

**REVISTA VECTORES DE INVESTIGACIÓN**

**JOURNAL OF COMPARATIVE STUDIES LATIN AMERICA**

Vol. 16 No. 16 pp. 97-131

Monografía Sociedad **Monograph Society**

**Consideración económica del turismo**

**Economic consideration of tourism**

**Manuel Figuerola**



## Consideración económica del turismo

### Economic consideration of tourism

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

**Manuel Figueroa**

*Economista*  
Universidad Antonio Nebrija,  
Madrid, España

**Palabras claves:**  
*Teoría económica, turismo, sociedad actual*

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

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

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

### 1 Introducción

Es el turismo uno de esos fenómenos,

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

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

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

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

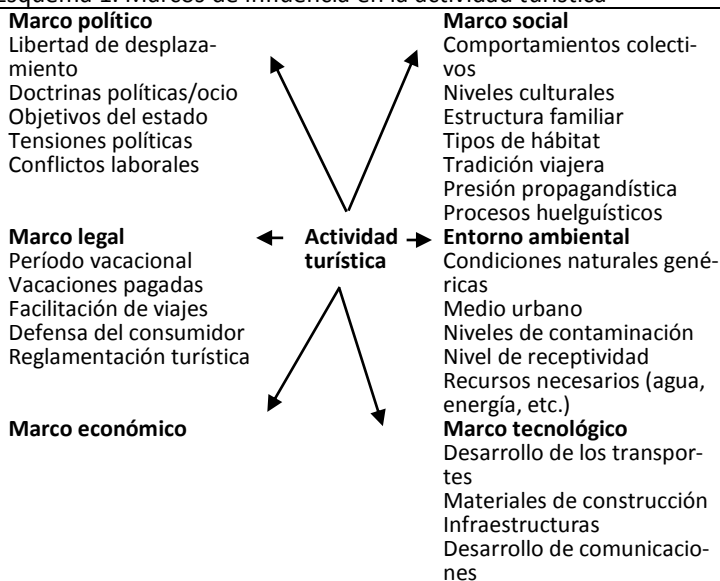
Adentrándonos en el tratamiento del turismo, se debe creer que su estudio tiene que estar en función de los distintos marcos en donde se encuadran o manifiestan esos múltiples condicionantes que se han aludido; y por supuesto, ignorar cualquiera de ellos, puede suponer desconocer la verdadera realidad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

En un estudio completo del turismo, es fundamental que se

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

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

Esquema 1. Marcos de influencia en la actividad turística



Fuente: Elaboración propia

Es el turismo un fenómeno social, de caracteres absolutamente definidos por la actuación, normas de comportamiento y limitaciones de la colectividad humana. Este planteamiento obliga, pues, a considerar con especial interés todas esas expresiones del marco social: dinámica y estática de la población, cultura y hábitos, religiosidad y sensibilidad a captación de valores, etc., que especifican, de manera real, cuáles son las

pautas, vocaciones, deseos y estructuras de los grupos sociales que van a ser el elemento básico de la aparición o no de inclinaciones hacia el turismo. No sería acertado, por otra parte, olvidar aspectos tan importantes tales como el cambio social o las anomias y frustraciones, en ese fundamento social que tiene sin duda el desarrollo de la actividad turística.

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

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

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

Tampoco puede olvidarse que ha sido el desarrollo tecnológico, especialmente, en los medios de transporte, el que ha propiciado y estimulado directamente los viajes cada vez más lejanos e incluso, en términos relativos, más baratos.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

En la definición de Hunziker y Krapf se destacan varios puntos de singular interés:



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

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

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

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

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

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

- 1 El Turismo implica desplazamiento de un lugar habitual de

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

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

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

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

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

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

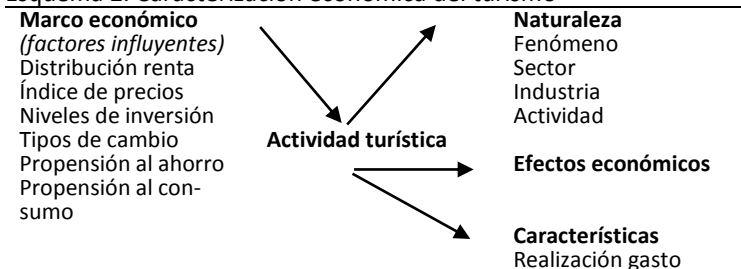
un turista es aquella persona que, con motivo de un desplazamiento, efectúa un gasto de renta en lugar distinto de aquel en que se origina dicha renta y en el cual no reside habitualmente

(Pulido San Román, 1966).

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

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

Esquema 2. Caracterización económica del turismo



Fuente: Elaboración propia

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

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

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

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

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

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

Será adecuado, pues, que se estudie su naturaleza, en directa correlación con los conceptos que brevemente fueron expresados. El fenómeno puede definirse como todo lo que puede

ser percibido por los sentidos o por la conciencia. De otra manera, como hecho natural que hiere la imaginación; o también, como cosa extraordinaria o muy poco común. Siempre en el ámbito de lo económico y social se habrá de intentar buscar una identidad entre las definiciones apuntadas y el concepto económico del turismo.

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

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

¿Es, pues, el turismo una industria? Tampoco se debe considerar correcta esta denominación, porque sólo debe entenderse el concepto de industria como el conjunto de las operaciones que concurren a la transformación de las materias primas y a la producción de la riqueza. Lógicamente, en cuanto a la primera expresión, no existe duda de que, en general, los

actos turísticos conllevan la acción de transformación de materias primas; y puede aceptarse que la restauración modifica las formas y contenido inicial de los alimentos para darles una adaptación adecuada a los gustos y apetencias de los consumidores. Pero no en todos los casos, y más aún, en los aspectos propios de los viajeros, se produce tal condicionamiento. Es conveniente resaltar que, desde el enfoque de generación de riqueza, sí podremos identificar al turismo como una industria, pero entonces se estará ignorando la acción de los otros efectos del propio turismo.

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

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

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

No puede elaborarse un concepto formal del "sector turístico", pero sí puede concebirse éste, en líneas generales, como el conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales (SNUCD, ONU, 1971).

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

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

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

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

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

La masificación en la actividad se ha impuesto. Los logros sociales y económicos han incentivado e incrementado, primero las disponibilidades de renta para realizar el viaje, y después la

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

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

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

- 1 El paso al disfrute del turismo de una minoría selecta a la población en general, sin grandes discriminaciones, a excepción de las impuestas por las limitaciones naturales.
- 2 El reconocimiento de un derecho del hombre y la mujer, hoy casi transformado en necesidad.
- 3 La consideración del turismo como una importante actividad económica, ya que el consumo de pocos se transformó en la realidad de todos.



- 4 La aparición de miles y miles de plazas de alojamiento, con tremendas inversiones que han supuesto una nueva casuística con consideraciones específicas y difíciles problemas de resolver.

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

La conferencia de Manila de 1980 declara:

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

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

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

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

A lo largo de la exposición que se realiza, se pretende establecer una serie de principios que perfilen las relaciones del turismo con la economía. Previa a toda consideración, será conveniente estudiar, en qué forma la actividad se siente influida por un conjunto de magnitudes que van a conformar el marco macroeconómico del turismo. Esas variables, teóricamente, han de modificar decisivamente el comportamiento de las co-

rrientes turísticas; que a su vez repercutirán, de manera importante, en los grandes componentes de la economía de un país. En consecuencia, es necesario que se especifique el campo macroeconómico del turismo con objeto de desarrollar posteriormente las ideas más relevantes de esas relaciones mutuas entre macromagnitudes económicas y turísticas.

