

MATERIAL DE ESTUDIO

CURSO INTRODUCCIÓN A LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS 2021



TEXTO 1: ÁVILA, J.M. (2005). *SISTEMA TURÍSTICO*. CÓRDOBA: FACULTAD DE TURISMO Y AMBIENTE “MARCELO MONTES PACHECO”. [CAPÍTULO 1: “CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO” (PP. 7 A 35)].

CAPÍTULO 1

CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO

LA FORMACIÓN DEL CONCEPTO DE TURISMO

El primer concepto que se tiene de turismo es primario y simple: Turismo es un hecho. El turismo es un hecho porque posee la cualidad y la cantidad del hecho como tal. Esta afirmación se hace basada en las características especiales que posee el hecho y que son aplicables al turismo.

- ✓ **Voluntariedad:** es decir, que el hecho es producido por una voluntad, alguien lo crea.
- ✓ **Creatividad:** es decir que el hecho varía y se enriquece a lo largo del tiempo.
- ✓ **Reiterabilidad:** hace referencia a esa capacidad que tiene el hecho de ocurrir muchas veces en distintos tiempos.
- ✓ **Exigibilidad:** cualidad que expresa la necesidad de alguien que confeccione el hecho, de un sujeto para que éste pueda existir.

Las tres primeras características hacen referencia a la parte objetiva (objeto) del hecho; la última, a la parte subjetiva (sujeto) del mismo. Todas ellas colocan en relación un objeto con un sujeto, un mundo exterior objetivo con la subjetividad de la persona, con la parte subjetiva del hecho. (Jiménez Guzmán, 1990:5). Esto significa que el turismo es en primera instancia un hecho porque es el encuentro del sujeto humano con un mundo exterior que le resulta atractivo.

Este hecho es además, un hecho calificado como turístico, un hecho turístico, ya que implica el movimiento, el desplazamiento del sujeto (turista) que va al encuentro de atractivos turísticos para buscar el descanso y la recreación en el tiempo libre.

Pero ante todo, el turismo es un hecho social, ya que en su realización se da la existencia de una relación entre sujetos: turistas y receptores. Estos últimos proporcionan los atractivos y las facilidades para el descanso y la recreación de los primeros.

Todo lo anterior ha de servir de fundamento para sostener la existencia del hecho social turístico.

EL CONCEPTO DE TURISMO

Antes de ingresar en el desarrollo del contenido del concepto de turismo, es necesario considerar que en la actualidad y entre los teóricos que estudian este fenómeno se observan dos posturas diferentes sobre la forma de iniciar el abordaje de su estudio.

Algunos se inclinan por el método de la definición y otros por el de la descripción. (Jiménez Guzmán, 1990:48)

¿Dónde radica la diferencia?

El término “definición” deriva del verbo latino “*definire*”, de “*finis*”, que significa: “el límite exacto de algo”. Definir es entonces, decir con exactitud lo que son las cosas.

El término “descripción” proviene del verbo latino “*describere*”, de “*scriptio*”, que significa: “inscripción sobre la piedra”, algo así como la realización de un recuerdo de lo que había ocurrido, para tener memoria de los hechos. La descripción hace referencia a lo aproximado, a lo que en un momento determinado puede decirse de un hecho.

Si se habla de definición se hace referencia a algo absoluto y preciso, mientras que si se habla de descripción, se trata de indicar lo aproximado, lo que rodea y forma algo.

La definición indica objetivamente lo que una cosa es. La descripción sirve para indicar de una manera general lo que efectivamente tienen las cosas.

Aplicando lo anterior al estudio del turismo, se tiene que quienes sostienen la corriente de la definición entienden que al turismo es posible explicarlo en su esencia y en sus manifestaciones con precisión y por su forma de realizarse en relación con los demás hechos sociales y económicos. Son sostenedores de esta corriente, teóricos como Piero Barucci, Alberto Bertolino, Kurt Krapf, Walter Hunziker y Alberto Sessa.

Por su parte, quienes adhieren a la corriente de la descripción, sostienen que no es posible decir con precisión y para siempre qué es el turismo, por cuanto se trata de un fenómeno de permanente evolución y por lo tanto, sería un grave error pretender definirlo con los valores de hoy, ya que mañana seguramente han de variar. Se encuentran en esta corriente turistólogos como Salah Wahab, Marc Boyer y John Heeley.

En coincidencia con los sostenedores de la corriente de la descripción se tiene el siguiente:

CONCEPTO de TURISMO

“Turismo es el fenómeno socio-cultural que consiste en el desplazamiento y permanencia, temporal y voluntaria, en un destino prefijado, fuera de la residencia habitual, para uso del tiempo libre, con un propósito recreacional, independientemente de los atractivos y motivaciones que lo provocan y que comprende el conjunto de interrelaciones que de tal fenómeno se derivan”.

Con la intención de clarificar este concepto se realizan las siguientes consideraciones:

a) El turismo solamente sucede en el ámbito de grupos humanos, como una especial característica del comportamiento del hombre, esto es en el uso de su libertad, ya que es condición que el desplazamiento lo realice voluntariamente. El hombre debe poder decidir por sí mismo cuándo y hacia donde desplazarse. No existe Turismo cuando al sujeto se lo obliga en cualquier forma a desplazarse.

b) La condición temporal implica el necesario retorno al lugar de origen, al lugar donde se vive permanentemente y donde se realiza la actividad normal del sujeto.

c) El uso del tiempo libre implica invertir en la actividad turística el tiempo que reste luego de haber cumplido con las obligaciones personales, familiares y sociales (cuidado de la salud, alimentarse, descanso, estudio, trabajo, atención de los hijos, etc.). Este tiempo, también llamado "tiempo discrecional", ha de utilizarlo el sujeto en la actividad con intención recreativa.

d) Al mencionar la recreación, no se lo hace en el sentido de "divertimento", sino en el de re-crear, es decir que el turismo ha de servir al sujeto para "renovar sus fuerzas" y regresar así a sus obligaciones en condiciones de rendir al máximo de sus posibilidades y de esa manera alcanzar también el máximo nivel posible en su desarrollo personal. Se entiende además, que ese desarrollo personal ha de plenificarse en la interacción con los demás componentes de la sociedad.

e) Y por ser una acción del hombre en libertad, el turismo genera en torno de sí un sinnúmero de efectos no sólo en los sujetos que toman parte en su realización, sino también en el medio natural y cultural (cultura, sociedad, economía) donde se desarrolla.

EL TIEMPO LIBRE

Un segundo concepto que debe clarificarse en este capítulo inicial es el de Tiempo Libre.

Al revisar la bibliografía disponible en nuestros días, lo primero que se advierte es que existe más de una interpretación, significado y expresión conceptual sobre el tiempo libre, todo lo cual dificulta el abordaje del tema.

La idea de tiempo libre implica la aceptación de otra forma del tiempo que no goza de esa cualidad, se trata del tiempo no libre, del tiempo ocupado. Luego la conceptualización de tiempo no libre, permitirá por oposición llegar a una conceptualización de tiempo libre.

La primera idea que surge es la siguiente: si en tiempo no es libre, es que está sujeto a ciertas restricciones que no permiten su aprovechamiento a gusto. También puede decirse que el tiempo no libre es igual al tiempo obligado.

Lo que principalmente obliga es el trabajo o el estudio, según el caso (obligaciones primarias), luego el comer, dormir y asearse (obligaciones fisiológicas) y finalmente el

trasladarse al lugar de trabajo, las tareas domésticas, la atención de la familia, etc. (obligaciones secundarias).

Entonces el tiempo libre sería el resultado de restarle al tiempo total el tiempo ocupado.

En el idioma español, se considera como sinónimo de tiempo libre el término ocio; se asocia a la idea de tiempo libre la de ocio. Sobre este último, el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española dice:

Ocio. (del lat. otium).

- 1. m. Cesación del trabajo, inacción o total omisión de la actividad.**
- 2. m. Tiempo libre de una persona.**
- 3. m. Diversión u ocupación reposada, especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas.**
- 1. m. pl. Obras de ingenio que alguien forma en los ratos que le dejan libres sus principales ocupaciones.**

Edmundo González Llaca (citado por Boullón, 1998:52), dice:

Los "romanos recibieron de los griegos la tradición del ocio; para denominar a éste, crearon la palabra Otium (de la cual deriva la palabra española ocio), destinada por oposición al término Negotium (negocio) para designar toda actividad negada al ocio o contraria al placer". Más adelante agrega que, "hay que tener presente que la palabra ocio proviene del latín Licere, que su raíz es común a la palabra libertad y que tal origen no es de ninguna manera gratuito".

Para referirse a ideas similares, en inglés, francés y portugués, aunque con una connotación más amplia se tienen los términos leisure, loisir y lazer.

Manuel Ortuño Martínez, también citado por Boullón, dice que el idioma español utiliza la palabra ocio en reemplazo de la palabra francesa Loisir, pero que la falta de un término similar:

"Produce, en primer lugar, un error de bulto al querer englobar el doble y dispar significado de ambas palabras en una sola, sobre todo porque nuestro término resulta el más negativo de los dos: el ocio".

¿Qué es Loisir?

"Etimológicamente, la palabra Loisir proviene del verbo francés Loisir, que tiene origen a su vez, en la forma infinitiva latina Licere, que significa lo permitido. El francés Loisir da origen a la expresión inglesa Leisure, que se utiliza técnicamente para significar tiempo libre. En castellano no se encuentra una voz derivada de estas expresiones; por lo tanto, es difícil traducir exactamente el término Loisir. Su origen latino se confirma cuando en francés moderno se encuentra el impersonal "il est loisible" (se permite), única forma

transitiva útil del verbo "loisir", lo mismo que "licet", en el latín clásico era la única forma empleada del verbo "licere" (impersonal de placer). (Jiménez Guzmán, 1990:84).

El mismo autor refiere que desde la teoría sociológica se dan tres interpretaciones del sentido etimológico del Loisir.

Para la primera, el Loisir sería un conjunto de actividades en las que predomina la ausencia de restricciones, de censuras, de prohibiciones, de represión. Lo que caracteriza al Loisir es la idea de permisión para actuar, que supone la existencia de algo o alguien que nos permite o nos impide hacer las cosas, una autoridad; en otras palabras, el poder.

Para la segunda, el Loisir es ante todo un tiempo libre, sin restricciones, sin ataduras, sin compromisos. La principal característica sería la ausencia de impedimentos de orden temporal.

Para la tercera, el Loisir estaría constituido por una serie de actividades libremente escogidas, actividades autónomas y agradables, benéficas física y psicológicamente, actividades calificadas desde el profundo y místico sentido interior de afán de libertad, desde el punto de vista de las necesidades ya aspiraciones personales, humanas. El sentido etimológico de Loisir, radica en una cualidad de orden subjetivo, es decir en un estado o predisposición personal o colectivo para mirar la vida al tiempo que nos ocupa vivirla.

En definitiva se trata de toda actividad realizada libremente, en el tiempo libre, y que como resultado de ella se obtiene la satisfacción de las necesidades de orden físico o psicológico de quien las realiza.

Retomando ahora la conceptualización de Ocio, se cree conveniente incluir el siguiente texto de Boullón (1998:52/53):

"Ocio tiene un significado preciso, en cuanto a que define la cesación del trabajo, o lo que es lo mismo: el tiempo en que no se trabaja. No obstante, los diccionarios de sinónimos ponen en una misma línea con el ocio, tanto al descanso y la inacción, como a la holganza, la holgazanería, la poltronería; y los diccionarios de ideas afines, asocian el ocio a la pereza, la haraganería y la flojera. Estamos de acuerdo que tales palabras denoten a la ociosidad, pero no al ocio. Tampoco creemos que el ocio implique necesariamente la inacción. En todo caso, es aceptable que la inacción se refiera al trabajo, pero no a todas las otras actividades no laborales que se pueden hacer durante el tiempo de ocio."

"Hay quien dice que el ocio es una desgracia y la holgazanería un vicio. Ni lo uno ni lo otro es cierto. Ser ocioso es negativo, pero estar ocioso es un derecho, una necesidad. En el tiempo de descanso uno está ocioso porque no trabaja, por lo tanto es un estado pasajero, pero resulta que el desempleado también está ocioso en cuyo caso el ocio sí es una desgracia. En cambio, el ser ocioso puede igualarse a ser holgazán o a merecer el título de haragán, sin embargo a nadie se le ocurre tildarnos de haraganes cuando por estar de vacaciones estamos ociosos. La diferencia proviene del carácter transitorio del verbo estar y del permanente del verbo ser."

