

Material Imprimible

Curso Introducción al turismo

Módulo 1: Las implicancias de la actividad turística

Contenidos:

- Qué es el turismo: características principales y orígenes
- Las particularidades de los turistas y sus diferencias con otras personas que se desplazan
- El sistema turístico: particularidades, participación en la economía, aspectos positivos y aspectos negativos
- Las organizaciones turísticas: clasificación y su relación con el gasto y el consumo turístico
- La evolución de la geografía turística: modificación de los flujos turísticos mundiales a lo largo del tiempo
- Cuáles son los factores de la actividad turística: factores directos y factores indirectos

El turismo

Comencemos, entonces, con esta primera clase. Y, para eso, vamos a definir qué se entiende por turismo. Según las Naciones Unidas, *“el **turismo** comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado”*.

Otra definición quizá más tradicional del turismo está basada en el concepto de demanda y se refiere a todas aquellas actividades que realizan las personas que viajan a algún lugar fuera de su entorno habitual por un tiempo menor de un año y con motivos de ocio, diversión, negocios u otros.

Ahora bien, el participante principal del turismo es aquella persona que realiza un viaje, y se distingue de cualquier otro viajante. Mientras el viajero es cualquier persona que viaja de un lugar a otro, visitante es aquel que viaja a otro lugar distinto de su entorno habitual por menos de doce meses consecutivos y que no pretende ejercer actividades remuneradas en el lugar que visita.

Cabe resaltar que el turismo es un fenómeno social cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, ya sea por motivos personales, de negocios o profesionales. El turismo se relaciona estrechamente con las actividades que llevan a cabo los visitantes, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

De esta manera, según la Organización Mundial del Turismo, existen diferentes formas de turismo según la demanda. Entonces puede ser: interior, doméstica, internacional o nacional. Y en cuanto a los viajeros se dividen en dos grandes grupos: los visitantes del día, entre los que se incluye a los excursionistas, y los turistas que son los visitantes que pernoctan.

Los motivos por los que viajan los visitantes, y que son distintos al de ejercer un trabajo remunerado en el lugar visitado, son los siguientes: ocio, diversión y vacaciones, visita de amigos o familiares, salud, religión y peregrinaciones, entre otros. Ahora bien, desde el punto de vista de la generación del turismo, tenemos que generar en los viajantes la necesidad de querer volver o, al menos, de recomendar.

¿Qué les parece si vemos con mayor profundidad la clasificación de personas que se desplazan por fuera de su entorno habitual? Ellas son el viajero, el visitante, el excursionista y el turista propiamente dicho. Se considera viajero a la persona que se desplaza de un lugar a otro pero no debe tener una actividad remunerada, aunque

también se lo considera como tal a aquel que debe partir por razones políticas o diplomáticas. El lapso por el que desplaza es menor a un año en el primer caso, pero sin duración fija en el segundo caso, es decir, si es por razones políticas o diplomáticas. En ese sentido puede ser dentro o fuera del país.

El visitante, por su parte, comparte la característica de que su desplazamiento no implica actividad no remunerada con el viajero. El lapso de su viaje es menor a un año y puede pernoctar o no. Y se mueve tanto fuera como dentro de país de residencia.

En cuanto al excursionista, podemos decir que su desplazamiento no debe implicar una actividad remunerada, el lapso de su viaje es menor a un año, no pernocta y puede desplazarse tanto dentro como fuera del país.

Y bien. Llegamos al turista propiamente dicho. En este caso, son consideradas como tal aquellas personas cuyo viaje no implique una actividad remunerativa, por el lapso menor a un año y que pernocta al menos una noche. En cuanto a su residencia puede moverse tanto dentro como fuera de su país. Entonces se llamará interno si lo hace dentro de su país e internacional si lo hace fuera de su país.

Veamos, entonces, el perfil del turista. De un tiempo a esta parte, los clientes en general se convirtieron de consumidores a prosumidores. ¿Qué quiere decir esto? Que, además de consumir un bien o un servicio, producen información y opinan en foros especializados o en redes sociales. Es por esta razón que debemos pensar que la atención al turista es una oportunidad de venta.

Por otro lado, no podemos olvidar que el turista es cada vez más exigente, incluso exige más por igual costo, que maneja mucha más información, que conoce más a la competencia, que es más crítico y que le gusta participar y dar su opinión tanto positiva como negativa. También marca tendencia en el mercado, busca empresas que personalizan sus necesidades, no se olvida si el servicio fue deficitario.