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

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

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

- 1 Variables económicas, sujetas a acciones inmediatas y de posible utilización en la política de intensificación y desarrollo del turismo:
  - A Inversión turística (capacidad, diversificación y calidad de servicios y alojamientos).
  - B Presupuesto publicitario (montante y distribución).
  - C Nivel general de precios turísticos.
  - D Inversión en infraestructuras básica.
- 2 Variables económicas, independientes a toda actuación

que específicamente se dirija a ampliar, canalizar o congelar el desarrollo turístico:

- A P.I.B. y sus variaciones.
- B Tensiones inflacionistas.
- C Relación de los tipos de cambios.

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

- 1 Acción sobre la demanda turística:
  - A Respecto a la demanda extranjera, las actuaciones a ejecutar se escapan de medidas nacionales directas, aunque la intensificación de la inversión turística y la creación de imágenes y estímulos favorables alentarán nuevos estratos. Sin embargo, la vigilancia minuciosa sobre los índices de precios podrá favorecer el crecimiento. El cuadro de variables del apartado anterior "2 (variables económicas)" es independiente a toda acción desde los países receptores.
  - B La demanda interior, por su parte, estará condicionada con carácter general a los resultados alcanzados por alguna de las variables de los apartados "1" y "2".
  - C En cuanto a la demanda que se emite hacia el exterior, lógicamente habrá de encontrarse influida por las variables del segundo grupo.
- 2 Acción sobre la oferta. Se concreta en proyectos a desarrollar por influencia de variables de los grupos "1" y "2". Por ejemplo, la propensión a invertir en instalaciones turísticas, como en toda clase de infraestructura, mejorará y estimulará el desarrollo de la oferta turística. Igualmente, la evolución del cuadro macroeconómico general facilitará acciones más o menos directas sobre la oferta. No se puede olvidar que la inversión extranjera estará muy condicionada a la situación económica de cada país y a las perspectivas de cambio.
- 3 Consumo turístico global. En cierto modo, ésta magnitud se encuentra absolutamente correlacionada con la demanda global, por lo que cabe aplicar a esta importante variable lo referido a aquélla.
- 4 Ingresos de divisas en concepto de turismo. La situación económica internacional, influyendo en las variaciones de la demanda extranjera, tanto como la relación de los tipos de

cambio y los índices interiores de precios, serán las razones fundamentales de su modificación con signo positivo o negativo.

- 5 Pagos de divisas o gastos en el extranjero. Inicialmente, están en función de la realidad económica interior. Así, las decisiones de viajar al extranjero dependerán económicamente del crecimiento del P.I.B. de los índices de precios y del coste de la vida en el exterior, el volumen de ahorro, del tipo de cambio, etc.
- 6 El valor añadido bruto del turismo (V.A.B.T.). Puede afirmarse que su volumen estará dependiendo esencialmente de los costes de explotación; magnitud fuertemente sensibilizada por el índice general de precios, e igualmente por la tasa de actividad de las empresas turísticas. No hay que olvidar, no obstante, que la mayor dependencia del V.A.B.T. será a los niveles de salarios a los que se someta la actividad.

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

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

siendo

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

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

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

$I_{it-1}$  = Inversión turística

$P_{it}$  = Índice precios turísticos

$TC_{it}$  = Tipos de cambios

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

$S_{it}$  = Ahorro

$U_{it}$  = Variable estocástica

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

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

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

La realización de turismo es innegable que exige la existencia o tenencia de medios técnicos y económicos. Sin los cuales es absurdo mantener un mínimo deseo de crear una plataforma empresarial, desde el punto de vista de la producción, o ponerse en posición de consumir, desde el ángulo de la demanda. Quedó reflejado que son muchos los factores influyentes en la generación de la actividad turística: factores de orden social, político, sociológico e institucional, junto a los recursos naturales; sin embargo, el factor decisivo esencialmente será el económico. Sin dinero, nadie puede pensar en programar una estancia de "x" días en cualquier lugar de vacación, y el dinero lo proporciona el proceso de creación de riqueza. En consecuencia, es correcto señalar que cuando se produce una situación de estancamiento, paralización o recesión económica, la actividad del turismo inmediatamente ha de resentirse de manera directa. No es propósito de este trabajo ilustrar las tesis a base de ejemplos o supuestos reales, pero queda implícito en

los comentarios la contrastación de las hipótesis manifestadas a nivel teórico.

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

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

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

- 1 La actividad turística exige fuertes inversiones dirigidas al montaje de adecuadas instalaciones de alojamiento, restauración, recreación y transporte. En toda situación de recesión, el capital se inhibe y tiende a refugiarse en sectores de gran seguridad o simplemente opta por su absoluta paralización en depósitos a largo o medio plazo. Sólo una clara situación de crecimiento da optimismo suficiente a los inversores para dirigirse hacia empresas como las turísticas. Este problema tiene por supuesto dos diferenciadas vertientes: la inversión nacional y la extranjera, con resultados a veces muy diferentes.
- 2 Recesión puede significar desempleo, despido, tensiones sociales, con toda una atmósfera plena de incomprendiones, tristeza y desorden. Pero el problema del desempleo se manifiesta de manera notoria sobre la actividad turística, que contempla cómo su potencial clientela no posee los suficientes medios económicos para poder siquiera atender

sus más urgentes necesidades.

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

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

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

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

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

$a$  = Coeficiente multiplicador del crecimiento de la renta.

Generalmente, puede afirmarse en base a distintas experimentaciones que:

$$a > 1$$

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

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

- 1 El turismo se origina en cuanto que existan grupos sociales con altos niveles de renta que les permitan disfrutar de la actividad. Dos ideas se manifiestan, en tal hipótesis:
  - A Sólo cuando se ha sobrepasado determinado nivel de renta, cubriendo los gastos de urgente necesidad, y disponiendo así de un remanente adecuado para atender los precios de un servicio superior, puede hacerse turismo.
  - B El turismo, en su fase de despegue, es una actividad, sólo

disfrutada por aquellas personas que han cubierto suficientemente sus necesidades de primer orden.

- 2 Desarrollo turístico no es solamente aumento del número de personas que viajan por ocio, sino también crecimiento con equilibrio en cuanto al volumen de capacidad y extensión de la actividad a todos los niveles sociales de la población. Es decir, no puede concebirse al turismo de las minorías como actividad que cumple las normas mínimas del desarrollo. Aquella situación sólo es un privilegio, y que, aunque temporalmente el turismo de élite creciese en volumen, en su evolución se dan ciertas normas que invalidan las tesis de que entonces se estuviese dando un coherente desarrollo.

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

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

- 1 Sociedad con escaso nivel de producción; solamente suficiente para atender el consumo de bienes y servicios de primera necesidad. En este caso, la equitativa distribución de la renta está consiguiendo un alto objetivo social, pero está imposibilitando una determinada concentración de renta, capaz de permitir a unos pocos la realización de la actividad vacacional. En este típico caso de subdesarrollo, donde estará frenada la demanda turística, posiblemente existirá el interés de promocionar la actividad con el fin de captar estímulos de demanda exterior.
- 2 Sociedad que ha sobrepasado las cotas del desarrollo; en este caso, indudablemente, todas las economías se acercan más al disfrute de la actividad, aunque es importante seña-



lar que la más equitativa distribución proporcionará un mayor número de potenciales viajeros que una exagerada concentración de renta, ya que de ese modo el atesoramiento del producto en las manos de unos pocos está impidiendo que estratos situados en capas inferiores puedan incorporarse a la demanda turística.

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

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

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

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

Las regiones pobres, siempre que posean los suficientes medios de captación, competirán de manera más ventajosa con las áreas (aunque atractivas para el ocio vacacional) de mayor nivel de renta. Igualmente, la consideración de áreas urbanas y rurales se hará necesaria, en cuanto que se comprueba que son los ciudadanos de las zonas urbanas quienes más intensamente hacen turismo. Estas hipótesis permiten realizar una serie de experimentos y contrastes que han determinado que en

elevada proporción es fuerte la correlación que existe entre porcentajes de emisión de turismo (países, regiones o áreas urbanas) con el coeficiente de concentración de renta de Gini. Así se ha podido especificar la función:

$$TE_i = A + BG_i$$

siendo:

$TE_i$  = Turismo emitido.