"Si se consultan otras acepciones, la palabra ocio se enriquece porque quiere decir descanso, entretenimiento y distracción del espíritu, idea con la que se une aquella que habla de ocio poético, para mencionar todas las tareas no obligatorias que se realizan por el mero placer de hacerlas. Esta sería la acepción más adecuada para nuestro fin y la que completa el concepto

de tiempo libre, porque lo califica, al especificar que ocio sería la parte del tiempo libre que voluntariamente se usa en tareas que no repitan las del trabajo habitual. A este tipo de ocio en lugar de llamarlo poético preferimos decirle ocio productivo."

"Resumiendo lo expresado hasta el momento, podemos concluir diciendo que tiempo libre es un número de días o de horas disponibles para el ocio o loisir y que Ocio es una palabra, la cual en nuestro idioma puede usarse peyorativamente, pero que en su versión positiva significa lo mismo que loisir. Loisir, leisure o lazer por su parte, indican aquella fracción de tiempo libre que se usa para descansar el cuerpo y el espíritu de un modo activo."

ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL TÉRMINO TURISMO

En la búsqueda de la raíz que originó el término turismo, se reconocen tres posturas, distintas entre sí, cada una de ellas con sus fundamentos. (Jiménez Guzmán, 1990:22)

Escuela Latina

El principal sostenedor de esta corriente etimológica es el español Luis Fernández Fuster (1967). Según esta escuela, el término turismo ha seguido el mismo camino que todas las voces de la lengua humana. Este se inicia con una expresión de tipo gráfica (grafos), que luego se transforma en sonido (fonos) y finalmente en palabra escrita (logos).

La idea de turismo es ante todo idea-movimiento, razón por la cual la primera forma para expresarla fue el mismo movimiento. El desplazamiento de un punto que gira figurando un círculo. Este desplazamiento con retorno adquirió un sonido: "Torn", el cual dio origen en latín a la forma sustantiva "Tornus": lo que da vueltas, y a la forma verbal "Tornare": dar vueltas. Esta raíz Torn que significó desplazamiento con retorno al origen, pasó al inglés y se convirtió en el término "Turn". Luego y con la influencia del francés, aparece la raíz "Tour", que dio origen a la raíz castellana "Tur", de la cual provienen las palabras que designan al sujeto que realiza el desplazamiento para la recreación: "Turista", y al hecho del desplazamiento: "Turismo".

Se mencionan también como sostenedores de esta idea a los teóricos Marc Boyer y Manuel Ramírez Blanco.

Escuela Semítica o Hebrea

El principal representante de esta corriente es el teórico francés Arthur Haulot (1961), quien sostiene que el término turismo tiene su origen en una forma escrita del hebreo antiguo.

Según Haulot, en el hebreo antiguo existió el término "Tur", con el que se significaba el movimiento de personas en el mundo que los rodeaba, el giro de exploración. Este término se habría utilizado por primera vez en el Libro de los Números de la Biblia (Cap. XIII, vers. 17 y Ss.), cuando se describe el camino de Moisés y el Pueblo de Israel por el desierto hasta la tierra prometida de Canaán. (Ver Documento 1)

Sin ninguna transformación, a partir del término hebreo, habría surgido la raíz que se utiliza en las lenguas modernas para indicar tanto la actividad de desplazamiento recreacional, como al sujeto que la realiza.

Documento 1:

LIBRO DE LOS NÚMEROS (XIII, 17 - 26)

Cuando Moisés los envió a explorar el territorio de Canaán, les dijo, "Suban ahí, por el Négueb, y luego avancen hasta la región montañosa. Observen como es el país, y si la gente que lo ocupa es fuerte o débil, escasa o numerosa. Fíjense también si la tierra donde viven es buena o mala, y si las ciudades en que habitan son abiertas o fortificadas; si el suelo es fértil o árido, y si está arbolado o no. Tengan valor, y traigan algunos frutos de la región".

Esto sucedió en el tiempo de las primeras uvas.

Los hombres fueron a explorar el país, desde el desierto de Cin hasta Rejob, a la Entrada de Jamat. Subieron por el Négueb y llegaron a Hebron, donde vivían Ajimán, Sesai y Talmái, descendientes de Anac -Hebron había sido fundada siete años antes que Tanis de Egipto-, cuando llegaron al valle de Escol, cortaron una rama de vid con un racimo de uvas, y tuvieron que llevarla entre dos, sostenida con una vara. También recogieron granadas e higos. Ese lugar fue llamado Valle de Escol -que significa Racimo- a causa del racimo que los israelitas habían cortado allí.

Al cabo de cuarenta días volvieron de explorar el país. Entonces fueron a ver a Moisés, a Aarón y a toda la comunidad de los israelitas en Cades, en el desierto de Parán, y les presentaron su informe, al mismo tiempo que les mostraban los frutos del país.-

En: "El Libro del Pueblo de Dios - La Biblia" - Fundación Palabra de Vida - 6ta. Edic. - Ediciones Paulinas - Madrid - 1992 - Pág. 192 y 193 -

Escuela Onomástica o Inglesa

El principal teórico de esta escuela es el profesor australiano Neil Leiper (1983), quien sostiene que el origen del término turismo no se encuentra en una raíz idiomática, sino que está ligado a un apellido francés, el de la familia De la Tour.

A esta familia, en virtud de un tratado firmado por Carlos V e Inglaterra en el año 1516, se le asignó con exclusividad la organización de los viajes comerciales primeramente y culturales y de formación posteriormente, de los que tomaban parte los nobles y burgueses de la Gran Bretaña que visitaban el continente. De esta manera, el término Tour se hizo popular en toda Europa y fue utilizado para designar los viajes de placer.

Resulta interesante consignar aquí que para nuestro idioma, de acuerdo con lo publicado en el Diccionario de la Real Academia Española, es correcta la utilización del término "tur", al que se le asigna la siguiente acepción: "Tur: (del fr. Tour) m. Excursión, gira o viaje por distracción". (1992:1446)

TURISMO: NI CIENCIA NI INDUSTRIA

Es común en estos días que a través de los distintos medios de expresión y comunicación y de la bibliografía específica, se reciba todo tipo de información y comentarios en los que se hace referencia al turismo designándolo según los casos como ciencia o como industria. "La industria sin chimeneas" se dice.

A poco que se analice el significado de ambas concepciones se tiene que las mismas son erróneas y que al turismo no puede calificárselo de tal manera.

¿Por qué el turismo no es una ciencia?

Para que el desarrollo de una disciplina alcance el nivel de una ciencia es necesario que se hayan cumplido una serie de pasos secuenciales que van desde la formulación teórica, hasta la definición de un objeto y un método particular, pasando por las etapas de investigación y la experimentación, todo lo cual queda expresado en un cuerpo de leyes particulares y de carácter universal.

El turismo, bien se sabe, no nació de una formulación teórica, simplemente fue desarrollándose progresivamente, desde que el hombre debió trasladarse para satisfacer sus necesidades, hasta el presente en que el desplazamiento calificado de turístico asume la finalidad de la re-creación en el ocio.

Tampoco se reconoce la existencia de un método particular para la realización del turismo y esto se debe fundamentalmente a dos razones: en primer lugar, la falta de un cuerpo teórico definitivo y en segundo lugar, a la variedad de actividades que involucra.

Lo mencionado anteriormente no invalida la posibilidad de que, con el correr del tiempo y con la experiencia que se llegue a obtener, el turismo alcance un desarrollo de magnitud tal que permita el cumplimiento de los requisitos enunciados y pueda así convertirse en una ciencia.

Al respecto, Jafar Jafari, catedrático de la Universidad de Wisconsin-Stout (EE.UU.), en un interesante trabajo publicado recientemente, cuya lectura se recomienda, sostiene que: "La base científica del turismo está cobrando cuerpo y forma" y afirma fundamentando que: "El proceso (de cientificación del turismo) ya está en marcha".

¿Por qué el turismo no es una industria?

Éste es un concepto erróneo largamente difundido, razón por la cual se hace necesario aportar mayores fundamentos en la clarificación del mismo.

El término industria inmediatamente se relaciona con "producción". Desde el punto de vista de los procesos productivos, la teoría económica divide a las actividades en tres sectores:

1. Sector Primario: Comprende a la agricultura, la ganadería, la pesca, la caza, las actividades forestales y extractivas en general. Es decir todas las actividades que permiten obtener materia prima.
2. Sector Secundario: Incluye todas las actividades de manufacturas, por medio de las cuales las materias primas son transformadas en bienes, que pueden ser utilizadas (consumidas) tal cual se entregan o pueden servir como insumos, es decir, utilizarse para la obtención de otros bienes. Se incluye aquí a la industria y la construcción.
3. Sector Terciario: Aquí se incluyen actividades como el comercio, el transporte, la educación y los demás servicios, razón por la cual, se lo suele llamar "Sector Servicios".

Analizando brevemente estos conceptos se deduce que el turismo no forma parte de las actividades del Sector Primario, ya que no existe en la naturaleza ningún elemento al

que podamos reconocer como turismo y por consiguiente no se lo puede obtener por ningún proceso extractivo.

Si bien una parte importante de la práctica turística se realiza en la naturaleza, ésta solo sirve de soporte y motivadora, pero de ninguna manera caracteriza a la actividad.

Tampoco es posible mediante algún proceso de transformación obtener un elemento físico llamado turismo, aunque en la práctica turística para su realización sean necesarios los procesos transformadores, como por ejemplo la elaboración de comidas en un restaurante.

Finalmente, si en el Sector Terciario se incluyen todas las actividades de servicio y que la característica de éstas es la de ser prestaciones inmateriales, es posible decir que el turismo pertenece a este sector.

Basta simplemente con tener en cuenta la situación que se presenta cuando alguien concurre a una agencia y compra un determinado "Paquete Turístico". En este caso, el sujeto no se lleva ningún elemento natural, ni ningún objeto material producido por la actividad del hombre, porque lo que ha adquirido es un "Paquete de Servicios", los que solo podrá efectivamente recibir en el tiempo, lugar y condiciones que se han establecido.

En virtud de los conceptos anteriormente desarrollados, resulta fácilmente comprensible la calificación que se hace del turismo como una actividad de servicios, ya que en ello radica la esencia del mismo.

El turismo es entonces, una actividad esencialmente de servicios, pero ello no implica el desconocimiento de la enorme implicancia económica que la misma lleva implícita.

RELACIÓN DEL TURISMO CON OTRAS DISCIPLINAS

El turismo tiene una incidencia de primer orden en la vida cultural de las sociedades donde se realiza, en el campo de las relaciones de todo tipo que se producen entre los turistas y los habitantes de los centros receptores y en las economías de esas comunidades.

Debido a estas vinculaciones, el turismo está en estrecha relación con otras disciplinas y saberes científicos, lo que le confiere un carácter de interdisciplinario. (Montaner Montejano, 1991:19).

En este sentido pueden mencionarse, entre otras, las siguientes relaciones:

✓ El Turismo y la Acción Política:

La Constitución y una serie de disposiciones legales contemplan el papel de ordenación, promoción y control de las actividades turísticas por parte del Estado, a través del Gobierno que lo conduce y de sus órganos de poder.

La política que adopta el Estado en esta materia puede variar desde la competencia y el control absoluto por parte de las autoridades a la máxima liberalización.

En la mayoría de los casos, la intervención del Estado se realiza, como ya se ha dicho en materia de ordenación, promoción y control, correspondiendo a la iniciativa privada llevar a cabo, en todo de acuerdo con la legislación vigente, la prestación de los servicios turísticos.

✓ **El Turismo y las Relaciones Internacionales:**

El desarrollo de la actividad turística está íntimamente unida a las Relaciones Políticas entre los Estados. Las relaciones internacionales, sujetas al Derecho Internacional y a normas de convivencia y cooperación, están determinadas por tratados y acuerdos bilaterales o multilaterales en los campos de la cooperación política, económica y cultural, en los que se incluye el turismo.

✓ **El Turismo y el Derecho:**

La actividad turística está sujeta a normas legales que establece el Estado a través de sus organismos competentes y sus aplicaciones está controlada por el sector turístico dentro del aparato institucional. Debe entenderse siempre que esta regulación proviene tanto del Derecho Público como del Derecho Privado.

