

POSIBILIDADES QUE OFRECE EL TURISMO EN LOS PAISES EN DESARROLLO

El autor de este artículo considera el aspecto económico del crecimiento del turismo mundial y sus repercusiones en los países en desarrollo.

Durante los últimos 15 ó 20 años el turismo hacia los países en desarrollo ha tenido un rápido incremento. Mientras que en 1950 el número de turistas extranjeros que viajaban a los países en desarrollo era solamente de unos 2,25 millones,¹ para 1967 esa cifra había aumentado a 16 millones aproximadamente. Durante el mismo lapso los ingresos percibidos por concepto del turismo (con exclusión de los pagos correspondientes a pasajes internacionales) se elevaron de US\$ 500 millones a US\$ 3.000 millones.

Este gran aumento se ha debido al auge general que ha experimentado el turismo internacional. El número total de personas que viajan de un país a otro se elevó de 25 millones en 1950 a 138 millones en 1967, y el total de los ingresos percibidos por este concepto se elevó de US\$ 2.100 millones a US\$ 14.100 millones.

1.—Por "países en desarrollo" se entiende aquí todas las regiones fuera de Europa y de América del Norte. Gran parte de la información estadística que aparece en este artículo procede de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT). No obstante, ha sido preciso efectuar algunos nuevos cálculos debido a las modificaciones que recientemente se han introducido en la clasificación regional de la UIOOT.

De las cifras se deduce fácilmente que a Europa y a la América del Norte les ha tocado la mayor parte del turismo internacional, pues todavía en 1967 esas regiones recibieron el 90 por ciento de la afluencia total de turistas y percibieron cerca del 80 por ciento de todos los ingresos derivados del turismo. Por otra parte, el número de extranjeros que visiten los países en desarrollo ha crecido a un ritmo algo más rápido que el de los que viajan a los países desarrollados, especialmente en los últimos años.

Los principales mercados.

La mayoría de los países en desarrollo se hallan situados a larga distancia de los mercados principales de turismo internacional. Cerca del 80 por ciento de los gastos efectuados por todas las personas que realizaron viajes internacionales en 1967, y más del 75 por ciento del total de viajes realizados por el mundo entero en ese año correspondieron a individuos procedentes de los 12 países que constituyen las mayores fuentes de turismo: Estados Unidos, Alemania, el Reino Unido, Francia, Canadá, Bélgica, Luxemburgo, Ho-

landa, Italia, Suiza, Suecia, Dinamarca y Austria.

Aunque la mayor parte de los viajes que se efectúan desde estos países son hacia países relativamente cercanos, ubicados dentro de sus dos respectivas regiones, y gran parte del resto tiene lugar entre esas dos mismas regiones a través del norte del Atlántico, constituyen sin embargo el origen de unas dos terceras partes de los viajes internacionales que se realizan al resto del mundo. Es más, los turistas provenientes de esos 12 países son los que realizan un mayor número de viajes de larga distancia a los países en desarrollo, ya que el 90 por ciento de todas las personas que visitaron los países en desarrollo eran procedentes de países situados a mayor distancia que otros ubicados en sus respectivas regiones.

No es difícil colegir la razón por la cual el mundo en desarrollo atrae solamente a una reducida proporción del turismo internacional, ni la de que gran parte de esa proporción procede de un número relativamente reducido de países. Las personas cuyos ingresos les permiten realizar viajes al extranjero se hallan concentrados en un número limitado de países, e incluso en estos mismos países la distribución del ingreso limita el número de las que puedan permitirse el lujo de gastar las fuertes sumas que representa el viaje de ida y vuelta a lugares distantes.

Las excepciones tienden probablemente a confirmar la regla. Algunos países de África septentrional están más cerca de ciertos mercados europeos que algunos países de Europa misma, y también ciertas partes de Estados Unidos están a menor distancia de algunas islas del Caribe que de otras partes de ese mismo país. Y son precisamente estas regiones turísticas situadas fuera de Europa y de la América del Norte las que han logrado un rápido éxito en atraer al turismo internacional.

Elasticidad en función del ingreso.

Existen varias razones por las que los ingresos procedentes del turismo han ido aumen-

tando a una tasa superior al 11 por ciento anual (esa tasa es del 9 por ciento aproximadamente a precios constantes), o sea, a más del doble de la tasa de crecimiento del ingreso nacional; una de las principales razones parece ser que la demanda de viajes al extranjero ha sido muy elástica en función del ingreso, especialmente en los principales países de origen de la gran mayoría de los turistas. A medida que el ingreso nacional aumenta, los gastos en viajes al extranjero crecen a un ritmo aún mayor.

