes de asistencia para el desarrollo del turismo incluían, además del grupo del Banco, empresas internacionales como las que administraban las cadenas internacionales de hoteles, las de giras turísticas y las empresas aéreas internacionales interesadas en un país de destino determinado. No obstante, algunas empresas hoteleras internacionales no resultaban apropiadas, en el sentido de que sus inversiones eran a veces mínimas y su principal interés se centraba en los honorarios de dirección. Otras facilitaban dinero, pero no en gran proporción. Las empresas de giras turísticas constituían la fuente principal de fondos y estaban ampliando sus actividades considerablemente. No obstante, representaban un peligro en la medida en que tendían a conceder anticipos simplemente contra la seguridad de una clientela futura. Esas empresas eran una fuente de dinero a corto y no a largo plazo, en tanto que para los países en desarrollo eran mucho más importantes los créditos a largo plazo. Con todo, la política de esas empresas era a veces distinta cuando una filial suya decidía establecer y dirigir un hotel.

Se indicó que otras fuentes oficiales posibles de fondos eran el Banco Interamericano de Desarrollo, el Banco Asiático de Desarrollo, el Banco Africano de Desarrollo y las fuentes bilaterales, como la asistencia prestada por los Estados Unidos, el Reino Unido, Alemania y Suecia, aunque hasta la fecha ninguna de ellas había proporcionado capitales de consideración.

Por lo que respecta a la disponibilidad de crédito para los estudios de viabilidad, en principio, el Banco no los organizaba ni financiaba, sino que dejaba que el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (Fondo Especial) se encargara de esa esfera. El Fondo Especial confiaba generalmente esos proyectos a las Naciones Unidas. Sin embargo, se habían registrado casos en otros sectores en que se habían incluido estudios técnicos detallados de proyectos del Banco en el préstamo para la ejecución de los propios proyectos.

El Banco concedía préstamos para gastos de capital en materia de fomento, no para gastos corrientes, como por ejemplo, programas de publicidad. El conferenciante estimaba que la mayoría de los países en desarrollo sufrían de gran escasez de fondos para la promoción y que la mayor parte de los trabajos de esa índole debían realizarlos las empresas del ramo de viajes (empresas de transporte, grandes agentes y empresas aéreas). Los fondos limitados de que disponían los países deberían utilizarse para proporcionar material a esas empresas.

X. El turismo y el desarrollo de los recursos naturales

En la monografía "El desarrollo de los recursos naturales y el turismo: relación significativa aunque ambivalente", el autor puso de relieve los cinco puntos siguientes:

- a) De los países en desarrollo, los de más elevada tasa de crecimiento económico eran los que habían desarrollado y exportado sus recursos naturales, tales como el petróleo;
- b) Con muy pocas excepciones, los países que ya no consideran necesario imponer restricciones al cambio de divisas eran aquellos que han desarrollado sus recursos naturales;
- c) Los países debían tratar de evitar las economías de monocultivo y eso se aplicaba también a los países que concentran su actividad en el turismo con exclusión de otras industrias;
- d) En algunos países en desarrollo (tales como los países exportadores de petróleo) no era probable que el turismo produjera la tasa máxima de crecimiento ni de beneficios netos de las inversiones. Sin embargo, los países en desarrollo no debían dar de lado las potencialidades del desarrollo del turismo, con objeto de poder diversificar sus economías y obtener también los muchos beneficios no económicos del turismo.

En cuanto a la relación entre los recursos naturales y el desarrollo del turismo, el autor llegó a las siguientes conclusiones:

- a) En los países en desarrollo la utilización de la tierra y del agua para aprovechamiento de los recursos naturales debe tener prioridad sobre la utilización de los mismos recursos para el turismo, en el caso de que no fuera factible dar a tales recursos un empleo mixto. Sólo en casos excepcionales podía darse al turismo prioridad sobre el desarrollo de los recursos naturales;

b) En interés de la economía, siempre que sea posible deben combinarse los proyectos relacionados con los recursos naturales y con el turismo;

c) En la realización de proyectos de desarrollo de recursos naturales debe cuidarse de reducir a un mínimo la contaminación del aire y del agua y los daños al medio ambiente;

d) Los planificadores del turismo de los países en desarrollo deben evitar las inversiones de infraestructura de una sola finalidad, salvo cuando se trate de proyectos pequeños, tales como grupos generadores Diesel o pequeñas unidades de desalación de agua para proyectos integrados por un solo hotel o lugar de veraneo;

e) Los planificadores del turismo deben estar al corriente del desarrollo de los recursos naturales de su país, con objeto de poder descubrir en las fases iniciales y formativas de tales proyectos cualquier posibilidad de combinarlos con el turismo;

f) Cuando se piensa reservar una zona para el desarrollo del turismo, se la debe estudiar previamente para comprobar sus posibles recursos naturales. Así por ejemplo, la utilización de ciertos terrenos para exploración de minerales debe tener prioridad sobre su empleo como coto de caza; la prospección de petróleo en el mar cerca de la costa debe tener preferencia al empleo de la misma localidad costera como playa de veraneo.

g) Se acepta ahora la práctica de que un país debe realizar un inventario periódico de sus recursos naturales, por ejemplo, cada decenio. Conforme al mismo principio, los países en desarrollo deben examinar también periódicamente sus zonas potenciales de desarrollo del turismo, ya que a medida de que el país desarrolla su infraestructura y sus recursos naturales e introduce técnicas nuevas, puede ocurrir que pasen a ser utilizables nuevas zonas.

Se estableció una distinción entre los recursos naturales "arraigados en una localidad" y las instalaciones para el tratamiento de recursos naturales, tales como las plantas petroquímicas. Estas no se circunscribían a una localidad, por lo que no podía dársele prioridad sobre el turismo en la utilización de la tierra.

XI. Utilización de nuevos tipos de transporte

Se demostró interés en la economía y explotación de medios de transporte nuevos o no corrientes, tales como los hidroplanos y los aerodeslizadores. Se informó a los participantes que las Naciones Unidas estaban preparando un estudio sobre ese tema, con la finalidad de investigar la medida en que tales medios de transporte pudieran ser de utilización práctica y económica en los países en desarrollo. Se señaló que los países en desarrollo podrían tener la ventaja de comenzar por utilizar inmediatamente medios de transporte no corrientes, mientras que los países desarrollados pueden verse obligados a seguir utilizando medios más antiguos a causa de su infraestructura inherente.

Se declaró que en la región de Asia la Comisión Económica para Asia y el Lejano Oriente podría facilitar información a quien lo solicitara acerca de la utilización de estos tipos de vehículos no corrientes.

XII. Tarifas de los servicios aéreos para los países en desarrollo

Se consideró que la reducción de las tarifas aéreas tenía importancia trascendental para la futura expansión del tráfico turístico a los países en desarrollo, especialmente aquellos que se encuentran distantes de los principales centros de salida de turistas del mundo. Se trató este tema a raíz de la presentación del documento sobre turismo y transporte aéreo. Fue criticado el sistema de tarifas de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA). Señaló el conferenciante, sin embargo, que mientras sus propios gobiernos soberanos no desearan establecer un órgano supranacional de fijación de tarifas, el sistema de la IATA era probablemente el mejor que podría esperarse, a pesar de sus fallos y deficiencias. Dijo que no debía olvidarse que los buques, ferrocarriles y autobuses fijan sus tarifas internacionales de modo similar.

Un participante fue del parecer que quizá sería mejor un sistema de tarifas totalmente libre. Así por ejemplo, las Líneas aéreas de Islandia no son miembro de la IATA y sus tarifas son inferiores. En una industria fundada en la competencia, los adelantos técnicos conducirían normalmente a tarifas más reducidas, pero esto no ha ocurrido con las tarifas de líneas aéreas debido al parecer a los mecanismos de la IATA.

Sobre este respecto los participantes se mostraron escépticos de que la puesta en servicio de los reactores gigantes fuese a producir una reducción de tarifas considerable. El conferenciante compartió esta opinión y dijo que con toda probabilidad las futuras reducciones seguirían el ritmo pasado de 2% por año. Sin tratar de defender el statu quo de la IATA, que podía defenderse por sí mismo, señaló que debía distinguirse entre las tarifas de líneas aéreas internacionales y otros precios interiores de cada país. Las primeras se han elevado mucho menos que los segundos. Una empresa de transporte aéreo no tiene obligación de entrar en la IATA, pero tan pronto como se hace miembro de ella vota generalmente a favor de los acuerdos sobre tarifas de dicha Asociación, cuyas votaciones se deciden por unanimidad. Frecuentemente las pequeñas empresas internacionales de transporte aéreo tienen más empeño en mantener tarifas elevadas que empresas internacionales mayores. Los funcionarios encargados del turismo deben exponer a sus empresas aéreas sus objetivos en relación con su país y después, si tales gestiones no diesen resultado satisfactorio, podrían tratar de persuadir al gobierno en su totalidad de que retire su conformidad a las tarifas de la IATA y siga en su región un sistema de libertad de tarifas.

Se indicó también que en las conferencias de la IATA cada representante de una empresa de transporte aéreo debiera adoptar una posición que tuviese en cuenta no sólo los intereses de su empresa sino también los de su país y grupo de agentes de viajes locales. De esa forma se prestaría más atención a las necesidades de la industria turística de su país.

El conferenciante declaró que la OACI estaba realizando estudios generales sobre la materia y citó su trabajo como ejemplo. Dijo también que, según indicaban los estudios, en ciertas circunstancias los sistemas de fletes y otros sistemas no regulares proporcionaban otro medio para reducir las tarifas.

Varios participantes estimaron que ciertamente se necesitaban estudios para determinar, entre otras cosas, si existían empresas de transporte aéreo de bajo rendimiento.

Los participantes de América Latina mencionaron la poco satisfactoria situación ahora existente de que las tarifas de América Latina a Europa fueran inferiores a las del trayecto inverso. El conferenciante indicó que la responsabilidad de esta situación discriminatoria pertenecía a las empresas de transporte aéreo de América Latina tanto como a las europeas. Para esto, se requería unanimidad de acuerdo; sin embargo, ningún país de América Latina había disentido. Se trataba probablemente de una inadvertencia que pronto se rectificaría.

No obstante, algunas de las empresas aéreas de los países en desarrollo se oponían frecuentemente a las tarifas bajas por no haber tenido tiempo todavía para conseguir un grado suficiente de expansión y rendimiento que les permitiera sostenerlas. Algunas veces tenían justificación para ello. En términos generales, el conferenciante se mostró optimista acerca de la eliminación de la mayoría de las tarifas discriminatorias en un futuro previsible.

Observó que cualquiera que fuera el medio de transporte, los precios y tarifas internacionales eran cuestión muy compleja y que todas las tarifas continuarían adoleciendo de determinadas anomalías. Recomendó a los países en desarrollo que calculasen la tarifa por milla desde algunas de las zonas principales de salida de turistas a sus centros turísticos propios, para comparar esas cifras con las resultantes de tarifas hasta otros centros turísticos situados a la misma distancia. En el caso de haber discrepancia en las tarifas por milla, podrían presentar sus argumentos al gobierno y solicitar sus medidas, tales como investigación de causas, reclamaciones a la IATA y rechazo de determinadas tarifas de ésta.

Se preguntó al orador si la OACI había elaborado especificaciones para modelos de aeropuertos. Contestó que había en preparación un manual sobre planificación de aeropuertos. Todavía están en vigor las disposiciones del capítulo VI del anexo IX del Convenio de Aviación Civil Internacional (Chicago, 1944), las cuales han sido ampliadas considerablemente en la nueva edición del anexo IX que va a publicarse en abril de 1969.

En cuanto a si los reactores gigantes y aviones supersónicos dejarían de hacer escala en los países que no siguieran el ritmo de desarrollo, creía el orador que cualquier país que tuviera un volumen considerable de tráfico podrían recibir a tales aviones si así lo deseaba, a condición de que sus aeropuertos dispusieran de pistas y otros medios adecuados.

Los participantes preguntaron si la OACI podría intervenir para perfeccionar el mecanismo administrativo dentro de un Estado, tal como por ejemplo en lo relativo a aduanas y policía. Contestó el orador que ya venía haciéndolo así desde 1945, pero que la OACI no era sino una organización de Estados soberanos. Podía recomendar, mas no imponer condiciones. Sin embargo, la OACI había establecido las Normas y Métodos Recomendados Internacionales para Facilitación del Transporte Aéreo (anexo IX de su Convención) y por medio de correspondencia y de misiones asesoras a los diferentes países trataba de persuadir a los Estados a que las observaran.

Respecto de la cuestión de los derechos aeroportuarios o impuestos a los pasajeros, el consenso fue que debieran eliminarse. En norteamérica no se los conocía y ya han sido abolidos en los países escandinavos y en el Reino Unido. Sin embargo, cabía distinguir entre los derechos válidos que gravaban el servicio de pasajeros y se asignaban directamente a la finalidad específica de hacer mejoras en los aeropuertos y los derechos generales aeroportuarios o impuestos cobrados a los pasajeros con la finalidad general de obtener ingresos.

También se trató de la conveniencia de adjudicar a una empresa privada la concesión de administrar un aeropuerto. El orador explicó que muchos aeropuertos no rendían aún lo suficiente para sufragar todos los gastos de explotación y mucho menos para dar un beneficio sobre el capital invertido, pero que tal situación estaba mejorando. En todos los casos en que se proyectara la construcción de un aeropuerto era importante que el gobierno realizara estudios previos. Nada había que impidiera a un país adjudicar semejante concesión si así lo deseaba.

XIII. Artesanías autóctonas y otros productos que atraen al turista

Al presentar su monografía sobre "Desarrollo de los productos locales que atraen al turista", el autor subrayó la importancia de un buen diseño, de conservar o revivir los modelos y diseños tradicionales, y de la habilidad técnica. Los países en desarrollo necesitaban a menudo la asistencia de expertos en esas materias. Entre las posibles fuentes de asistencia mencionó a la OIT, los países escandinavos y Alemania, donde hay gran número de jóvenes dibujantes bien calificados que estarían dispuestos a prestar servicio en los países en desarrollo. Otra posibilidad era enviar nacionales a estudiar a las escuelas de dibujo de estos y otros países, salvo que existía a menudo la dificultad de la barrera del idioma.

Había otras soluciones posibles. En Japón, por ejemplo, la falta de conocimientos de dibujo de muchos pequeños artesanos impulsó al Gobierno a crear un instituto federal de dibujo, con sucursales locales, que daban capacitación en el diseño de productos tanto para el mercado interno como de exportación. Los resultados empezaban a observarse en la selección de los materiales adecuados y de buenos diseños y técnicas. Otro ejemplo oportuno era el estilo sueco moderno. Se creaban en primer término para el mercado interno productos tales como artículos de mesa, que luego alcanzaban popularidad en el extranjero.

En el debate ulterior se mencionó el caso de la India, donde el Gobierno había establecido una Junta Pan-India de Telares y una Junta Pan-India de Artesanías, adscriptas al Ministerio de Comercio, a fin de mejorar la calidad de las artesanías nacionales en diversas partes del país y que no sólo se ocupaban de fomentar el renacimiento de los diseños tradicionales sino también de la aplicación de diseños tradicionales a productos nuevos. Las sucursales también prestaban servicio como centros de mantenimiento. El Gobierno había creado asimismo un Instituto Nacional de Dibujo donde se daba capacitación a dibujantes y se realizaban investigaciones sobre la nueva tecnología. La comercialización y la promoción de los productos de artesanía estaban organizadas en forma de cooperativas.

En cuanto a los aspectos técnicos de la producción, se hizo referencia a la importancia del curado debido de la madera y, a fin de lograr una producción cuantitativa, de la introducción en algunos casos de herramientas eléctricas sencillas.

Se aconsejó la organización de cooperativas tanto para la compra de materias primas como para la comercialización de productos elaborados. Las necesidades de inversión de capital eran reducidas y la densidad de mano de obra alta. En cuanto a las fuentes de asistencia financiera para las organizaciones de comercialización, se mencionó la gran industria como buena fuente en muchos casos, pues la promoción de artesanías era conveniente tanto para la industria como para el país. La industria financiaba a veces exposiciones en el extranjero.

Se recomendó, pues, que los países en desarrollo trataran de interesar a la gran industria en la artesanía doméstica y que, en todo caso, tuvieran presente que los buenos productos de artesanía constituían un excelente medio de atraer extranjeros.

Se indicó que la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial proporcionaba asistencia de expertos tanto para los problemas de producción como para organizar la comercialización. Se señaló asimismo la tienda de artículos de regalo de las Naciones Unidas como mercado de exportación para artículos de buena calidad. Se afirmó que, en general, si un artículo era de buena calidad se vendería bien en el extranjero y los problemas arancelarios no serían un obstáculo para la venta. Sin embargo, los productos debían producirse en primer término para el mercado de turistas del país. Más adelante, podía invitarse a los exportadores a inspeccionarlos o se los podría enviar al extranjero.

Aparentemente, el hecho de que se exporten en cantidad apreciable los artículos de artesanía no es óbice para que atraigan a los turistas en el país de producción. Cuando el importador selecciona objetos que interesarán a los compradores de su país, elige productos diferentes de los que seleccionan los turistas. Además, aun cuando el turista recuerde haber visto los productos en su país, comprobará que son más baratos en el país de origen. Entre los artículos recomendados se incluían tarjetas postales, discos de música, productos comestibles, bebidas, sombreros, camisas, zapatos y muñecas.

Se indicó asimismo que la facilidad de embalaje de los productos era tan importante como que tuvieran precio fijo.

XIV. Alojamiento

En el debate de la monografía sobre alojamiento, el autor dio las siguientes informaciones:

Costo de la inversión por habitación de hotel: Por lo menos 24.000 dólares respecto de un hotel de primera categoría, todo incluido, pero la cifra podía elevarse hasta 34.000. El terreno no debería costar más de 2.500 dólares por habitación. Los costos podían disminuir utilizando materiales prefabricados o madera.