Los orígenes del turismo

En ese sentido vamos a remitirnos a las consideraciones la Organización Mundial del Comercio. Los conceptos turísticos que hemos mencionado antes son utilizados al momento de evaluar la importancia del impacto económico que tiene el turismo a nivel mundial, lo que se refleja al realizar un breve análisis de su desarrollo histórico.

De esta manera, podemos decir que el sector económico del turismo se ha convertido en los últimos años en el sector económico de mayor importancia en cuanto a generación de empleo, de exportación y de estímulo de inversión y crecimiento económico, como veremos más adelante. Los ingresos generados por el turismo sobrepasaron a aquellos

del comercio internacional en los años 80 y en la actualidad constituyen en proporción un valor mayor que los demás sectores económicos con excepción del petróleo y automotriz.

Podemos marcar al año 1950 como la inauguración de los viajes de turismo, ya que comenzó a hacerse posible para los habitantes de algunos países, especialmente de Europa y de los EEUU, las llegadas de aviones en los aeropuertos internacionales. Desde ese entonces han aumentado con una tasa de crecimiento promedio anual de 7.2 % y los ingresos por este concepto lo han hecho en 12.3% anual.

Sin embargo, podemos pensar que previamente existía el desplazamiento de personas. Por ejemplo, en el año 3000 antes de Cristo, con la creación de la moneda, los sumerios llevaban a cabo viajes comerciales mientras que en el año 1700 también antes de Cristo, en la Antigua Grecia había desplazamientos motivados por los Juegos Olímpicos. Y en el año 750 antes de Cristo, los romanos y los egipcios se trasladaban como consecuencia de la política y la religión. Además, los romanos que pertenecían a cierta elite viajaban por turismo o por salud hacia los balnearios. Podemos puntualizar allí el inicio de las primeras villas vacacionales.

Ya para el año 477, con el inicio de la Edad Media, se llevaron a cabo las cruzadas y las peregrinaciones religiosas. Además, estos viajes en grupo brindaban seguridad y la oportunidad de visitar destinos importantes relacionados con su credo, como Canterbury, Santiago de Compostela y Tierra Santa, entre otros.

Para fines del año 1200, las personas que eran propietarias de las principales posadas se dieron cuenta de que era muy grande el caudal de personas que acudían a la ciudad de Florencia y por esta razón decidieron reunirse para fundar el primer “gremio de posaderos”, con el objetivo de transformar el hospedaje en una actividad comercial y no ya como una acción caritativa.

¿Continuamos con los principales antecedentes del turismo tal como lo conocemos hoy en día? Como sabemos, a fines del año 1400 las grandes embarcaciones permitieron realizar desplazamientos marítimos intercontinentales. De esta forma, el turismo religioso fue superado por el turismo cultural, practicado por los jóvenes de la nobleza y de los sectores medios ingleses.

De hecho, en el año 1670 apareció escrito por primera vez, en el diario de viaje llamado *El viaje a Italia*, del sacerdote católico Richard Lassels, el término Grand Tour. Allí se hace referencia al viaje por Europa que llevaban a cabo los jóvenes aristócratas, principalmente británicos, como parte de su educación y en el que el propio Lassels oficiaba de tutor.

Según John Locke, padre del empirismo, “el origen del conocimiento es la experiencia”, es decir que las ideas llegan a las personas exclusivamente a partir de sus sentidos y de los estímulos físicos a los que se expone. Desde esta perspectiva, el viaje constituía un elemento fundamental para quien deseaba desarrollar su mente y mejorar su relación con el mundo por medio del conocimiento.

Ahora bien, entre 1750 y 1850, con el desarrollo de la Revolución Industrial, se impusieron cambios demográficos, económicos y sociales. En ese sentido, en el año 1825 fue inaugurado el primer ferrocarril con máquina a vapor, construido por los ingleses Jorge y Roberto Stephenson. De esta manera, se pone de moda la construcción de albergues y hoteles en las cercanías de las estaciones del ferrocarril.

Se podría considerar que en el año 1881 se constituye la primera agencia de viajes, de la mano de Thomas Cook, quien algunas décadas antes transportó en un tren a 570 personas para asistir a un congreso contra el alcoholismo, desde la ciudad Leicester a Loughbrough, sin fines de lucro. Y unos años después en 1872, con su compañía dirigió la primera vuelta al mundo con un grupo de nueve personas, quienes viajaron durante 222 días.