$G_i$  = Coeficiente de concentración renta.

$A$  y  $B$  = Parámetros.

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

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

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

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

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

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

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

Esos efectos negativos de un modelo económico que ha dejado de funcionar enseguida harán disminuir el número de personas con capacidad de gasto suficiente y, lo que es a veces más importante, dejando el ánimo de consumir muy limitado. Por tanto, puede asegurarse que se producirá una disminución de la demanda tanto exterior como interior. No es necesario señalar que la realización de un determinado desplazamiento conlleva una serie de preparativos con antelación, que la crisis paraliza y desaconseja. Es normal que antes de la consecución de un fin recreativo, cuando existe hambre e incertidumbre, es imprescindible cubrir mínimamente las más urgentes e imperiosas necesidades vitales; lo cual retrasa para mejor ocasión el cumplimiento de una promesa, deseo e ilusión.

En relación a la tercera pregunta, es conveniente destacar que no siempre la incidencia de una situación económica irregular se manifiesta de la misma manera. A veces, aparece, en principio, encubierta por manipulaciones políticas y sociales. En otras ocasiones, el desenlace de los efectos no es presumible por el inicio lento y retardado del impacto. El momento de la repercusión estará determinado primeramente por la forma

en que se produce y, después, por las medidas que se hayan adoptado para paralizar la incidencia o al menos atenuar sus efectos. Lo cual permite asegurar que, según lo expuesto, podrán diferenciarse diversas fases en el proceso de repercusión. Lógicamente, serán los estratos con rentas inferiores los más afectados por la crisis coyuntural. Lo que quiere decir, que el turismo de alta calidad proseguirá con mayores o menores dificultades, mientras que, por el contrario, la clase media, quizás recientemente incorporada al disfrute de la actividad, al ver su poder de compra disminuido, optará por modificar sus pretensiones de viajar y quizás hasta se decidirá por suspender sus planes.

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

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

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

En principio, el logro de una estructura turística equilibrada y estable permitirá soportar con firmeza una difícil situación temporal. Pero lo más urgente será estudiar con cierta previsión el posible impacto sobre la actividad, con objeto de movilizar y poner en práctica un conjunto de acciones de índole diversa, tanto crediticias como fiscales, capaces de auxiliar a las empresas mayormente afectadas por la caída de la demanda. En líneas generales, es difícil diseñar un esquema de acciones de defensa. No obstante, el éxito de ellas estará en función de haber proyectado el crecimiento basado en una política coherente, meditada y con óptica a largo plazo. Por otra parte, el actuar rápido, sin dejarse sorprender, al conocer con perfección el problema gracias a los estudios idóneos al respecto, impedirá profundas recesiones de la actividad. Otro objetivo interesante será tratar de clasificar las clases de crisis. Sin embargo, aunque por sus formas de manifestación y variables retenidas pueden ser cada una de ellas de aspectos diferentes, debe entenderse que en lo referente al impacto en la actividad turística, existen pocas alternativas, ya que todas ellas van a

girar alrededor de una grave recesión o caída de la tasa de productividad.

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

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

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

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

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

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

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

extranjera como interior, el factor predominante del incremento o reducción de viajeros será el grado de sensibilidad de las curvas a las modificaciones de precios y rentas disponibles.

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

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

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

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

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

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

Es bien sabido que todo encarecimiento del consumo retrae a éste o le hace disminuir hasta límites que marca la propia subida de los precios. Pero interesa en el presente texto aclarar no sólo el efecto de la elevación de los precios turísticos sobre

la demanda, sino aquellos que provoca sobre el turismo el proceso inflacionista general de un país.

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

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

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

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

- 1 Las tensiones sociales impiden la tranquilidad necesaria para el disfrute de la actividad y crean una atmósfera e imagen de violencia, temor y agresividad que desaconsejan todo proyecto de viaje turístico.
- 2 El aumento de los precios de los artículos, bienes y servicios de primera necesidad, a los cuales hay que hacer frente por su propia naturaleza, disminuye en términos reales sensiblemente los presupuestos originales. Es imprescindible el tener que renunciar a ciertas satisfacciones, como el viaje de ocio, por la urgencia de consumir unos productos que son necesarios para la vida, y por supuesto, el turismo habrá de ser considerado como algo que puede ser disfrutado cuando todo funcione mejor.
- 3 Aquellas personas que, por su edad, han dejado de prestar su servicio a la generación de riqueza y que se encuentran limitadas en sus ingresos pronto comprenden que la inflación está minando su economía, que va reduciendo paula-



tinamente su poder de compra, por lo que se verán obligadas a prescindir de algo, que por el tiempo libre que poseen están en situación de disfrutar casi sin condicionantes, salvo el económico. La inflación por la continuada elevación de los precios, se traduce para el turismo de la tercera edad en un efecto muy negativo.

- 4 El desencadenamiento de una inflación galopante, acompañada de graves huelgas, despidos, etc., producirá una profunda recesión económica capaz de hundir toda una adecuada y planificada estructura turística. El incremento de los despidos o desempleo y la caída de la tasa de actividad productiva podrán significar, a través de la disminución o estancamiento del PIB, una absoluta carencia de medios para la realización de viajes. Bien claro es que si no hay dinero para comer menos lo habrá para diversiones. En consecuencia, es innegable que una acentuada inflación hará morir la actividad.

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

Merece atención especial la influencia de tensiones inflacionistas sobre la demanda interior, que como la extranjera, se verá sometida a presiones a causa de las alzas de precios, que motivarán la aparición de graves dificultades para la consecución de su deseo, o lo que es lo mismo, la realización de turismo. La pérdida de poder adquisitivo de su moneda, muy deteriorada por las continuas elevaciones que experimentan las tarifas para la adquisición de cualquier bien o servicio, obligará a la demanda interna a sacrificar, dentro de una escala de valores, la compra de algo, puesto que sus posibilidades no le permitirán consumir lo mismo que antes de la aparición del fenómeno que aquí se describe. Según el nivel de renta, y a veces también de su grado de capitalización, podrá optar por el sacrificio más grande a este respecto, que es la supresión del viaje o de las

vacaciones. Sin duda, dependerá el resultado de la decisión, de la mayor facilidad para soportar la crisis, lo cual estará en función del deseo y oportunidad de descapitalización y del riesgo de gastar una renta, aunque disponible quebrantada por la existencia de una fuerte "corrosión monetaria". Pero, generalmente, se puede admitir que lo arraigado de la inclinación por hacer turismo hace muy difícil la decisión de renuncia. En consecuencia, las tensiones inflacionistas actuarán muy a menudo desviando las corrientes turísticas hacia zonas y lugares más cercanos, de menor coste, y en donde pueda suprimirse alguna rúbrica del gasto, que de otra forma sería imposible realizar.

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

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

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

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

Haciendo algo de historia, es oportuno señalar que el final de la primera guerra mundial (que se acompaña de una serie de

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

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

En la actualidad, los países desarrollados se han convertido en los primeros emisores de turismo, existiendo una fuerte correlación directa entre esta actividad y el desarrollo económico. Es bien conocido que estos países, aún recibiendo fuertes contingentes de viajeros, ven su balanza turística bastante equilibrada, por lo que han dejado de creer en el aprovechamiento integral de esta actividad económica. Por otra parte, numerosas naciones, mal dotadas de recursos productivos, pero poseedoras de cuantiosas materias primas y otras riquezas sin explotar, han puesto sus ojos en el turismo como un medio eficaz de promover o de ayudar al desarrollo económico de su región. No se debe dudar que la expansión del turismo extranjero en estos países va a significar una valiosa aportación de divisas, muy estimables cuando se padecen crónicos déficits de las balanzas de pagos o cuando, en otros casos, no existe la sufi-

ciente capacidad de gestión, inversión, o de equipos productivos, que impulsen el crecimiento; lo cual podrá conseguirse elevando las importaciones de los bienes de equipo, productos para la intensificación y modernización de los cultivos u otra clase de factor que se haga necesario para lograr activar la economía nacional. El turismo vendrá a proporcionar el soporte imprescindible, cuando se carezca de otro sector productivo, que atraiga los medios de pagos para compensar las entradas de bienes y servicios que el país exige para un normal desenvolvimiento.