Tasa mínima de ocupación: En una zona urbana, como promedio anual, por lo menos el 70%; en una zona rural, no menos del 50%.

Número mínimo de habitaciones por hotel: En una zona urbana, de 300 a 500, según sea el costo del terreno. Sin embargo, en una zona de veraneo con una corriente turística estacional, el hotel ha de ser mucho más grande o mucho más pequeño (de 100 a 200 habitaciones para un hotel familiar). Un hotel de 300 habitaciones no era demasiado grande para poder administrarlo personalmente.

Depreciación: Se consideraba conveniente una tasa del 10% al 12% para la amortización del mobiliaje y del 2% para la amortización del edificio y los terrenos.

Relación entre el tamaño y los costos (es decir, las economías de escala): El tamaño del hotel afectaría mucho menos los costos que la calidad de la administración y la conservación.

El sistema americano comparado con el europeo

Según el sistema americano, la tasa de ocupación era mucho más baja y el precio que se cobraba por una sola persona era el 75% del correspondiente a dos personas; esta proporción estaba impuesta por la tasa más baja de ocupación. Según el sistema europeo, el precio de una habitación para una persona era muy inferior al que se cobraba según el sistema americano. En el hotel Lendi Geneva, el 68% de las habitaciones eran dobles y el 32% para una sola persona. Sin embargo, tratándose de una cadena internacional resultaba más económica la unidad uniforme.

Cadenas internacionales de hoteles

La ventaja de un hotel que pertenecía a una cadena internacional era que ese hotel contaba con los servicios de oficinas internacionales para reservas, pero actualmente esa ventaja podía obtenerse utilizando computadoras que permiten un control intercontinental. La desventaja era que su funcionamiento estaba virtualmente fuera del control de un país.

Alojamientos tipo bungalow

Este tipo de alojamiento creaba un ambiente atractivo y era menos oneroso. Sin embargo, los bungalows sólo eran atractivos si estaban distantes entre sí. Su interés se perdía si se los utilizaba en un lugar de veraneo, como es el caso del Club Méditerranée. Además, debían estar equipados con toda clase de comodidades.

Ubicación de los hoteles

Para un hotel eran mucho más ventajosa la ubicación en una zona urbana que en una zona de veraneo. Los moteles resultaban convenientes sólo en determinadas circunstancias, por ejemplo cuando estaban situados lejos de una zona de mucho tráfico. No eran adecuados para un país como Suiza, donde no había grandes distancias.

Tarifas de los hoteles

Los clientes preferían los precios invariables o fijos. El Rhone Group (grupo del Ródano) cobraba el mismo precio durante todo el año, y la tarifa se había establecido mediante una computadora. Esta había sido la política del Grupo durante dieciocho años y había resultado ser un factor de gran atracción.

Clasificación de hoteles

Muchos países en desarrollo en los que los alojamientos en hotel eran inadecuados deberían establecer una clasificación de hoteles. Los países con una cantidad adecuada de hoteles, en cambio, no tenían necesidad de recurrir al sistema de clasificación, salvo quizá, los hoteles de lujo. En los casos en que se empleaba una clasificación, debía ser ésta lo más simple y clara posible. Además, por lo general no podía aplicarse el sistema de un país a ningún otro puesto que no había dos países iguales. Por esa razón no habían tenido éxito los planes de clasificación internacional.

XV. Casinos de juego

Por lo que se refiere al establecimiento de casinos de juego, se recomendó que si bien las necesidades de los países serían diferentes, se reservara un lugar separado para juego y que estuviese bien supervisado. Se requerían reglamentaciones adecuadas, entre otras cosas, a fin de asegurar que los nuevos ingresos del Gobierno por este concepto no se desviarán por la infiltración de elementos indeseables. Se declaró que existían excelentes sistemas en Mónaco y Francia, así como en Italia y la República Federal de Alemania. También en el Líbano había un casino explotado con mucho éxito, del que el Gobierno obtenía buenos ingresos. Los casinos debían servir alimentos de buena calidad y a bajo precio y ofrecer números de variedades de buena calidad. También debían estar equipados con salas de conferencias o servicios para convenciones y una sala de cinematógrafo. El llamado sistema europeo de ruleta (un cero) se consideraba preferible al sistema americano (dos ceros) porque era más justo.

XVI. Formación profesional

El establecimiento de escuelas de hotelería con carácter nacional era demasiado costoso y debía evitarse. Se sugirió como otra posibilidad utilizar los hoteles con actividades estacionales como escuelas de hotelería en la temporada muerta, a condición de que no se permitiera a los postulantes servir a los huéspedes. Se recomendó el establecimiento de escuelas regionales de hotelería por ser económico desde el punto de vista del costo y del uso racional de los

maestros, que eran muy escasos. Se recomendó que las Naciones Unidas prestaran asistencia para el establecimiento de escuelas regionales de hotelería. Se recomendó asimismo que en los casos en que el país permitiera contratar en el extranjero gerentes, jefes de cocina, amas de llave, etc., se estipulara que esos expertos debían comprometerse a dar cierto grado de formación en el empleo o de enseñanza en las escuelas profesionales. Basándose en sus diez años de experiencia en formación en la profesión de hotelería, la OIT recomendó que, a) se realizara un estudio adecuado antes de establecer los cursos, a fin de determinar las futuras oportunidades de empleo del país en relación con sus recursos humanos; b) se exigiera a los posibles aspirantes que siguieran un curso preliminar de orientación sobre la índole y las dificultades de la carrera en la que recibirían formación; y c) se sometiera a los aspirantes a pruebas de aptitud antes de aceptarlos en los cursos de formación. Se señaló la posibilidad de dar formación como parte del servicio militar. En Marruecos se aplicaba un plan similar con buenos resultados. Se aconsejó a los países que seleccionaran personas que ya habían alcanzado un alto nivel de competencia profesional para recibir formación en el extranjero, pues se había comprobado que los aspirantes de nivel medio o bajo solían negarse a reanudar sus tareas en la esfera del turismo en su país una vez terminados sus cursos en el extranjero. Suiza, por ejemplo, ya no aceptaba estudiantes de bajo nivel para sus programas de becas.

XVII. Turismo cultural

Se señaló que lugares históricos tales como el famoso Abu Simbel en la República Árabe Unida y Borobudur en Indonesia, interesan tanto en sí como por otros tesoros culturales que existen en los alrededores. Se convino en que había un límite en cuanto al número de visitas que harían los turistas - podrían desear ir a tres o cuatro lugares, pero no a diez. Aunque la restauración por razones puramente culturales merecía el mayor apoyo, debía establecerse una distinción entre ésta y las necesidades particulares del turismo. Se señaló asimismo que al evaluar las necesidades del turismo, sería útil obtener y analizar estadísticas sobre visitas reiteradas.

Finalmente, se señaló que algunos sitios históricos, por ejemplo un teatro griego antiguo, podrían utilizarse para funciones culturales, tales como festivales o conciertos.

XVIII. Agencias de viaje

Como solución para el problema del influjo exagerado de agencias de viaje extranjeras que compiten con las agencias del país, se sugirió la adopción de leyes adecuadas para proteger las agencias nacionales. La legislación de esta índole suele estipular que las agencias de un país estén dirigidas por nacionales del mismo. Por otra parte, se subrayó que la competencia podría ser muy saludable, y se señaló un problema conexo, el de lo inadecuado de los servicios de recepción o traslado. Las agencias de viaje tendían a descuidar esa importante función porque no era tan lucrativa para su negocio como la venta de billetes. En consecuencia, un país podría permitir que algunas de las agencias extranjeras más importantes mantuvieran en ellos una sucursal siempre que sus actividades se limitaran a la prestación de tales servicios. Las compañías extranjeras estaban interesadas a menudo en abrir oficinas para esa finalidad limitada, no porque fuera lucrativa en sí, sino porque constituía un medio de asegurar servicios satisfactorios de recepción y traslado para sus clientes en el lugar de que se tratara.

PARTE II. RESUMENES DE LAS MONOGRAFIAS PRESENTADAS

PERSPECTIVAS PARA EL TURISMO EN LOS PAISES EN DESARROLLO

Chalermchai Charuvastr

Las materias primas del turismo son el pueblo de un país y lo que dicho país puede ofrecer en materia de cultura y belleza. Cualquier nación, desarrollada o aún en desarrollo, que posea las materias primas está en condiciones de establecer una industria turística. Para el desarrollo de una industria turística eficiente, es de importancia realizar los debidos estudios de mercado encaminados a individualizar los clientes efectivos y potenciales; examinar las rutas de viaje actuales y futuras; considerar, seleccionar y desarrollar los rasgos y centros de interés turístico, y asegurar a los visitantes el fácil acceso a los mismos; y promover el turismo en forma organizada. El fomento del turismo puede emprenderse en colaboración con agencias de viajes nacionales y extranjeras, mediante la publicidad en los medios de información colectiva tanto nacionales como extranjeros, y a través del establecimiento de relaciones estrechas entre la oficina nacional de turismo y la prensa local y extranjera.

El desarrollo de la industria turística requiere apreciable asistencia de parte del gobierno nacional, las empresas comerciales privadas y el público en general. El gobierno debe facilitar la entrada de turistas al país, mejorar los servicios para viajes, asignar fondos a la promoción de ventas en el exterior, particularmente en las primeras etapas, y alentar las inversiones privadas en las instalaciones básicas para el turismo, tales como los hoteles. Es preciso ver el modo de que la empresa privada tome conciencia de las oportunidades que ofrece el turismo y se sienta estimulada a efectuar inversiones en el mismo. Asimismo, se necesita un programa bien planificado de instrucción encaminado a exponer el valor potencial del turismo para la nación y convencer al público de que lo apoye.

Tailandia, que sólo hace poco más de quince años era un país con buenas perspectivas para el turismo, ha pasado a ser en ese lapso un país con una considerable industria turística. La Organización de Turismo de Tailandia, creada en 1959, ha adoptado las medidas prácticas necesarias para promover el turismo, tales como la obtención del activo apoyo del Gobierno, la realización de actividades de promoción en el exterior, la organización de cursos para guías de turismo, el desarrollo de nuevas rutas de viajes, así como también de nuevos centros turísticos, y la reanimación y el perfeccionamiento de varias antiguas ceremonias. En 1967, los turistas que visitaron Tailandia dejaron en el país unos 50 millones de dólares. El turismo ha llevado tanto capital como ideas nuevas a muchas zonas del país en que era apremiante la necesidad de desarrollo. Además, el turismo ha contribuido considerablemente a que la cultura tailandesa se conozca en el exterior, fomentando así la comprensión internacional.

EL TURISMO INTERNACIONAL Y EL DESARROLLO ECONOMICO*

El total de llegadas en todo el mundo se ha elevado durante los diez últimos años a una tasa anual de 10 a 11%, aproximadamente, y los ingresos por concepto del turismo internacional han aumentado, por lo general, al mismo ritmo. Sin embargo, el grueso de los viajes internacionales se realiza entre los propios países desarrollados, en tanto que los países en desarrollo, salvo pocas excepciones, han derivado escasos beneficios de esta rápida expansión de los viajes internacionales.

En los países desarrollados, los gastos por concepto de viajes al exterior, como aquellos relacionados con los bienes duraderos de consumo, aumentan en proporción superior al incremento de los ingresos. Otro factor importante que ha favorecido al turismo internacional ha sido el desarrollo de los viajes por vía aérea, particularmente gracias a la introducción de las giras completas, lo que ha fomentado los viajes a puntos de destino más lejanos. Esta tendencia ofrece interesantes posibilidades a los países en desarrollo, pues la mayoría de éstos se halla lejos de los mercados principales.

Se examinan en forma sucinta los respectivos efectos económicos del turismo nacional y extranjero en un país. Ambos representan la demanda final, pero el turismo extranjero también influye directamente en la balanza de pagos, y los efectos de los gastos de los dos tipos de turistas tienden a diferir tanto en materia geográfica como respecto de las industrias y los servicios a que afectan directamente. Aparte de que su impacto por "visitante" es con frecuencia menor, el turismo nacional de los países en desarrollo suele ampliarse en forma más o menos proporcional al aumento del ingreso en esos países, y en todo caso, con menos rapidez que el turismo internacional. En consecuencia, las perspectivas de expansión económica gracias al turismo en los países en desarrollo están vinculadas principalmente al sector extranjero.

La medición (en valor agregado) de la contribución del turismo a la economía se ve complicada por el hecho de que las ventas a los turistas no se limitan a los productos de un solo sector, sino que comprenden los de varios, y solamente en uno de ellos (el sector alojamiento) sucede que la totalidad de la producción se vende, por lo general, a los turistas. Asimismo, se examinan medios para medir el valor agregado por otros sectores, tales como los transportes, por concepto de ventas a los turistas.

Con respecto al turismo internacional, el valor total agregado por el turismo (que incluye asimismo el valor agregado por la producción de bienes y servicios suministrados al "sector" turístico por otros sectores) equivale a los ingresos en divisas provenientes de los gastos de los visitantes menos la parte de dichos gastos que corresponde directa o indirectamente a importaciones. En consecuencia, mientras mayor sea la medida en que se depende de las importaciones, menor será el valor agregado por el turismo, y menor la contribución real a la balanza de pagos.

* Preparado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

Aunque la importancia de la cuenta de viajes en la balanza de pagos de los países en desarrollo varía de un país a otro, debe considerarse normal que en algunos países desarrollados, y por cierto, en los países desarrollados en conjunto, el concepto de viajes arroje un déficit respecto de los países en desarrollo, habida cuenta de que son éstos los que más se interesan por toda posibilidad de obtener las ingentes sumas en divisas que necesitan con urgencia para financiar el desarrollo económico.

Las utilidades de las inversiones en el turismo pueden calcularse en términos de la relación capital - producto, así como de los ingresos netos en divisas. Las utilidades en divisas que rinden las inversiones en el turismo no pueden compararse adecuadamente con las de otras inversiones, a menos que se consideren las diferentes proporciones de los respectivos ingresos brutos que corresponden a importaciones. En el caso del turismo, tales utilidades pueden variar según el tipo de visitante que se reciba. Además, se derivan también del turismo otros beneficios, tales como mayores ingresos por concepto de impuestos. No obstante, los gastos públicos para la comercialización y otros desembolsos en apoyo del turismo deben justificarse en relación con los beneficios totales y no sólo con la contribución del turismo a las finanzas públicas.

Hay pruebas de que los gastos que efectúan los turistas dan origen a un número de empleos que puede compararse favorablemente con el que generan otros tipos de gastos. Sin embargo, el punto de vista actual de que el turismo es una actividad de alta densidad de mano de obra no siempre resiste un análisis detenido, al menos en el sector hotelero.

Aunque el turismo internacional suele concentrarse en unos pocos centros o regiones principales dentro de un país que disfruta de niveles de ingresos relativamente altos, puede también llevar beneficios económicos a zonas menos desarrolladas, donde existen pocas otras actividades. Sin embargo, no debe olvidarse que el fomento del turismo en tales regiones requiere una infraestructura y otras inversiones que tal vez rindan mayores beneficios de alcance nacional en otras zonas del país, por lo que el desarrollo del turismo en dichas regiones debe decidirse en el contexto de la política regional general.

Los gastos efectuados por visitantes extranjeros sólo constituyen uno de los diversos tipos de incrementos en los gastos que generan en definitiva un aumento en los ingresos mayor que los iniciales. No hay motivos para suponer que el efecto multiplicador de los gastos de los turistas difiera de aquel de otros tipos de gastos, y es preciso considerar con cautela las afirmaciones exageradas, que se hacen a veces en relación con los planes de desarrollo del turismo, sobre la magnitud del efecto multiplicador de los incrementos previstos en los ingresos por concepto del turismo extranjero.

Si bien debe estimarse normal que la magnitud del efecto multiplicador sea diferente en distintos países y épocas, al parecer no se aplican conceptos y definiciones uniformes cuando se intenta medir tal efecto en relación con el turismo extranjero. Además, al calcular los efectos definitivos sobre los ingresos, las entradas brutas por concepto de turismo extranjero se consideran, aparentemente, como gasto inicial, sin tener en cuenta el hecho de que parte de dichos gastos corresponderá a bienes importados, de manera que no generará ingresos en el país.

ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL TURISMO NACIONAL*

Si bien la proporción de los gastos totales del turismo que se dedica al turismo nacional varía considerablemente de un país a otro, es mucho mayor que la que se dedica al turismo extranjero. Puede considerarse que el turismo en general, y el turismo nacional en especial, es función del ingreso por habitante, de la distancia entre centros de suministro y de recepción en términos de costo o de tiempo, y del grado de atracción. Aunque el turismo nacional es una forma de consumo, su expansión en un determinado país puede aumentar la movilidad de los recursos totales, facilitar la difusión de la tecnología y los conocimientos desde centros de crecimiento con altos ingresos hacia poblaciones pequeñas y relativamente atrasadas, y amplían la demanda nacional, lo cual puede conducir a una aceleración del ritmo de crecimiento de la economía. Así pues, a la larga, el turismo nacional beneficia el desarrollo al movilizar y aumentar la cantidad total de recursos de que disponen quienes formulan la política de un país. Además, aunque los beneficios indirectos del turismo nacional son difíciles de evaluar y cuantificar, pueden ser todavía mayores que sus consecuencias directas.

Según las condiciones y la forma de vida de un país, el turismo nacional puede competir con las actividades de turismo extranjero o complementarlas. Puede postularse la regla general de que cuanto menor es la diferencia entre la población autóctona y los turistas en cuanto a costumbres, gustos, nivel de vida, etc., mayor es el grado en que las actividades de turismo nacional y extranjero se complementan. En ciertos países el crecimiento del turismo nacional no sólo es una etapa intermedia en el proceso de abrir el país al turismo extranjero, cuyos efectos no deben subestimarse, sino que es en sí mismo un factor favorable que proporciona un período de "aprendizaje" y desempeña una función "catalizadora" respecto de las relaciones entre los turistas extranjeros y la población autóctona.