✓ **El Turismo y la Economía:**

El turismo como actividad con implicancia económica hace sentir su peso en los aspectos tanto macroeconómicos como en los microeconómicos a través de la relación de producción, de comercialización y financiamiento de los productos turísticos que realizan las empresas del sector. De esta manera contribuye en forma importante, a veces decisiva, en los indicadores macroeconómicos como lo son el Producto Bruto Interno (P.B.I.) o la Balanza de Pagos, sin dejar de considerar su efecto multiplicador en las economías locales y regionales.

✓ **El Turismo y la Estadística:**

La estadística es fundamental para cuantificar la oferta y la demanda turística y en la determinación de las relaciones que se dan entre ambas; en la obtención de información respecto de cuestiones motivacionales en los turistas o las referidas a la proyección de tendencias.

✓ **El Turismo y la Psicología:**

El estudio científico del comportamiento del individuo, que es el objeto de la psicología, tiene una especialización en la psicología del Turismo, cuando ésta estudia el conjunto de motivaciones y necesidades que surgen en el ser humano y las acciones que éste realiza para satisfacer la necesidad de uso del tiempo libre.

✓ **El Turismo y la Sociología:**

El estudio del comportamiento social de los grupos y organizaciones que componen las sociedades también tiene su especialización en el aspecto sociológico de las corrientes turísticas, en cuanto a destinos, motivaciones, preferencias y comportamientos masivos.

✓ **El Turismo y la Historia y el Arte:**

La historia tiene una doble vinculación con el turismo. La primera es por la propia evolución de la actividad, especialmente en este siglo XX, ya que como se ha dicho, el turismo como fenómeno social se constituye en uno de los más importantes de esta época. La segunda relación viene dada por los hechos históricos y los vestigios que los testimonian, que junto a las expresiones del arte de todos los tiempos, se constituyen en un motivo de atracción para las corrientes turísticas.

✓ **El Turismo y la Geografía, la Arquitectura, el Urbanismo y el Ambiente:**

La geografía es una ciencia fundamental para el turismo. Cualquiera sea el destino turístico está sujeto a estrechos lazos desde el punto de vista geográfico, por su clima, su geomorfología, su urbanización, su arquitectura y por su ambiente.

Además reconoce la existencia de una Geografía Turística, como especialización que estudia las zonas de la tierra que están relacionadas con los destinos de las corrientes turísticas que se desplazan para uso del tiempo libre, y los efectos que ello produce.

✓ **El Turismo y el Periodismo y la Literatura:**

En este tiempo es fundamental la información para la comunicación social. El profesional de turismo y los turistas necesitan estar informados para desarrollar sus actividades profesionales o de tiempo libre. Los medios masivos cumplen y deben cumplir este servicio desde el punto de vista de la información en todas sus dimensiones.

Puede decirse que en la actualidad existe una especialidad dentro de la Literatura relacionada con los viajes. Las guías turísticas y los libros de descripción de los viajes engrosan esta especialización.

✓ **El Turismo y la Medicina:**

La prevención y el tratamiento de enfermedades que pueden contraerse en los desplazamientos a zonas turísticas de riesgo es el objeto de esta estrecha relación entre la medicina y el turismo. Además, las razones de salud, son frecuentemente motivo inicial para desplazamientos turísticos.

✓ **El Turismo y las Acciones Comerciales:**

Los productos turísticos deben ser bien comercializados en el mercado para obtener con ello el máximo nivel de rentabilidad. Para esto es necesario que el turismo se apoye en estudios de mercado y se ejecuten las políticas de acción comercial a través de las correspondientes técnicas de marketing, o de la información y persuasión comercial que facilita la publicidad y las relaciones públicas.

✓ **El Turismo y la Religión:**

Los productos turísticos no solamente presentan la opción del descanso y la recreación, sino que también, y a consecuencia de ello, el logro del equilibrio espiritual del sujeto.

Por esto, es que el aspecto religioso asume particular importancia como motivador para los sujetos de determinadas confesiones religiosas.

✓ **El Turismo y la Informática:**

La aplicación de la informática al sector aporta la posibilidad de la utilización de los sistemas que procesan la información relacionada con la gestión en el desarrollo de la actividad y el tratamiento de datos encaminados al logro de una mejor prestación de servicios turísticos. Ejemplo de ello son las actuales redes internacionales de reservas.

ANTECEDENTES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA ACTUAL

Cierto es que el turismo, tal cual lo concebimos en la actualidad, es un fenómeno de nuestros tiempos, pero no por ello debe dejar de reconocerse que su manifestación de hoy es el resultado de una muy larga evolución, coincidente con la de la humanidad, hasta que ésta alcanzó a desarrollar las condiciones culturales, políticas, sociales y económicas en las que se convive en el presente.

Al principio sólo existieron los desplazamientos de pequeños o grandes grupos humanos. El viaje no era un fin en sí mismo, si no un evento necesario, el que la más de las veces se padecía, y que permitía alcanzar un objetivo determinado: un nuevo lugar de caza, otros grupos humanos para el trueque de mercancías, enfrentar al enemigo o cumplir con algún acto cultural.

El afianzamiento de las grandes civilizaciones de la antigüedad hizo surgir otras necesidades para el desplazamiento: las políticas. No sólo por el necesario contacto entre la capital y los confines de los imperios, sino también por la necesidad de expansión y las relaciones con los vecinos. Se consolida el comercio y el mundo comienza a expandirse. Egipcios, Fenicios, Griegos y Romanos han dejado innumerables testimonios de la importancia de sus desplazamientos, todos con distintas finalidades: conquistas, comercio, religión, salud, etc. Basta como ejemplo el mencionar los desplazamientos que se producían para participar en los torneos atléticos en Olimpia o los viajes estivales de los romanos a las “villas” a la orilla del mar.

En el apogeo de su imperio, los romanos disponían de “guías” e “itinerarios” en los cuales se especificaban las rutas, los nombres de los caminos, las distancias y los tiempos requeridos para viajar entre los distintos puntos del “mundus”.

Tras la caída del Imperio Romano y la invasión de los Bárbaros, la actividad de los viajes decayó notablemente, hasta que en la Edad Media, con la expansión del cristianismo, surge una nueva necesidad motivadora de los desplazamientos: las peregrinaciones a Tierra Santa. Estos grandes desplazamientos humanos se constituyeron en todo un acontecimiento para la época.

Posteriormente Las Cruzadas vinieron a dar nuevo ímpetu a los viajes y contribuyeron a revitalizar la actividad comercial. Los movimientos de viajeros eran de tal magnitud que los requerimientos de éstos obligaron al surgimiento de incipientes formas de organización por parte de aquellos que tenían la tarea de asistirlos en sus recorridos. Tal

el caso de lo ocurrido en Florencia en el año 1282, cuando se formó el primer gremio de Posaderos. (Montaner Montejano, 1991:83).

En el Renacimiento aparecen en la historia los nombres de grandes viajeros que buscan lograr el “placer del conocimiento”: Maquiavelo y Petrarca entre otros.

Ya en la modernidad, el horizonte de los viajeros se expande y las motivaciones son diferentes a los peregrinos y cruzados. Las grandes expediciones marinas realizadas desde fines del siglo XIV amplían rápidamente el concepto del mundo: “la tierra es redonda”.

El nuevo mundo, los remotos lugares de África y los confines de Asia ingresaron en el conocimiento universal. Durante dos siglos todo es descubrimientos.

Comienza también por esta época a darse importancia al hecho de viajar. Pensadores como Montaigne reflexionan sobre el hecho y Francis Bacon, en 1612, presenta un ensayo que titula “Of Travel”, en el que estima que el viaje debe ser parte de la educación de los jóvenes y de la experiencia de los de más edad.

En el período que se inicia en el siglo XVI y que se extiende hasta el siglo XIX se establecen las bases que han de conformar el turismo moderno.

Sin lugar a dudas uno de los hechos más importantes de este período fue el llamado “Grand Tour”.

En virtud de un convenio firmado en 1516 entre Carlos Vº e Inglaterra y que le permitió a aquel a consolidar su poderío en los Países Bajos y el resto de Europa, se le encargó a una empresa francesa la organización de los viajes de los comerciantes ingleses al continente. Posteriormente, de esta actividad también participaron los jóvenes de la nobleza y de la burguesía con la finalidad de que en el continente completaran su formación. A esta actividad se la denominó precisamente “Grand Tour”.

El viaje tenía un recorrido concreto: se abandonaba Inglaterra por el puerto Dover, y cruzando el Canal de La Mancha se ingresaba a Francia. De allí se pasaba a Suiza y por último se llegaba a Italia para permanecer allí dos o tres años antes de emprender el regreso, el que se hacía pasando por Alemania y los Países Bajos.

Generalmente, los jóvenes ingleses iban acompañados por un tutor, lo que no garantizaba que tomaran más en serio su formación que su diversión.

Luego de los ingleses fueron sumándose a esta actividad los jóvenes nobles y burgueses de todo el continente.

Mientras tanto, surge en Europa una marcada predilección por el desplazamiento hacia los centros termales. Este interés por el termalismo se extenderá hasta el siglo XIX. También comienzan a tener su importancia, en cuanto a los destinos de los viajeros, los centros ubicados sobre las costas marinas. En ambos casos, junto al atractivo principal comienzan a ofrecerse otros complementarios. Surgen los centros de amenidades y de diversiones.

Otro hecho importante de la historia que viene a consolidar el desarrollo de los viajes es la "Revolución Industrial", que desde fines de siglo XVIII y los comienzos del siglo XIX va a producir sustanciales cambios en lo social y económico y por consiguiente en las preferencias en cuanto a los destinos de los viajes.

En el año 1800 tiene lugar otro hecho de significativa importancia en la evolución de la actividad. El diccionario "Oxford" publica por primera vez los términos "turismo" y "turista".

"Tourism": The theory and practice of touring; travelling for pleasure.

"Turismo": La teoría y práctica de viaje; viajar por placer.

"Tourist": One who makes travels for pleasure or culture, visiting a number of places for their objects of interest, scenery or the like.

"Turista": Quien hace viajes por placer o cultura, visitando un número de lugares por sus objetos de interés, paisajes u otros similares.

EL TURISMO EN EL SIGLO XIX

En el siglo XIX, el proceso iniciado por la Revolución Industrial favorece el desarrollo del ferrocarril y de la navegación a vapor.

En 1825 George Stephenson inventa la locomotora a vapor, que rápidamente se extiende por el mundo. El ferrocarril ofrece grandes ventajas sobre los anteriores medios de transporte terrestres. La capacidad, la comodidad y la velocidad que permite acortar los tiempos de viajes.

Los ferrocarriles y la actividad turística han estado desde sus inicios muy ligados. Los primeros viajes turísticos fueron realizados en tren y las empresas explotadoras de los ferrocarriles promovieron la construcción de alojamientos en torno a las estaciones, especialmente en los lugares más frecuentados como centros de veraneo.

También el aprovechamiento del vapor para la propulsión de barcos incrementó el tráfico entre Europa y América y entre Europa y el Extremo Oriente, esto último favorecido por la apertura del canal de Suez, ocurrida en 1869, lo que permitió acortar las distancias entre ambos puntos.

Al finalizar el siglo, comienzan las grandes emigraciones desde Europa hacia América, las que se realizan en deprimentes condiciones de viaje, contrastando con los lujosos cruceros que disfrutaban ya las altas clases sociales.

Finalmente hay que indicar que es a partir de este siglo XIX cuando se dan las condiciones que nos permiten hablar de viajes turísticos y de la actividad turística tal cual la entendemos en nuestros días.

LAS PRIMERAS AGENCIAS DE VIAJES

Uno de los años de mayor importancia en la historia del turismo, es el 1841.

Es entonces cuando en Gran Bretaña, se sientan las bases de la aún existente empresa "Thomas Cook and Son", razón por la cual se reconoce a Thomas Cook como el primer agente de viajes profesional dedicado de tiempo completo a esta actividad.

El 5 de Julio de ese año, Cook llevó a cabo un viaje de ida y vuelta entre la localidad de Leicester y la de Loughborough, trasladando a 570 personas que pagaron un precio estipulado por el servicio de transporte para participar de un congreso antialcohólico. Cook opinaba que viajar podía mejorar las condiciones de vida de los trabajadores, a quienes se debía mantener a toda costa apartados de la bebida, según el contexto puritano de la sociedad victoriana.