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

La aparición y asentamiento de flujos turísticos, va a significar en determinadas regiones, si la actividad en términos relativos adquiere la suficiente potencia, una absoluta transformación, tanto en lo económico como en lo social. La modificación de las macromagnitudes económicas va a responder a ciertos y determinados estímulos, sólo procedentes de la llegada masiva de visitantes. Y así, se podrá observar, como las tasas de variación del PIB, se deben muy especialmente al turismo o a

reflejos de su efecto multiplicador sobre el conjunto de las relaciones intersectoriales. El incremento del número de visitantes, forzosamente elevará la demanda de empleo; causará una mejor redistribución de los capitales invertidos y de la renta nacional; generará ingresos suplementarios para la hacienda; promoverá el desarrollo de pequeños pueblos, rincones o puntos del litoral y fomentará el crecimiento de municipios hasta entonces abandonados a un miserable designio, que no es otro que la pobreza y la frustración.

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

### **Bibliografía**

- Acerenza, Miguel A. (1984) *Administración del Turismo*, México, Editorial Trillas.
- Hunziker, Walter, Krapf, Kurt (1942) *Fundamentos de la teoría central del turismo*, Zurich, Poligraphischer Verlag.
- Organización Mundial del Turismo (OMT) (1980) "Manila Declaration on World Tourism" (Declaración de Manila sobre el turismo mundial), *UNWTO Declarations*, 1(1),
- Secretaría de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (ONU) (1971) *Directrices para la compilación de Estadísticas de Turismo*, New York, ONU, doc. TDIB/3/86.



## Revisión crítica del turismo como sistema funcional

A critical review of tourism as a functional system

DEMANDADO 26-9-2019 REVISADO 31-3-2020 ACEPTADO 30-4-2020

**José Miguel Fernández Güell**

*Arquitecto-Urbano*

Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, España

**Palabras claves:**

Sistema funcional turístico, enfoque sistémico, destino turístico urbano

**Key Words:**

*Functional tourist system, systemic approach, urban tourist destination*

**RESUMEN** En el presente trabajo se realiza una revisión crítica del artículo publicado en 1989 titulado “El turismo como sistema funcional”. El propósito de este texto es actualizar aquel modelo conceptual que describía el funcionamiento operativo de un destino turístico, tomando en consideración contribuciones recientes de la literatura científica y experiencias directas obtenidas de aplicar el enfoque sistémico tanto en proyectos de planificación como en ejercicios de prospectiva en el ámbito turístico. Para ello se realiza una reflexión sobre los retos que deben afrontar los destinos turísticos con un marcado carácter urbano: complejidad, diversidad, incertidumbre e inteligencia. El resultado es un nuevo modelo conceptual que despliega de forma inteligible la complejidad de un destino turístico, que muestra los elementos de los principales subsistemas funcionales y que facilita la involucración de los operadores turísticos y los agentes

locales en los procesos de planificación urbana y turística.

**ABSTRACT** In this work, a critical review of the article published in 1989 entitled "Tourism as a functional system" is carried out. The purpose of this text is to update that conceptual model which described the operational functioning of a tourist destination, taking into account recent contributions from the scientific literature and direct experiences obtained from applying the systemic approach both in planning projects and in prospective exercises in the tourist area. For this, a reflection is made on the challenges that tourist destinations with a marked urban character must face: complexity, diversity, uncertainty, and intelligence. The result is a new conceptual model that displays the complexity of a tourist destination in an intelligible way, showing the elements of the main functional subsystems and facilitating the involvement of tour operators and local agents in urban and tourist planning processes.

## **1 Introducción**

Hace ya treinta años que publiqué el artículo "El turismo como sistema funcional" en la *Revista Estudios Turísticos*, editada por el ya desaparecido Instituto de Estudios Turísticos del Gobierno de España (Fernández Güell, 1989). Cuando se vuelve a leer un trabajo después de tanto tiempo resulta inevitable presuponer que ha envejecido mal por la catarata de acontecimientos socioeconómicos y contribuciones científicas ocurridas desde entonces. No obstante, la reciente relectura del citado artículo ha puesto en evidencia que muchos de los supuestos sobre los que se formuló el modelo conceptual del sistema turístico siguen observando cierta vigencia en la segunda década del siglo XXI y que dicho modelo ha sido utilizado airoosamente en los procesos de planificación turística y los ejercicios de prospectiva en los que he participado como consultor. Sin contradecir las anteriores afirmaciones, debo reconocer la necesidad de incorporar ajustes y actualizaciones en el modelo propuesto y, sobre todo, exponer algunas contribuciones que se han realizado en los últimos años.

Aquel artículo fue el fruto de las inquietudes derivadas de mis primeros trabajos profesionales y de investigación. Ya en aquellos años ochenta, resultaba patente la falta de conexión entre



los procesos de planificación del turismo desde el punto de vista económico y territorial, lo cual provocaba numerosas ineficiencias e impactos adversos en el desarrollo de los destinos turísticos, por no hablar del divorcio entre operadores turísticos y planificadores urbanos. Como primer esfuerzo para aunar los procesos de planificación económica y espacial surgió la conveniencia de plantear un modelo conceptual, basado en enfoques ya utilizados en el sector turismo (Gunn, 1979; Gupta y McIntosh, 1980), que mostrara y relacionara los principales elementos funcionales de la actividad turística. Este modelo diferenciaba entre demanda y oferta turística, identificando siete componentes principales:

- 1 Turistas.
- 2 Atracciones.
- 3 Servicios turísticos.
- 4 Transporte.
- 5 Infraestructuras básicas.
- 6 Sistemas de información y dirección.
- 7 Mecanismos de promoción y comercialización.

La corta extensión del artículo y la relativa novedad del modelo, apenas contrastado con la práctica profesional, dio lugar a una exposición narrativa escasamente contextualizada y escuetamente desarrollada en el caso de estudio de San Lorenzo de El Escorial. Transcurridos estos años, cabe realizar una serie de reflexiones críticas y contribuciones adicionales que complementen el texto original. Sin ánimo de ser exhaustivo, el presente artículo explora la traslación de enfoques sistémicos utilizados recientemente en el ámbito urbano en general al ámbito de los destinos turísticos.

## **2 Complejidad, diversidad, incertidumbre e inteligencia de las ciudades contemporáneas**

Hoy en día, la gran mayoría de los destinos turísticos tienen una marcada naturaleza urbana, por lo cual su análisis y planificación no pueden obviar el conocimiento y la interpretación de los grandes rasgos de las ciudades contemporáneas: complejidad, diversidad, incertidumbre e inteligencia. Una mirada más próxima a estas cuestiones puede proporcionar un entendimiento más comprensivo de la naturaleza de los destinos turísticos a la hora de acometer su planificación y gestión.

Uno de los principales retos que afrontan las ciudades de tamaño grande y mediano es el elevado nivel de “complejidad” de los procesos operativos que tienen lugar dentro de sus límites y en su área de influencia más próxima. Hoy en día, está ampliamente aceptado que las ciudades son uno de los mejores ejemplos de sistemas complejos (Portugali et al., 2012; Allen, 1997). En términos generales, decimos que las ciudades son complejas porque experimentan dinámicas no lineales e imprevisibles y porque son capaces de auto-transformarse para adaptarse a los contextos cambiantes. Por ello, los problemas urbanos son multidimensionales dado que emergen en una intrincada red de relaciones sociales, económicas, ambientales y políticas.