Como ejemplo puede emplearse el turismo nacional en Turquía. Según los últimos cálculos, aproximadamente 860.000 personas, o sea aproximadamente un 3% de la población total, viajaron en ese país con fines de turismo nacional en 1963. Pero el crecimiento del turismo nacional parece haber sido muy dinámico a partir de entonces. El número de turistas nacionales aumenta anualmente en un 10% y los gastos en más de un 15%. Durante el mismo período, es decir, de 1962 a 1967, el PNB aumentó en un 6,7% al año, y los ingresos disponibles en un 5%. Esto representa una elasticidad del ingreso de la demanda de turismo nacional del 3,5 aproximadamente, lo cual significa que la gente gasta 3,5 veces más porcentualmente en turismo nacional a medida que aumentan sus ingresos disponibles. El turismo nacional del país era casi nulo antes de la mitad del decenio de 1950. Pero después de esa época, y principalmente como consecuencia de la iniciativa gubernamental de establecer campamentos de vacaciones para sus empleados, aumentó con gran rapidez. Estos campamentos construidos por el Gobierno constaban normalmente de unas 100 casitas o tiendas, un terreno de juegos, una playa y servicios comunes de comedores y

* Preparado por la Secretaría de las Naciones Unidas.

esparcimiento. Según un estudio de 1965, había 75 campamentos pertenecientes al Gobierno y a organismos semigubernamentales, en su mayoría en zonas del litoral. Dando por supuesta una utilización de 90 días al año, esto significa 900.000 noches, o sea servicios suficientes para 60.000 personas al año.

La iniciativa gubernamental en esta esfera dio lugar a una respuesta muy favorable de las empresas privadas. En 1965, el sector privado tenía 5.000 camas en 37 campamentos similares, sin contar los hoteles. A partir de 1965 se ha registrado una expansión muy rápida de los servicios de turismo nacional, tanto gubernamentales como privados. Además de la iniciativa y orientación directas del Gobierno, la aceleración de la construcción de carreteras, el aumento del número de automóviles y autobuses, y el descubrimiento de sitios de interés atractivos, tanto históricos como naturales, abrieron el camino a un aumento muy rápido del turismo nacional. El costo de los desplazamientos y el tiempo necesario para realizarlos disminuyeron rápidamente, especialmente entre los grandes centros urbanos e industriales y las zonas del litoral y ciudades turísticas. Estas pequeñas poblaciones y su periferia inmediata alcanzaron un nivel de vida mucho más alto y una movilidad social y geográfica mucho mayor.

EVALUACION DEL POTENCIAL TURISTICO DE UN PAIS:
ESBOZO DE METODOLOGIA

Frantisek Prikryl

La posibilidad de viajar se ha hecho más general y está más al alcance de cualquier persona. Durante los últimos veinte años ha aumentado continuamente el número de turistas internacionales y nacionales, así como los ingresos que obtiene la industria del turismo, tendencia que continuará paralelamente con el movimiento actual hacia la urbanización, la mayor disponibilidad de tiempo libre y la mayor automatización.

Al considerar el turismo como parte inseparable de la vida económica y social, los correspondientes objetivos deben ser: asegurar su máximo desarrollo, tratar de garantizar que el turismo beneficie en grado máximo la economía general del país, y situar el desarrollo del turismo en el contexto del programa de desarrollo del país.

Como el turismo afecta a muchas actividades económicas, sociales y políticas de los países, los intereses del turismo deben armonizarse con otros intereses de cada región. De aquí la necesidad de una ordenación regional o territorial.

La ordenación territorial es el desarrollo planificado que se aplica a los diversos sectores de la economía nacional en el plano regional. Tiene dos aspectos principales: su índole compleja y su aplicación a largo plazo, el primero de los cuales exige atención a las relaciones mutuas de la actividad humana, mientras que el segundo permite la coordinación de los trabajos futuros. La ordenación territorial comprende la necesaria planificación del medio físico de una zona determinada y se ocupa de crear buenas condiciones de vida para los habitantes. Los siguientes son algunos de sus objetivos: creación de un ambiente humano saludable; delimitación de las actividades principales y directrices generales del desarrollo de la zona; asignación del empleo de la tierra; ubicación adecuada de los edificios; medidas de saneamiento; zonificación; uso adecuado de los recursos locales en busca de su más eficaz desarrollo desde los puntos de vista social y estético; determinación de calendarios para los planes de desarrollo; y recomendaciones de las necesarias medidas técnicas, económicas y orgánicas.

Al conceder prioridad al turismo en una región determinada, debe hallarse una solución óptima para el desarrollo general de la región: desarrollo de la industria, de los recursos naturales, de la agricultura, etc.; infraestructura, y urbanización. Otros factores que han de considerarse son las relaciones con los planes económicos del país en general y con el mercado del turismo. En los países en desarrollo, en donde lo probable es que haya poca industria, baja productividad, insuficientes recursos de capital y otras características similares que afectan al desarrollo óptimo, es imprescindible que se formulen planes completos antes de que comience el desarrollo del turismo, y que se integren los planes de turismo con los planes económicos de todo el país.

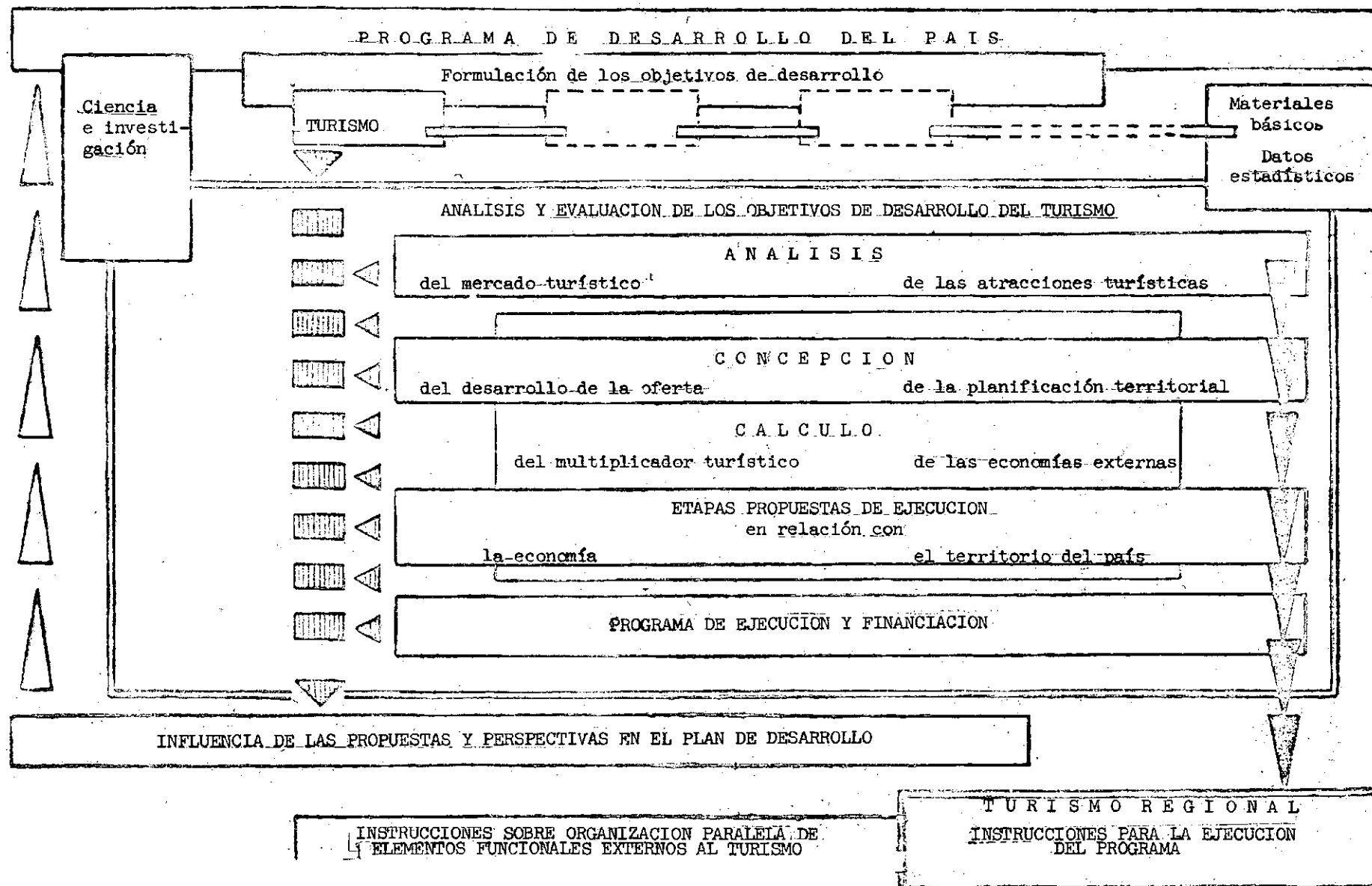
Sobre la base de los anteriores principios teóricos, es posible trazar una estructura esquemática que se ilustra en el gráfico adjunto.

El programa de desarrollo variará según los países y dependerá en parte de los resultados del análisis de los datos estadísticos y los estudios de mercados pertinentes.

El plan de ejecución del programa debe determinar la regulación en el tiempo, o ritmo de la ejecución, y las metas que han de alcanzarse en las sucesivas etapas de inversión.

La autoridad administrativa responsable determinará el programa de trabajo y preparará instrucciones detalladas.

Este tipo de desarrollo del turismo requiere una base legislativa adecuada, autoridades ejecutivas cuya competencia profesional influya considerablemente en el éxito del programa, y la disponibilidad de especialistas en la materia (administración de hoteles y otras especialidades).



EVALUACION DE LOS TIPOS Y EL VOLUMEN DE LA DEMANDA TURISTICA NACIONAL Y EXTRANJERA

S.N. Chib

En los últimos 20 años, los tipos y el volumen del turismo extranjero, tanto mundial como para la mayor parte de los distintos países y zonas, han sido bastante bien determinados. No se dispone, sin embargo, de mucha información respecto del turismo nacional en la mayor parte de los países. Las razones para la falta de información sobre el turismo nacional son evidentes. Si bien es posible contar el número de visitantes extranjeros en los puntos de entrada y de partida y evaluar sus características basándose en los registros de las autoridades de inmigración o de los hoteles, resulta difícil determinar el número de turistas nacionales que circulan libremente dentro de su propio país. Sin embargo, algunos de los países más adelantados tratan de llevar registros del turismo nacional o de estimar el turismo nacional valiéndose de encuestas por muestreo. La información relativa a 1963-1965 proporcionada por 23 organizaciones miembros de la UIOOT mostraba que el volumen del turismo nacional es mucho mayor que el del turismo extranjero. En la encuesta de la UIOOT se calculaba que corresponde al turismo nacional una parte mucho mayor de los gastos mundiales en concepto de viajes que al turismo extranjero.

Los viajes internacionales con fines de placer y recreo crecen a un ritmo más acelerado que los viajes de negocios.

Los turistas recorren mayores distancias y el turismo internacional a larga distancia está creciendo a un ritmo más rápido que los viajes a corta distancia entre países vecinos.

La tasa de crecimiento de los gastos en concepto de turismo es considerablemente mayor que la tasa de crecimiento de los ingresos nacionales.

Dado que el número de turistas extranjeros que visitan los países en desarrollo es relativamente pequeño, las inversiones destinadas a la creación de servicios turísticos llegan a ser remunerativas solamente si las zonas turísticas son visitadas también por una cantidad apreciable de visitantes nacionales. El turismo nacional se convierte así en la base sobre la cual puede desarrollarse el turismo extranjero.

Los doce países siguientes han estado generando del 75% al 80% de los viajes al extranjero: Estados Unidos, Canadá, Alemania (República Federal), Francia, Reino Unido, Países Bajos, Bélgica, Italia, Suiza, Suecia, Dinamarca y Austria.

Europa sigue recibiendo más de los dos tercios del turismo mundial y los ingresos derivados del turismo de los países europeos constituyen aproximadamente un 70% de los gastos mundiales en concepto de turismo extranjero.

Las giras de vacaciones en las cuales todo está incluido y previsto ofrecen la mejor solución para promover el turismo hacia lugares situados fuera de Europa, los Estados Unidos o Canadá.

Debe reconocerse el papel que desempeñan los encargados de preparar giras económicas en algunos países europeos, así como el estímulo de los viajes suscitado por las convenciones de hombres de negocios, iniciadas en los Estados Unidos, en el fomento de giras económicas.

Los avances tecnológicos han dado movilidad a los seres humanos y han cambiado el carácter y el volumen del turismo extranjero y nacional. Tanto el volumen como el carácter del turismo extranjero experimentarán cambios significativos con la introducción de aviones de reacción más grandes, con capacidad para transportar de 300 a 500 pasajeros, en el próximo decenio.

La sociología de la demanda de viajes en términos de características sociales de los turistas está bastante bien documentada como resultado de encuestas por muestreo llevada a cabo en la mayor parte de los países que se interesan seriamente en el turismo. Sin embargo, no se han realizado todavía suficientes estudios de motivación para determinar las causas básicas por las cuales las personas desean viajar.

PLANIFICACION DE CENTROS DE TURISMO

Paul Risch

La planificación del desarrollo del turismo no consiste en elaborar planos para la construcción de un hotel, una planta o una instalación; entraña la coordinación y armonización de las actividades de desarrollo en varias esferas que contribuyen a la creación de un centro de vacaciones próspero. Antes de tomar una decisión respecto de la introducción de una industria turística en un país, o de su expansión, es necesario tratar de preparar un estudio casi perfecto de las condiciones del mercado. La selección de zonas en las que han de llevarse a cabo mejoras turísticas debe tener en cuenta los siguientes factores: el clima y el paisaje; la distancia de los mercados turísticos principales; el alojamiento y los servicios disponibles; las tendencias respecto de los viajes en los países vecinos; el desarrollo de zonas competidoras; el transporte desde los mercados turísticos importantes; la promoción, y las tendencias y modas actuales y futuras en los viajes. Es esencial conocer los modelos de comportamiento de los visitantes de los distintos mercados turísticos. Si los centros de esparcimiento o las zonas turísticas están situadas cerca de otras similares, las instalaciones y actividades de recreo del nuevo centro de turismo deben ajustarse a las ofrecidas por los centros competidores.

Para el desarrollo de una nueva región turística, es menester elaborar un plan básico. Este plan básico debe comprender el desarrollo progresivo de la infraestructura, incluso abastecimiento de agua, sistemas de alcantarillado y desagüe, electricidad, carreteras, aeropuertos, transporte local, servicios sanitarios y telecomunicaciones, y de la superestructura, como alojamiento, comercios, servicios, agencias de viajes, excursiones, clubs nocturnos, lugares y actividades de esparcimiento, instalaciones deportivas y taxis. Es necesario formar un organismo o autoridad especial a quien debe confiársele la responsabilidad de la planificación, coordinación y ejecución de todos los trabajos en la zona. Debe encomendarse también a esta autoridad la responsabilidad de toda la planificación municipal.

Cuando se trata de mejorar - un lugar de vacaciones ya existente, es necesario preparar un inventario exacto y detallado de toda la infraestructura y la superestructura disponibles, y señalar a los planificadores los estrangulamientos existentes. Entonces, sobre la base de las necesidades futuras proyectadas, es posible preparar un plan básico. Este plan debe contener un sistema de zonificación cuidadosamente preparado y han de clasificarse en él las etapas futuras en las cuales deberán llevarse a cabo los progresos. En el desarrollo tanto de un lugar de vacaciones existente como de uno nuevo, es necesario mantener una coordinación muy estrecha entre las distintas etapas del desarrollo de la infraestructura y la superestructura.

Al planificar una instalación turística deben tenerse en cuenta las posibilidades de inversión privada para la construcción de la infraestructura. Las instalaciones puramente turísticas, tales como hoteles, restaurantes, clubs nocturnos, etc. deben, por regla general, bastarse a sí mismas y, de ser posible, producir algún beneficio. Los servicios prestados por el sector público, tales como agua corriente y electricidad, deben ponerse al alcance del consumidor a un costo reducido, permitiendo así que se recobre el capital invertido y los gastos generales.

No puede omitirse de dichos trabajos de planificación el cálculo exacto de los beneficios que puede obtener la economía nacional del desarrollo del turismo de modo que sea posible ver si las inversiones públicas considerables que requieren las instalaciones turísticas no podrían emplearse en forma más útil y beneficiosa en otros sectores de la economía nacional. El cálculo de la relación costo-beneficio constituye un medio eficaz para determinarlo.

EL POTENCIAL TURISTICO EN LOS PAISES EN DESARROLLO

H. David Davis

La parte del león en el comercio turístico internacional ha correspondido hasta el momento a Europa y América del Norte. Por otro lado, el comercio turístico internacional hacia los países en desarrollo ha ido creciendo a una tasa algo mayor que la correspondiente a los países desarrollados, especialmente en los últimos años. En 1967, los doce países que constituyen la fuente principal de turismo proporcionaron el 90% de todos los visitantes a los países en desarrollo, desde lugares más distantes que los otros países situados dentro de sus respectivas regiones. La demanda de viajes al exterior ha sido muy elástica en función del ingreso, particularmente en los países que generan la mayor parte del turismo. Además de la elasticidad en función del ingreso nacional, los factores que afectan a la demanda de viajes al exterior comprenden la distribución de los ingresos, los costos de las giras (incluso los costos del transporte y los gastos en los países de destino), y los cambios demográficos y sociales. Hasta el momento, todos estos factores han tenido más influencia en los países desarrollados, y es en esos países donde la promoción de los viajes - otro factor en el aumento de la demanda - producirá probablemente beneficios mayores y más inmediatos.