A partir de esa experiencia, Cook comprendió el potencial existente en la organización de viajes, y es así como desde 1845 se dedica profesionalmente a la actividad.

Otro pionero en la aparición de las agencias de viajes fue el estadounidense Henry Wells, quien en sociedad con William F. Fargo, dieron vida en 1859 a otra de las grandes organizaciones de viajes, la American Express, que nació vinculada al transporte de correo y mercancías, para convertirse a fines del siglo en una organización financiera emisora de cheques de viajero. Hacia 1920 se convirtió en agencia de viajes.

LA RENOVACIÓN EN LA HOTELERÍA

La tradicional concepción hotelera imperante hasta el siglo XIX se ve de pronto revolucionada por la aparición de César Ritz, quien aporta el concepto de la personalización en la prestación de los servicios y la búsqueda permanente de la mejor calidad de los mismos.

Ritz lleva adelante sus ideas, las que aplica en establecimientos propios y ajenos en Francia, Suiza, Gran Bretaña e Italia, dando también inicio a una importante cadena de hoteles que lleva su nombre y que perdura en nuestros días.

EL AFIANZAMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

En el período que va desde la segunda mitad del siglo XIX y hasta la Primera Guerra Mundial, se presenta un cierto "Boom" de la actividad turística. El movimiento adquiere magnitudes considerables, sobrepasando todo lo conocido hasta entonces. Deja de ser un simple fenómeno local para transformarse en uno de carácter mundial, del cual algunos países, sobre todo de la vieja Europa logran obtener considerables ingresos económicos.

En el viejo continente se consolidan también algunas tendencias en cuanto a la preferencia y los destinos de los viajeros.

Durante este mismo período, en América, los acontecimientos más importantes se dan en los Estados Unidos con la creación de los primeros parques nacionales (Yellowstone - 1872) y de centros turísticos de costa como Atlantic City, cerca de Nueva York.

También los de costa de Mar del Plata en Argentina y Viña del Mar en Chile. Posteriormente, en los comienzos del siglo XX surgen centros como los de Pocitos y Punta del Este en Uruguay.

EL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL SIGLO XX

El fenómeno del “Gran Boom” del turismo se da en el siglo XX, tras la Segunda Guerra Mundial, momento en que surgen las principales condiciones para el desarrollo de la actividad. Sin embargo, durante la primera mitad del siglo (hasta el año 1945), el turismo se va consolidando, prevaleciendo una actividad de élite, motivada por los centros ubicados en la frías playas del norte de Europa y los grandes y lujosos cruceros.

Las dos guerras mundiales y varias etapas de recesión económica (el “crack” de 1929 y las crisis petroleras de 1973 y 1978), marcan en este siglo la actividad del mundo y lógicamente el desarrollo del turismo.

Para mejor analizar este período es necesario establecer varias etapas:

- 1) Desde el comienzo del siglo hasta el fin de la Primera Guerra Mundial (1900 - 1918).

En este período se siguen observando las mismas características de los finales del siglo XIX. El ferrocarril y el barco de vapor son los principales medios de transporte utilizados para las actividades turísticas, aunque comienza a ser usado el automóvil, que por entonces reconoce las primeras producciones en serie. También empiezan a utilizarse los vehículos colectivos de pasajeros.

- 2) Período entre guerras (1918 - 1939).

En este período el turismo presenta una curva ascendente que se observa hasta el año 1929, cuando el “crack” de Wall Street hace sentir sus consecuencias en Estados Unidos y en el resto del mundo. Luego la actividad repunta hasta comienzos de la crisis política que va a dar origen a la Segunda Guerra Mundial en 1939.

En lo turístico este período se caracteriza por el paulatino incremento en el uso del automotor, particular o colectivo. En Estados Unidos, en el año 1921 salió de fábrica el primer autobús, que fue producido por Frank Faegol. Posteriormente comenzará a ser utilizado el avión como medio de transporte de turistas.

También este período se caracteriza por una actividad de élite que se dirige a las playas del norte de Europa, a las del Mediterráneo, al igual que a Acapulco en México y a los centros de esquí de Los Alpes.

En el resto de América siguen su consolidación los centros surgidos en los períodos anteriores.

Los turistas comienzan a contarse por millones. Entre los principales países receptores se encuentran Francia, Suiza, Bélgica, e Italia. También comienza a mencionarse España.

En otro orden, en la Alemania Nazi y en la Italia fascista comienza a desarrollarse el "Turismo Social".

3) Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945).

Durante la Segunda Guerra Mundial se produce una paralización de las actividades económicas con una repercusión directa en la actividad turística.

El establecimiento de la paz en 1945, el surgimiento del nuevo orden en el mundo, además de la creación de la Organización de las Naciones Unidas, posibilitaron el surgimiento de una serie de organismos y asociaciones, oficiales y privadas que contribuyeron al posterior desarrollo del turismo.

4) Período del "Gran Boom" Turístico (1945 - 1973).

Este período que abarca poco más de un cuarto de siglo ha permitido la mayor expansión del turismo a nivel mundial, mostrando un ligero estancamiento entre 1967 y 1968 debido a la guerra de los Seis Días, que afectó principalmente los destinos turísticos del sur de Europa y del Cercano Oriente.

Varios factores hicieron posible la expansión durante este período.

En el orden político, el establecimiento de la paz mundial, con excepciones puntuales como Corea, Vietnam, etc. En lo económico, el aumento del poder adquisitivo de amplias capas de la población de occidente, como consecuencia del desarrollo industrial y productivo, junto con la consolidación de la clase media y la sanción de importantes leyes de carácter social.

El aumento de niveles culturales y educacionales despierta el interés por conocer otros pueblos y civilizaciones.

El incremento de la población urbana y todas sus consecuencias (stress, contaminación, etc.) y las mejoras en las condiciones laborales (jornadas reducidas, salarios negociables entre las partes, vacaciones pagas, etc.) se constituyen en fuertes motivadores para la búsqueda de nuevas opciones recreativas en tiempos y espacios en mayor contacto con la naturaleza.

Los grandes avances de la ciencia y la técnica que significan valiosos aportes a las comunicaciones y al transporte, permiten viajar con más rapidez, comodidad y economía, asumiendo roles importantísimos en este sentido el automóvil y el avión. Por último hay que mencionar que el desarrollo de la publicidad y de las modernas técnicas de marketing lograron llevar al conocimiento de la población en general todos los aspectos del turismo, gracias a su gran poder de penetración e influencia, logrando modificar las motivaciones tradicionales e imponiendo, en muchos casos, nuevos destinos a los viajeros.

Un párrafo aparte merece mencionar el tema de la evolución de los sistemas de transporte. En este período se da el despegue y desarrollo masivo de la aviación comercial. De transportar menos de un centenar de pasajeros por vuelo se alcanzan cifras que superan los quinientos. En velocidades se va desde los 300 a los 1500 Km/h. Se mejoran los sistemas de propulsión, los aeropuertos donde operan las grandes naves y los sistemas de seguridad.

En lo específicamente turístico, aparecen los vuelos "charter" y en la faz organizativa la creación en 1945 de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (I.A.T.A.), consolidan definitivamente al avión como medio de transporte para los desplazamientos turísticos.

El ferrocarril y el autotransporte presentan también considerables avances en este tiempo. Vehículos más cómodos, seguros y veloces son presentados permanentemente. Entre tanto, el barco va perdiendo paulatinamente su importancia hasta quedar prácticamente relegado a su utilización en viajes de crucero.

También el número de turistas manifiesta un considerable crecimiento. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (O.M.T.), en 1950 las llegadas de turistas extranjeros a nivel mundial fue de alrededor de 25 millones, cifra que alcanza en 1973 a los 190 millones.

Comienza a desarrollarse en este período el llamado "Turismo de Masa" basado en la oferta de viajes económicos con "todo incluido" que realizan las agencias de viajes y los llamados "operadores turísticos".

Como países emisores surgen los escandinavos, la República Federal Alemana y los Estados Unidos. Como receptores principales se mencionan los de la región mediterránea: Italia, España, Francia.

Finalmente, hay que mencionar el surgimiento en este período de varias asociaciones y organizaciones turísticas a nivel internacional, gubernamentales o no, que tienen la misión de fomentar y desarrollar el turismo y cooperar en este campo.

Además de las ya mencionadas O.M.T. y I.A.T.A., surgen la Comunidad Económica Europea (C.E.E.), la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (O.C.D.E.), la Organización Internacional de Aviación Civil (O.A.C.I.), la Organización Marítima Consultiva Internacional (O.M.C.I.), la Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes (F.U.A.A.V.), la Asociación Internacional de Hoteles (A.I.H.) , la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (A.I.E.S.T.) y otras.

5) Los últimos años del turismo (1973 -1994).

La tendencia inflacionista de los primeros años de la década de los 70 y el conflicto bélico del Yom Kipur (árabe-israelí) producen una considerable suba en el precio internacional del petróleo crudo, lo que repercute en el aumento del costo de los transportes lo que a la vez repercute en una disminución de los movimientos turísticos. Esta situación se observa hasta 1978 cuando nuevamente la actividad comienza a tener un repunte.

Otros hechos que también hacen sentir su influencia en el turismo de los últimos años son: la caída del Muro de Berlín en 1989, la Guerra del Golfo, los cambios en la Europa del Este, la ecología, la profundización de los conflictos de la vida en las grandes ciudades, etc.

En lo que respecta a los sistemas de transportes, el punto culminante de este período está dado por la aparición del avión Concorde y del avión Tupoliev (TU 144) de origen soviético.

Los trenes de alta velocidad, como los japoneses o el TGV francés son utilizados por grandes masas turísticas.

El perfeccionamiento de las unidades de transporte colectivo para grandes distancias y las notables mejoras técnicas introducidas en las autopistas y rutas hacen competir al transporte terrestre con el avión en las cortas y medias distancias.

Se produce la consolidación del charter y la implementación de tarifas promocionales de carácter competitivo entre las empresas de transportes.

El número de turistas va año a año en aumento a nivel mundial. De los 190 millones mencionados para 1973 se llega a superar los 400 millones a comienzo de los años 90.

En lo económico, la actividad también registra un notable crecimiento. Para los finales de la década de los 80 se estima en algo más de 200.000 millones de dólares los ingresos por turismo internacional. Las estadísticas reflejan fielmente este importante crecimiento. El desarrollo alcanzado por la informática significa un gran avance en la prestación de los servicios por parte de las empresas de turismo, lo que redundará en mayores beneficios para los turistas.

La cooperación internacional para el desarrollo del turismo tiene en este período no sólo la celebración de convenios bilaterales, sino también a nivel multilateral, sin dejar de lado los aportes que realiza a la inversión el Banco Mundial y los beneficios obtenidos a través de la OCDE y de la CEE, entre otras.

El mercado turístico se ve marcado por una fuerte estacionalidad debido fundamentalmente a la concentración de las vacaciones laborales y escolares en los períodos estivales.

Debido a su floreciente economía aparece Japón como país emisor y en Europa se afianza como principal destino receptor la región Mediterránea, con una fuerte competencia de los países del norte y algunos países mediterráneos de África.

En América continúan creciendo los centros tradicionales con una marcada preeminencia de Brasil y México.

En la preferencia de los turistas surgen nuevos destinos: el Pacífico y sus islas, el sur y sudeste asiático y el Caribe.

Debe mencionarse también en este período el afianzamiento de las empresas multinacionales de la actividad turística, en especial las cadenas hoteleras y las redes de operadores mayoristas con el apoyo de las instituciones bancarias y financieras.

Por último se ha de mencionar lo que parece estar marcando la tendencia de la actividad turística para el comienzo del tercer milenio: el casi total abandono de los viajes lujosos para optar por aquellos productos que proponen actividades de carácter recreativas que le permitan al hombre el reencuentro con el ambiente natural, cada vez más distante y necesario.

Las nuevas alternativas apuntan a satisfacer esa necesidad del sujeto de acceder a lo que le permita poner, aunque más no sea por escasos días, un freno a la conflictuada vida que imponen los cada vez mayores centros urbanos.

ANTECEDENTES DEL TURISMO EN ARGENTINA

A partir de la segunda mitad del siglo XIX, las grandes transformaciones producidas en el país, facilitaron el desarrollo de una incipiente actividad turística, que recién se afianzó un siglo después en la década del 40/50 del siglo XX.