Hay algunos indicios, que hace falta estudiar más a fondo, de que la elasticidad de la demanda de viajes al extranjero en función del ingreso nacional aumenta con mayor rapidez cuando se ha alcanzado un cierto nivel de ingreso per cápita. Pero, aunque teóricamente debiera existir un alto nivel de ingreso per cápita a partir del cual la elasticidad de la demanda con respecto al ingreso nacional debería comenzar a descender. Al parecer no hay ningún país que haya llegado todavía a ese nivel. No hay duda de que la demanda global de viajes al extranjero en un país resulta afectada por numerosos factores, algunos de los cuales están relacionados con la elasticidad en función del ingreso nacional. Entre esos factores uno de los más importantes es la distribución del ingreso. Es evidente que una distribución desigual del ingreso tiende a limitar la proporción de la población cuyos ingresos están por encima del nivel al que es financieramente posible que exista demanda de viajes al extranjero.

Los cálculos demuestran que en años recientes, al elevarse los ingresos nacionales en un 10 por ciento, los gastos por concepto de viajes al extranjero se elevaron en un 15 por ciento (en términos económicos el coeficiente medio mundial de ingreso nacional ha sido 1,5). Pero los coeficientes del ingreso nacional de algunos de los países de donde procede la gran mayoría de los turistas han sido bastante más elevados que el 1,5, hecho que probablemente explica en gran parte por qué el total

de gastos en viajes al extranjero ha crecido a un ritmo más rápido que el que se obtiene simplemente a partir de la cifra media.

Elasticidad en función de los precios.

El otro factor importante que influye en la demanda de viajes al extranjero es el costo, ya que se ha demostrado que dicha demanda también responde en alto grado a las variaciones de los precios, especialmente cuando éstos se encuentran por debajo de cierto nivel. Los dos factores principales que influyen en el costo de los viajes al extranjero son el precio de los pasajes y los gastos que se efectúan en el país de destino. Cuando se trata de largas distancias predominan los viajes por avión, cuyo costo medio ha ido tornándose más barato. Puesto que el costo del pasaje constituye una elevada proporción del costo total de un viaje, esta tendencia descendente reviste gran importancia para los viajes a larga distancia.

Aunque las tarifas de las compañías de aviación que efectúan vuelos regulares han experimentado cierta reducción con el transcurso de los años, las mayores reducciones de los precios se han efectuado casi exclusivamente a través de las tarifas reducidas que se aplican a las excursiones especiales, a las que incluyen todos los gastos, y a los viajes que se organizan para grupos de turistas, cuyo objeto es atraer el segmento del mercado que es muy susceptible a las variaciones de los precios y, sobre todo, a las personas que viajan por motivo de vacaciones, mientras se siguen cobrando precios más elevados a las personas que viajan por necesidad.

También ha habido un rápido incremento en los viajes que se efectúan en aviones fletados, comprendidos todos los gastos de la excursión; se calcula que de todos los aviones que salen desde Europa con pasajeros que van a pasar sus vacaciones al extranjero, más o menos un 70 por ciento son aviones fletados. Los vuelos de esa clase permiten cobrar a los pasajeros tarifas mucho más reducidas, ya que el coefi-

ciente de carga es elevado, y son más reducidos los gastos de la empresa.

Gracias a la popularidad que han alcanzado las tarifas reducidas que cobran las compañías de aviación que efectúan viajes regulares, y al espectacular aumento que han experimentado los vuelos en aviones fletados, las tarifas aéreas medias por milla de vuelo pagadas por los pasajeros han mostrado una pronunciada reducción en los últimos años. Además, el estímulo ejercido por el mayor movimiento internacional de pasajeros —especialmente de los viajes organizados para grupos— y los precios más reducidos que cobran los hoteles y otras empresas de servicios turísticos, han logrado también reducir el costo total de los viajes.

Otros factores que influyen en la demanda.

Hay también otros factores, algunos de los cuales están relacionados entre sí y con el crecimiento del ingreso y las variaciones de los precios, que han influido en el crecimiento de la demanda. Entre los más importantes cabe mencionar los de orden demográfico y sociológico. El crecimiento demográfico en sí ha contribuido a aumentar la demanda de viajes. Por otra parte, las variaciones que ha experimentado la distribución de la población por edades ha hecho que aumente el número de jóvenes audaces que desean ver el mundo. La emigración hacia las ciudades ha estimulado con toda probabilidad al deseo y la necesidad de los habitantes de las mismas de "escapar del barullo", en tanto que, por otra parte, el hecho de que se hayan generalizado las vacaciones pagadas permite que puedan hacerlo. Como consecuencia, los cambios en las costumbres sociales —es decir, la expectativa de poder realizar un número mayor de actividades de esparcimiento en contraposición a la vida sedentaria, que por fuerza había que llevar durante todo el año han infundido un gran impulso a la demanda de viajes. A este proceso