Luego, en 1878, el suizo César Ritz asumió la gerencia del Grand Hotel National de Lucerna, con tan solo 28 años. Es por esto que fue considerado el padre de la hotelería moderna. Otros hitos que anteceden al turismo son el primer motor útil de combustión interna que fue puesto en marcha por el alemán Karl Benz en 1885 y el vuelo del primer aeroplano en 1906 por los hermanos Oliver y Wilburth Wright.

Después del proceso de la Revolución Industrial suceden grandes acontecimientos como la inauguración de grandes cadenas de hoteles, la apertura de líneas aéreas y la construcción de proyectos turísticos, como Acapulco, San Pablo y Punta del Este. Cabe destacar que las guerras mundiales propiciaron no solo el auge del transporte sino también la necesidad de trasladarse de un lugar a otro para escapar de ellas.

El desarrollo del turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, el sector económico del turismo en general se ha convertido durante los últimos tiempos en uno de los más importantes a nivel mundial y su rápido incremento está estrechamente relacionado con el avance de la tecnología y las telecomunicaciones, por lo que se ha transformado en una industria altamente globalizada.

Ante este escenario y la participación en esta economía cada vez de una mayor cantidad de países, especialmente aquellos en vías de desarrollo y que cuentan con alta biodiversidad, es evidente, que el rol del Estado es fundamental para promover el desarrollo del turismo al interior de sus fronteras. El Estado debe asegurar que esto suceda dentro de un marco administrativo, legal e institucional que permita un desarrollo de esta actividad que beneficie a la población de las comunidades cuyos territorios serán intervenidos, que se proteja el medio ambiente y que se generen ingresos y que esos ingresos permanezcan al interior del país. En otras palabras, velar por un desarrollo sostenible de la actividad.

Este sector tiene efectos positivos, pero también negativos. Entre los positivos está la creación de empleo, el incremento de los ingresos económicos, permitir mayores inversiones en la conservación de espacios naturales, evitar la emigración de la población local, la mejora del nivel económico y sociocultural de la población local, la comercialización de productos locales, el intercambio de ideas, costumbres y estilos de vida. Los posibles ingresos futuros por turismo son una poderosa razón para conservar importantes ecosistemas y algunas especies emblemáticas.

En ese sentido, podemos afirmar, junto con la Organización antes mencionada, que se trata de una alternativa económica para conservar bosques autóctonos, zonas húmedas, ríos sin presas y litorales, o algunas especies, como los gorilas de montaña en Ruanda, la fauna salvaje en Kenia o los osos en Alaska. Aunque tiene importantes impactos a nivel mundial, en muchos países estos son inferiores a los de otras actividades económicas, como la minería, la industria forestal, los monocultivos agrícolas, la ganadería extensiva, los grandes embalses, la extracción de petróleo y carbón o las industrias contaminantes. Entre los efectos negativos, tan importantes como los positivos, está el incremento del consumo de suelo, agua y energía, la destrucción de paisajes al crear nuevas infraestructuras y edificios, el aumento de la producción de residuos y aguas residuales, la alteración de los ecosistemas, la introducción de especies exóticas de animales y plantas, inducir flujos de población hacia las zonas de concentración turística, la pérdida de valores tradicionales y de la diversidad cultural, el aumento de la prostitución y el turismo sexual, el tráfico de drogas y las mafias, el incremento de incendios forestales y el aumento de los precios que afecta a la población local, que a veces pierde la propiedad de tierras, casas, comercios y servicios.

Ahora bien, podemos considerar que la ventaja más notoria de la Industria turística es la generación de empleo. La industria turística privada cuenta con características únicas debido a la amplia gama de sectores productivos y de servicios que incorpora y a la vez

cuenta con un sin número de industrias estrechamente relacionadas con su tipo de actividad.

De esta manera, la industria turística comprende todas aquellas empresas que están relacionadas con el alojamiento, el transporte, el abastecimiento de alimentos y otros productos, la recreación, los operadores de tours las agencias de turismo propiamente dichas, entre otros. Sin embargo, estos aspectos constituyen la punta del iceberg ya que hay otras actividades y empleos que se generan por medio del turismo.

Entre ellos podemos mencionar los servicios relacionados, como las imprentas, las publicaciones y las utilidades. Además, los servicios financieros, los servicios sanitarios, el arrendamiento de vehículos, el desarrollo de resorts, muebles y otros equipamientos, servicios de seguridad, productos de vidrio, productos de acero, productos y servicios derivados de las telecomunicaciones, cemento y construcción, diseño, arquitectura, producción de bebidas, lavandería, administración, ingeniería de minas, productos metalúrgicos, químicos, textiles y de madera, entre otros.