Este atributo ha constituido un hándicap histórico que recurrentemente dificulta las tareas de análisis y la acertada formulación de políticas urbanas. Raro es el analista que no se siente desbordado por la multiplicidad y multidimensionalidad de los problemas urbanos. Intentos en los años sesenta de aplicar sofisticados modelos cuantitativos en los programas de renovación de grandes ciudades como Pittsburgh, New York y Los Angeles resultaron en sonados fracasos porque los planificadores no fueron capaces de interpretar y simular funciones urbanas muy complejas (Goodspeed, 2015). A pesar de aquellos fracasos iniciales, hoy más que nunca los planificadores necesitan una comprensión de las dinámicas, redes y complejidades existentes en las ciudades para guiar con éxito sus políticas urbanas.

Un segundo reto al que se han enfrentado repetidamente los urbanistas constituyen la “diversidad” inherente a cualquier ciudad de cierta dimensión y complejidad. Este importante, pero elusivo rasgo de las ciudades contemporáneas ha sido analizado por autores bien conocidos desde perspectivas diferentes (Innes y Booher, 1999; Alexander, 1965; Jacobs, 1961). La diversidad no solo se refiere al origen étnico o geográfico de las personas, sino también a las diferentes expresiones culturales y a los múltiples intereses económicos existentes en una comunidad. Básicamente, la diversidad urbana se genera por la disparidad y heterogeneidad de los agentes locales que intervienen en las actividades socioeconómicas de una ciudad. En otras palabras, las funciones altamente sofisticadas y diversificadas de una ciudad son realizadas por una amplia variedad

de agentes locales y supra-locales con intereses diferentes y, en ocasiones, contrapuestos. Adicionalmente, las ciudades están habitadas por un amplio espectro de personas que habitualmente no están tan organizadas como los grandes operadores turísticos, pero que tienen el derecho a involucrarse en los asuntos de la ciudad.

Bajo estas condiciones, en una comunidad urbana democrática, las decisiones políticas son el resultado de diversos grupos de interés con diferentes niveles de poder, actuando los políticos electos como catalizadores del consenso local. Por un lado, un elevado nivel de diversidad complica el sistema de gobernanza que intenta conciliar múltiples intereses; pero, por otro lado, la diversidad urbana puede tener efectos positivos en la cohesión social, el rendimiento económico y la movilidad social. En suma, la diversidad es un activo importante de las ciudades siempre y cuando los intereses en conflicto de los agentes urbanos sean acomodados por negociaciones mutuamente satisfactorias.

El tercer reto que gravita sobre los planificadores es la constante “incertidumbre” que envuelve al futuro de las urbes. Todo aquel que se enfrenta con la tarea de prever el futuro de una ciudad a 15 o 20 años sufre impotente las limitaciones actuales de las herramientas de previsión de futuro, situación que se agrava si se opera en un entorno particularmente turbulento y muy cambiante. El grado de dificultad para prever el futuro depende mucho del tipo de situación de partida en que nos encontremos. Así, en los sistemas que tienen parámetros muy estables podemos obtener datos muy fiables y predecir los acontecimientos de futuro con bastante certeza; por el contrario, si se trata de sistemas muy complejos y dinámicos los acontecimientos futuros no pueden ser definidos con precisión y, consecuentemente, son poco o nada previsibles (Fernández Güell, 2011).

Frente a las dificultades que entraña realizar previsiones en el ámbito urbano, suele surgir la tentación de abandonar la planificación a largo plazo y volcarse, en cambio, en actuaciones cortoplacistas. Sin embargo, un buen ejercicio de prospectiva puede ayudar a reflexionar estratégicamente sobre el devenir de la ciudad, aun cuando nos equivoquemos en las previsiones

realizadas. Asimismo, la prospectiva nos permite analizar la incertidumbre, a valorarla y a manejarla, lo que constituye un ejercicio valioso para los agentes decisores ante las grandes transformaciones que están experimentando nuestras ciudades. Por ello, la postura más inteligente es aceptar la incertidumbre, tratar de comprenderla y convertirla en parte de nuestro razonamiento.

El cuarto atributo de las ciudades contemporáneas es la “inteligencia”. Para prosperar en un mundo complejo e incierto, las ciudades turísticas necesitan grandes dosis de inteligencia. Para algunos autores, inteligencia urbana significa maximizar todas las posibles conexiones dentro de la ciudad para mejorar sus operaciones (Moss, 1991; Mitchell, 2003), mientras que para otros, el término está estrechamente relacionado con los dispositivos tecnológicos de las denominadas Smart Cities (Hollands, 2008). Aquí, se entiende el término inteligencia como la capacidad de los agentes locales para utilizar de forma efectiva y eficiente las nuevas tecnologías con el fin de gestionar las operaciones urbanas y tomar decisiones bien informadas.

Una ciudad inteligente debería considerar la dimensión humana de la ciudad en toda su complejidad y diversidad, debería asumir su comportamiento imprevisible y debería promover un modelo avanzado de gobernanza que involucrara a un gran número agentes locales y ciudadanos. En este sentido, la literatura científica más reciente reconoce la necesidad de desarrollar enfoques más integrados y holísticos para las ciudades inteligentes (Chourabi et al., 2012) a través de soluciones que operen de forma interconectada y sinérgica (Mattoni et al., 2015).

Los rasgos característicos de las ciudades contemporáneas—complejidad, diversidad, incertidumbre e inteligencia— se reafirman entre sí. Por ejemplo, una ciudad con un alto nivel de diversidad aumenta su complejidad operativa. Asimismo, la aceleración de los cambios sociales, económicos y tecnológicos intensifican el nivel de incertidumbre y complejidad de las ciudades. Por último, la inteligencia urbana empoderada por las innovaciones tecnológicas constituye una herramienta clave para que las ciudades puedan gestionar exitosamente sus crecientes niveles de complejidad, diversidad e in-

certidumbre. En suma, el aumento cualitativo de la complejidad, diversidad e incertidumbre en el ámbito urbano dificulta enormemente la planificación de las urbes.

### **3 Traslación de los retos de las ciudades a los destinos turísticos urbanos**

La relación entre turismo y ciudad es evidente ya que existe una coincidencia temporal de las actividades residenciales y turísticas en el espacio urbano, ahora bien esta coincidencia es fuente de conflictos. Por un lado, los operadores turísticos y los visitantes se aprovechan de las múltiples atracciones, servicios y amenidades que las ciudades ofrecen, pero rara vez se involucran en los procesos de planificación, desarrollo y mantenimiento de las mismas (Edwards et al., 2008). Por otro lado, la mayoría de los destinos urbanos pueden absorber sin gran esfuerzo las actividades turísticas sin darse cuenta de los impactos económicos, sociales y ambientales que éstas conllevan (Ashworth, 2012). Las razones anteriores justifican la necesidad de una colaboración entre los planificadores urbanos y los operadores turísticos para relacionar turismo y urbanismo y con ello minimizar los conflictos (Chettiparamb y Thomas, 2012).

Siguiendo esta línea de argumentación resulta fácil trasladar los cuatro retos básicos de las ciudades contemporáneas a los destinos turísticos urbanos. De hecho, la literatura científica reciente reconoce la presencia de estos rasgos característicos en los destinos turísticos tal y como se observa a continuación.