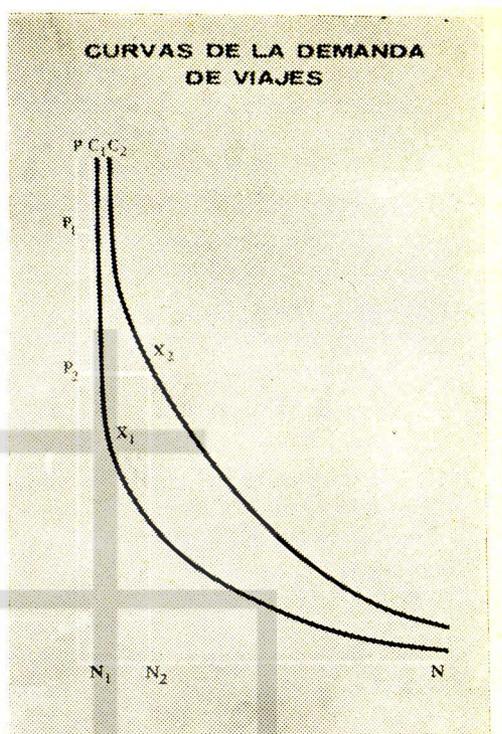
ha venido a contribuir la difusión de la cultura que ha ampliado los horizontes de mucha gente al propio tiempo que los adelantos de los medios de comunicación, a que tiene acceso casi todo el mundo, han hecho que haya una creciente apreciación del mundo que nos rodea.

Hasta ahora, todos estos factores han ejercido mayor influencia en los países más adelantados, y esta es la razón de que una proporción tan elevada del mercado del turismo internacional se haya concentrado en un número tan limitado de países. Pero no cabe duda de que al mejorar las condiciones de vida en otras partes ese mercado tendrá que ampliarse. Entre tanto, la mayor parte de los centros de atracción turística deben dar por sentado que la expansión de sus respectivos mercados turísticos emanará de los principales mercados de turismo. Es allí donde es más probable que el fomento del turismo —que es un factor más que influye en el crecimiento de la demanda de viajes— habrá de rendir los mayores y más rápidos resultados.

Tendencia hacia los viajes a larga distancia

Si bien hay toda una serie de factores que han contribuido a la mayor propensión a viajar, es preciso observar principalmente los factores económicos para comprender cuál es la razón de que haya una proporción cada vez mayor de personas que pueden realizar viajes a los sitios más distantes del mundo en desarrollo.

Esta tendencia a realizar largos viajes se ha facilitado gracias a la combinación de dos factores: el que los ingresos más elevados en los principales mercados de turismo permitan disponer de fondos mayores para viajar y la reducción del costo del pasaje por avión, el cual constituye una elevada proporción del total de los gastos de viaje a larga distancia. Esta tesis puede demostrarse mejor en forma gráfica tal como aparece en el diagrama adjunto en el que se han exagerado las dos curvas para demostrarla con mayor claridad.



La curva C1 es una curva de demanda con una coordenada vertical, P , que indica los gastos per capita por concepto de viajes al extranjero (comprendido el costo del pasaje), y la coordenada horizontal, N , indica el número de personas que cuentan con fondos suficientes para realizar viajes al extranjero. Cualquier punto de la curva indica el número de personas que gastarán una cantidad dada de dinero en viajes al exterior; cuanto mayor es el costo menor es el número, y viceversa. Además, como la elasticidad con respecto al precio varía, al pasar de cierto punto X_1 , una reducción de P apenas si hace que N aumente, mientras que por debajo de ese punto las reducciones de P influyen cada vez más en N .

Puesto que la demanda de viajes al extranjero es también elástica en relación con el ingreso, a medida que se eleva el ingreso nacional aumenta también la cuantía de los gastos que se realizan en viajes al extranjero, y toda la curva de la demanda se desplaza

hacia la derecha. La curva C2 representa la trayectoria que sigue la curva de la demanda cuando aumenta el ingreso nacional e indica que cualquiera que sea el nivel de gastos, el número de personas que invertirán esa cantidad de dinero en viajes al extranjero será mayor que en la situación que aparece indicada por la curva C1.

Pero también la elasticidad en relación con el ingreso nacional repercute en la elasticidad en función del precio, de modo que la otra característica de C2 es que el punto en el que los descensos que se operan en P comienzan a ejercer un efecto cada vez más marcado en el valor de N es más elevado que el punto equivalente en la curva C1, como podrá apreciarse si se compara X2 con X1.