De esta forma, podemos apreciar que la punta del iceberg se corresponde con las actividades de la propia industria turística, mientras que en la parte que no sobresale del agua, se pueden apreciar todas aquellas actividades de la economía turística que se derivan de la industria como tal y, en consecuencia, forman una amplia gama de actividades involucradas en el negocio del turismo.

El conjunto de ambas partes del iceberg representa la cantidad de empresas que están relacionadas con la economía turística y, por ende, también determinan el poder económico y político que tiene la industria turística a nivel internacional. Debido a que varios de los distintos tipos de turismo, como el ecoturismo o turismo rural significan un desarrollo alternativo al tradicional, el turismo parece ser una eficiente herramienta para generar empleos, por ejemplo, en lugares rurales.

El empleo relacionado con el turismo se puede catalogar como empleo directo, generado por el gasto de turista y los servicios turísticos ofrecidos. En este caso, corresponde a las personas que trabajan en empresas del sector turístico, tales como hoteles, restaurantes, operadores de tours, venta de artesanía, guías turísticos, entre otros. Pero también existe el empleo indirecto en el sector turístico, no resultante directamente de los gastos turísticos generados en los sectores, es decir, empleados de servicios suplementarios como supermercados, envasadores de alimentos, empresas de transporte y otros.

El empleo inducido, resultado de los efectos de multiplicación del turismo, es otro tipo de empleo que surge de la actividad turística, ya que, al crecer el empleo directo e

indirecto, aumenta la cantidad de personas que demandan una mayor oferta de bienes y servicios en un área determinada, como cines, empresas de telecomunicación, servicios de reparación, artefactos técnicos, escuelas de idiomas y turismo, entre otros.

Los empleos temporales, es decir, empleos que se generan durante la construcción de infraestructura, como hoteles, restaurantes, resorts turísticos, entre otros y el empleo que se vincula con el desarrollo del turismo y la gestión municipal o regional. Es importante contar con recursos humanos capacitados en la materia y cuando se pretende desarrollar ese tipo de actividades en un área, casi siempre se generan empleos para algunos expertos en la materia. En este contexto cabe destacar, que debido a la alta calificación que se requiere para el servicio turístico, en muchos casos la capacitación tiene un rol fundamental.

Si uno de los objetivos del Estado en relación con el desarrollo turístico es la generación de empleo, por ejemplo, entonces es fundamental realizar capacitaciones de las personas, para que estos puedan optar y tener posibilidades reales de encontrar un empleo que sea satisfactorio y benéfico para ellos. En general, la población de los países en vías de desarrollo tiene una participación en el empleo turístico. Sin embargo estos son de baja remuneración y de muy baja calificación.

Los medios de transporte en el turismo

Podemos decir que se pueden clasificar en transporte aéreo, transporte marítimo y de transporte terrestre. Las actividades que realiza el turista antes, durante y después del viaje se reflejan en el "gasto del turismo".

Este concepto implica el consumo de bienes y servicios por las personas, lo que significa a su vez la generación de empleo, inversiones y desarrollo de nuevos productos, entre otros. El gasto en turismo se refiere al conjunto de gastos que realizan los visitantes en la preparación de su viaje, durante su viaje y estadía, e incluso a su regreso.

Según la Cámara Argentina del Comercio, además de esos transportes hay que tener en cuenta el transporte por carretera, los taxis y el alquiler de vehículos que mueven la economía desde el turismo. Sin dejar de mencionar los hoteles, los establecimientos para hoteleros y segundas viviendas. Los últimos aspectos que considera la Cámara son los servicios de provisión de comidas y bebidas, las agencias de viajes, los servicios culturales, recreativos y de información turística.

El gasto turístico y el consumo turístico

El **gasto turístico** es la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, antes y durante los viajes turísticos. En esta categoría se incluyen los gastos en los que incurren los propios visitantes y los gastos pagados o reembolsados por otros.

En tanto que el **consumo turístico** incluye el gasto turístico pero además incluye los servicios asociados con alojamiento, como, por ejemplo, el intercambio de hogares, los alquileres de casas de vacaciones, los servicios de intermediación financiera, trueques, gastos de anfitriones para recibir visitas, entre otros relacionados con la actividad turística.