La tendencia actual de viajar a lugares más distantes se ha hecho posible gracias a la conjunción del aumento de los ingresos disponibles para destinarlos a viajes en los países que constituyen la fuente principal de turismo y de la disminución del costo del transporte aéreo, que constituye una parte apreciable del costo total de los viajes a lugares distantes. Los viajes a la mayor parte de los países en desarrollo son relativamente caros porque la mayoría de esos países están situados lejos de los mercados turísticos internacionales más importantes. Las posibilidades de aumento de la corriente internacional de visitantes son particularmente positivas para aquellos países en los cuales el costo total de los viajes puede reducirse, al mismo tiempo que la elasticidad en función de los ingresos en los países que generan dicha corriente va en aumento. El costo medio del transporte aéreo ha ido disminuyendo. Las excursiones especiales, entre ellas las tarifas para excursiones y grupos - las llamadas "tarifas de promoción" (creative fares) - han ocasionado una fuerte rebaja de las tarifas para los turistas. Los países en desarrollo más cercanos a los países generadores de turismo serán probablemente los primeros en beneficiarse de las reducciones en el costo del transporte aéreo. En el punto de destino, los precios para los turistas pueden limitarse asegurando que los costos unitarios de las inversiones no impongan cargas exageradas al capital.

La demanda mundial de viajes está creciendo a un ritmo bastante más rápido que el de la exportación de mercaderías. En muchos países en desarrollo, las perspectivas de la demanda de turismo internacional son bastante más halagüeñas que las de sus exportaciones tradicionales. El comercio turístico internacional contribuye al ingreso nacional aumentando las entradas de divisas, se compara en términos favorables con otras actividades económicas como generador de empleos, contribuye en forma relativamente rápida al proceso de desarrollo, pues el período de gestación de la mayoría de los proyectos de inversión en turismo es relativamente corto, y puede estimular el progreso del crecimiento económico en algunas regiones del país donde la base en materia de recursos existente no ofrece la posibilidad de llevar a cabo otras actividades.

En el momento de decidir cuánta prioridad debe darse a la promoción del turismo, la primera pregunta que ha de contestarse es si los costos económicos de la promoción del turismo y los beneficios resultantes se comparan en términos favorables con los de otras actividades de desarrollo económico. Una dificultad importante es la de definir qué costos de inversión deben imputarse a la promoción del turismo. Aunque el turismo no es un sector en estricto sentido económico, hay algunos bienes y servicios que se suministran a los visitantes que una economía no se vería en la necesidad de proporcionar en otro caso: inversiones en concepto de alojamiento, restaurantes, distracciones, etc., y perfeccionamiento de la infraestructura. La tarea consiste en definir estas inversiones adicionales.

Una vez decidida la cuestión de las prioridades, el paso siguiente consiste en preparar y aplicar un programa nacional de turismo. Se necesita algún tipo de planificación nacional para crear el clima necesario para una inversión productiva en todos los campos apropiados. Como parte del plan económico general, puede establecerse un programa nacional coherente - para la industria turística. En el plan de turismo debe tomarse en cuenta el costo de la infraestructura y de los servicios generales, dando así una idea de la tasa de beneficio que es dable esperar en todas las inversiones pertinentes, y debe indicarse la distribución geográfica conveniente para las mejoras. Un plan nacional de turismo, elaborado en consulta con la industria turística, que resulte aceptable para la misma y sea comprendido por todos, es probablemente el paso más importante que debe dar un país para asegurar un programa equilibrado de inversiones encaminado a promover el turismo.

LA ORGANIZACION DEL TURISMO EN LOS PAISES EN DESARROLLO

Julien Konan

La participación de los países en desarrollo en el mundo del turismo sigue siendo muy débil. Esto no se debe ni a falta de recursos turísticos ni a carencia de interés en el turismo. Suele dimanar de que no se ha organizado el turismo como una industria más. Además, el éxito en la organización del turismo depende de la cooperación de distintos grupos y de la medida en que los problemas conexos se plantean sobre una base interestatal en el contexto de un circuito.

Es esencial para un país contar con un ministerio o una agencia de alto nivel que disponga de medios adecuados a cargo del turismo. Esta autoridad ha de ser la responsable de decidir la política turística del gobierno, en estrecha cooperación con otros ministerios, tales como los de planificación, hacienda y asuntos económicos. El gobierno debe establecer también una Oficina Nacional de Turismo, que debe contar con varias secciones, entre ellas las de: desarrollo de zonas turísticas seleccionadas, investigación, promoción, organización de empresas turísticas, publicidad y relaciones públicas.

La Oficina Nacional de Turismo debe contar con un presupuesto de operaciones y un presupuesto de equipo adecuados, y celebrar por lo menos una reunión mensual para examinar las propuestas presentadas al gobierno, así como para considerar la introducción de modificaciones en los planes existentes. Además de llevar a cabo actividades de promoción, la Oficina debe servir como asesor del gobierno, encargarse de la aplicación de la política gubernamental y de promover la cooperación entre el gobierno y el sector privado, y mantener contacto con las organizaciones internacionales de turismo, según sea conveniente.

Además de la Oficina Nacional de Turismo, es necesario que haya una junta u oficina local de turismo en cada ciudad. La Oficina Nacional de Turismo debe organizar una reunión de los representantes de las oficinas locales por lo menos una vez cada tres meses a fin de examinar la marcha de los trabajos o los problemas que se plantean en la aplicación del programa de promoción turística del país. Deben enviarse informes sobre estas reuniones al gobierno.

La Oficina Nacional de Turismo debe contar con el apoyo del sector privado y trabajar en cooperación con éste, pues muchas de las empresas turísticas, tales como los hoteles, estarán en el sector privado o, si se inician en el sector público, pasarán o deberán pasar oportunamente a manos del sector privado. Además, las agencias de viajes, los hoteleros, los dueños de restaurantes y los empresarios de transporte aéreo o de otra índole son, por así decirlo, los profesionales del turismo, y deben por eso tener voz en los asuntos turísticos y ser debidamente consultados por la Oficina Nacional de Turismo.

LA CREACION DE UNA ORGANIZACION NACIONAL DE TURISMO

Jean-Louis Aeschlimann

La Oficina Nacional de Turismo es en esta materia el órgano de mayor jerarquía de un país, que tiene a su cargo el desarrollo global de la industria turística, es decir, que formula, orienta, aplica y da a publicidad la política de turismo del país. Las tres etapas principales en el establecimiento de la estructura de esa organización son: la determinación de las funciones generales; el análisis de las actividades principales y la síntesis de las diferentes obligaciones a base de distintos criterios.

La Oficina Nacional de Turismo lleva a cabo dos clases diferentes de actividades: en primer lugar, las encaminadas a facilitar el movimiento de turistas y, en segundo lugar, las actividades relacionadas con la publicidad de lo que el país ofrece al turista. Deben establecerse dos dependencias orgánicas separadas: una dependencia de promoción encargada de crear y fomentar una atmósfera favorable para el turismo, y una dependencia de publicidad para hacer propaganda de las atracciones y servicios turísticos. Para que la organización actúe en forma adecuada y sin inconvenientes, deberá crearse una tercera dependencia de administración. Por encima de estas tres dependencias estará la dirección.

La dirección formula la política general, toma las decisiones más importantes y da órdenes e instrucciones. Su estructura interna dependerá del tamaño de la organización de que se trate. Sin embargo, deberá estar compuesta de tres secciones: el consejo nacional de turismo, el consejo administrativo, y el director y sus asesores. El consejo nacional de turismo estará integrado por representantes de todos los sectores, públicos o privados, directa o indirectamente interesados en el turismo. Podrá realizar sus tareas valiéndose de grupos de especialistas o de comités que han de presentarle informes, adoptando el consejo mismo las decisiones definitivas. La misión del consejo administrativo consiste en estudiar las instrucciones del consejo nacional y darles forma concreta. El Director, que debe ser plenamente responsable de la aplicación de las decisiones, contará con un pequeño grupo de asesores cuya especialidad complementa a la suya propia.

La administración puede subdividirse en dependencias de personal, de suministros, de finanzas y de documentación.

La dependencia de promoción comprenderá dos divisiones: una competente en el desarrollo de las atracciones turísticas y la otra en instalaciones para el turismo. La primera debe subdividirse en secciones que se ocupen de esparcimiento, deportes, arte y cultura, y comercio y tecnología. La división que tiene a su cargo las instalaciones para el turismo debe subdividirse en secciones que atiendan lo relativo a transportes, servicios de alojamiento y afines y servicios suplementarios. La sección que se ocupe del transporte puede a su vez subdividirse en unidades que atiendan los transportes aéreo, marítimo y terrestre, respectivamente. La sección encargada de los servicios de alojamiento y afines puede subdividirse en las siguientes unidades: hoteles; hosterías y pensiones; restaurantes; bares y clubs. La sección responsable de los servicios suplementarios debe ocuparse de asuntos tales como las agencias de viajes, guías, comunicaciones, servicios médicos, servicios jurídicos, etc.

La dependencia de publicidad, que dará a conocer lo que el país puede ofrecer al turista, debe comprender tres divisiones: propaganda; información y documentación; y relaciones públicas. La división de propaganda puede subdividirse en una sección de producción y otra de distribución. La división de información y documentación comprenderá secciones encargadas de la biblioteca de turismo, la filmoteca y el sistema de estadísticas y archivos centrales. La división de relaciones públicas puede contar con una sección que se ocupe de las relaciones internas y otra de las relaciones externas.

En la Oficina nacional de turismo tiene que haber: una jerarquización bien definida; el funcionario adecuado para cada puesto; coordinación entre las diferentes tareas, especialidades y responsabilidades de cada dependencia; y una estricta observancia de la distribución orgánica de funciones y de las jerarquías.

LA PLANIFICACION DEL MEDIO FISICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO*

Para lograr un desarrollo conveniente del turismo es necesario considerar simultáneamente al turista procedente del extranjero y al nacional. Aunque es esencial que para el turismo haya recursos naturales y medios creados por el hombre, su desarrollo no puede ser independiente del crecimiento económico y social y sólo se puede promover mediante la planificación general. Al mismo tiempo, cada vez se comprenden mejor las influencias recíprocas del medio y de las funciones económicas y sociales. Ello hace que la planificación del medio físico constituya parte integrante de la planificación general, y que sea especialmente importante para la promoción del turismo dado el enorme acervo que suponen las cualidades físicas del medio para su desarrollo.

Las posibilidades que una zona ofrece para el desarrollo del turismo, si se considera su clima, sus recursos y su accesibilidad, sólo tienen valor cuando se adoptan medidas generales para aprovecharlas. Deben tomarse en consideración las obras que requiere la promoción del turismo en varios sectores y servicios de la economía, tales como los del transporte, la salud pública y las instalaciones culturales y deportivas. Deben controlarse las consecuencias que esta evolución sectorial puede tener para el medio, procurando no afectarlo adversamente en el afán de desarrollar el turismo. La determinación de la capacidad de los recursos, que indica los límites de la intensidad con que pueden utilizarse, es un objetivo fundamental del trabajo de planificación, en el que también debe asegurarse que el medio no sufra daños por atender únicamente al turismo. Ello puede hacerse mediante planes para el uso de la tierra y disposiciones afines sobre zonificación. Sin embargo, si las condiciones locales no permiten aplicar en la actualidad estas técnicas de planificación y obras, el medio natural e histórico puede preservarse recurriendo a la distribución en gran escala de las tierras públicas para constituir reservas naturales o parques nacionales. Debe protegerse el equilibrio natural de esas zonas. La conservación del ambiente natural también requiere que se controlen la contaminación del aire, el agua y la tierra, así como los ruidos.

La primera decisión estratégica que ha de tomarse es la de concentrar la inversión en instalaciones físicas para ciertas zonas del país que tienen una alta prioridad de desarrollo. La selección de esas zonas debe basarse en una evaluación cuidadosa de su potencial de desarrollo y en ventajas relativas tales como su identificación como parte de una "región internacional de turismo", sus recursos y accesibilidad y la existencia de medios e infraestructura turísticos. Varios de los proyectos para el turismo y otros sectores deben desarrollarse simultáneamente para que sirvan de apoyo mutuo entre ellos y para crear el debido ambiente para los turistas. Deben darse distintas opciones de calidad en lo que hace al esparcimiento y las diversiones, para atraer a turistas de variados gustos y de distintos grupos de ingresos.

La planificación del medio físico como parte integrante de la planificación general puede ser el factor determinante del desarrollo del turismo en los planos nacional, regional o local. Es un proceso complejo que requiere la aplicación

* Preparado por la Secretaría de las Naciones Unidas.

de varias técnicas de análisis y de planificación. Uno de los estudios críticos requeridos es el análisis de la oferta y la demanda. La "oferta" es la tierra dotada de ciertas características, y la "demanda" la crean los diferentes grupos socio-económicos de turistas.

Para estos fines es importante hacer una proyección del futuro movimiento de turistas y su composición.

Dében estudiarse simultáneamente los sectores de turismo de los extranjeros y los nacionales al efectuar el análisis de la oferta y la demanda. El turista extranjero influye en la prioridad y la asignación de las inversiones, y debe tenerse en cuenta al decidir la estrategia del desarrollo. Los planificadores del desarrollo del turismo y los que hacen inversiones en la industria turística necesitarán conocer la naturaleza y el volumen del movimiento turístico nacional y extranjero que, preferiblemente, debe analizarse junto con el plan de desarrollo nacional. Este es el plano en que debe decidirse qué papel desempeñará y qué parte tendrá el turismo en los esfuerzos globales de desarrollo del país. El turismo debe organizarse encuadrándolo en los planes generales de desarrollo regional. En un plan regional el turismo puede tratarse como uno de los sectores de desarrollo, en el que las prioridades generales de inversión se determinan con miras a lograr un crecimiento sectorial óptimo. Sería conveniente que las prioridades de las inversiones en los demás sectores de la economía que se necesitan para promover el turismo se establecieran a la luz de su utilidad para los demás aspectos del desarrollo, y no sólo teniendo en cuenta al turismo.

Las ventajas que supone un enfoque global de desarrollo regional para la planificación del fomento del turismo, también obedecen a la interrelación existente entre turismo y las funciones urbanas y rurales. No debe considerarse que los centros urbanos son unidades de servicio para el turismo, sino que éste debe ser parte integrante de la vida de las ciudades. Al planificar el desarrollo del turismo debe evaluarse el potencial que tienen las zonas rurales como atracciones turísticas.

Una vez confirmadas las posibilidades de desarrollo del turismo en una región, se necesitan inventarios y evaluaciones más detallados de los recursos turísticos para elegir las principales zonas de inversiones y determinar la capacidad de una región para recibir turistas y proporcionarles esparcimiento. Las normas de capacidad, que variarán según los lugares, se necesitan como base para conservar los recursos y para mantener la calidad de las instalaciones turísticas. Se deben utilizar plenamente los recursos existentes y crear otros medios para ofrecer una variedad de atracciones, respetándose debidamente la preservación y uso racional de los recursos. Deben prepararse planes detallados para el desarrollo de zonas, indicando el emplazamiento de todas las instalaciones adicionales.

La planificación del medio físico para el desarrollo de zonas debe encuadrarse siempre en un plan regional de utilización de la tierra, y en el caso de zonas críticas los trabajos de planificación regional deben ir seguidos de una planificación detallada para cada lugar. En la planificación del medio físico

la principal consideración ha de ser la de preservar el ambiente característico y crear instalaciones en la zona o cerca de ella para alojar a los turistas. Al planificar los transportes se procurará contar con comunicaciones rápidas y seguras entre los puertos de entrada y la zona turística.

Al planificar el desarrollo de las zonas y de los distintos lugares e instalaciones de turismo, el principio rector debe ser el respeto de los valores humanos y de la libertad de movimiento. También deben preservarse los valores históricos y otros característicos del medio natural y del creado por el hombre.

Los planes deben aplicarse de manera tal que el desarrollo en otros sectores no afecte las características del ambiente.

Para la aplicación eficaz del plan deben observarse ciertos principios. Estos incluyen: la distribución en etapas de las medidas de desarrollo y de las inversiones, de forma que los proyectos de inversión se programen conjuntamente para un período dado y según su interdependencia y prioridad; medidas legislativas, administrativas y financieras que comprendan leyes sobre la utilización de la tierra; ordenanzas sobre zonificación, leyes sobre preservación de los recursos naturales y los lugares históricos, y leyes sobre especulación, sobre el "medio rural" que ha de suministrar un marco para el desarrollo de lugares de esparcimiento y para controlar el uso de los recursos, y sobre el movimiento y la exportación de antigüedades y tesoros artísticos; un sistema de crédito. Debe asegurarse la colaboración de los sectores público y privado, haciendo que participen en los trabajos generales de desarrollo en las primeras etapas de la planificación. Hay que establecer normas para las instalaciones turísticas y medidas legislativas para asegurar su cumplimiento. Siempre que sea posible debe evitarse que haya normas diferentes para los turistas extranjeros y los nacionales, y al preparar las especificaciones de los establecimientos turísticos deben considerarse juntas y no separadamente las diferentes demandas del mercado turístico del extranjero y del país.

Uno de los objetivos de la planificación debe ser el de alentar los proyectos de inversiones para los que los estudios de viabilidad económica pueden efectuarse más tarde. La labor de planificación no debe considerarse únicamente como un mecanismo de control, sino también como un sistema eficaz de fomento de los proyectos. Reporta muchas ventajas reconocer el papel que la población local puede desempeñar desde el principio en las obras de desarrollo. Pueden establecerse sociedades locales de fomento del turismo para dirigir los trabajos de la población con el apoyo de los organismos públicos correspondientes. Estas sociedades pueden contribuir a los estudios de planificación y ayudar en la ejecución de los planes en el plano local.

Con respecto a los arreglos administrativos, en los casos en que la administración de una región está a cargo de un organismo regional, se puede dotar a éste para que se ocupe del fomento del turismo. Cuando en una región haya varios organismos sectoriales y nacionales u órganos de planificación regional, el fomento del turismo puede estar a cargo de un organismo sectorial.