El monto total de los viajes a la mayor parte de los países en desarrollo es relativamente elevado, ya que la mayoría de esos países están situados a una gran distancia de los mercados principales de turismo, y el costo del pasaje constituye una parte importante de ese monto. Si el costo total del viaje a determinado país es relativamente alto, lógicamente el número de personas que cuentan con fondos suficientes para realizar ese viaje tiene que ser bastante reducido. Si el costo total no varía pero los ingresos se elevan, habrá un número mayor de personas que pueden costearse ese viaje, pero el aumento de la demanda será relativamente modesto.

Pero, por otra parte, si al mismo tiempo que se elevan los ingresos descendieran los costos, en ese caso la demanda aumentaría más que en el caso de que los costos hubieran permanecido estables. El grado de aumento de la demanda dependerá de la medida en que se reduzcan los costos, y será especialmente cuantiosos si los costos descienden por debajo del punto crítico en el que la elasticidad en función del precio comienza a elevarse pronunciadamente, punto que, como se recordará, se ha desplazado hacia arriba a causa de las variaciones que el ingreso mismo ha experi-

mentado. Si en la Figura indicada los costos se reducen a P2, el valor de N2 representa entonces un considerable aumento proporcional por encima de N1.

Las posibilidades que existen para el crecimiento del turismo internacional son especialmente propicias para aquellos países en que el costo total del viaje puede reducirse de P1 a P2 y si al mismo tiempo la elasticidad en función del ingreso hace que se desplace y modifique la curva de la demanda de C1 a C2. Esto es más probable que suceda en los países en los que el costo actual del viaje no está muy por encima del punto en que la incidencia de las elasticidades del ingreso y de los precios ejerce un mayor impacto. Hablando en términos generales, estos países son aquellos en donde el costo del pasaje por avión es ya más moderado, y en los que hay probabilidades de que se reduzca todavía más. Por lo tanto, los países que seguramente resultarán más favorecidos por las reducciones de los costos de los pasajes por avión son aquellos que están situados a menor distancia de los mercados de turismo. En realidad, el aumento del turismo hacia los países del África septentrional, hacia los que bordean el Mediterráneo y los situados en el Caribe, confirman esta tesis.

Conviene subrayar lo que pueda o no colegirse del anterior análisis de la demanda. Ese análisis indica el número de personas que en un momento dado habrán de gastar una cierta cantidad de dinero en viajes al extranjero, pero no indica si esa cantidad se distribuirá entre uno o más viajes. Por lo tanto, en el caso de las excursiones a lugares que requieren que toda la cantidad se gaste en un solo viaje, el número de personas representa el mercado total en el que esos países compiten, tanto frente a otros comprendidos en el mismo nivel de costos como frente a todos los demás que pertenecen a grupos cuyo nivel de costos es menor.

No obstante, no todos los lugares de atracción turística comprendidos en el mismo grupo

de costos ofrecen las mismas ventajas competitivas. Algunos países parecen ejercer más incentivos para los viajeros que otros. A este respecto, la imaginación es más poderosa que la realidad. Si bien es cierto que se dispone de técnicas modernas para modificar la imagen que los turistas se hayan formado de un país, hay un límite a lo que se puede lograr mediante esas técnicas, y además sus resultados llevan tiempo. También intervienen la facilidad de acceso y las razones de conveniencia. Lo más probable es que los turistas aprovechen en primer lugar las rutas ya conocidas y que solamente viajen a lugares más recónditos si median razones para hacerlo.

Si bien es cierto que el costo de los pasajes constituye gran parte del costo total de los viajes a los países en desarrollo que se hallan relativamente distantes, también los gastos de estadía ejercen una importante influencia en la demanda. Es evidente que en los casos en que el costo del pasaje a dos lugares distintos es prácticamente el mismo, el país en que los gastos de estadía sean más reducidos estará en mejores condiciones para hacer la competencia al otro. Aunque esto depende en gran parte del nivel general de los precios, los que se cobran a los turistas pueden mantenerse dentro de ciertos límites, si se tiene cuidado de que los costos unitarios de inversión no impongan gastos de capital indebidos y si se trata de lograr una administración eficiente y una elevada productividad de la mano de obra.

La importancia económica del turismo.