El sistema turístico

Si bien el experto en el tema Roberto Boullón sugiere que el turismo no ha alcanzado la categoría de ciencia, sí podemos decir que forma parte de un sistema. Lo que afirma Boullón es que “no nació de una teoría, sino de una realidad que surgió espontáneamente, y se fue configurando a sí mismo bajo el impacto de descubrimiento en otros campos [...] para llegar a elaborar una teoría científica, primero tiene que existir una serie de hipótesis que constituyen el punto de partida de las cadenas deductivas, cuyos últimos eslabones deben pasar la prueba de la experiencia”.

De esta forma, podemos decir que muchos investigadores han estudiado e intentado llevar la teoría general de los sistemas a la actividad turística. La teoría general de los sistemas se define como una forma sistémica y científica de aproximación y representación de la realidad. Esto ha permitido integrar múltiples conceptos y entender al turismo y a sus elementos como un sistema. Muchos de los modelos desarrollados tienden a explicar las relaciones entre el sistema propiamente dicho y su entorno.

En ese sentido, vamos a ver modelos y principios mediante los cuales podemos entender el turismo como un sistema. Para llevar a cabo la revisión de los distintos modelos sistémicos en el turismo, Maribel Osorio, otra experta en el tema, toma como referencia tres categorías de sistemas propias del campo de la sociología y elaboradas por Buckley. La primera de ellas es el modelo mecánico, que es característico de los sistemas cerrados. El principio fundamental sobre el cual se basa es que el sistema siempre debería tender al equilibrio o estabilidad. Pero la realidad ha demostrado que los

sistemas muy pocas veces permanecen en equilibrio, sino que, por el contrario, es el desequilibrio el que provee la estabilidad en los sistemas.

El segundo modelo es el orgánico, que se concibe bajo el concepto de sistema abierto, en el cual el sistema interactúa con el entorno en un continuo intercambio de información y otros recursos materiales.

El tercer y último modelo es el procesal que también es característico de los sistemas abiertos. El propio Osorio afirma que “se asume que los elementos del sistema tienen una comunicación entre sí y una organización, por lo que son capaces de autodirigirse hacia la obtención de un resultado o meta”. Este modelo establece que los sistemas complejos están sujetos a perturbaciones provenientes del ambiente, lo que genera cambios internos y de adaptación entre sus elementos.

Teniendo como punto de referencia esta tipología, podemos analizar las diferentes perspectivas de la teoría general de los sistemas en el turismo, a lo largo del tiempo. Según Osorio, “Durante la década de los años setenta y ochenta, se considera que los modelos mecánico y orgánico sirvieron de base para construir la concepción del sistema turístico, ya que tanto se le concibió como un gran sistema al cual se van adhiriendo por «atracción» otros espacios turísticos de origen y de destino, como un organismo en el que sus elementos se integran de manera coordinada”.

En esa época se define al sistema turístico como un conjunto de instalaciones y servicios, que se relacionan e interactúan de manera cooperativa con el objetivo de mantener y favorecer la estancia de los visitantes en un determinado destino. Como se puede observar esta es una concepción orgánica del turismo como sistema.

Algunos de los aportes teóricos, más importantes bajo esta perspectiva fueron los de Leiper y Sergio Molina. El primero desarrolla un modelo el cual es adoptado por Cooper en el año 1990, y sirve como base teórica al tener en cuenta la relación entre los siguientes elementos.

En primer lugar, los turistas, que son considerados los actores principales dentro del sistema. Pero también, existen los elementos geográficos, que incluyen la región de tránsito en ruta, el destino y lugar de origen de los turistas. Y el último elemento que lo componen las empresas y los negocios vinculados al sector turístico. En este modelo, cada uno de los componentes interactúa con los demás y ha servido para identificar a los clientes, servicios y los proveedores de estos servicios turísticos.

Si tenemos en cuenta el modelo desarrollado por Sergio Molina, quien describe al turismo como un conjunto de componentes o subsistemas que interactúan con el fin de alcanzar un objetivo en común, los subsistemas que lo componen son: la

superestructura, que se compone de organizaciones del sector público y privado, leyes, reglamentos, planes y programas.

La demanda, que constituyen los turistas residentes en el país y en el extranjero, la infraestructura, que incluye aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, drenaje, de teléfono, entre otros, los atractivos: que pueden ser tanto naturales como culturales y el equipamiento y las instalaciones, que se integran por hoteles, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, canchas de tenis, entre otros y la comunidad receptora, que se refiere a los residentes locales ligados directa e indirectamente con el turismo son el resto de los elementos según el modelo de Molina. Además, caracterizó al turismo como un sistema abierto, totalizante e integrador.