DESARROLLO DE LOS RECURSOS NATURALES Y DEL TURISMO:
UNA RELACION MUTUA IMPORTANTE PERO AMBIVALENTE*

El desarrollo de los recursos naturales y el desarrollo del turismo en un lugar determinado pueden ser incompatibles a menos que se tenga cuidado al buscar una solución. En muchos casos, se hallarán soluciones merced a las cuales aquéllos no necesitan ser mutuamente perjudiciales y hasta pueden resultar recíprocamente beneficiosos. Esa relación mutua puede ser expuesta como sigue:

Desarrollo de los recursos naturales que precede al turismo y proporciona oportunidades para él. A menudo zonas inaccesibles se abren al turismo después de descubrirse en ellas recursos minerales. Es conveniente que los países en desarrollo utilicen para el turismo, cuando sea posible, la infraestructura financiada por el desarrollo de los recursos naturales, en vez de gastar sumas considerables adicionales para la infraestructura del turismo solamente.

El turismo como factor causal del desarrollo de los recursos naturales. El turismo ejerce una influencia considerable en lo que se refiere al agua de buena calidad. Así, las necesidades del turismo han determinado el establecimiento de plantas de desalación, sobre todo en islas donde hay una industria de turismo considerable. En unos pocos casos, el turismo ha sido, en modesta escala, el impulsor del aprovechamiento de playas y abastecimiento eléctrico. Sin embargo, el papel del turismo como iniciador en los países en desarrollo es más bien limitado, ya que como industria no puede crear los altos ingresos que los descubrimientos de riquezas minerales o de otros recursos naturales en gran escala pueden crear.

Proyectos conjuntos de recursos naturales y de turismo. A menudo pueden incluirse con ventaja los recursos hidráulicos con fines recreativos en proyectos de desarrollo de dichos recursos con otros fines. Sin embargo, al evaluar la contribución que los fines recreativos pueden aportar si hay seguridad en cuanto a la demanda, el economista debe comprobar siempre si hay alguna otra solución factible para satisfacer los fines recreativos que sería más económica que el desarrollo conjunto con un proyecto de recursos hidráulicos. Además, el economista debe señalar que las inversiones específicas para instalaciones de recreo que figuran en un proyecto conjunto crearían más ingresos que el costo específico de desarrollar, hacer funcionar y mantener esas instalaciones por separado. Hay muchas otras formas de proyectos conjuntos de recursos naturales y de turismo que son factibles. Por ejemplo, pueden desarrollarse recursos forestales simultáneamente para la explotación de madera y para fines recreativos. Sin embargo, todavía se sabe mucho menos sobre esas otras posibilidades.

Turismo con la exclusión del desarrollo de los recursos naturales. Un río hermoso o "agreste" puede tener grandes posibilidades hidroeléctricas, si bien la explotación de esas posibilidades destruiría su belleza panorámica. La compleja

* Preparado por la Secretaría de las Naciones Unidas.

economía de un río "agreste" ha sido tema de muchas discusiones, partiendo del supuesto de que si se deja al río en su estado natural podría atraer turistas y conservar valores panorámicos que tendrían mayor importancia económica que el desarrollo hidroeléctrico. Hay otros casos semejantes relacionados con el uso de la energía geotérmica por oposición a la conservación de las zonas respectivas como parques y en otros casos. Sin embargo, en los países en vías de desarrollo, la reserva de zonas para uso exclusivo del turismo debe estudiarse muy detenidamente, pues esa política puede impedir el desarrollo de recursos naturales de gran importancia.

Desarrollo de recursos naturales con exclusión del turismo. Algunas formas de desarrollo de los recursos naturales, tales como las exploraciones cerca de la costa en busca de petróleo y la minería de superficie son intrínsecamente incompatibles con el turismo o la formación de centros de recreo. En muchos casos, sobre todo en los países en desarrollo, el desarrollo de los recursos naturales tendrá que merecer prioridad sobre el turismo o los fines recreativos por razones económicas preponderantes.

Prioridad en el uso de recursos naturales limitados para el turismo: En algunas zonas, el uso para el turismo de recursos naturales limitados rinde o podría rendir mayores beneficios económicos que los que se obtendrían de determinados usos de los recursos hidráulicos. Es posible que resulte necesario hacer un estudio detallado de costos y beneficios a fin de determinar el orden de prioridad en muchas zonas donde hay escasez de agua y que presentan posibilidades para el turismo. Como los métodos corrientes de estimación de costos y beneficios no se adaptan por completo al caso de recursos naturales limitado, las Naciones Unidas estudian actualmente normas para la evaluación económica de los proyectos de desarrollo de los recursos hidráulicos y tratan de hallar un método mejor que el tradicional para esa evaluación. El problema del orden de prioridad en el uso de los recursos naturales limitados puede también plantearse en relación con recursos limitados en cuanto al lugar, sobre todo en islas.

En conclusión, la importancia de los recursos naturales para el desarrollo y la importancia del turismo son tales que es necesario encontrar los medios de ampliar el sector en que pueda realizarse el desarrollo de los recursos naturales combinado con el del turismo con beneficio recíproco. Pueden encontrarse soluciones que reduzcan al mínimo los aspectos mutuamente perjudiciales cuando se tienen en cuenta en las etapas iniciales de la planificación las consecuencias económicas del desarrollo de los recursos naturales. Dado que tanto los recursos naturales como el turismo son sectores dinámicos, los recursos naturales y los recursos del turismo de un país deben ser sometidos periódicamente a nuevos estudios y evaluaciones, a fin de poder lograr un desarrollo económico satisfactorio y rápido y evitar en cuanto sea posible consecuencias perjudiciales.

EL TURISMO Y LOS TRANSPORTES DE SUPERFICIE*

Los transportes constituyen un elemento indispensable de casi todas las formas de actividad económica, social y política, inclusive el turismo. La circulación de personas es el denominador común del turismo y de los transportes. Las personas viajan por muchas razones: negocios, placer, educación, etc., y para ello necesitan medios de transporte. La intensidad de las fuerzas que crean la demanda de transportes en un caso determinado depende de muchos factores geográficos, demográficos, económicos, tecnológicos, sociológicos y políticos. Al analizar estos factores en relación con el turismo deben tenerse presente las definiciones internacionalmente reconocidas de los términos, tales como "visitante", "turista nacional", "turista extranjero", "visitante por un día" y "excursionista". Los turistas y los excursionistas forman una parte considerable de todos los pasajeros que viajan por los diversos medios de transportes internacionales y nacionales.

Un paso preliminar en la preparación de un plan para el desarrollo de un medio de transporte en un país o región es la evaluación a largo plazo del volumen de tránsito de pasajeros o mercancías, teniendo en cuenta los objetivos nacionales y regionales de los planes. En los países que todavía no tienen planes de desarrollo a largo plazo, pueden ser útiles los estudios especiales sobre desarrollo de las principales ramas de la economía del país, como agricultura, industria, comercio, etc., como base para hacer estimaciones válidas de las futuras necesidades de transporte. A ello debe seguir una evaluación del sistema de transportes existente en el país. Luego hay que establecer la futura política de transportes del país, inclusive el mejoramiento y la ampliación de la red de transportes. La política de transportes y la programación del desarrollo de los transportes deberían proponer fortificar en forma planificada la estructura económica, social y política del país de que se trate, estableciendo medios de transporte bien coordinados y teniendo presentes los progresos más recientes de la tecnología de los transportes y las necesidades del país.

Las necesidades de transporte del turismo deben ser consideradas siempre dentro de la demanda total de transporte de diversos tipos de pasajeros y carga. Por consiguiente, en los planes sobre transportes, mientras se hacen los programas para cualquier mejoramiento o ampliación de la infraestructura de los transportes se debe tratar siempre de determinar si la acción proyectada puede también satisfacer las necesidades del turismo. Por ejemplo, las carreteras que deberán construirse para facilitar la explotación de yacimientos minerales en montañas inaccesibles pueden ser utilizadas también para abrir al turismo y los deportes de montaña las zonas panorámicas montañosas; la reconstrucción de puertos y el mejoramiento de la navegabilidad de los ríos pueden concebirse de forma que permitan también el desarrollo de deportes acuáticos, inclusive la navegación de yates.

* Preparado por la Secretaría de las Naciones Unidas.

Igualmente se puede dotar a las carreteras interestatales y los caminos accesorios regionales de los elementos necesarios para que sirvan al tránsito de turismo, como ya se ha hecho en Europa y Norte América.

Los ferrocarriles, que han sido usados principalmente para transportar materiales a granel por largas distancias, han sido siempre utilizados para el transporte de pasajeros y contribuido mucho al desarrollo de la industria del turismo. La competencia de los ómnibuses, los automóviles particulares y las líneas aéreas ha obligado a los ferrocarriles a aumentar continuamente la economía, velocidad, comodidad y seguridad de su funcionamiento. Sin embargo, son muy pocos los ferrocarriles nuevos que están en construcción ahora o que serán construidos en un futuro próximo.

La infraestructura de los transportes por agua, que incluye las vías de navegación interior, el tráfico de cabotaje, interinsular y marítimo, consiste en dispositivos tendientes a mejorar la navegabilidad de ríos y canales, la construcción de canales e instalaciones terminales y puertos, con construcciones en la costa. La mayoría de los puertos del mundo tienen una o más estaciones terminales de pasajeros.

Algunas instalaciones de transporte, como los caminos y las plazas de estacionamiento dentro de un lugar de turismo o de vacaciones, o de un parque nacional; los caminos que unen hoteles, lugares de vacaciones, parque, playas y otros sitios de turismo con las carreteras principales; los funiculares y teleféricos, los telesquíes, las dársenas para yates, los ferrocarriles de monorriel o de circunvalación, tendrán quizás que ser construidos a fin de prestar servicios principalmente a los turistas.

Los progresos recientes en la tecnología de los transportes y otras innovaciones modernas en este campo pueden contribuir mucho, si son bien aplicados, a que los transportes sean más eficientes, rápidos y seguros, sobre todo en los países en desarrollo que tienen que emprender la tarea de mejorar, ampliar o construir su red de transportes a fin de satisfacer las necesidades crecientes de su economía.

Algunas de las nuevas formas de transporte, incluso las que todavía son llamadas "fuera de lo común" pueden ser tal vez utilizadas con buenos resultados para el turismo tanto en los países desarrollados como en los en desarrollo. Los hidroplanos se prestan para proporcionar servicios rápidos de pasajeros, regulares o fletados, inclusive las giras y paseos por ríos, lagos, canales y zonas marinas cerca de la costa. Los llamados "aerodeslizadores" pueden ser utilizados para el transporte de pasajeros, no solamente en ríos, lagos y mares, sino también sobre terrenos en que no hay caminos, sobre pantanos, bajíos, ciénagas, nieve o hielo. El aerodeslizador anfibio, que funciona con igual facilidad sobre agua y tierra, se adapta particularmente al transporte de turistas de puertos o aeropuertos a hoteles, lugares de vacaciones y playas situados a lo largo del litoral. Ese aparato puede vencer obstáculos tales como arrecifes de coral bajos y no necesita canales de acceso especiales ni instalaciones portuarias.

Se llegará a obtener con más probabilidad un sistema de transportes apropiado y bien organizado si las tarifas de cada uno de los diversos medios de transporte se basan en los costos totales que se asignan de manera equitativa a cada uno de los medios de transporte. A fin de aumentar los viajes internacionales y en beneficio de los países en desarrollo, tiene gran importancia que las tarifas aéreas y marítimas de las rutas principales sean lo más reducidas que permita su explotación comercial. Los nuevos perfeccionamientos técnicos - sobre todo en la industria de la aviación civil - pueden contribuir pronto y en gran medida a alcanzar ese objetivo, junto con la aplicación amplia de tarifas especiales de promoción.

El uso de los automóviles de pasajeros ha contribuido considerablemente al desarrollo del turismo, tanto nacional como internacional. Muchas líneas ferroviarias y de navegación tienen un servicio que permite al viajero entregar su automóvil y hacerlo transportar en el mismo tren o barco. Recientemente algunas líneas aéreas han iniciado también el transporte de automóviles de propiedad de sus pasajeros. Muchas empresas de ferrocarril, ómnibuses y barcos ofrecen un servicio de alquiler de automóviles en las grandes estaciones y terminales.

Con respecto a la seguridad del tránsito vial internacional, tiene extraordinaria importancia que se llegue en todo el mundo a una mayor uniformidad en las normas sobre caminos, señales y marcas viales y en las disposiciones técnicas de seguridad de los vehículos que se aplican en los caminos. En octubre de 1968 se reunió en Viena una conferencia internacional para estudiar esa unificación, convocada por las Naciones Unidas a fin de elaborar un proyecto de Convención Internacional sobre la Señalización Vial.

EL TURISMO Y EL TRANSPORTE AEREO

El transporte aéreo internacional se relaciona estrechamente con los tres elementos básicos del turismo internacional: promoción, facilidades e infraestructura de viaje (hoteles, lugares históricos, etc.). Al transporte aéreo se debe la denominada "explosión" del turismo mundial y ha facilitado los viajes a larga distancia, sobre todo desde las regiones altamente desarrolladas a las que se encuentran en vías de desarrollo. Las líneas aéreas están realizando también inversiones en hoteles y otras instalaciones de turismo y contribuyendo al desarrollo de nuevas zonas de turismo en los países menos desarrollados.

La supresión de los trámites innecesarios en las formalidades administrativas y la simplificación de los demás a los requisitos esenciales de seguridad es muy importante en el transporte aéreo. Conforme a la Convención de Aviación Civil Internacional, los países tienen la obligación permanente de poner en vigor las normas internacionales y las prácticas recomendadas en el anexo 9 de la Convención. El Departamento de Facilitación de la OACI recomendó en su período de sesiones de mayo de 1968 la eliminación universal del requisito de visado de entrada por anticipado a los visitantes temporales que permanecen en un país no más de tres días y la creación de un grupo de expertos para que examine la posibilidad de establecer un documento apropiado que satisfaga todos los requisitos documentales de control.

La organización de instalaciones y servicios apropiados para los pasajeros en las terminales aéreas es también muy importante para el transporte aéreo. Se debe tender a que los pasajeros y sus equipajes que suban a aviones o desciendan de ellos y entren a la terminal o salgan de ésta lo hagan con un mínimo de demora, proporcionar las instalaciones y servicios necesarios en el edificio de la terminal, despachar el tránsito con la mayor rapidez posible por las formalidades de control y suministrar transporte de superficie entre el aeropuerto y la ciudad. Tendrían que elaborarse métodos para lograr que los pasajeros sean atendidos y despachados rápidamente. Deberían tenerse en cuenta las necesidades de expansión futura al hacer los planes y proyectos de terminales aéreas. La provisión de alojamiento y medios de recreo y otras comodidades puede influir también en el desarrollo de los transportes aéreos internacionales.

La OACI ha iniciado estudios regionales de las medidas que podrían tomarse para fomentar el desarrollo del transporte aéreo internacional de pasajeros. Estos estudios se hacen principalmente desde el punto de vista de la aviación y se interesan sobre todo en el transporte de pasajeros internacionales por aire. El nivel y la estructura de las tarifas de pasajeros y carga son factores que afectan al crecimiento de la demanda de transporte aéreo. Debería considerarse la posibilidad de establecer tarifas nuevas o más bajas y tarifas de fomento que atraigan nuevos clientes sin reducir los ingresos procedentes del tránsito existente. En el caso de los países situados lejos de los centros principales de creación de turismo, puede ser conveniente estimular las operaciones de los vuelos fletados que ofrecen tarifas más bajas que los servicios regulares. Pueden llegar a tener mucha importancia en el desarrollo del turismo aéreo en algunas regiones, sin perjudicar los servicios regulares, los servicios no regulares de giras con todos los gastos incluidos, así como los mismos servicios en los vuelos regulares.

Se calcula que el promedio del costo de funcionamiento mundial por asiento-kilómetro continuará bajando hasta 1980 a razón de 2% anual aproximadamente y que las tarifas mundiales medias por pasajero-kilómetro volverán a una reducción de más o menos 2% anual, con un máximo de 4% y un mínimo de 0. Los pronósticos recientes del volumen del tránsito de pasajeros indican un probable aumento anual medio de 12% y un aumento máximo del 16%. Partiendo de una reducción anual de 2% en la tarifa media de pasajeros, se calcula que, si no entran en vigor nuevas restricciones monetarias de importancia, el volumen del tránsito internacional de pasajeros continuará subiendo interrumpidamente hasta 1980 a un promedio de casi el 14% anual, con un mínimo de 10% y un máximo de 18%.

FOMENTO DE PRODUCTOS LOCALES DE INTERÉS PARA EL TURISTA

Goran F. Holmquist

Además de crear empleo con una tasa superior a la media, el turismo puede ayudar a un país a aumentar sus ingresos en divisas. Para ello el país debe crear - si no existen todavía - las fuentes nacionales de suministro de productos, artículos de recuerdo, etc. La mayor variación en los gastos del turista se da en la cantidad de dinero que emplea en compras y en excursiones. Las cosas que busca el visitante, sea extranjero o del país, cuando va de compras, son comidas y bebidas especiales, productos de artesanía autóctona, prendas de vestir nativas, recuerdos y productos de venta libre de impuestos.

En un país como Dinamarca, por ejemplo, los mayores atractivos que se ofrecen al turista son las comidas, diversiones y "cuentos de hadas". El smorgas-bord danés se ha hecho famoso en el mundo entero, lo mismo que el aquavit y la cerveza daneses. Los grandes hoteles de Copenhague ofrecen el "almuerzo Dinamarca", comida fría servida en vajilla típica, así como otras características que confieren un carácter especial al ambiente en que se presentan las especialidades culinarias.

Es esencial que los países interesados en promover el turismo incrementen - o creen, si es necesario - una agricultura nacional que pueda suministrar al visitante extranjero la clase adecuada de comidas. Ese proceso cumplirá la triple finalidad de ahorrar en importaciones, proporcionar manjares exquisitos para la exportación y crear empleo. Los trabajos de artesanía, como la elaboración de cestas o artículos tales como recipientes de metal o madera - cajas, cuencos, bandejas - deben respetar cuidadosamente la tradición nacional en el diseño y no deben ser charros y de mal gusto como ocurre con frecuencia.