La importancia económica del turismo se basa en primer lugar en el hecho de que la demanda mundial de viajes está creciendo a

un ritmo bastante más acelerado que la de las exportaciones. Entre los años 1958 y 1967 los ingresos procedentes del turismo internacional se elevaron a razón de un promedio anual de 11,2 por ciento, mientras que las exportaciones sólo se elevaron en un 7,4 por ciento. En muchos países en desarrollo, las perspectivas que presenta la demanda de turismo internacional son muchísimo más halagüeñas que las de sus exportaciones tradicionales. Es por este motivo que el turismo internacional contribuye al ingreso nacional de un modo al que se atribuye gran prelación en esos países, o sea, haciendo que crezcan sus ingresos en divisas.

Además, el turismo en sí requiere relativamente mucha mano de obra, y en ese sentido ofrecen mayores ventajas como fuente de empleo que otras actividades económicas. El fomento del turismo, además de producir empleos directamente en ese sector, aporta beneficios que trascienden a los demás sectores de la economía, pues favorece todos los aspectos del sector servicios y el de la construcción, al mismo tiempo que da origen a una mayor demanda de artículos de producción nacional.

La expansión del turismo puede contribuir con relativa rapidez al desarrollo económico general de un país, ya que una vez planificada, el período de gestación de la mayor parte de los proyectos de inversión es relativamente breve.

Por último, es frecuente que el turismo dé origen al crecimiento económico de aquellos países o regiones que, por mucho que puedan brindar a los turistas, no tienen prácticamente nada que ofrecer a otras personas. El sector turismo puede, por lo tanto, contribuir a reducir el desequilibrio regional.

LIBRERIA CULTURA CATOLICA

OFRECE ESTAS NOVEDADES

Biblia de Jerusalén (¢ 24.75) — Sagrada Biblia del Apostolado de la Prensa (¢ 6.00)
"Y la Biblia tenía razón", Keller (¢ 17.50) — "La Biblia, palabra de Dios", Pierre Grelot. — "Introducción a la Biblia", Robert y Feuillet.

2a. Avenida Sur y Calle Delgado.

Tel. 21-47-18. SAN SALVADOR.

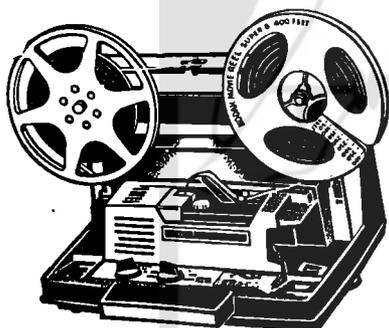
Sin embargo, aunque el fomento del turismo puede traer consigo varias ventajas de orden económico, esas ventajas no constituyen justificación suficiente para que se asignen a dicho sector recursos que son escasos. Al decidir el grado de prelación que deba atribuirse a este sector se ha de sopesar cuidadosamente si el costo económico total que entraña el desarrollo del turismo y las ventajas económicas que aporta son tan favorables como las que pudieran aportar a un país, en particular el fomento de otras actividades igualmente asequibles cuya demanda presenta perspectivas igualmente favorables.

Una dificultad importante a este respecto es la de definir si en efecto vale la pena efectuar los gastos de inversión que entraña el desarrollo del turismo. Por ejemplo, aunque el turismo no constituye un sector en un sentido estrictamente económico, es preciso contar con toda una serie de bienes y servicios que hay que proporcionar a las personas que visitan el país,

y que éste no tendría que producir u ofrecer si no fuera por el turismo. Para proporcionar esos bienes y servicios es necesario hacer inversiones. Entre éstas figuran las que se efectúan para poder ofrecer alojamiento en hoteles y en otros lugares, restaurantes, diversiones y otras actividades afines, y además las inversiones en proyectos de infraestructura, es decir, en carreteras, puertos, aeropuertos, ferrocarriles, electricidad, abastecimiento de agua, alcantarillado, etc. Naturalmente, en todos estos aspectos, ya sea que haya turismo o no, es necesario realizar algunas inversiones, de modo que el problema estriba en definir qué parte de esas inversiones debe atribuirse al turismo naciente.

Una vez resueltos estos problemas, el siguiente paso consiste en establecer y poner en ejecución un programa nacional de turismo; pero ese es un tema distinto.

Reproducido de la revista "Finanzas y Desarrollo", publicada por el Fondo Monetario Internacional y el Grupo del Banco Mundial, Washington, Dic. 1968.



Salvador Photo Suply V. Crisonino y Cía.

PROYECTOR KODAK AUTOMATICO

M 85 Instamatic fino,

M 50 y M 65 modelos más baratos.



CAMARA KODAK INSTAMATIC 154 - E

Modelos 224, 354 y 404.

Calle Delgado 314,

Teléfonos: 21-9622 y 21-3727.

San Salvador, El Salvador, C. A.