El ordenamiento institucional de país a partir de la sanción de la Constitución Nacional (1853), el advenimiento del ferrocarril (1857), la incorporación de grandes extensiones de territorio a la "civilización" al finalizar la Campaña al Desierto (1879), fueron entre otros los hechos destacables a la hora de marcar el comienzo del desarrollo de la actividad turística argentina.

Comienza en esta época una etapa de la historia nacional conocida como la "Belle Epoque", que se va a extender hasta el comienzo de la Primera Guerra Mundial. El enriquecimiento acelerado de buena parte de la sociedad porteña, hizo extender sus ámbitos hacia el interior de la provincia de Buenos Aires, con la instalación de lujosos cascos de estancias, donde además de administrarse la riqueza del país, se encontraba adecuado espacio para la recreación. No obstante esta "elite", a la hora de viajar lo hacía preferentemente a Europa, de donde importaba ideas para aplicar al estilo de vida nacional.

Por iniciativa de Pedro Luro, surge el Balneario de Mar del Plata, a donde se llevó todo el refinamiento de la ciudad de Buenos Aires y se constituyó en lugar de cita obligada para las familias adineradas, que se trasladaban allí durante el estío, y disfrutaban de una bucólica estancia, lejos de la ajetreada Capital, atestada además de inmigrantes pobres.

El "ocio ostentoso" (Schlüter y otros; 1997:8) tuvo su reflejo en la construcción de grandes hoteles de lujo en varios puntos del país. El Parque Hotel de La Calera, (Córdoba) inaugurado por el Presidente Sarmiento en 1871, el Hotel Termas de Rosario de la Frontera (Salta) en 1896, el Hotel Edén de La Falda (Córdoba) en 1897, el Tigre Hotel (Pcia. de Buenos Aires) en 1906, El Sierras Hotel de Alta Gracia (Córdoba) en 1908, el Hotel Plaza (Buenos Aires) en 1909, el Hotel Continental de Empedrado (Corrientes) inaugurado en 1914.

Durante esta época el medio de transporte más utilizado por los turistas fue el ferrocarril, que extendido en abanico con centro en Buenos Aires, fue cubriendo la geografía nacional y constituyendo un fuerte factor poblacional del territorio. No son pocos los casos de localidades surgidas a partir de las estaciones ferroviarias. También, en muchos casos, la llegada de los diferentes ramales facilitaba la instalación de hoteles y demás equipamiento para atender las necesidades de los viajeros.

Tanto Mar del Plata como las Sierras de Córdoba son los destinos de mayor afluencia. Tienen importancia también los destinos termales como los de la montaña mendocina.

El año 1903, como se verá en el capítulo siguiente, marca otro hito de importancia en este desarrollo, ya que en ese año tiene comienzo la existencia de los Parques Nacionales. Primero el Parque Natural del Sud, hoy Parque Nacional Nahuel Huapi, y el Parque Nacional Iguazú, dan lugar al despegue de importantes urbanizaciones, tal el caso de San Carlos de Bariloche, que con el aporte arquitectónico de Exequiel Bustillo, se convierte en un pujante centro de atracción, donde en 1938 se inaugura el Hotel Liao Liao.

La construcción de las principales rutas nacionales, facilitó por este tiempo el desplazamiento de importantes grupos sociales que hasta el momento se habían visto imposibilitados de acceder a la práctica del descanso en los centros vacacionales.

Superada la época de la Primera Guerra Mundial y las consecuencias de la llamada Crisis del 30, hacia la década del 1940, en la Argentina van a producirse grandes transformaciones sociales y políticas.

La Revolución de 1943 marca el acceso a la vida pública nacional de Juan Domingo Perón al frente de la Secretaría de Trabajo y Previsión, abocándose a dar solución a los conflictos de mayor urgencia, lo que lo transformó en una figura de alta popularidad y le valió para poder acceder a la presidencia de la nación en 1946.

Durante su gobierno se dio gran impulso al mejoramiento de las vías de comunicación y los medios de transporte, como así también a la construcción de equipamiento específico para turismo. Tal el caso de los complejos de Chapadmalal en la costa bonaerense y Embalse en las serranías cordobesas.

Uno de los principales objetivos del gobierno de Perón fue elevar la condición socio-económica de los sectores más carenciados de la población. En concordancia con ello, se impulsó la práctica del Turismo Social, que junto con las vacaciones anuales obligatorias y pagas para los trabajadores, contribuyeron a lo que algunos autores llamaron la "Democratización del Turismo", que tuvo como consecuencia la masividad de la actividad, centrada principalmente en la mar y las sierras.

En las décadas posteriores, la masividad se afianza. Surgen nuevos destinos y se consolidan los ya tradicionales. Las modas y las costumbres de los países industrializados son copiadas, especialmente por los jóvenes, entre ellas la práctica de una actividad turística más informal y libre, los llamados mochileros. El transporte por carretera, en los cada vez más confortables y veloces vehículos, particulares o públicos, va cada día en aumento.

Se incrementan las salidas al exterior, especialmente a Uruguay, donde la ciudad de Punta del Este recibe a la alta sociedad porteña, desplazada de Mar del Plata por el turismo masivo.

En la últimas décadas del siglo XX, la actividad turística en el país fue en incremento. La modernización en el campo de las comunicaciones y el transporte, el conocimiento de los nuevos destinos turísticos, las facilidades de comercialización, las exigencias de la vida en la grandes ciudades y todas sus consecuencias y la mayor disposición de tiempo libre, se cuentan entre los principales motivadores para los desplazamientos turísticos.

La realización del Campeonato Mundial de Fútbol Argentina 78, significó un importante ajuste en lo que se refiere a medios y vías de comunicación. Las rutas de acceso a las ciudades sedes, los aeropuertos, la hotelería, los centros de esparcimiento, figuran entre los beneficiados directos de las medidas que se tomaron en vistas de tal acontecimiento.

Los últimos años del siglo marcan un importante auge de los viajes al exterior, donde se reconocen como motivaciones el conocimiento de los testimonios culturales de la vieja Europa y el aprovechamiento de las condiciones económicas que hace posible visitar destinos lejanos a muy bajo costo.

No se puede finalizar esta breve síntesis sin hacer referencia a las tendencias actuales en el campo de los desplazamientos turísticos de los argentinos. Sin dudas las modalidades emergentes de turismo, casi siempre en mayor contacto con la naturaleza: aventura, rural, ecológico, etc. marcan la necesidad de establecer nuevos canales de comercialización, nuevos lenguajes apelativos y nuevas propuestas de destinos, lo que hace vislumbrar que localidades ignoradas en tiempos pasados tengan puestas no pocas expectativas en la posibilidad de desarrollar alguna modalidad de turismo.

El ámbito público y privado así lo han entendido y han asumido la necesaria transformación de los planteles humanos y los instrumentos que permitan la prestación de los servicios a los turistas de una manera cada vez más personalizada.

Lejos han quedado los tiempos de la "elite". Estamos en el tiempo de la personalización en los servicios y las respuestas particulares para cada tipo de motivación.

LOS PRECURSORES DEL TURISMO

Los diccionarios definen como precursor a: "Quien profesa doctrinas o acomete empresas que solo tendrán valor en lo porvenir". En este sentido y dentro de la actividad turística se pueden mencionar como precursores de la misma a varias personalidades que con su accionar fueron delineando los aspectos que involucra la actual prestación de los servicios turísticos.

Sin que la nómina resulte excluyente, se menciona a:

THOMAS COOK

Thomas Cook, llamado el padre de las agencias de viajes y por extensión de la actividad turística profesional, nació en Inglaterra el 22 de Noviembre de 1808. Huérfano desde

pequeño, muy pronto dejó la escuela para ayudar, a su familia. Trabajó como tornero y más tarde en una editorial y en una asociación bautista, lo que lo llevó a una tarea de proselitismo y de ayuda a los alcohólicos.

En Julio de 1841, Cook concibió y llevó a cabo la idea de arrendar un tren para 570 personas, en un viaje de ida y vuelta que costó un chelín por persona, recibiendo cada una de ellas un billete para ir de Leicester a Loughborough para asistir a un congreso antialcohólico. Cook efectuó todos los arreglos para el viaje de unas once millas, que incluía una merienda compuesta de té y bocaditos de jamón, la posibilidad de participar en un juego de criquet y de bailar al son de la banda que acompañó a los viajeros.

Para los habitantes de la pequeña localidad de Loughborough, la hazaña de las 570 personas que se arriesgaron a viajar en los vagones descubiertos del tren para pasar todo el día en el pueblo, no podía menos que ser recompensada con vítores y discursos de felicitaciones.

Persuadir al director del ferrocarril de la Midland Counties que le alquilara un tren a un precio moderado no debió ser tarea fácil para Cook, pero una vez convencido el director, quiso ir hasta el final. Inspirado por el movimiento contra el alcohol, Cook creía que el viajar podía mejorar las condiciones de vida de la clase trabajadora, a la que se debía mantener apartada de la bebida, tal como lo sostenían por esa época los puritanos conceptos de la sociedad victoriana.

Cook efectuó todos los arreglos del viaje sin pretender ningún beneficio personal, pero muy pronto comprendió el inmenso potencial de negocios existentes en la organización de viajes y es así como en 1845 inicia sus actividades a tiempo completo como organizador de excursiones.

En 1846 efectuó un tur con participación de guías, que es el primero conocido con esta característica y en el que llevó 350 personas en un viaje por Escocia.

Con oportunidad de la Primera Exposición Mundial, realizada en 1851 y a la que asistieron más de 6 millones de visitantes, se calcula que no menos de 165.000 hicieron uso de los servicios brindados por Cook para los arreglos de transportes y alojamientos, lo que pone de manifiesto la capacidad receptiva que ya tenía.

En 1856, Cook organizó la primera excursión al continente, en 1866 la primera excursión a los Estados Unidos y en 1872 la primera vuelta al mundo con un grupo de 9 personas, viaje éste que tuvo una duración de 222 días y cuyas crónicas fueron publicadas por el "Times" de Londres y que, según se dice, fueron las que inspiraron a Julio Verne a escribir su famosa obra "La vuelta al Mundo en 80 Días".

En el año 1878, Cook llevó a unas 75.000 personas a visitar la Exposición de París. Cook fue el creador en 1867 del primer cupón de hotel, que hoy se conoce con el nombre de Voucher.

El éxito lo animó a continuar organizando excursiones en las que la principal innovación era que todo estaba incluido en el billete. Un tiempo después, en 1870, en el intento de facilitar aún más la actividad del viajero, Cook inventa lo que hoy son los cheques de viajero. También, con ocasión de una excursión que organizó desde Leicester al puerto

de Liverpool, preparó para el uso de los viajeros lo que denominó "Manual de Viaje", que constituye el primer itinerario descriptivo de viaje preparado en forma profesional para uso de los turistas.

Pero el mayor aporte de Cook al turismo, sin dudas, radica en la introducción en esta actividad del concepto de la excursión organizada, que hoy se conoce con el nombre de "Paquete Turístico" y que fue lo que permitió que una gran parte de la población tuviera acceso a los viajes vacacionales.

La compañía "Thomas Cook and Son" ya se había convertido en 1938 en una potencia mundial, requerida para los trabajos más variados: reorganización de los viajes de los peregrinos a La Meca, mediar en Sudáfrica durante la Guerra de los Boers, preparar el primer vuelo charter desde Nueva York a Chicago para que un grupo de "fans" del boxeo pudieran presenciar el combate entre Dempsey y Tunney.

Cuando Cook murió en 1892, la agencia creada por él era la más importante del mundo, llegando a contar en la actualidad con más de 600 oficinas abiertas en casi todos los países. Sus actuales propietarios están vinculados a la cadena Hotelera Trust House Forte.

CÉSAR RITZ

Si Cook es considerado el padre de las agencias de viajes, Cesar Ritz es considerado el padre de la hotelería moderna.

Ritz, al igual que Cook, proviene de una familia numerosa y pobre de la pequeña población suiza de Niederwald. De niño trabajó como pastor de ovejas para poder ayudar a su familia.

Su primer contacto con los hoteles se lo proporcionó un trabajo de mozo de comedor en una posada suiza. Se dice que el posadero lo despidió diciéndole: "Nunca aprenderás el negocio de los hoteles. Se necesita talento y tú no lo tienes".