Se pueden utilizar ingeniosamente materiales locales para crear artículos originales, por ejemplo juguetes hechos de férula, arbusto semejante al bambú, como en Cerdeña. En muchos lugares del mundo, la vestimenta local puede convertirse en un objeto de fácil venta a los turistas.

Los turistas son afectos a adquirir artículos que rememoran vívidamente el país visitado. Sin embargo, la mayoría de los artículos de esta clase son inferiores en diseño y calidad, y en muchos casos, salvo el nombre estampado en el objeto, éste guarda poca relación con el lugar donde se compra. Para corregir estas deficiencias muchos países han adoptado medidas que en muchos casos han provocado un renacimiento de industrias domésticas casi extintas.

Crear artículos de interés para los visitantes no es sólo cuestión de diseño y buena artesanía. Al concebirlos, deben tenerse presentes la edad, el sexo y la relación entre el que hace el regalo y el que lo recibe. Los objetos deben ser fáciles de llevar de regreso al propio país y, en lo posible, deben estar empaquetados previamente y listos para el viaje. Los productos nacionales tienen que estar lo más posible a la vista del turista.

Entre los distintos artículos, las tarjetas postales y los sellos de correo son muy importantes. Las tarjetas postales constituyen a la vez una necesidad fundamental del turista y un medio maravilloso de hacer publicidad gratis para las atracciones locales. Las diapositivas en colores, películas, discos de música folklórica, mapas y guías ejercen gran atracción sobre el visitante y, al mismo tiempo, pueden servir de propaganda.

En muchos lugares del mundo, las tiendas que venden artículos en depósito, o sea libres de impuestos, constituyen un rico filón para los turistas. Aunque sólo una pequeña parte de las divisas introducidas en el país permanezcan en él, estas tiendas pagan varios impuestos locales y otras contribuciones y proporcionan empleo. Las tiendas de artículos de venta libre de impuestos en los aeropuertos deberían tener un surtido cuidadosamente seleccionado a base de lo que compran los visitantes en las tiendas de los lugares de vacaciones, especialmente artículos de recuerdo y otras cosas pequeñas que pueden llevarse fácilmente en el avión.

ALOJAMIENTO

Richard Lendi

La construcción de hoteles, tanto en los países con industria turística desarrollada como en los países en que esa industria está en sus comienzos, florece como resultado del auge general de los viajes internacionales. Los factores financiero, técnico, económico y legislativo que estimulan la construcción de hoteles pueden resumirse como sigue:

Aspecto financiero: El gobierno puede desempeñar un papel importante porque controla la planificación regional y la venta, valoración y utilización de terrenos. También puede subvencionar la construcción y atraer capital extranjero para la industria hotelera, dando a los inversionistas extranjeros libertad de acción y absteniéndose de ejercer un control indebido de las inversiones en ese sector. Además, el gobierno puede aplicar ciertas medidas fiscales para beneficiar a los hoteles en sus primeras etapas.

Aspecto técnico: El futuro empresario deberá participar con los promotores y arquitectos en la planificación del hotel, desde el principio. Su meta deberá consistir en racionalizar y reducir los costos de construcción estudiando los aspectos, económico, funcional y de tráfico interno del plano y en aplicar la mejor tecnología existente.

Aspecto económico: La política no ha de ser la de economizar en instalaciones, sino la de asegurar el tipo de instalación que mejor responda a los fines propuestos y que beneficie el hotel de la tecnología más eficaz que se conozca.

Aspecto legislativo: Si el gobierno se propone dar prioridad al desarrollo del turismo, deberá asegurar el suministro a los hoteles de los servicios públicos necesarios (electricidad, agua, gas, etc.), y fijar tarifas especiales de dichos servicios para los hoteles.

Procedimiento de financiación y explotación: Hay varias posibilidades: a) creación de una compañía de bienes raíces que financie la construcción, y de una compañía de explotación que suministre el equipo menor, los gastos iniciales y el fondo de operaciones; b) una compañía que desempeñe las dos funciones mencionadas; c) contrato de administración (de cinco a diez años), por el que se prestan los servicios requeridos a cambio de una remuneración; d) arriendo (por un mínimo de 20 años), por el que dos tercios de las utilidades son para la compañía de bienes raíces y un tercio para la compañía de explotación.

En cuanto a la modernización de un hotel, requiere inversiones relativamente grandes (en comparación, por ejemplo, con la modernización de una fábrica). En muchos casos será preferible demoler el edificio viejo y construir uno nuevo. Los planes de modernización son difíciles de formular. Además, la transformación de un hotel como consecuencia de su ampliación plantea dificultades.

Los países en desarrollo, que carecen de las técnicas y los expertos necesarios, suelen confiar la construcción y administración de los hoteles a especialistas, generalmente empresas extranjeras. El gobierno deberá garantizar la entrega de un hotel completamente equipado, autorizar la contratación de un mínimo de personal extranjero para los puestos de responsabilidad y garantizar la repatriación de los fondos invertidos, las utilidades y los salarios del personal extranjero. También deberá proporcionar capital para el fondo de operaciones y abstenerse de intervenir innecesariamente en la administración.

Por último, reconocerá oficialmente el contrato del empresario y garantizará formalmente su observancia aun cuando cambien el gobierno o los ministerios.

En cuanto a la clasificación de los hoteles, los que construyan un nuevo hotel deberán observar las normas y criterios establecidos a fin de que, una vez terminado, el hotel pueda inscribirse en el registro con la categoría prevista por los promotores.

La preferencia actual se inclina por el hotel para "hombres de negocios", que cuentan con todas las comodidades modernas, un servicio rápido e impecable y las instalaciones necesarias para realizar actividades profesionales y privadas.

Un hotel baja rápidamente de categoría si su administración deja de mantenerlo bien, haciendo rápidamente las reparaciones y sustituciones necesarias (que son muchas al cabo de tan sólo tres años de funcionamiento) y manteniendo las instalaciones al día.

Al informar al cliente sobre los servicios del hotel habrá que proceder con buen tino y discreción; las tarifas deberán indicarse detalladamente en las habitaciones mismas. La publicidad externa es importante y debe ser objeto de un cuidadoso presupuesto, porque en esta esfera nada es más fácil que caer en el exceso de diversificación y el despilfarro de fondos. Ahora bien, no hay publicidad que pueda sustituir a la eficacia y calidad del servicio del hotel.

MEDIDAS DIRECTAS E INDIRECTAS QUE PUEDEN ADOPTARSE EN UN PAIS
EN DESARROLLO PARA PROMOVER LA INDUSTRIA TURISTICA

Georges Faddoul

Los países interesados en promover el turismo deben crear y reunir los elementos necesarios, tales como medios de transporte, establecimientos turísticos, facilidades de recepción y mecanismo de promoción, a fin de crear una "atmósfera propicia al turismo".

En realidad, aun cuando reconocen la importancia del turismo como industria de exportación y están deseosos de tener su parte en la industria turística, los países en desarrollo adoptan respecto del turismo una actitud que es más o menos teórica y a veces negativa.

Uno de los elementos esenciales para el desarrollo del turismo es una organización turística nacional con fondos adecuados y personal calificado a su disposición y en condiciones de cooperar estrecha y armoniosamente con otros organismos importantes del Gobierno y con el sector privado del turismo.

Es conveniente que haya un servicio de investigación y estudio agregado a la organización nacional de turismo, cuya función, entre otras cosas, consistirá en intercambiar información técnica con organismos similares de otros países y en mantener relación con las organizaciones internacionales de turismo apropiadas.

El desarrollo del turismo debe acometerse a base de un plan cuidadosamente trazado dentro del contexto del plan de desarrollo económico general del país.

La creación de la infraestructura esencial, incluso la de higiene, transportes y comunicaciones, abastecimiento de agua, urbanización, etc., debe correr parejas con el desarrollo planificado del turismo.

En particular se destaca la importancia de elevar las condiciones de higiene en algunos países en desarrollo y de erradicar enfermedades endémicas contagiosas, que constituyen uno de los principales obstáculos para el desarrollo del turismo.

El transporte, especialmente el transporte aéreo, es un elemento fundamental del turismo. Los países en desarrollo enfrentan muy serios problemas en relación con el equipo y las tarifas de transporte aéreo. El costo del equipo aeronáutico es tan grande que sólo algunas líneas aéreas nacionales de esos países tienen los medios financieros para adquirir un equipo adecuado y capaz de competir. Tampoco pueden modernizar ni reemplazar el equipo. La falta de equipo suficiente les impide asegurar la comunicación frecuente con los países que generan turismo. También están en desventaja respecto de las tarifas, que para la misma distancia suelen ser mayores que las que rigen entre dos países industrializados. Aun más graves son los problemas que acarrearán la introducción de aviones supersónicos en la aviación comercial. Las líneas aéreas de los países en desarrollo corren el riesgo de verse condenadas a desaparecer, dejando que su industria turística dependa de las compañías aéreas extranjeras, a menos que las que tienen los mismos intereses regionales mancomunen sus recursos.

Asimismo, es necesario que los países en desarrollo desplieguen esfuerzos en relación con el transporte vial. Sería conveniente que se concentraran acuerdos regionales sobre redes viales, incluidas cuestiones tales como seguridad, normalización de la señalización vial, estaciones de gasolina y reparaciones, etc. También es recomendable el reconocimiento de las tarjetas de seguro, de las licencias de conducir y otras facilidades del extranjero.

En lo que se refiere a los establecimientos de turismo, especialmente los hoteles, el principal obstáculo es la falta de capital de inversión. Para los países en desarrollo es esencial la adopción de un sistema de clasificación de hoteles que cumpla con las normas internacionales. El sistema previsto por la UIOOT parece excelente. También ha de prestarse atención a la importancia de suministrar diversiones y distracciones variadas para alentar a los turistas a que prolonguen su estadía, y al problema de la escasez de personal calificado, a saber, dirigentes, personal hotelero, guías para visitas y excursiones y agentes de viajes. Se recomienda el establecimiento de centros de capacitación avanzada para la formación de personal directivo, que a su vez podrá promover y organizar la capacitación y las técnicas en los países en desarrollo.

Las facilidades que estimulan el turismo son muy conocidas. Los países en desarrollo deben tener presente que nada aleja tanto a los turistas como las formalidades complicadas que, por lo tanto, deben reducirse al mínimo. El progreso reciente en esta esfera ha sido por lo general provechoso. En cuanto al control de divisas, es un asunto que depende de las circunstancias financieras y económicas, que varían según el país. Sin embargo, las declaraciones y formalidades cambiarías debieran reducirse al mínimo. Por lo que se refiere a los impuestos al turismo, su efecto perjudicial suele superar los beneficios materiales que resultan de ellos. El establecimiento de una comisión de facilitación integrada por representantes de los distintos servicios públicos (aduana, policía, transportes, sanidad, etc.) ayuda considerablemente a coordinar los esfuerzos necesarios para superar los obstáculos que entorpecen el libre movimiento de los turistas.

Otro elemento importante de la política de turismo se refiere a la recepción de los turistas. Las campañas educativas para fomentar la cordialidad y buena voluntad hacia el turista dará grandes dividendos, pues el turista que goza de su visita constituye la mejor propaganda para un país.

En relación con el fomento de las ventas y la publicidad, los medios de los países en desarrollo son muy restringidos. Sin embargo, se recomienda que esos países adopten un programa de fomento con objetivos bien determinados y a base de un estudio de mercados, que los sectores público y privado traten de aunar sus fuerzas y concentrarlas en objetivos comunes, y que se confíen a especialistas los estudios necesarios, que requieren una técnica particular y un cabal conocimiento de los mercados que se han de investigar. Se recomienda también que dos o más países con intereses turísticos regionales mancomunen sus recursos en una campaña publicitaria y que incluso abran en común oficinas en el extranjero, donde sus medios por separado no les permitirían tener una representación. Además, sería conveniente tratar de que los países industrializados incluyesen en sus redes de información oficial programas destinados a familiarizar a la gente con las atracciones turísticas de los países en desarrollo. Estos países deberían alentar las visitas de escritores, periodistas, personalidades de la sociedad o del mundo del arte y de agentes de viajes del extranjero.

En conclusión, el turismo es uno de los medios más seguros para conciliar ideologías e intereses opuestos y para crear afinidades conducentes a la concordia y al fortalecimiento de la paz.

FORMAS EN QUE LOS PAISES DESARROLLADOS PUEDEN AYUDAR A LA
INDUSTRIA TURISTICA DE LOS PAISES EN DESARROLLO

Paul Bernecker

Una forma de ayuda que los países con experiencia en turismo pueden ofrecer a los países que desean desarrollar su industria turística se relaciona con los problemas de la formación profesional en esa esfera. Esa asistencia puede prestarse mediante la creación de centros especiales de capacitación en los países tradicionalmente turísticos o mediante la creación de hoteles-escuela en los propios países en desarrollo. La formación en los hoteles-escuela es muy superior a la que se recibe en los centros de capacitación, especialmente para los países en desarrollo. Por otra parte, la experiencia demuestra que el procedimiento de conceder becas de formación en el extranjero, el empleo de administradores extranjeros (por ejemplo, para los hoteles) o la ayuda en forma de visitas cortas de expertos son pobres sustitutos de la formación en una institución plenamente dotada que se haya establecido en la región.

Otra forma en que se puede prestar ayuda es en relación con el establecimiento de organizaciones nacionales de turismo. Como la comercialización del turismo es una de las principales tareas de esas organizaciones, la asistencia podrá comprender la preparación de un plan de comercialización (inclusive los elementos comunes de investigación, publicidad general, publicidad comercial, promoción de ventas, presupuesto, etc.). Además, se podría suministrar apoyo financiero para una campaña de fomento en los respectivos mercados del país. Por ejemplo, el costo total de semejante operación en los primeros tres años podría sufragarlo el país patrocinador, que también estaría en condiciones de poner al país que recibe la asistencia en contacto con la industria de viajes y de organizar giras especiales al país en desarrollo con tarifas para grupos parcialmente subvencionados. El país patrocinador podría ocuparse asimismo de organizar visitas de representantes de la prensa, de agencias de viaje y de empresas de relaciones públicas al país en desarrollo.

El país patrocinador además podría ser la fuente de capital para las inversiones de los establecimientos turísticos, tales como hoteles, compañías de alquiler de automóviles y empresas de espectáculos. Para estimular dichas inversiones el país en desarrollo debe dar una garantía formal sobre la repatriación de las utilidades.

Para facilitar toda la asistencia bilateral de esta clase, sería indispensable que los dos países de que se trata liberalizasen las formalidades de viaje entre ellos.

LA COMERCIALIZACION EN EL TURISMO

Jost Krippendorf

En la actualidad la situación de mercado comprador que se encuentra en otras industrias también se registra en muy alto grado en el turismo, debido a que el número de proveedores (países) de turismo se ha multiplicado durante los últimos años y existe un excedente cada vez mayor de oferta. Como el proveedor de turismo se enfrenta con una fuerte competencia, sus esfuerzos deben dirigirse a la satisfacción de las exigencias actuales del mercado, en este caso los visitantes, para tener alguna posibilidad de éxito. El principio de comercialización que ha de seguirse es el de determinar la posición de la demanda antes de planificar el suministro de servicios de turismo.

El proveedor de turismo se halla frente al factor adicional de que prácticamente todos los lugares de turismo ofrecidos son sustituibles entre sí. El viajero puede renunciar a la visita a un centro de esquí de Suiza para participar en un safari "fotográfico" en Kenia. Además, los servicios de turismo deben competir con artículos no turísticos o bienes de consumo.

La comercialización en el turismo se puede definir como una ordenación sistemática de la gestión comercial de las empresas de turismo y de la política del turismo en los planos local, regional, nacional e internacional que responde a la situación del mercado, y que se emprende con el propósito de satisfacer las necesidades y los deseos de ciertos grupos de visitantes en forma que deje una utilidad.

La investigación de mercados es un requisito previo de la comercialización. Debe abarcar el análisis de la demanda, el de la competencia y el del efecto de las medidas adoptadas para la propia comercialización.

El análisis de la demanda exige la determinación de la demanda potencial en los países donde puedan originarse las corrientes turísticas; la investigación de factores tales como el ingreso de los posibles visitantes, la distancia y el tiempo de viaje hasta el país de que se trata, las características (intereses, motivos, gustos) de los posibles visitantes y la imagen del país en el extranjero.

Además, el país proveedor debe planificar los acontecimientos futuros con miras a su ajuste constante a estos fines; debe mantenerse al corriente de las medidas adoptadas en varios aspectos por los mercados vecinos o competidores (el producto, el precio, el fomento, los medios de comercialización, etc.); y debe abstenerse de imitar a sus competidores y tratar por el contrario de ofrecer algo distinto.

El efecto de las medidas propuestas debe analizarse antes de aplicarlas, y una vez que las medidas se llevan a la práctica su efecto debe analizarse constantemente.

Los instrumentos de la comercialización son el producto, el precio, el fomento y los medios de comercialización.

El producto lo constituyen: los factores naturales (clima, situación geográfica, atractivos tales como montañas, cursos de agua; etc., y factores humanos tales como la mentalidad, el idioma, etc.); la posición y las conexiones para los viajes; la estructura de los centros poblados (situación, tamaño, carácter); otros factores de infraestructura tales como el suministro de agua, sistema de alcantarillas, electricidad, etc.; instalaciones (alojamiento, estaciones de ferrocarril, servicios de excursión, estaciones de gasolina, puertos, barcos de excursión, aeropuertos y campos de aviación, balnearios, parques, etc.); y servicios culturales y de esparcimiento (actos culturales, lugares de valor nacional e histórico, reliquias y monumentos, centros docentes, casinos, artículos de recuerdo, agencias de viaje, etc.). La comercialización supone un esfuerzo para adaptar todos estos elementos a los deseos y necesidades de la demanda, con el fin de estimular las ventas.