La mayoría de las ciudades turísticas, ya sean medianas o grandes, muestran una elevada “complejidad” por varias razones:

- 1 El turismo tiene una naturaleza multidimensional y multi-propósito (Pearce, 2001), por lo que resulta difícil distinguir sus necesidades y expectativas respecto a las que tienen los residentes y agentes económicos locales.
- 2 Los destinos turísticos urbanos comprenden a un amplio abanico de actores, benefician a diversas actividades productivas y generan impactos en la población local, todo lo cual complica significativamente la planificación y gestión del destino (Boes et al., 2015).
- 3 Los destinos turísticos pueden ser asimilados a un conjunto

de redes complejas que involucran a un gran número de actores que proporcionan una amplia variedad de productos y servicios (Haughland et al., 2011). Ejemplos adicionales de la complejidad de un destino son la naturaleza heterogénea de los componentes del turismo y las dinámicas imprevisibles del sector que dificultan la realización de previsiones de futuro (Darbellay y Stock, 2012).

Si hay algo que caracteriza a los destinos turísticos urbanos es su amplia “diversidad” de actividades, personas, atracciones, servicios y entretenimiento que se concentran en espacios relativamente limitados. De hecho, es la diversidad de actividades junto con la densidad y compacidad de los destinos lo que incentiva el turismo urbano (Ashworth y Page, 2011). Más aún, diferentes valores culturales se entremezclan en los destinos urbanos, creando, por un lado, un entorno atractivo para los visitantes y, por otro lado, conflictos potenciales con los residentes, todo lo cual complica la gestión del destino (Boes et al., 2015).

Los destinos turísticos no son inmunes a la “incertidumbre”. Debido a rápidos e imprevisibles cambios en la sociedad, los mercados y la tecnología, los destinos turísticos experimentan un elevado nivel de incertidumbre cuando tratan de prever el contexto futuro en el que operarán (Dywer et al., 2009). Un entorno dinámico y en ocasiones turbulento impone una presión enorme en los sistemas racionales de planificación, muchos de los cuales han sido diseñados para simular y operar en sistemas funcionales altamente estables y predecibles (Fernández Güell y Redondo, 2012).

Hoy en día, la incorporación masiva de tecnología e “inteligencia” es un requisito creciente en los destinos turísticos. La noción de “destino turístico inteligente” ha emergido recientemente como una extensión del concepto “ciudad inteligente” (Gretzel et al., 2015). Destinos turísticos inteligentes son aquellos lugares que utilizan herramientas tecnológicas para capacitar conjuntamente a la demanda y a la oferta turística a co-crear valor, placer y experiencias valiosas para los turistas, así como riqueza y beneficios para los operadores del destino turístico (Boes et al., 2015). No obstante, la inteligencia no solo es proporcionada por la tecnología, sino que básicamente surge cuando personas creativas comparten su conocimiento

con la totalidad de un sistema turístico que se desenvuelve en un entorno de aprendizaje (Buhalis y Amaranggana, 2015).

En suma, la comprensión del funcionamiento de un destino turístico urbano pasa por la comprensión preliminar de cómo opera una ciudad (Ashworth, 2012). En este sentido, el entendimiento de los rasgos básicos de las urbes contemporáneas ayudará a contextualizar los retos a los que se enfrentan los destinos turísticos de carácter eminentemente urbano.

#### **4 Hacia nuevos modelos sistémicos de los destinos turísticos urbanos**

En los últimos años, se han producido diversos esfuerzos para analizar los destinos turísticos de manera integrada y holística. Algunos enfoques en el campo empresarial han empleado un conjunto de determinantes e indicadores comprensivos para evaluar el nivel de competitividad de un destino (Dwyer y Kim, 2003; Ritchie y Crouch, 2000). Aun siendo interesantes, estas aportaciones representan constructos teóricos de sistemas de relaciones causa-efecto con aplicaciones limitadas a determinadas realidades socioeconómicas (Mazanec et al., 2007).

Otros investigadores han utilizado el análisis de redes para estudiar la estructura relacional entre agentes en los destinos turísticos con el fin de obtener una visión integrada de sus operaciones. Estas contribuciones analizan a los actores principales, los recursos y las relaciones que tienen lugar en un destino al mismo tiempo que muestran la configuración de clústeres de actividades u otras estructuras relacionales (Scott et al., 2008). Este enfoque es particularmente útil para visualizar las relaciones y las posiciones de los operadores turísticos frente a los agentes locales.

Para entender la complejidad y las relaciones que coexisten en el sistema turístico, Stephen Page desarrolló un marco analítico capaz de sintetizar la multiplicidad de factores, procesos y cuestiones que afectan al funcionamiento de la actividad turística en diferentes contextos (Page, 1995). Este marco analítico contemplaba la experiencia turística e incorporaba un amplio abanico de disciplinas mediante la utilización del enfoque sistémico.

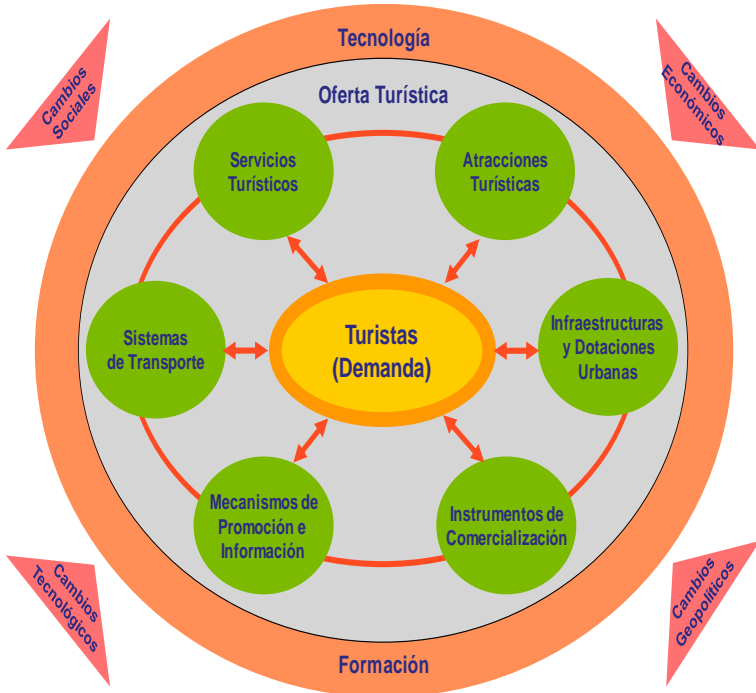
Todos estos enfoques, aunque de innegable interés académico, no son siempre fáciles de implantar en un proceso colaborativo con actores locales procedentes de múltiples sectores profesionales. Por tanto, el reto consiste en involucrar activamente a los actores locales en un proceso de construcción de un modelo conceptual que facilite la participación y la construcción de consensos sin perder la confianza en los resultados finales. Con este propósito, surgió a finales de los años ochenta la propuesta de un modelo de sistema funcional en el que se diferenciaban los elementos de la demanda y la oferta que intervenían en el funcionamiento de un destino turístico (Fernández Güell, 1989). En otras palabras, el esquema visualizaba cómo ante las expectativas y exigencias de la demanda turística, el destino desarrollaba una serie de servicios e infraestructuras para captar y atender dicha demanda. Ya en aquel momento, se enfatizaba la importancia de analizar la interdependencia entre los diversos componentes turísticos con el fin de dar medida cuenta de la complejidad de los procesos estudiados.

Con el paso del tiempo, los nombres de los componentes de la oferta turística variaron levemente —atracciones y servicios turísticos, sistemas de transporte, infraestructuras y dotaciones urbanas, mecanismos de promoción y comercialización, e instrumentos de comercialización— y se añadieron algunos elementos transversales que afectaban al conjunto del sistema funcional, como era el caso de la tecnología y la formación. Asimismo, se incorporaron al modelo conceptual los factores externos (sociales, económicos, tecnológicos y geopolíticos) que definían la dinámica del contexto en que operaba el destino turístico y que facilitaban la aplicación de la prospectiva en la planificación de los destinos (figura 1).