En 1867 se radica en París, donde estuvo trabajando en diversas tareas de hotelería y restauración, hasta que regresó a Suiza con 28 años y comenzó a dirigir el Hotel Nacional de Lucerna. En este hotel, uno de los mejores de la época, Ritz dio su espaldarazo y comprendió que en la actividad debía cambiarse el estilo y la gestión de organizar y prestar los servicios. Él decía: "En mis hoteles, el cliente es el dueño". Desde entonces su negocio se basó en el cliente.

A fin de conocer al cliente, Ritz creó la tarjeta hotelera, pues a través de ella obtenía sus datos principales: profesión, edad, estado civil, y, lo mejor de todo, sus gustos y debilidades. Sabía cuáles de sus clientes eran rentables y a éstos les daba mayor atención.

Conocía la permanencia de sus clientes y las veces que visitaban sus establecimientos. Asimismo, analizaba la residencia y la nacionalidad de sus huéspedes y registraba en la misma tarjeta los gastos realizados en cada visita.

Proporcionaba algo muy especial a los visitantes: los recibía con fotos y fiestas. En su biografía, Ritz afirmó que las tarjetas se hacían por duplicado y a cada una de ellas le adhería una foto. Una de las tarjetas quedaba en la recepción y la otra en su oficina. Cuando alguien llegaba y se le ubicaba en su habitación, Ritz consultaba la ficha. Más tarde llamaba al cliente, lo saludaba por su propio nombre y le daba la bienvenida. En síntesis, el cliente era el centro de su negocio. Ritz ideó el baño privado en cada habitación. También instaló en sus hoteles el baño romano y todos los implementos de lujo complementarios.

Su fama se extendió y fue requerido para hacer rentable a hoteles ruinosos. Fue creando nuevos hoteles y modificando otros con una concepción arquitectónica distinta y más funcional. El Gran Hotel de Roma en 1883, donde puede decirse que comienza la moderna concepción de la hotelería, el Ritz Hotel de París en 1898 y el Hotel Carlton de Londres en 1899, fueron algunos de los que recibieron el impulso de Ritz.

Mejóro no sólo la relación con el cliente, sino fundamentalmente el trato con el personal de los hoteles, exigiendo mayor amabilidad y manejo de las relaciones públicas y humanas. Se dice que llegó a dirigir doce hoteles simultáneamente.

AUGUSTO ESCOFFIER

Hasta mediados del siglo XIX la presentación de los platos implicaba por lo general un derroche de elementos muy costosos que se volvían incomedibles, en el intento por lograr una excelente imagen al momento de llevarlos a la mesa, todo lo cual elevaba el costo de los servicios en los restaurantes.

Augusto Escoffier, logró exaltar el paladar de cada plato por encima de la fantasía. Contemporáneo de Ritz, trabajó durante 72 años gozando de una celebridad internacional. Su fama se extendió rápidamente y fue requerido para los servicios más importantes de la época. Fue él quien sirvió la comida inaugural de la Torre de Eiffel y quien organizó los comedores de los grandes hoteles de Europa, como el Ritz de París y el Savoy de Londres.

A él se debe una verdadera revolución en la cocina, convirtiéndola en un arte utilitario, despojándola de adornos superfluos y de excesos de guarniciones no comestibles.

Su paso por la gastronomía fue muy importante. Se lo llamó el "Chef de reyes y rey de Chefs".

GEORGE MORTIMER PULLMAN

Durante gran parte del siglo XIX el medio de transporte por excelencia para largos recorridos por tierra fue el tren.

En 1860, en los Estados Unidos, George Mortimer Pullman concibió la idea de crear un coche salón y mejorar de esa manera los servicios. Su idea fue unir dos cajas de

diligencia y formar un solo salón que podía transformarse en un dormitorio ya que poseía literas articuladas.

Pullman fue nombrado en 1867 presidente de la Pullman Place Company, que firmó contratos con la mayoría de las compañías ferroviarias estadounidenses para fabricar diferentes tipos de vagones: "wagons - fumoir"; "wagons - restaurant"; "wagons - salón".

En 1881, las fábricas Pullman producían 100.000 vagones para mercancías, 500 para pasajeros y unos 200 coches cama.

Las innovaciones de Pullman fueron adoptadas en Europa continental en 1872, año en que se funda la Compañía Internacional de Wagons Lits, y pocos años después fue adoptada por Inglaterra, con la inauguración en 1880 del primer servicio pullman en la ruta Londres - Brighton.

La compañía Wagons Lits inauguró la gran red europea de coches cama con las líneas Berlín - Ostende, París - Colonia y París - Viena, que dieron origen a los grandes expresos dedicados a una clientela de lujo. Durante el año 1931 la compañía Wagons Lits se fusionó temporariamente con la de Thomas Cook.

KARL BAEDECKER

Karl Baedeker puede catalogarse como el pionero de la moderna concepción de las guías de viajes turísticos.

De familia de editores, Baedeker nació en Essen (Alemania) y viajó mucho durante su juventud, lo que le permitió ver la importancia e interés que podía tener para los viajeros el producir y lanzar al mercado una serie de guías de viajes en las que no solamente se detallara el viaje y las impresiones del mismo, sino que se dieran allí, consejos y datos de interés para el viajero, como alojamientos, medios de transporte, visitas a realizar en cada lugar, artículos a comprar como recuerdo, etc.

La primera guía que editó fue una sobre un viaje por el Rhin: "Rheinlande", escrita por Klein en 1839. Posteriormente fue ampliando el fondo editorial con nuevas guías sobre Alemania, Austria y otros países, las que fueron publicadas en varios idiomas.

Baedeker murió el Octubre de 1859 en Suiza, y sus hijos siguieron publicando libros de viaje. La editorial ha llegado hasta la actualidad y es una de las más importantes en el género de guías de viajes de todo el mundo.

KURT KRAPP

Nacido en Suiza en 1907, se graduó como Doctor en Ciencias Económicas.

En el año 1941 fue fundador y primer director de la Escuela Suiza de Altos Estudios Económicos y Administrativos de Saint Gell, su ciudad natal.

En el año 1943 es nombrado director del Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Berna, donde posteriormente fue designado profesor extraordinario de Ciencias Turísticas.

Fue también fundador de la "Revue de Turisme", órgano oficial de la A.I.E.S.T.

Se lo considera junto con Walter Hunziker, el tratadista más brillante que ha tenido hasta el momento la Teoría del Turismo.

Al momento de su muerte, ocurrida el 4 de Septiembre de 1963, mientras se trasladaba a una conferencia de la O.N.U. sobre turismo, era Secretario General de la Asociación Internacional de Expertos Científicos de Turismo.

FRANCISCO PASCASIO MORENO

PRECURSOR DEL TURISMO EN LA ARGENTINA

Argentino, nacido en Buenos Aires el 31 de Mayo de 1852. Desde niño fue un apasionado por la investigación científica, campo en el que logró, siendo aún muy joven el reconocimiento internacional.

Viajero incansable, recorrió gran parte de la geografía argentina, apasionándose por cada lugar conocido, pero de una manera especial por la región patagónica.

Su más importante actividad la cumplió al desempeñarse como Perito por la Argentina ante el Tribunal Arbitral inglés que debió fallar sobre la cuestión de límites con Chile. En esa oportunidad (1898 - 1902), se confió en los conocimientos, la experiencia y el talento de Moreno para sostener la tesis argentina, que fue aceptada por el árbitro internacional y en razón de ello la Argentina obtuvo 42.000 Km² de territorio. Es por esta acción Moreno entró en la historia como el Perito Moreno.

En atención a los servicios prestados por Moreno al país, le fueron obsequiadas 25 leguas cuadradas de tierras fiscales en la Patagonia.

Ferviente defensor de los recursos naturales del país, Moreno donó parte de esas tierras (3 leguas cuadradas) para que con ellas se creara un parque natural. Esta donación fue aceptada y sobre su base se creó el Parque Nacional del Sur, que luego se convirtió en el Parque Nacional Nahuel Huapi.

En la actualidad se considera a Moreno como precursor del turismo en la Argentina, ya que esta acción suya de donar tierras para la creación de un parque natural tiene como sustento una postura casi filosófica que en su época se presenta como innovadora.

En la nota de donación, Moreno enuncia conceptos que con el correr del tiempo reconoceríamos al estudiar el fenómeno social turismo.
(Ver documento 2)

Dice Moreno: "Así, en aquella magnificencia tranquila podrán encontrar sano y adecuado panorama los habitantes de ambos lados de Los Andes, y contribuir en comunidad de ideas durante el descanso y solaz, a resolver problemas que no llegarían a solucionar los documentos diplomáticos y los visitantes del mundo entero... beneficiarán más aún el progreso natural... cuya presencia en esos lugares será beneficiosa... y cuyo aprovechamiento debe contribuir a la buena orientación de los destinos de la nacionalidad argentina...".

Sin proponérselo directamente, Moreno hace una clara referencia a las posibilidades de que esas tierras que dona se conviertan en un futuro no muy lejano, en un importante atractivo y centro de actividades turísticas, entendiendo que ello aportaría al crecimiento del hombre y al beneficio del país. (Ver Recuadro 2).

¿ No es éste acaso el objetivo que se pretende alcanzar a través del turismo?

Por ello, se considera a Francisco Pascasio Moreno como el precursor del turismo en la Argentina.

La polifacética vida de Moreno, merece, aunque más nos sea en apretada síntesis mencionar algunas de sus actividades más salientes.

A lo largo de su vida, Moreno desarrolló múltiples actividades. Fue el fundador y primer director del actual Museo de Ciencias Naturales de La Plata; Diputado de la Nación; Presidente del Consejo General de Educación; propulsor de las escuelas nocturnas para Adultos; creador de los primeros comedores escolares gratuitos para niños y de las primeras guarderías del país. Fue impulsor de la naciente aeronáutica argentina, y fundador y primer presidente de los Scouts Argentinos.

En recordación de la fecha en que Francisco P. Moreno donara tres leguas cuadradas de terrenos en la región del Nahuel Huapi, con destino a la creación de un Parque Nacional, el Estado Argentino instituyó al 6 de Noviembre como "Día de los Parques Nacionales".

Por su parte, la Asamblea Plenaria del X° Encuentro Nacional de Guías de Turismo de la República Argentina, reunido en Resistencia, capital de la provincia del Chaco en el año 1.992, institucionalizó al 31 de Mayo como "Día Nacional del Guía de Turismo".

La fecha fue propuesta en virtud de recordarse en ella el natalicio del Dr. Francisco P. Moreno, a quien se reconoce como naturalista, investigador y gran promotor de los viajes por el país. La propuesta fue aprobada por unanimidad.

Documento 2:

CARTA DE FRANCISCO P. MORENO AL MINISTRO DE AGRICULTURA DE LA NACION DR. WENCESLAO ESCALANTE.

Noviembre 6 de 1903.

Señor Ministro,

La Ley N° 4.192, que he visto promulgada en el "Boletín oficial de la Nación" del 2 de agosto último, me cuerda como recompensa por mis servicios prestados al país con anterioridad a mi nombramiento de Perito Argentino en la demarcación de límites con Chile una extensión de campos fiscales en el territorio de Neuquén o al sur del Río Negro.