Una política de precios basada en el principio de comercialización establece que no es el costo sino el propio mercado lo que determina los precios, es decir, lo que el visitante podría estar dispuesto a gastar. El producto debe ser adecuado a esta suma. Hecho esto, se debe prestar atención a la importante cuestión de establecer precios "globales", o sea "por todo incluido". Dichos arreglos liberan al turista de la ingrata preocupación por el costo de cada uno de los servicios que desea obtener. El precio "global" tiene la ventaja adicional de que da a conocer por anticipado el costo total exacto de las vacaciones. Este procedimiento de comercialización es el único adecuado para los lugares de turismo de nueva creación, porque el turista que piensa visitar lugares poco conocidos desea saber lo que se le ofrece y cuánto ha de pagar por ello.

En cuanto a los medios de comercialización, la oferta puede hacerse en forma directa al cliente o indirectamente por conducto de intermediarios, agencias de viajes, organizaciones de turismo, etc. Los medios no deben quedar librados a la casualidad y deben estudiarse sistemáticamente. Las encuestas han demostrado que los medios directos son preferibles cuando se trata de una zona de mercado vecina, mientras que para mercados más distantes deben emplearse los servicios de un agente de ventas. Actualmente la importancia de la agencia de viajes como intermediario y sobre todo como organizador de giras está adquiriendo gran relieve. Grandes agencias de viajes de muchos países de importancia turística han unido fuerzas con compañías de aviación, hoteles y otras empresas que sirven al ramo del turismo. Por esta razón cada proveedor debe hacer todos los esfuerzos posibles y colaborar con agencias de prestigio, para las cuales un producto atractivo es el mejor aliciente. Se deben adoptar muchas medidas de "promoción de ventas" para despertar el interés especial del intermediario, puesto que las agencias de viajes ofrecen muchos otros productos que pueden encerrar la promesa de un negocio más lucrativo.

La promoción abarca la publicidad, la promoción de ventas y las relaciones públicas. La idea de que la promoción es el instrumento más importante de la comercialización es errónea, puesto que el esfuerzo es anterior al estímulo: no se debe tratar de captar un mercado hasta que se haya planificado correctamente el suministro de servicios. Hay innumerables ejemplos en el ramo del turismo que demuestran que el procedimiento inverso puede tener consecuencias desastrosas.

Como las agencias de viaje están abrumadas por la gran cantidad de material impreso que se les envía, el proveedor debe actuar con la prudencia necesaria y restringir el uso de ese material, tratando de atraer la atención de la agencia mediante campañas novedosas y originales. La promoción de ventas más eficaz quizá consista en que el proveedor alivie a la agencia de viajes de una parte del trabajo presentándole sus arreglos de viaje completos y listos para que la agencia los ofrezca.

Otro aspecto de la promoción son las medidas de relaciones públicas, que realzan la estima y prestigio del proveedor y su producto sin necesidad de recurrir a la propaganda comercial directa. Esto se logra manteniendo buenas relaciones con la prensa y otros medios de información, y tiene gran importancia.

Cabe destacar que los cuatro instrumentos de la comercialización descritos anteriormente, es decir, el producto, el precio, los medios de comercialización y la promoción, deben coordinarse en la mayor medida posible. Esto significa que los órganos y personas responsables en la industria del turismo deben unir sus fuerzas para establecer una política común respecto del producto, el precio y la promoción, así como de los medios de comercialización. Hasta la fecha son pocos los países de turismo que tienen ideas de estos importantes requisitos. Pocos países - si es que hay alguno - tienen sobre la comercialización un concepto comparable al de una empresa comercial y disponen el uso coordinado de toda la serie de instrumentos de comercialización.

LOS RECURSOS HUMANOS Y LA FORMACION PROFESIONAL PARA EL TURISMO*

El turismo puede ser un importante generador de empleo. La OIT se ha ocupado de definir, tanto en el plano internacional como en una reunión técnica tripartita, las normas aplicables a las condiciones de trabajo de las diferentes categorías de trabajadores en el ramo del turismo, tales como los de los hoteles, y de estudiar las necesidades más urgentes de los países en desarrollo en materia de servicios de formación.

Como el "producto" del turismo está representado ante todo por "servicios", la disponibilidad de personal calificado es de suma importancia. Es menester que los gobiernos reconozcan que tienen una función que desempeñar en cuanto a las necesarias inversiones en recursos humanos. Sobre todo, en los planes de desarrollo nacional hay que establecer, paralelamente a las indicaciones sobre objetivos y limitaciones de la inversión pública en este sector, los medios para la formación y los servicios respectivos.

Antes de establecer un proyecto de formación hay que asegurarse de que se cuenta con candidatos con las calificaciones y el nivel cultural necesarios para aprovechar la formación prevista.

Al establecer un programa, se debe incluir asignaciones y créditos para cursos, alojamiento y comidas gratuitos, así como para el pago de sumas destinadas a gastos menores a los estudiantes durante el período de formación, pues a menudo es difícil para los padres mantener a sus hijos durante los años que dura la capacitación. Estas medidas también tienen importancia para alentar a la gente a capacitarse y desempeñarse correctamente durante la formación.

Vivir en un hotel-escuela es una forma eficaz de acostumbrar a los aspirantes a las instalaciones, la terminología y la forma de vida de un hotel. Como el conocimiento técnico en el ramo del turismo no basta si no va acompañado de ciertas dotes tales como la cordialidad, una intuición rápida, tacto, aplomo y dominio de sí mismo y un conocimiento de las costumbres, hábitos, gustos y modos de vida de los turistas extranjeros, la fórmula del hotel-escuela resulta eficaz por razones técnicas y sociológicas.

Es conveniente incluir disposiciones para la formación directa en forma de cursos intensivos de repaso para las distintas categorías de personal esencial.

La categoría con que una persona ingresa en la carrera hotelera no influye en sus futuros ascensos. Al contrario, los comienzos modestos a veces aseguran un conocimiento total. Por esta razón, en la industria hotelera, inclusive en el plano más elevado, la experiencia práctica se considera tan importante como el conocimiento teórico o técnico.

* Preparado por la Organización Internacional del Trabajo.

Aun cuando la colocación de los estudiantes al terminar su formación normalmente no plantea problemas, la cuestión de los salarios y condiciones de trabajo merece una atención especial, y es indispensable que los aspirantes conozcan de antemano sus perspectivas de empleo.

En algunos países al comienzo será difícil encontrar el personal de instructores necesarios para las instituciones de formación, y por lo tanto habrá que recurrir a expertos extranjeros hasta que puedan ser reemplazados por homólogos nacionales.

EL TURISMO Y EL FINANCIAMIENTO DE LA CONSERVACION DE LUGARES Y MONUMENTOS*

La Conferencia General de la UNESCO ha autorizado al Director General "a prestar asistencia a los Estados miembros que lo soliciten para realizar estudios y ejecutar programas destinados a la protección y el desarrollo de lugares y monumentos dentro del contexto de la promoción del turismo". En los últimos años el problema de las actividades internacionales destinadas a promover el financiamiento y la preservación de monumentos mediante el turismo ha sido objeto de estudio por varios organismos internacionales con cuyos trabajos la UNESCO ha estado vinculada directa o indirectamente. Veintisiete Estados miembros han pedido a la Organización que colaborase con ellos en la preparación y ejecución de sus programas para la preservación de la herencia cultural en relación con el desarrollo del turismo, y que los ayudase asimismo, en caso necesario, a obtener los recursos financieros para tales programas.

La asistencia que puede prestar la UNESCO para estos programas es de índole técnica, a saber, asesoramiento de la secretaría y de expertos, contratados especialmente, especializados en la organización del programa en su conjunto y en la planificación de actividades determinadas, de proyectos vinculados principalmente a la conservación de monumentos y de ciudades históricas. En algunos casos puede proporcionarse equipo. Para financiar la ejecución de los trabajos indispensables en cada programa, cuando los recursos nacionales resulten insuficientes la UNESCO puede interponer sus buenos oficios para lograr asistencia exterior. La Organización también puede ayudar al país a contratar personal o a lograr la colaboración de órganos técnicos para la ejecución de proyectos comprendidos en el programa.

Cada gobierno tiene la responsabilidad de su propio programa y debe adoptar todas las decisiones relativas a la financiación y la organización técnica. En general, el gobierno deberá comprometerse a financiar con sus propios recursos la mayor parte posible de los trabajos. La posibilidad de obtener financiamiento exterior se acrecienta con una buena organización técnica del propio programa. Con este fin, la UNESCO recomienda los tres siguientes principios: la planificación del programa deberá estar a cargo de una dependencia interministerial especial; el programa, por razones de viabilidad técnica y financiera, deberá limitarse a determinadas zonas o proyectos prioritarios; el programa deberá estar oficialmente incorporado al plan nacional de desarrollo económico.

La UNESCO cooperó con el Irán durante toda la etapa de planificación del programa para la preservación de la herencia cultural en relación con el desarrollo del turismo en cuatro zonas prioritarias del país, y ha concluido un acuerdo relativo a sus funciones durante la etapa de ejecución. La Organización está cooperando con el Perú en la planificación y ejecución de un programa para restaurar y presentar, con miras al turismo cultural, los monumentos de la zona que se extiende desde Machu Picchu hasta Desaguadero. Turquía ha solicitado asistencia análoga para tres zonas prioritarias.

* Preparado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Aunque el turismo no constituye el único medio de asegurar el financiamiento de la preservación de los bienes culturales, los recursos que se obtienen gracias a una política de inversión en el turismo representan sin duda una contribución de importancia vital en esta esfera. El financiamiento acertado de programas de restauración y preservación de los bienes culturales depende de los siguientes factores: el espíritu de iniciativa del gobierno; la cabalidad y el equilibrio del programa previsto para restaurar y "dar nueva vida" a los bienes culturales; y la adaptación de los planes a la situación local exacta. El gobierno debe asumir la responsabilidad total de preparar y llevar a cabo los programas. Debe asignarse a los bienes culturales restaurados una función plenamente útil, tanto en materia de turismo como de la vida cultural de la comunidad. Se obtendrá financiación para aquellos programas que garanticen mejor la ejecución satisfactoria de la obra en su conjunto.

PROBLEMAS DEL TURISMO EN LA REGION DE LA CEPALO Y RELACIONES
DE LA COMUNIDAD EN MATERIA DE TURISMO*

La insuficiencia de ingresos disponibles y las restricciones de divisas para viajes debidas a la eterna escasez de divisas en los países de la región de la CEPALO han sido causa de que en muchos de estos países el turismo se realizara en gran parte en una sola dirección. Además, la lentitud del desarrollo económico ha impedido la expansión de las facilidades para el turismo interno, lo que afecta directamente el desarrollo de los servicios de turismo y la infraestructura correspondiente. Por las mismas razones, no se han desarrollado satisfactoriamente los viajes intrarregionales, aunque cuando quede terminada, dentro de poco tiempo, la red de carreteras de Asia habrá de dar probablemente impulso a los viajes por carretera dentro de la región.

Si ha de atraer más visitantes del extranjero, la región de la CEPALO deberá considerar también el problema de mejorar los servicios de turismo en general y modificarlos a fin de adaptarlos mejor a las necesidades de los turistas extranjeros, sin perder sus características y su sabor indígena, pues el turista no sólo busca lo exótico y cautivador, sino también desea viajar con comodidad y el mínimo riesgo para su salud. Ante la limitación de sus recursos, estos países deben estar seguros, al suministrar los servicios necesarios, de elegir la ubicación debida y los tipos adecuados de servicios. Si sólo se suministran servicios de alto precio para los turistas extranjeros, ello podrá provocar reacciones locales de hostilidad. De ahí que, además de realizar amplias campañas de publicidad y propaganda en el extranjero para atraer turistas, sean necesarias campañas de promoción dentro de los propios países a fin de formar una opinión pública favorable al turismo y de crear el ambiente adecuado.

Otro problema que afecta el crecimiento del turismo es que no siempre se le asigna prioridad porque en estos países por lo general es difícil desviar recursos de los bienes que no son de consumo o de capital y destinarlos a bienes o servicios de lujo.

Los turistas extranjeros no se sienten inducidos a hacer visitas a la región de la CEPALO debido a las restricciones bastante severas que se imponen en materia de moneda, y a las barreras de control arancelario para la importación de artículos personales tales como cámaras fotográficas, transistores, radios, grabadoras, etc. Otros factores que restan interés son el rígido control que se impone a las bebidas alcohólicas y las enfadosas formalidades que rigen la entrada y salida del país. Finalmente, el gasto que supone llegar hasta la región de la CEPALO es otro elemento de disuasión para los visitantes en potencia.

* Preparado por la Comisión Económica para Asia y el Lejano Oriente.

En la actualidad está prestándose especial atención en la CEPALO a la cuestión de facilitar el turismo. La Comisión ha aprobado la creación de un grupo de estudio que se ocupará de los siguientes temas: 1) determinación de los hechos (para facilitar el tráfico internacional por todos los medios de transporte, en cuanto a inmigración, control de cambios, aduanas, sanidad, documentación, etc.); 2) difusión de información; 3) promoción del establecimiento de comités nacionales de facilidades para el turismo; 4) unificación de los formularios; 5) adopción de las convenciones, acuerdos y recomendaciones existentes para dar facilidades al turismo; y 6) convocación de grupos especiales de trabajo para estudiar los problemas concretos de las facilidades para el turismo.

La CEPALO se propone convocar un seminario en 1969 ó 1970 a fin de estudiar entre otras cosas las relaciones de la comunidad como factor del turismo.

Actualmente se necesita también en particular el asesoramiento de expertos en temas especializados, tales como el desarrollo de balnearios curativos o de aguas termales, y de reservas de aves, flora y fauna.

EL TURISMO EN AFRICA*

En 1966 la parte que correspondió a Africa del número de llegadas de turistas e ingresos por turismo mundiales, fue solamente del 1,75% y el 2,5%, respectivamente. Sin embargo las grandes atracciones turísticas de Africa conducirán en el futuro, indudablemente, a un rápido desarrollo del turismo en Africa. Los viajes a Africa desde los dos mercados de ultramar de mayor importancia para ese continente, es decir, Europa occidental y Norteamérica, deben aumentar al irse saturando los mercados turísticos tradicionales y dado que en ambos mercados el número de los que pueden permitirse viajar hasta Africa está aumentando con mucha más rapidez que el producto nacional bruto per capita. Las perspectivas para el turismo nacional y regional del Africa también son buenas.

Los atractivos turísticos de Africa son ricos y variados, y agradan tanto al turista europeo como al americano, aun cuando lo que es atractivo para un mercado no lo es necesariamente para la mayor parte del otro. El clima soleado y tibio y, en muchos países de Africa, la tibieza del mar, son atracciones para los habitantes de las zonas industrializadas húmedas y frías del hemisferio norte. Si bien el clima mediterráneo de Africa del Norte es muy apreciado, no se ha difundido igualmente el hecho de que el clima tropical de algunas partes de Africa es muy apropiado para el descanso y el esparcimiento ahora que se ha eliminado todo peligro de fiebre amarilla y paludismo. Los turistas de las regiones industriales densamente pobladas apreciarán también las hermosas playas, los desiertos inmensos, las grandes selvas tropicales, el magnífico paisaje de montaña, las enormes reservas de caza y los parques nacionales.

Sin embargo, hay que resolver muchos y difíciles problemas relacionados con los transportes, la infraestructura, la promoción de viajes, la formación profesional y los trámites oficiales.

El volumen del turismo de ultramar en Africa dependerá de lo que los países africanos puedan ofrecer, de la calidad y el precio de los servicios. Algunos países no han llegado a un nivel avanzado de desarrollo turístico, otros tienen una tradición turística de larga data pero han quedado rezagados en lo que respecta a eficiencia técnica y conocimientos administrativos y otros están en un estado de desarrollo turístico incipiente.

El transporte aéreo es lo que ha hecho que Africa sea accesible al turismo en gran escala desde otros continentes pero, debido a las distancias, el costo del transporte es un factor crucial.

Las tarifas aéreas normales dentro del Africa son más altas que las vigentes dentro de Europa y casi dos veces más que las tarifas internas en los Estados Unidos. Las tarifas normales entre Europa y Africa son considerablemente más altas que las vigentes entre Europa y Norteamérica y las tarifas regulares entre Norteamérica y Africa son más altas que las vigentes entre Norteamérica y Europa.

* Preparado por la Comisión Económica para Africa.

Se han adoptado las tarifas excursiones individuales con todos los gastos incluidos los viajes entre Norteamérica y Africa y entre Europa y Africa, con excepción de algunos países de habla francesa de Africa occidental. Se han introducido también en los viajes entre varios países africanos. Las tarifas colectivas con todos los gastos incluidos rigen también entre Norteamérica y el Norte de Africa, pero no para los países al sur del Sáhara mientras que desde Europa las tarifas colectivas con todos los gastos incluidos se han adoptado en los viajes a Africa meridional, central y oriental, a Africa occidental y a Egipto, pero no a los demás países del norte de Africa. Sin embargo, las tarifas colectivas con todos los gastos incluidos, en la mayoría de los casos, no son completamente satisfactorias cuando se las compara con tarifas similares que rigen en otras partes del mundo, ya que Africa sigue viéndose perjudicada por tarifas aéreas más altas. Por ejemplo, las tarifas para excursiones de grupo con todos los gastos incluidos para la ruta de 6.317 kilómetros entre Zurich y Nueva York cuesta 268 dólares de Estados Unidos por persona mientras que para viajar entre Zurich y Nairobi, 6.034 kilómetros esa tarifa es de 388,40 dólares de Estados Unidos. Si se quiere evitar el perjuicio causado por las tarifas más altas sería necesario adoptar tarifas para grupo con todos los gastos incluidos entre Europa y los países del Maghreb y tarifas para grupo e individuales con todos los gastos incluidos entre Europa y los países de habla francesa del Africa central y occidental. Sería también necesario aumentar las rebajas para los grupos con todos los gastos incluidos entre Europa y Africa, de manera tal que Africa pudiera competir con los otros destinos de los viajeros europeos. Además, este tipo de tarifas debiera adoptarse para los viajes entre el norte de Africa y el Africa al sur del Sáhara y la limitación en la validez del pasaje de la tarifa de turismo especial hasta un máximo de 21 días, debiera suprimirse. También debiera aplicarse dentro de Africa una política de precios más elástica y la adopción de las tarifas colectivas e individuales con todos los gastos incluidos.