En la década de los noventa, los modelos de sistema turístico incorporaron un esquema sistémico procesal, superando las concepciones mecánica y orgánica. Los dos referentes de esa época son Gunn y Ascanio. Ambos basan sus estudios sistémicos en la variante del feed back positivo.

Gunn ofrece un modelo del sistema turístico que sirve de base conceptual para la planificación turística y lo presenta desde una perspectiva de mercado, concibiendo tanto a la demanda y la oferta como las dos fuerzas principales en la administración de dicho sistema.

Por otro lado, identifica una serie de factores externos que influyen en su funcionamiento y tienen repercusiones en la relación entre la oferta y la demanda, tales como los financiamientos, los recursos culturales, los recursos naturales, las políticas gubernamentales, la comunidad, los aspectos laborales y la competencia.

En cuanto al segundo experto en la temática, Ascanio, articula el sistema turístico en dos ambientes internos: el físico-empresarial que comprende las empresas y los paisajes, entre otros factores, y el comunal o humano, que incluye las comunidades receptora y de visitantes. Ambos se interrelacionan a través de los servicios. Este modelo hace hincapié en el papel mediador de los servicios, la comunicación interna de cada ambiente y los factores externos que influyen en estos ambientes, como el político, el económico, el psicosocial, el tecnológico y el sociocultural.

En el marco del modelo procesal, la concepción del sistema turístico ha tenido dos posturas. La primera de ellas es reconocerse como un elemento sujeto al comportamiento de varios subsistemas. De esta forma, se pueden identificar cuatro subsistemas: el natural, como los recursos naturales, agua, suelo, el subsistema productivo, es decir, oferta, demanda y planta turística, el subsistema económico, esto es

la dinámica poblacional y la estructura socioeconómica y el subsistema político-administrativo, o sea, la normatividad, planes y políticas. En esta perspectiva se puede observar los factores que en mayor o menor medida se relacionan con la actividad turística.

La otra postura es reconocerse como un sistema por sí mismo que se encuentra relacionado con varios subsistemas. Esta postura se constituye en las propuestas de Gunn y Ascanio y permiten obtener una mayor noción sobre la funcionalidad del sistema turístico, identificando las variables que intervienen y sus relaciones.

Roberto Boullón, por su parte, identifica los siguientes componentes: la demanda turística, la oferta turística, el proceso de venta, el producto turístico, la planta turística y los atractivos turísticos, la infraestructura y la superestructura. ¿Los vemos?

La demanda turística es definida bajo dos concepciones distintas, por un lado, es la cantidad de turistas que concurren a un determinado destino turístico y los ingresos que generan en el mismo; y, por otro, es la distribución del consumo de servicios en ese destino. En definitiva, la demanda es “la suma de los bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores, concretamente en cada uno de los sitios que visitan”.

La oferta turística, en cambio, es el total de servicios que ingresan en el mercado consumidor, durante un período determinado. La oferta se encuentra constituida por los servicios que suministra la denominada planta turística y por algunos bienes no turísticos.

El proceso de venta, por su parte, tiene una serie de particularidades en la actividad turística, ya que el consumidor es quien tiene que desplazarse hacia el destino donde se encuentra localizada la oferta turística; y por otro lado es a través de esta actividad que se comercializan servicios y bienes de otros sectores de la economía.

En resumen el proceso de venta busca que la oferta turística pueda alcanzar efectivamente el mercado, siempre y cuando el precio de sus productos sea competitivo. Por su parte, el producto turístico, en un sentido económico, está formado por los bienes y servicios que integran la oferta. Hay que tener en cuenta que si bien el producto turístico es un servicio, es decir, no material e intangible, no se lo puede separar de elementos materiales y físicos que ayudan a la prestación del servicio turístico.

Respecto de la planta turística, podemos decir junto con Bullón que está integrada por el equipamiento, esto es, todos los establecimientos de carácter público o privado que se dediquen a prestar servicios básicos, como alojamiento, alimentación, esparcimiento y

otros servicios y las instalaciones, que incluyen las construcciones de carácter especial que tienen por finalidad facilitar la práctica de actividades propiamente turísticas.

En cuanto a los atractivos turísticos, son la materia prima del turismo y tienen una serie de particularidades, como que deben permanecer intactos, inamovibles, lo que obliga a que la planta turística se ubique cerca del radio de influencia del atractivo.