Durante las excursiones que en aquellos años hice en el sur con los propósitos que más tarde motivaron dicho nombramiento, admiré lugares excepcionalmente hermosos y más de una vez enuncié la conveniencia de que la Nación conservara la propiedad de algunos para el mejor provecho de las generaciones presentes y venideras, siguiendo el ejemplo de los Estados Unidos y de otras naciones que poseen soberbios parques naturales. Hoy la citada ley me permite hacerme dueño de paisajes que, en días ya lejanos me hicieron entrever la grandeza futura de tierras entonces ignoradas que nos eran disputadas, pero que su conocimiento ha hecho argentinas para siempre y me es grato apresurarme a contribuir a la realización de ideales nacidos durante el desempeño de mis tareas en aquel medio y desarrollados con la enseñanza de su observación. Vengo por eso, por la presente, invocando los términos de la ley a solicitar la ubicación de un área de tres leguas cuadradas en la región situada en el límite de los territorios del Neuquén y Río Negro, en el extremo oeste del Fjord principal del Lago Nahuel Huapi, con el fin de que sea conservada como parque natural y al efecto pido a V.E, que hecha esa ubicación se sirva aceptar la donación que hago en favor del país de esa área que comprende desde la Laguna de Los Cántaros inclusive, al norte, hasta el boquete de Barros Arana al sur, teniendo por límite occidental la línea fronteriza con Chile en los boquetes de Los Raulíes y Pérez Rosales y oriental las serranías al este de la Ensenada de Puerto Blest y de la Laguna Frías, y que contiene la reunión más interesante de bellezas naturales que he observado en Patagonia. Cada vez que he visitado esa región me he dicho que convertida en propiedad pública inalienable llegaría a ser pronto centro de grandes actividades intelectuales y sociales y, por lo tanto, excelente instrumento de progreso humano. Los fenómenos fisiconaturales que allí se observan empiezan a atraer a los estudiosos, que se entregarían cómodos a sus investigaciones fructíferas y los maravillosos escenarios de los lagos y torrentes, de las selvas gigantes, de la abrupta montaña, y del hielo eterno que se desarrollan en una situación geográfica trascendental desde que la cruza la vía más corta, Australia, Nueva Zelandia y la Europa, bañada por el Atlántico forman un conjunto único de circunstancias favorables a mi propósito presentes en ese hermoso pedazo de tierra andina; donde el Monte Tronador asocia en su cumbre a dos naciones, cuya unión, impuesta por la naturaleza, saludarán siempre las salvas del coloso. Chile posee tierras fiscales en la vecindad y quizá les diera este destino. Así en aquella magnificencia tranquila podrán encontrar sano y adecuado panorama los habitantes de ambos lados de los Andes, y contribuir, reunidos en comunidad de ideas durante el descanso y solaz, cada vez más necesarios en la vida activa del día, a resolver problemas que no llegarán a solucionar los documentos diplomáticos, y los visitantes del mundo entero, entremezclando intereses y sentimientos en aquella encrucijada internacional, beneficiaran más aún el progreso natural de la influencia que por sus condiciones geográficas corresponden a este extremo de América en el hemisferio austral. Al hacer esta donación emito el deseo de que la fisonomía actual del perímetro que abarca no sea alterada y que no se hagan más obras que aquellas que faciliten la vida para el visitante culto, cuya presencia en estos lugares será beneficiosa a las regiones incorporadas definitivamente a nuestra soberanía y cuyo rápido y meditado aprovechamiento debe contribuir tanto a la buena orientación de los destinos de la nacionalidad argentina.

Tengo el honor de saludar a V.E, con mi más alta consideración.

Francisco P. Moreno.

En: "Recuerdos de mi Abuelo Francisco Pascasio Moreno - El Perito Moreno" - Adela Moreno Terrero de Benítez - Buenos Aires - 1.989 - Págs., 140/141-

TEXTO 2: GUERRERO GONZÁLEZ, P. Y RAMOS MENDOZA, J. (2014). *INTRODUCCIÓN AL TURISMO*. MÉXICO D.F.: GRUPO EDITORIAL PATRIA. [CAPÍTULO 1: “PANORAMA HISTÓRICO” (PP. 6 A 20)].

Panorama Histórico



- La historia es la herramienta intelectual más poderosa que posee la humanidad, porque a lo largo del tiempo define a cada sociedad en particular, crea una identidad y diferencia. Estas diferencias prosperan en el intercambio.

Es evidente que el turismo ha contribuido a enriquecer el acervo cultural de las distintas regiones del mundo.

En el transcurso de la historia, el turismo se ha motivado obedeciendo a la época, por ejemplo, por movimientos migratorios, religión, guerra, comercio, moda, entre muchos otros.

Conocer el pasado beneficia, porque de no saberlo, conmina a la ignorancia, como acertadamente menciona el historiador Paul Preston: *“Quién no conoce su historia está condenado a repetir sus errores”*.

Explicar el presente del turismo, su importancia y cómo ha llegado a ser hasta hoy nos ayuda, sin lugar a dudas a valorarlo.

Se presenta un compendio de información de diversos autores en el tema, que sugieren algunos acontecimientos importantes en relación al turismo.

Se muestra para su estudio una línea del tiempo del turismo mundial y otra de México dividida por épocas y detallando una breve explicación de cada suceso.

Para su mejor comprensión las etapas del turismo mundial se han dividido en:

Edad Antigua	(3000 a.C. al 476 d.C.).
Edad Media	(477 d.C. al 1453).
Edad Moderna	(1454 al 1789).
Edad Contemporánea	(1790 al 3000).

Es importante añadir que la historia del mundo se entrelaza y hay periodos que comparten eventos; la razón consiste en el tiempo que puede tardar un mismo suceso en consolidarse. De cualquier forma se trató de fecharlos en forma correcta y cercana a fin de entender su consecución en la historia, — considerando por supuesto la información de los expertos —.

También se requiere hacer hincapié en dos situaciones:

- **Primera.** El contexto de historia universal planteada para este libro, es el de la Historia Occidental.
- **Segunda.** En el presente material no se realiza la cronología de la Historia entendida en sus parámetros universalmente aceptados. Sino que para su comprensión y conforme a la vasta información sobre la evolución histórica del turismo mundial, se decide subdividir el rubro de la Edad Contemporánea y además, otorgarle un nombre a esa subdivisión, quedando como a continuación se describe:

Edad Contemporánea	(1790 al 3000)
Revolución Industrial	1790 al 1949
Segunda mitad del Siglo xx	1950 al 1999
Siglo xxi	2000 al 3000

En el entendido anterior, se procede para su desarrollo.

Líneas del tiempo del turismo mundial



Grupo

Figura 1.3 Líneas del tiempo del turismo mundial. Elaboración propia

Edad Antigua 3000 a.C. al 476 d.C.



Figura 1.4 Edad antigua. Elaboración propia

No hay una connotación propiamente de turismo

- **Los sumerios.** Creación de la moneda y con ello se incrementa el comercio. Se desarrollan **incipientes viajes**.
- **Los griegos.** En la antigua Grecia, la gente hizo sus primeros **viajes con motivo** de asistir a los Juegos Olímpicos. Tanto los participantes y espectadores solicitaban alojamiento y servicio de alimentos.
- **Herodoto.** Padre de los escritores del turismo, describe viajes realizados en su época.
- **Imperio romano.** Los romanos visitaban templos y santuarios, asistían a festividades y concurrían a baños termales. Al inicio, los viajes se desarrollaban para el comercio militar, razones políticas o para la comunicación de mensajes desde el gobierno central hacia sus territorios. Después enviaron a sus arquitectos y artesanos a viajar para traer nuevos diseños y construir sus grandes palacios y tumbas. **Los romanos con riqueza viajaban a los balnearios de Grecia y Egipto, con propósitos ya de turismo.**
- **Bahías.** Se ubicaban villas vacacionales en las bahías que son los lugares considerados como **antecesores de los centros vacacionales de playa actuales.**
- **410 a.C., viajes por sabiduría.** Sócrates hablaba con sus discípulos sobre la necesidad de viajar para obtener conocimientos.

- **334 a.C., Efeso.** Gracias a la instalación de un gobierno democrático una multitud de turistas arriban a Efeso (lo que ahora es Turquía) con lo que se convirtió en un importante centro comercial y una de las ciudades más famosas del mundo antiguo.
- **476 d.C., caída del imperio romano.** Los bárbaros hacen que decaiga el imperio romano, las vialidades se destruyen, por ende; no permite el tránsito de los viajeros, viajar resulta peligroso porque los caminos estaban a merced de asaltantes. Los viajes disminuyeron hasta la Edad Media.

Edad Media 477 d.C. al 1453

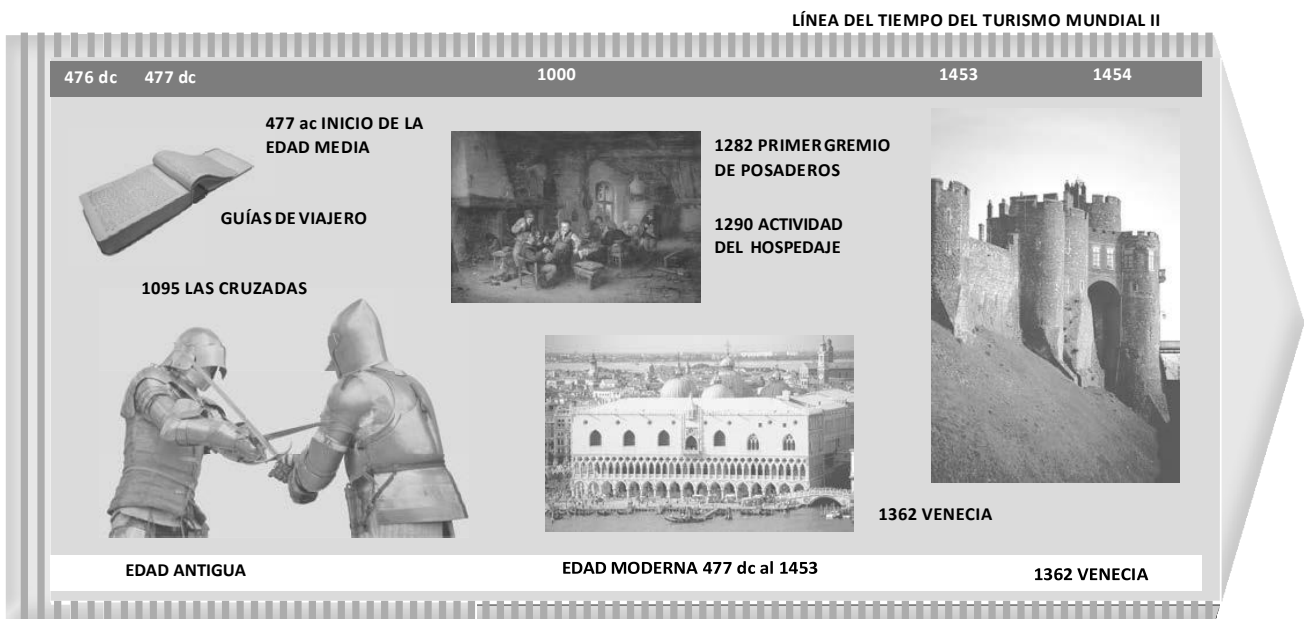


Figura 1.5 Edad Media. Elaboración propia.

En esta época surge el tipo de viaje de peregrinaciones religiosas

Ya habían existido este tipo de viajes pero no con tal magnitud, todo ello se debió a la extensión del cristianismo y el islamismo. Lo cual también llevó a crear mesones con diferentes formas de servicios y mapas para estos caminantes.

477, inicio de la Edad Media

El deseo de conquista motiva desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones. Al inicio de la Edad Media eran las personas las que comienzan **a viajar en grupos de peregrinaje por motivos religiosos** y quienes recorrían grandes distancias para visitar lugares como: Canterbury, Santiago de Compostela y Tierra Santa.

Guías de viajero

Se menciona también de la existencia de **guías de viajero** con información detallada de los lugares que se cruzarían y el tipo de hospedaje que encontrarían.

1095–1291, las Cruzadas

Las Cruzadas **contribuyeron a revitalizar** el comercio y por fortuna **los viajes**. Favorecieron el traslado de soldados, peregrinos y mercaderes que transitaban los caminos de la Europa medieval.

1282, primer gremio de posaderos

Los propietarios de las principales **posadas de Florencia**, fundaron el primer **Gremio de Posaderos**, para transformar el hospedaje en una actividad comercial. Hasta antes de ello, se había considerado como una acción de caridad. También **se les permitió importar y vender vinos**, en consecuencia ya se contaba con licencias de funcionamiento por periodos de tres años.

1290, actividad del hospedaje

Gracias al gremio de posaderos, la actividad del hospedaje se convirtió en un negocio productivo. Para este año, el gremio de hospedaje estaba ya formado por un total de 86 posadas.

1362, Venecia

Esta ciudad destacaba por los grandes atractivos turísticos que ofrecía al viajero. Era apreciada por su belleza, riqueza, organización de atractivos eventos y espectáculos, destinados a agasajar a los mercaderes con el fin de lograr su preferencia, a grado tal que **se creó un decreto del Senado de este sitio**, para destinar fondos a estas actividades turísticas.