Las altas tarifas aéreas en los servicios regulares tuvieron como consecuencia los vuelos no regulares en aviones de propiedad de las grandes compañías de turismo que organizan excursiones o fletados por éstas, con lo que se han reducido considerablemente los costos de viaje y abierto Africa al gran mercado turístico de ingresos medios. Los precios de las excursiones organizadas en vuelos no regulares son considerablemente menores que las más baratas de las tarifas colectivas con todos los gastos incluidos. Sin embargo, los aviones fletados para ser económicos, deben llevar el pasaje completo, y por lo tanto requieren gran capacidad en los hoteles para alojar a todos los turistas que llegan en aviones llenos. Para fletar aviones también hace falta un gran mercado de viajeros y una demanda suficiente de viajes tan caros como resultan los de Africa. Por esta razón, y también para fomentar los viajes a los lugares de menor capacidad hotelera, para fomentar excursiones todo el año, para atraer al turismo de más alto nivel, y para que las agencias de viajes más pequeñas puedan organizar excursiones a Africa, no es posible depender sólo de aviones fletados y es necesario adaptar los servicios regulares a las necesidades de Africa y reducir el precio de las tarifas con todo incluido al nivel de las de las rutas de Europa - Oriente Medio.

En lo que respecta a los transportes de superficie, deben fomentarse los viajes en automóvil de los turistas de ultramar, creando nuevos servicios baratos de transbordadores por el Mediterráneo, buenas carreteras para tráfico rápido en Italia y España (algunas están en construcción) y reducir el precio de la gasolina para los turistas extranjeros (como ya se ha hecho en Marruecos y Argelia). En Africa oriental, las redes de caminos nacionales no están convenientemente conectadas y la mayor parte de las carreteras modernas parten en todas direcciones desde la capital y no están conectadas entre sí. La construcción de nuevas carreteras en los países del Africa oriental eliminará este primer inconveniente. Para que se puedan hacer excursiones en circuito se necesitan carreteras dentro de cada país, inclusive rutas que unan las atracciones turísticas en dos países vecinos. En los países del Africa occidental, las carreteras principales generalmente unen el puerto principal con las ciudades del interior, mientras que las conexiones entre los países vecinos son menos buenas. La construcción de la alternativa meridional a la carretera transafricana occidental propuesta, mejoraría mucho esta situación y contribuiría al desarrollo del turismo.

El turismo en los países africanos se está desarrollando como resultado de cambios fundamentales en las condiciones, como por ejemplo, la obtención de la independencia y falta una base ya existente como la que se encuentra en los países con tradición turística. Puede producirse por lo tanto un serio desequilibrio y estrangulamientos si los organismos competentes de los gobiernos de varios países no coordinan sus políticas. La mejor forma de lograr la coordinación es basarla en planes de desarrollo del turismo. Si bien muchos países africanos han elaborado ya esos planes, sólo unos pocos cuentan con las estadísticas necesarias para establecer supuestas realistas.

Con respecto a la infraestructura, además del desarrollo de las carreteras que ya se ha mencionado, existen otros problemas relativos al número suficiente de aeropuertos, el suministro de agua, electricidad, telecomunicaciones, parques nacionales, etc. En principio, tales facilidades deben ser brindadas por los gobiernos nacionales o locales pero en algunos casos particularmente por lo que respecta a la construcción de carreteras y aeropuertos, podría necesitarse la cooperación regional.

En muchos países africanos, la construcción de hoteles fue emprendida por corporaciones de desarrollo nacionales o por sus dependencias de desarrollo de la hostelería, en los cuales se alienta la participación de capitales tanto nacionales como extranjeros. El próximo paso es fomentar la iniciativa privada, lo que también podrá lograrse mejor por medio de la formulación de planes de desarrollo turístico así como por medio de la creación de un ambiente favorable a las inversiones y con la creación de incentivos especiales. Esto ya se está haciendo, en cierta medida, en algunos de esos países.

Con respecto a la formación profesional, la mejor solución es establecer centros nacionales de capacitación para la formación de personal de los niveles inferiores, según han hecho ya algunos países con éxito y establecer una escuela de hostelería al nivel superior vinculada a una escuela secundaria de hostelería a nivel subregional o para dos subregiones combinadas como por ejemplo para Africa occidental y central. Dos países africanos han solicitado la cooperación del PNUD para tales escuelas.

Con respecto a la promoción de viajes, los países de la subregión del Africa oriental y los de las regiones del Africa central y occidental han de hacer conjuntamente lo necesario para que sus actividades de promoción en los países de ultramar sea eficaz a precios razonables. Se han creado ya dos organizaciones con tal propósito - la Alianza Turística del Océano Indico (TAIO) en Tananarive y la Organización de Desarrollo del turismo africano en París. Sería aconsejable ampliar el número de los miembros que integran esta última organización, afianzarla y crear una organización más amplia en el Africa oriental de la que fuese miembro la TAIO.

La mayor parte de los países del Africa del norte han simplificado las formalidades y abolido los requisitos de visas para los viajeros de un cierto número de países importantes como fuente de turismo. Esta tendencia debiera ser fomentada y puesta como ejemplo para otros países.

En la esfera internacional la UIOOT (Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo) representa a los organismos internacionales que se ocupan de algunos aspectos del turismo pero no del turismo como un todo. Por lo tanto, reviste la mayor importancia para el desarrollo del turismo el que las Naciones Unidas hayan incluido al turismo en el campo de sus actividades. La ayuda que ya han dado varios organismos de las Naciones Unidas a los países africanos es apreciable. Como muchos de los problemas del turismo tienen que ver con las regiones y subregiones geográficas, es posible que la actividad de las comisiones económicas regionales llegue a convertirse en un elemento importante de la labor de las Naciones Unidas.

TURISMO EN EUROPA*

En 1967, Europa recibió el 73% del movimiento turístico mundial (138 millones de personas), seguida por América del Norte con el 17,7%. La llegada de turistas a Europa aumentó de 56,4 millones en 1961 a 100,5 millones en 1967, es decir a un promedio anual de 10%. Las entradas procedentes del turismo para Europa, con exclusión de Bulgaria, Rumania y la URSS, aumentaron de 4,5 billones de dólares en 1961 a 8,3 billones en 1967, es decir, a un promedio anual de 10,7%. Las entradas dimanadas del turismo constituyen alrededor del 38% de los ingresos totales por bienes y servicios exportados por España, 30% de los exportados por Portugal, 24% de las exportaciones de Austria, 18% de las de Grecia e Irlanda, y del 12% al 13% de las de Italia y Suiza.

En los países de Europa oriental hubo un aumento notable en la corriente turística durante la década de 1960. Entre 1961 y 1966, el número de turistas aumentó en un coeficiente de 5 en Bulgaria, casi 4 en Hungría, más de 4 en Polonia y más de 4,5 en Checoslovaquia. Esta expansión se debe sobre todo al mayor número de turistas de otros países de esta región, pero también hubo un aumento evidente en el movimiento turístico desde Europa occidental.

El promedio de estada de los turistas extranjeros, salvo los provenientes de Estados Unidos, no parece haber cambiado mayormente en los últimos años, variando de 1964 a 1966 de algo más de tres días en Luxemburgo, Noruega y los Países Bajos a unos 6,5 días en Austria.

En cuanto al saldo en divisas de los ingresos y gastos turísticos, algunos países europeos, tales como la República Federal de Alemania, Bélgica y el Reino Unido tienen un ingente saldo negativo; por otra parte, países como España, Irlanda, Italia, Austria, Portugal y Grecia, ricos en recursos turísticos, atraen a turistas extranjeros en cantidades considerables, mucho mayores que el número de sus propios nacionales que viajan al extranjero, de modo que hay un saldo positivo apreciable. Los ingresos turísticos de Francia son elevados, pero la balanza de divisas del turismo oscila alrededor del punto de equilibrio. Algunos países como Turquía, ricos en recursos turísticos naturales, despliegan grandes esfuerzos para desarrollar su infraestructura, pero todavía no han podido obtener un saldo positivo.

El gasto medio del turista (a precios constantes) en varios países europeos tiende a disminuir, especialmente debido al número creciente de turistas que disponen de recursos económicos modestos.

La expansión del turismo en Europa se debe principalmente al aumento del poder adquisitivo, la política general de vacaciones para todos, el descenso de los costos de transporte y el creciente número de personas que viajan en automóviles privados.

* Preparado por la Comisión Económica para Europa.

El papel que desempeñan los automóviles privados, sobre todo en el turismo a corta distancia, es muy grande en algunos países. Por ejemplo, la proporción media de llegadas de automóviles privados en los tres últimos años fue de 90% en Noruega, 84,5% en Austria, 73% en Italia y 70% en España. Los viajes aéreos a Europa y desde este continente aumentaron también considerablemente.

En cuanto a la corriente turística entre Europa occidental y el Mediterráneo oriental, los viajes aéreos, - especialmente el tráfico fletado - son de gran importancia. Por ejemplo, de 1,2 millones de suecos que fueron al extranjero en 1966, 360.000, o sea el 29% viajaron en aviones fletados a la zona del Mediterráneo.

La demanda relativa a alojamiento, transporte y pasatiempos cambió fundamentalmente, no sólo cuantitativa, sino también cualitativamente. La expansión del alojamiento sin servicio (bungalows, cabinas y habitaciones para alquilar) refleja la demanda de medios más baratos para pasar las vacaciones. Otro nuevo aspecto es la aparición de establecimientos modernos de clase intermedia - en su mayoría hoteles y lugares de vacaciones - reservados total o parcialmente a los miembros de giras organizadas. Las agencias de viajes han establecido muchos hoteles y lugares de vacaciones en la zona mediterránea, que, al contar con niveles de casi total ocupación, pueden ofrecer buenas instalaciones de alojamiento a bajo precio.

En los países de economía de mercado, el desarrollo de la infraestructura suele correr a cargo de los gobiernos, mientras la superestructura se reserva a la empresa privada, que a menudo recibe especiales incentivos y estímulos. En los países de economía planificada, sólo el Estado es responsable del desarrollo de los sistemas de viajes.

Casi todos los gobiernos europeos han iniciado programas a largo plazo para ampliar la gama de recursos turísticos en vista del crecimiento real y previsto del número de turistas.

La formación profesional es un serio problema para la industria turística en rápida expansión. Se procura especialmente elevar de categoría las ocupaciones hoteleras y turísticas, con miras a atraer un personal mayor en número y más idóneo, así como crear establecimientos de capacitación de nivel secundario para personal de hoteles y turismo en los países más avanzados en la esfera del turismo.

Los gobiernos también se interesan en el mantenimiento de los niveles de calidad, la estabilidad de precios, una mayor simplificación de las formalidades de viaje y la prolongación de las temporadas turísticas mediante el escalonamiento de las vacaciones.

Las perspectivas para el crecimiento del turismo en Europa son favorables, pues los países que más se preocupan del turismo, todavía pueden atraer muchos turistas potenciales. Sin embargo, en el futuro inmediato, las dificultades financieras o económicas, la inestabilidad política y las tensiones en algunas regiones, surtirán ciertamente efectos desfavorables.

ANEXO

LISTA DE PARTICIPANTES

Barbados

Marcus Jordan
Presidente Adjunto, Junta de Turismo de Barbados

Bolivia

Jorge Cariaga Rada
Director Nacional de Turismo

Brasil

Magdalena de Abaeté L. de Abreu
Ayudante de la Junta de Directores de EMBRATUR (Entidad Brasileña de Turismo)

Bulgaria

Tsondiu Stylianov
Vicepresidente del Comité de Turismo ante el Consejo de Ministros

Camboya

Huynh Danh
Inspector de Turismo, Ministerio de Turismo

Ceilán

Wilfrid Mervyn Joseph Perera
Vicesecretario (Turismo), Ministerio de Estado

Colombia

Luis Toro
Director, Oficina de la Junta Nacional de Turismo de Colombia en Nueva York

Chile

Juan Galdames
Jefe, División de Geografía y Cartografía, Oficina de Planificación Nacional

China

Huang Ho
Director, Consejo de Turismo, Ministerio de Comunicaciones

Ecuador

Francisco Pérez Anda
Secretario General, Corporación Ecuatoriana de Turismo

Filipinas

Federico Salredo
Comisionado Adjunto de Turismo, Junta de la Industria de Viajes y Turismo

India

Anjani Mehta
Director General Adjunto encargado de la planificación y la coordinación,
Departamento de Turismo

Indonesia

Kus Hadinoto
Vicepresidente de Planificación, Organización Nacional de Turismo

Irán

Reza Sadoughi
Director Adjunto, Organización Nacional de Turismo

Islas Comores

Abdou Rahim Mikidache
Administrador de las Comores

Islas Viti

Robert N. Atkinson
Secretario de Comunicaciones, Obras Públicas y Turismo

Madagascar

Jean Rakotomanga
Director Interino de la Oficina Nacional de Turismo

Malasia

Che Wan H. Suak
Funcionario de Turismo (Actividades de Enlace relacionadas con el Desarrollo),
Departamento de Turismo

Mauricio

Michael Benoit Arouff
Vicesecretario Principal, Ministerio de Comercio e Industria

Nepal

Ganga B. Basnyat

Subsecretario del Gobierno de Su Majestad de Nepal, Ministerio de Industria y Comercio, Derecho y Justicia

Níger

Farmo Madoudou

Director de la Oficina Nacional de Turismo, Ministerio de Asuntos Económicos, Comercio e Industria

República Dominicana

Angel Emilio Miolan Reynoso

Secretario de Estado sin Cartera, Dirección General de Turismo

República Unida de Tanzania

Charles Ley

Administrador General, Junta Nacional de Turismo

Rumania

Gheorghe Niculescu

Director General Adjunto, Oficina de Turismo

Tailandia

Vanchai Vimolvanich

Jefe, División de Actividades Internacionales, Organización de Turismo de Tailandia

Turquía

Adnan Ozaktas

Director General de Turismo, Ministerio de Turismo e Información

Uruguay

Alberto Raúl Bianchi Saus

Técnico del Sector Programación Regional, Oficina de Planeamiento y Presupuesto

Conferenciantes y oradores

Ernesto Thalmann

Embajador, Jefe de la División de Organizaciones Internacionales, Suiza

A. Adossides

Jefe, Sección de Vías de Navegación Interior, División de Transportes,
Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa

J.L. Aeshlimann

Director, Oficina de Estudios Turísticos, Gryon (Vaud)

G.L. Baroncini

Organización Internacional del Trabajo

Joseph Barnea*

Director, División de Recursos y Transportes, Departamento de Asuntos
Económicos y Sociales

Paul Bernecker

Profesor de Turismo, Universidad de Economía, Viena, Director, Instituto
de Investigaciones sobre Viajes, Viena

Charlermchai Charuvastr

Director General, Organización de Turismo de Tailandia, Bangkok

S.N. Chib

Director de Turismo, Ministerio de Turismo, Nassau

H. Daifuku

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la
Cultura

David H. Davis

Sección de Turismo, División de Transportes, Departamento de Proyectos,
Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento

Evner Ergun

Centro de Vivienda, Construcción y Planificación, Departamento de Asuntos
Económicos y Sociales

Georges Faddoul

Consejo Nacional de Turismo del Líbano, Beirut

Sydney Fairmont

Subdivisión del Turismo, División del Comercio Invisible, Conferencia
de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

* Director (Naciones Unidas) del Seminario.

Paul-Marc Henry

Administrador Auxiliar y Director Asociado de Operaciones y Programación,
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

Göran F. Holmquist

Ex Presidente de Bonniers de Nueva York, Ex Vicepresidente de Macy's de
Nueva York, Consultor de la OIT

Gunal Kansu

Centro de Planificación, Proyecciones y Política del Desarrollo,
Departamento de Asuntos Económicos y Sociales

Julien Konan

Secretario General, Oficina Interestatal de Turismo Africano, París

Jost Krippendorf

Vicedirector de la Federación Suiza de Turismo, Berna

Zdenek Lastovka

Jefe de la Sección de Transportes, División de Recursos y Transportes,
Departamento de Asuntos Económicos y Sociales

Richard Lendi

Director Gerente del Grupo del Hotel Du Rhône, Ginebra

R.J. Moulton

Jefe, Subdirección de Facilitación y Financiamiento Colectivo, Organización
de Aviación Civil Internacional

Vojislav Popovic

División de Recursos Naturales y Transportes, Comisión Económica de las
Naciones Unidas para Africa

Frantisek Prikryl

Instituto Checoslovaco de Ordenación del Territorio (TERPLAN), Praga

C.N.R. Rau

Comisión Económica para Asia y el Lejano Oriente

Paul Risch*

Director, Instituto de Investigaciones Turísticas, Universidad de Berna,
Director de la Federación Suiza de Turismo

* Codirector (Suiza) del Seminario.

Mesa del Seminario

Joseph Barnea

Director, División de Recursos y Transportes, Naciones Unidas, Director
(Naciones Unidas) del Seminario

Paul Risch

Director, Instituto de Investigaciones Turísticas, Universidad de Berna,
Codirector (Suiza) del Seminario

Anna Lemkow

División de Recursos y Transportes, Naciones Unidas, Secretaria Técnica
del Seminario

Hans Teuscher

Instituto de Investigaciones Turísticas, Universidad de Berna, Ayudante
del Codirector (Suiza)

Pierre M. Rhonheimer

Asesor interregional de las Naciones Unidas sobre turismo, Asesor Técnico