A principios del siglo XXI renació el interés por la aplicación de la Teoría de sistemas a las Ciencias Urbanas, razón por la cual comenzamos a explorar la conveniencia y oportunidad de elaborar modelos conceptuales más sofisticados que contemplasen la creciente complejidad de las ciudades contemporáneas y, por tanto, de los destinos turísticos con un marcado carácter urbano.



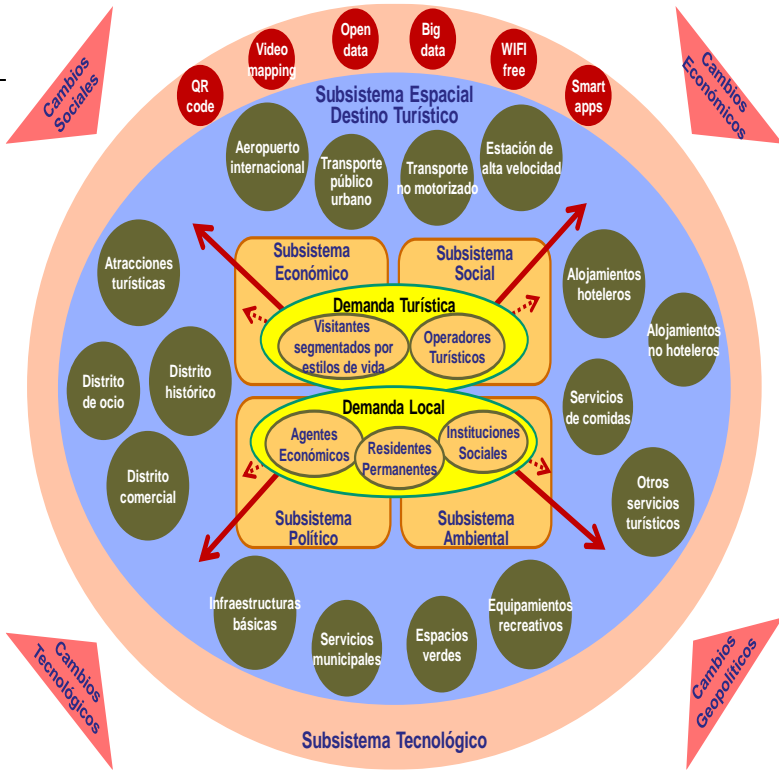
Figura 1. El sistema funcional turístico (versión adaptada de 1989)



Fuente: Elaboración propia

Así surgió un nuevo modelo conceptual desarrollado a partir de investigaciones realizadas sobre las iniciativas de Smart Cities en ciudades españolas (Fernández Güell, 2015; Fernández Güell et al., 2016). El siguiente diagrama muestra el despliegue del modelo conceptual funcional de un destino turístico eminentemente urbano (figura 2).

Figura 2. El sistema funcional de un destino turístico urbano (versión de 2018)



Fuente: Elaboración propia

El modelo conceptual propuesto muestra los subsistemas funcionales de una ciudad, los principales elementos operativos de la misma y los agentes de la demanda adaptados a las particularidades de un destino urbano en los términos siguientes:

- Subsistema de la demanda. En los destinos urbanos, este subsistema está fuertemente influido por los visitantes y operadores turísticos, aunque los residentes permanentes, los agentes económicos y las instituciones sociales tienen la última palabra sobre políticas urbanas y decisiones de gestión. Los productos turísticos no son solamente utilizados por los visitantes, sino también por los residentes locales. Los visitantes a una ciudad son heterogéneos y pueden ser identificados em-

pleando métodos convencionales de segmentación socioeconómica o bien empleando técnicas más innovadoras de segmentación por estilos de vida (Law, 1996; Page, 1995).

- Subsistemas del lado de la oferta. A nivel local, los subsistemas económico, social, ambiental y político del destino turístico persiguen la satisfacción de las demandas de los visitantes, así como de los residentes, aunque con diferentes grados de intensidad. Por ejemplo, el subsistema económico en las grandes ciudades suele depender poco de la actividad turística, mientras que el subsistema social es un reflejo del tejido y de las necesidades de la población residente. Asimismo, el subsistema político establece un modelo de gobierno que raramente es percibido por los visitantes. Por el contrario, el subsistema ambiental es el componente urbano más sensible a las experiencias de los turistas.
- Subsistema espacial. Generalmente, los turistas hacen un uso intensivo de muchos elementos urbanos, aunque pocos de ellos han sido diseñados expresamente para el empleo turístico (Ashworth y Page, 2011). Seguidamente se comentan los elementos y servicios urbanos más utilizados por los visitantes:
  - 1 Los aeropuertos internacionales y las estaciones de ferrocarril de alta velocidad actúan como puertas de entrada al destino turístico ya que facilitan el acceso desde los mercados de origen.
  - 2 La movilidad de los turistas dentro del destino urbano se proporciona mediante una amplia oferta de sistemas de transporte, ya sean públicos o privados, motorizados o no motorizados.
  - 3 Las ciudades turísticas cuentan con recursos monumentales y culturales de gran poder atractor por si solos, pero también cuentan con distritos diferenciados en donde se agrupan atracciones históricas, comerciales y de ocio.
  - 4 Los destinos urbanos ofrecen una gran variedad de servicios de alojamiento y comidas que cubren las necesidades de diversos segmentos turísticos.
  - 5 Una ciudad cuenta con todo tipo de infraestructuras básicas y de equipamientos recreativos que pueden ser disfrutados por los visitantes.

Finalmente, este conjunto complejo de elementos espaciales tiene que ser gestionado adecuadamente para garantizar su sostenibilidad funcional tanto para residentes como para turistas.

- Subsistema tecnológico. Este tipo de subsistema tiene una importancia creciente en cualquier destino turístico. Históricamente, el sector turismo ha sido pionero en incorporar las innovaciones tecnológicas tanto en los medios de transporte como en los servicios. Hoy en día, los sistemas inteligentes son empleados para maximizar la satisfacción de la experiencia turística y mejorar la gestión de los recursos (Wang et al., 2016). Los denominados destinos inteligentes utilizan diversos elementos tecnológicos, como big data, open data, QR code, smart apps y video mapping, en beneficio tanto de los operadores turísticos como de los visitantes (Segittur, 2015). En este ámbito, ahora el mayor reto consiste en integrar las diversas iniciativas inteligentes de un destino turístico en grandes plataformas tecnológicas que puedan capturar, interpretar y compartir información en tiempo real (Gretzel et al., 2015).
- Tendencias globales. En el momento presente, el turismo urbano está fuertemente condicionado por procesos de cambio de carácter general, como son la globalización, la desindustrialización y la deslocalización de actividades productivas (Pearce, 2001). Estos cambios generan incertidumbre ya que el turismo es extremadamente sensible a las dinámicas geopolíticas, las transformaciones sociales, los ciclos económicos y las innovaciones tecnológicas (Dywer et al., 2009). Por esta razón, más que nunca los destinos turísticos necesitan utilizar herramientas de prospectiva para anticipar y adaptarse a los cambios futuros.

En la práctica, el flujo funcional del modelo propuesto no sigue una secuencia estrictamente lineal, como la planteada en el diagrama, sino que se producen múltiples bucles y retroalimentaciones entre los subsistemas urbanos, lo cual crea complicaciones adicionales a la hora de analizar e interpretar el funcionamiento del sistema turístico. Otra consideración es que los sistemas urbanos, en este caso los destinos turísticos, no esperan pasivamente la aparición de cambios externos, sino que tratan de anticiparse y adaptarse a los mismos movilizando

a sus diferentes subsistemas funcionales. Finalmente, recordamos que los destinos turísticos urbanos están inmersos en un sistema supra local, ya sea regional o internacional, con el cual mantiene múltiples relaciones socioeconómicas, afectando así sus operaciones y equilibrios.