En ese sentido, Bullón define a la infraestructura como “la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales productivas [...] una de las funciones primordiales de la infraestructura es vincular entre sí a los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos, a fin de permitir en esas dos escalas, la circulación de personas, mercaderías, fluidos y noticias”.

La superestructura, por su parte, es el subsistema que se encarga de la regulación de todo el sistema turístico. En palabras del propio Bullón, “comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y cambiar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico”.

Por último, si tenemos en cuenta la visión de la Organización Mundial del Turismo sobre este tema, podemos decir que identifica cuatro componentes dentro del sistema turístico: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado. ¿Qué tal si profundizamos en las definiciones que brinda este organismo?

La demanda es el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos, mientras que la oferta comprende el conjunto de productos, servicios y organizaciones vinculadas de manera directa con la actividad turística. El espacio geográfico es la base física donde tiene lugar el encuentro entre la oferta y la demanda y donde se encuentra la población residente, que no es un elemento turístico, pero tiene importancia al momento de la planificación de un determinado destino turístico. Y los operadores de mercado es el conjunto de empresas y organismos que tiene por finalidad facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda.

La clasificación de las organizaciones turísticas

En ese sentido, se pueden diferenciar por el ámbito geográfico, por la actividad propiamente dicha, por el tamaño y por la forma jurídica.

Los principales tipos de empresas turísticas son las relacionadas con el transporte de viajeros, aquellas que ofrecen alojamiento, las creadoras y comercializadoras de servicios

turísticos, es decir, los intermediarios turísticos, las relacionadas con la restauración, las empresas proveedoras de actividades recreativas, eventos y visitas a lugares de interés turístico.

También las especializadas en servicios periféricos o complementarios, que comprenden los servicios bancarios, los seguros de viaje, los servicios de guía, el alquiler de vehículos, las artesanías y recuerdos, la prensa especializada turística, servicios de información estadística e informática y el sector público que, a su vez, incluye la promoción, documentación, seguridad ciudadana, los servicios sanitarios y la información local.

A su vez, por las tipologías turísticas propiamente dichas, podemos hallar el turismo genérico, el turismo específico y las actividades complementarias. Con turismo genérico nos referimos a todos los desplazamientos que se llevan a cabo por motivos de ocio o profesionales y de negocios.

El turismo específico, por su parte, comprende el turismo bioecológico, como el ecoturismo, el agroturismo, el montañismo, el turismo biológico de observación de la naturaleza, por ejemplo, el avistamiento de aves y el turismo al aire libre, por ejemplo, el senderismo.

Además, como parte del turismo específico, podemos hallar el turismo de salud y bienestar, como el turismo termal y los balnearios y el turismo clínico y de belleza. Otro tipo de turismo específico es el cultural, que incluye el turismo histórico y artístico, el folclórico, el gastronómico, turismo de recreación e interpretación, turismo de eventos culturales y turismo religioso.

El turismo profesional y científico también es otro tipo de turismo específico. En esta tipificación se hallan el de congresos y convenciones, turismo de incentivos y turismo de negocios y reuniones de empresa. Mientras que el turismo condicionado por la demanda es un tipo de turismo específico que incluye el turismo juvenil, el estudiantil, como los viajes de estudio y de egresados, el turismo social, el de la tercera edad y el accesible, que se relaciona con la inclusión de las personas con capacidades diferentes.

Por su parte, el turismo residenciado, que incluye el tiempo compartido, el turismo residencial y el de segunda residencia. Este último es aquel segmento del turismo nacional y receptivo que se aloja en unidades de viviendas propias o alquiladas. Asimismo, comprende la urbanización, construcción y venta de viviendas para turismo.

Por último, el turismo deportivo que abarca el de golf, el de nieve, el náutico, el turismo subacuático, el turismo de eventos deportivos y el de aventura y riesgo.

Ahora bien, el tipo de destino turístico está dado por el lugar, por la intensidad de la demanda y por el tipo de demanda. Para calcular la intensidad turística se considera la

relación que existe entre la capacidad turística de un país y la utilización de esa capacidad en una época dada.

Según la Organización Mundial del Comercio, la demanda turística es el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Dentro de los factores determinantes o que condicionan la decisión de viajar y que influyen en la demanda turística, podemos encontrar los económicos, el sistema de comercialización, la satisfacción del cliente y los factores económicos.