## **5 Conclusiones**

Aún a riesgo de ser tachada de reduccionista, la conceptualización sistémica propuesta para los destinos turísticos tiene una clara ventaja: nos permite plantear una abstracción simplificada e inteligible de la complejidad inherente a la realidad urbana y turística, que resulta fácilmente asimilable por los operadores turísticos, los agentes locales y los propios ciudadanos. De esta forma, se pueden describir y explicar las variadas y complejas relaciones que se desarrollan entre los diversos componentes urbanos, sin olvidar que el proceso de cambio en un destino turístico no es secuencial (un elemento afecta directamente a otro), sino más bien simultáneo (cada elemento urbano afecta a otros en su dinámica adaptativa). Asimismo, el modelo propuesto puede exponer las diversas relaciones entre los operadores turísticos y los agentes locales, mostrando las posiciones de dominio o dependencia de unos y otros. Finalmente, la aplicación del modelo sistémico puede proporcionar pistas conceptuales a aquellos destinos que traten de reconciliar la actividad turística con las metas de sostenibilidad ambiental, competitividad económica y cohesión social que debe perseguir toda urbe con un modelo de gobierno avanzado.

A pesar de las ventajas expuestas, el sistema funcional aquí propuesto presenta varias limitaciones. Primera, el modelo necesita ser aplicado en un amplio número de destinos turísticos para testear su validez en la formulación de políticas de desarrollo. Segunda, las relaciones entre subsistemas funcionales y elementos urbanos no están suficientemente explicitada como para avanzar en la identificación de relaciones causa-efecto. Tercera, en su estado actual el sistema funcional propuesto no contempla la inclusión de modelos cuantitativos que indudablemente enriquecerían los análisis. Cuarta, son precisas investigaciones adicionales para determinar la percepción de los actores locales respecto al funcionamiento del sistema turístico y su rol en el mismo.

En suma, la aplicación de enfoques sistémicos a realidades complejas, como es el caso de los destinos turísticos, tiene un largo, pero estimulante recorrido por delante hasta alcanzar la suficiente madurez científica para desarrollar una teoría coherente y plausible dentro de las Ciencias Urbanas. En el interregno hasta culminar dicho objetivo, creemos que este enfoque sistémico puede ayudar a una mejor comprensión del fenómeno turístico y a establecer un ámbito común para facilitar la colaboración entre los operadores turísticos y los planificadores urbanos.

### **Bibliografía**

- Alexander, C. (1965) "A city is not tree". *Architectural Forum*, 122(1), 58-61.
- Allen, P.M. (1997) *Cities and regions as self-organizing systems: models of complexity*, Amsterdam, Gordon and Breach.
- Ashworth, G. (2012) "Do we understand urban tourism?" *Journal of Tourism&Hospitality, Open Access Journal*, No. 1, 4.
- Ashworth, G., Page, S. (2011) "Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes", *Tourism Management*, 32 (1), 1-15.
- Boes, K., Buhalis, D., Inversini, A. (2015) "Conceptualizing smart tourism destination dimensions, *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, ", I. Tussyadiah y A. Inversini (edición), Switzerland: Springer International Publishing, 291-304.
- Buhalis, D., Amaranggana, A. (2015) "Smart tourism destinations", *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, Z. Xiang, I. Tussyadiah (edición), Switzerland, Springer International Publishing, 377-389.
- Chettiparamb, A., Thomas, H. (2012) "Tourism and spatial planning", *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 4(3), 215-220.
- Chourabi, H., Nam, T., Walker, S., Ramón Gil-García, J., Mellouli, S., Nahon, K., Pardo, T.A., Jochen Scholl, H. (2012) "Understanding smart cities: An integrative framework", *Proceedings of 45th Hawaii International International Conference on Systems Science, HICSS-45 2012*, 4-7, Maui, HI, USA, 2289-2297.
- Darbellay, F., Stock, M. (2012) "Tourism as complex interdisciplinary research object", *Annals of Tourism Research*, 39(1),

- 441-458.
- Dwyer, L., Kim, C. (2003) "Destination competitiveness: determinants and indicators", *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., Scott, N. (2009) "Destination and enterprise management for a tourism future", *Tourism Management*, No. 30, 63-74.
- Edwards, D., Griffin, T., Hayllar B. (2008) "Urban tourism research: Developing an agenda", *Annals of Tourism Research*, 35(4), 1032-1052.
- Fernández Güell, J.M. (2015) "Ciudades Inteligentes: La mitificación de las nuevas tecnologías como respuesta a los retos de las ciudades contemporáneas", *Economía Industrial*, No. 395, 17-28.
- (2011). "Recuperación de los estudios del futuro a través de la prospectiva territorial", *Ciudad y Territorio - Estudios Territoriales*, No. 167, 11-32.
  - (1989). "El turismo como sistema funcional", *Revista de Estudios Turísticos*, No. 101, 71-83.
- Fernández Güell, J. M., Collado, M., Guzmán-Araña, S., Fernández-Añez, V. (2016) "Incorporating a systemic and foresight approach into smart city initiatives: The case of Spanish cities", *Journal of Urban Technology*, 23(3), 43-67.
- Fernández Güell, J. M., Redondo, L. (2012) "Linking territorial foresight and urban planning", *Foresight*, 14(4), 316-335.
- Goodspeed, R. (2015) "Smart cities: moving beyond urban cybernetics to tackle wicked problems", *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, No. 8, 3-12.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., Koo, C. (2015) "Smart tourism: Foundations and developments", *Electron Markets*, No. 25, 179-188.
- Gunn, C. (1979) *Tourism Planning*, New York: Crane Russak.
- Gupta, S., McIntosh, R. (1980) *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, Columbus, Ohio, Grid Publishing Inc.
- Haughland, S., Ness, H., Gronseth, B., Aarstad, J. (2011) "Development of tourism destinations: An integrated multilevel perspective", *Annals of Tourism Research*, 38(1), 268-290.
- Hollands, R. (2008) "Will the real smart city stand up? Intelligent, Progressive, or Entrepreneurial?" *City*, 12(3), 302-320.
- Innes, J., Booher, D. (1999) "Consensus building and complex adaptive systems: a framework for evaluating collaborative

- planning". *Journal of the American Planning Association*, 65(4), 412-423.
- Jacobs, J. (1961) *The death and life of great American cities*, New York, Random House.
- Law, C. (1996) *Tourism in major cities*, London, Routledge.
- Mattoni, B., Gugliermetti, F., Bisegna, F. (2015) "A multilevel method to assess and design the renovation and integration of Smart Cities", *Sustainable Cities and Society*, No. 15, 105-119.
- Mazanec, J.A., Wöber, K., Zins, A.H. (2007) "Tourism destination competitiveness: From definition to explanation", *Journal of Travel Research*, No. 46, 86-95.
- Mitchell, W. (2003) *Me ++: The cyborg-self and the networked city*, Cambridge, MA, MIT Press.
- Moss, M. (1991) "The Information City in the Global Economy". *Cities of the 21<sup>st</sup> Century*, J. Brotchie et al. (edición), Melbourne, Australia, Longman Cheshire, 181-189.
- Page, S.J. (1995) *Urban tourism*, London, Routledge.
- Pearce, D. (2001) "An integrative framework for urban tourism research", *Annals of Tourism Research*, 28(4), 926-946.
- Portugali, J.; Meyer, H.; Stolk, E., Tan, E. (2012) *Complexity theories of cities have come of age: an overview with implications to urban planning and design*, New York, Springer.
- Ritchie, J.R.B., Crouch, G. (2000) "The competitive destination: a sustainability perspective", *Tourism Management*, 21(1), 1-7.
- Scott, N., Cooper, C., Baggio, R. (2008) "Destination networks: Four Australian cases", *Annals of Tourism Research*, 35(1), 169-188.
- Segittur (2015) *Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro*, Madrid, Segittur.
- Wang, X., Li, X., Zhen, F., Zhang, J. (2016) "How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach", *Tourism Management*, No. 54, 309-320.