Resulta evidente que los precios de los destinos y el nivel socioeconómico de los turistas es un factor determinante a la hora de elegir viajar. Sin embargo, también inciden en la decisión el contexto, los gustos y preferencias del turista, la motivación, las condiciones socioculturales, la cantidad de tiempo de ocio, los factores geográficos y los gastos de publicidad.

De esta manera, podemos advertir que hay destinos que tienen muy buena infraestructura y unos paisajes naturales que podrían resultar interesantes, pero que no cuentan con una buena publicidad para justamente causar en el turista las ganas de desplazarse a ese destino. Y, en cambio, hay lugares que son atractivos y que tienen una gran publicidad, pero que no cuentan con una gran infraestructura o un buen servicio de hospedaje.

Por esta razón, debemos dar a conocer los destinos que valen la pena, pero sin descuidar la atención, la preventa y la posventa, más allá de la publicidad que podamos llevar adelante y la persuasión que podamos obtener de los turistas potenciales. Ya que si los logramos convencer, pero luego no podemos sostener su satisfacción, es muy probable que no vuelvan a elegir ese destino y que no lo recomienden. Y, como decíamos al principio, no es conveniente porque, además de ser consumidores, son prosumidores y eso nos puede jugar en contra.

La geografía turística

Vamos a continuar con la **geografía turística** y su evolución. Según el experto en la temática, Ronald Johnston, “la geografía del turismo estudia las regularidades existentes en los comportamientos espaciales de determinados grupos sociales a la hora de satisfacer ciertas necesidades, así como los procesos desencadenados por ello”.

Otra definición que podemos tener en cuenta es la de otro experto llamado Gómez, quien indica que la geografía del turismo “tiene por fin explicar la regularidad espacial

subyacente a la distribución de las localizaciones o asentamientos de ocio –la oferta– y las actividades –la demanda– que llevan a cabo ciertos grupos sociales”.

De ambas definiciones se desprende que un lugar puede ponerse de moda, pero, como decíamos antes, debemos estar a la altura para recibir las actividades que llevan a cabo la demanda de turistas. Si tenemos en cuenta la llegada de turistas internacionales, según la Organización Mundial del Turismo, podemos afirmar que el continente Europeo es el que más visitas recibe, con un 50%, lo sigue la porción asiática del Pacífico, con un 25%, América con un 16%, África con un 5% y por último el Medio Oriente con un 4%.

Veamos cuáles son los diez destinos más visitados de esos continentes. Cabe aclarar que se toma el año 2019 como referencia, ya que tanto 2020 como 2021 fueron atípicos en relación con el turismo por la pandemia provocada por el virus Covid-2019. Entonces, el destino más elegido según el estudio del organismo ya citado es Francia, lo siguen los Estados Unidos, España, China, Italia, Turquía, Alemania, Reino Unido, México y, por último, la Federación Rusa.

Mientras que los principales flujos turísticos se dan entre Oceanía y la parte asiática del Pacífico, entre los países europeos antes mencionados y entre los Estados Unidos y los países del oeste de Europa. En cambio, América del Sur, África y Asia Central son quienes reciben el menor caudal de flujos turísticos.

Los factores de la actividad turística

De esta manera, podemos distinguir entre los factores directos del turismo y los factores indirectos del turismo. El primero de ellos, los directos, constituyen una superestructura social y se caracterizan por ser esenciales para que pueda realizarse el fenómeno turístico, ya que su existencia produce ausencia institucional del turismo, a pesar de que, en una comunidad, como es de suponerse, inciden los factores indirectos.

Además, el desarrollo de los factores directos depende de la evolución de los factores indirectos y los recursos, servicios y promoción turísticos, que forman parte de los factores directos, están en función de las necesidades e intereses de la corriente de turistas, es decir, del fenómeno turístico.

Por otra parte, los factores directos se relacionan en forma concomitante con los indirectos, esto es, que las modificaciones y cambios de unos factores influyen recíprocamente en la transformación de los otros.

Los factores indirectos del turismo, por su parte, se caracterizan por las siguientes consideraciones sociológicas. En primer lugar, constituyen la base económica, cultural e

institucional de una comunidad nacional, regional o local y su desarrollo es condición indispensable, necesaria y previa para el proceso del turismo.

Asimismo, se relacionan, no obstante, en forma indirecta con el fenómeno turístico, porque procuran fundamentalmente la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades materiales y culturales de la población asentada en la comunidad, ya sea nacional, regional o local. Y, por último, su existencia puede considerarse independiente.