Edad Moderna 1454 a 1789

Aparecen los **primeros alojamientos** con el nombre de **hotel** (palabra francesa que designaba los palacios urbanos). En aquel tiempo las grandes personalidades viajaban acompañadas de su comitiva en ocasiones muy numerosa, con lo que no era posible alojar a todos en el palacio, razón por la cual se crearon este tipo de alojamientos.

1492, embarcaciones realizadas a fines del siglo xv y principios del siglo xvi

Ésta fue una gran época para las expediciones marítimas españolas, británicas y portuguesas, ya que se despertó la curiosidad por conocer nuevos pueblos y lugares, lo que dio origen a **una nueva era en la historia de los viajes**.

1500–1850, bases del turismo moderno

En el siglo xvi, **se establecen las bases del turismo moderno** y se continúan hasta entrado el siglo xix.

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL III



Figura 1.6 Edad Moderna. Elaboración propia.

Con el crecimiento de Inglaterra el comercio dio lugar a la aparición de un nuevo tipo de turistas que viajaban para ampliar su experiencia y conocimiento.

1670, Grand Tour

A los aristócratas jóvenes cuando terminaban sus estudios, se les recomendaba viajar a Francia, Italia y Alemania para completar sus conocimientos y obtener experiencia personal. Éstos tenían una duración cercana a 2 o 3 años. Esto fue conocido como el **Grand Tour**, que se convirtió en necesidad para la formación de futuros administradores y dirigentes políticos.

De este vocablo **grand tour** se deriva la palabra turismo, y se comienzan a desarrollar centros vacacionales, por ejemplo, el de Bath en Inglaterra y Baden en Alemania, entre otros.

Entre los principales lugares visitados y las rutas utilizadas durante la realización del Grand Tour se encuentran particularmente con más afluencia las ciudades de: Florencia, Venecia, Génova, Bolonia, Roma y Nápoles.

Revolución Industrial 1750 a 1850

La Revolución Industrial en Europa creó la base para el turismo de masas. La gente que trabajaba en la agricultura se fue a las fábricas, por ende creció la riqueza, la educación de la clase media y el **aumento del tiempo libre lo que originó una demanda de actividades de turismo vacacional.**

Restaurante de A. Boulanger

En el año de 1765, un francés **A. Boulanger**, vendedor de caldos y sopas, las bautizó con el nombre de **restaurantes** porque reconfortaban. El restaurante llamado **Champs D'odiso**, cobraba precios suficientemente altos, lo que lo convirtió en un lugar exclusivo en el que las damas de la sociedad, acudían para mostrar su distinción.

Edad Contemporánea (1790 a 3000)

Revolución Industrial 1790 a 1949

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL III

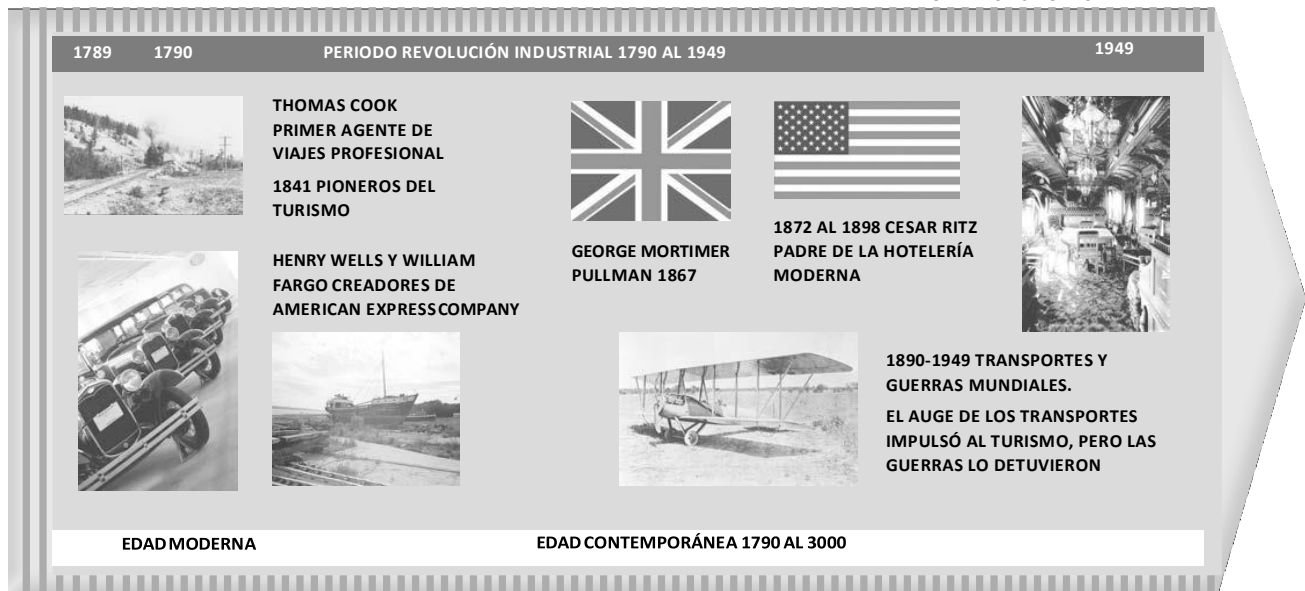


Figura 1.7 Edad Contemporánea. Periodo Revolución Industrial. Elaboración propia.

Debido a la Revolución Industrial, se alteran las formas de las comunidades, existen momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión. A lo largo de esta época surgen una serie de personajes que, por su actividad, se pueden considerar como los fundadores de esta nueva actividad.

Inglaterra ofrece por primera vez travesías transoceánicas

Dominando el mercado marítimo a mediados del siglo XIX, éste fue el mejor momento del transporte marítimo y de las compañías navieras, lo que aumentó las corrientes migratorias europeas hacia América.

Comienzan a surgir productos turísticos

Sin ser conocidos como tales, en aquella época **se iniciaba como el turismo de montaña o salud**, pues la gente iba a donde se construyen famosos sanatorios y clínicas privadas europeas. Es también la época de las playas frías (Costa azul, Canal de la Mancha, etc.).

1841, pioneros del turismo

En 1841 el inglés **Thomas Cook** crea el primer viaje organizado de la historia. A pesar de haber sido un fracaso económico se considera un rotundo éxito, porque sienta el precedente del paquete turístico; ya que se dio cuenta de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener con esta actividad; fundando así en 1851 la **primera Agencia de Viajes del mundo Thomas Cook and Son**. En 1867 inventa el bono o **voucher**, documento que permite su utilización en hoteles de ciertos servicios contratados y prepagados a través de una agencia de viajes.

Henry Wells y William Fargo

En EUA en 1859, **crearon la agencia de viajes American Express**, inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y después se convierte en una de las agencias más grandes y exitosas del mundo. Introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viaje, como por ejemplo el **travel-check** (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).

George Mortimer Pullman, 1867

Estadounidense, creador de la **Pullman Company**. Organiza los **grandes hoteles móviles (coche-cama)** que sobre rieles de acero, se hacen los viajes de 4 y 6 días por todo el territorio estadounidense. En 1867 presentó su **primer hotel sobre ruedas, el President**.

1872 a 1898 Cesar Ritz

Cesar Ritz se considera el padre de la hotelería moderna.

Desde joven ocupó diversos puestos en los hoteles más sobresalientes de entonces. Fue un revolucionario de la administración porque mejoró los servicios del hotel, creó la figura del sumiller o sommelier (experto en vinos que sugiere a los comensales el vino apropiado para la ocasión). Introdujo el cuarto de baño dentro de las habitaciones. Es quien convierte los hoteles decadentes, en los mejores de Europa. **Cesar Ritz inicia con la hotelería moderna** en el Grand Hotel Nacional de Lucerna, en Suiza.

Auguste Escoffier

Otro iniciador, **primer chef reconocido como tal**, trabajó junto a Cesar Ritz.

1890 a 1949, transportes y guerras mundiales

Los transportes eran ya motivo de turismo; pero tras finalizar la Primera Guerra Mundial comenzó la **fabricación en masa de autobuses y automóviles**. En esta época las playas y los ríos

se convierten en el centro del turismo en Europa comenzando a adquirir gran importancia el turismo de costa.

El **avión de hélice es sustituido por el de reacción**, utilizado por minorías en largas distancias, se va desarrollando lentamente, pero acaba imponiéndose posteriormente sobre las compañías navieras.

Segunda Guerra Mundial

Con la crisis económica mundial de 1929 se limita el desarrollo del turismo, hasta entrado 1932; pero la Segunda Guerra Mundial lo paraliza absolutamente y sus efectos se extienden hasta el año 1949; sin embargo, crea el impulso de mejoras en comunicaciones y transportes.

Hoteles Hilton

En 1943 fue el primero en ofrecer sus **hoteles con el concepto de costa a costa**. Y la **primera cadena hotelera internacional** fue también de Conrad Hilton, al inaugurar su hotel en San Juan, Puerto Rico en 1949.

El **turismo de elite** predominó en todo su esplendor hasta la década de 1950-59. Habiendo alcanzado el mundo mejores economías, dio paso al **turismo de masas** periodo que continua desde la década de 1960-69 hasta la de 1990-99. Teniéndose cubiertas las necesidades de turismo de todas las clases sociales, éste se dirige a un mercado segmentado donde ahora se produce una oferta de variedad y experiencias diversificadas conforme a las necesidades, gustos e intereses del visitante.

Edad Contemporánea (1790 a 3000)

Segunda mitad del siglo xx 1950 a 1999

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL IV



Esta época se caracteriza por el desarrollo, lo que es consecuencia del nuevo orden internacional, la estabilidad social y el desarrollo de la cultura del viaje en el mundo occidental.

Era de la estandarización del producto turístico

Los grandes agencias de viajes lanzan al mercado millones de paquetes turísticos idénticos. En la mayoría de los casos **se utiliza el vuelo charter**, (vuelos en los que se alquila un avión a una aerolínea con el fin de no ceñirse a los horarios de las rutas comerciales, o el alquiler de un avión con el fin de llevar a un grupo de personas en exclusiva); con lo que se atiende una mayor demanda, abarata el producto y lo populariza. Al inicio de este periodo que comienza en la década de 1950-59, había 25 millones de turistas, y al finalizar para 1973 había 190 millones.

1950 a 1979. *Boom* turístico

La razón por la que se le conociera de esa forma, fue por los cambios tan grandes en la sociedad; por ello, el turismo internacional crece más rápidamente de lo que lo había hecho en toda la historia. Se crean nuevas corrientes que a su vez originan nuevos estilos de vida y benefician al sector turismo, a partir de la década de 1950-59 se comienza a tener la base de la oferta turística.

Se creó más oferta de hoteles, restaurantes, agencias de viajes o líneas de transportación y muy diferentes sitios para vacacionar. Los destinos de playa son los más concurridos.

De 1970 a 1978, la crisis energética y la subsiguiente inflación, se resiente más en el transporte y da lugar a un nuevo periodo de crisis para la industria turística. Por ello se apuesta a una mejor oferta y demanda abaratando costos y precios; pero esto supone desafortunadamente una reducción de la calidad.

Clasificación formal de hoteles

En 1979, *Hotelleriesuisse* (*Swiss Hotel Association*), esta organización privada, presentó la **clasificación formal de los hoteles**, crea el primer y único sistema que es considerado internacionalmente como ejemplar en todo el mundo y ha sido repetidamente utilizado como base para el desarrollo de sistemas de clasificación personalizada (por ejemplo, Alemania, Austria).

En esta época se comienza a legislar sobre el sector turismo.

Benidorm

Durante el periodo de los años de 1970 a 1990 se observa el surgimiento de una serie de **centros turísticos**, algunos de ellos **muy planificados** como el caso de Benidorm, España y otros surgidos espontáneamente.

Cancún

México, por su parte, inicia la construcción de varios centros turísticos financiados por instituciones internacionales. Entre los más importantes en este periodo destacan Cancún, en las costas del llamado Caribe mexicano, el cual **se realizó con préstamos del Banco Interamericano de Desarrollo**, e Ixtapa, en la costa del Pacífico, cercano al puerto de Acapulco, con financiamiento otorgado por el **Banco Mundial**. Estos centros turísticos se inauguraron a mediados de la década de 1970-79.

Programa de viajero frecuente

A fines del 1979 y principios de 1980 nace el **primer programa moderno de Viajero frecuente o Cliente frecuente**, que es un signo de lealtad a la marca que se tiene como proveedor, a veces se otorgan estupendos descuentos o trato especial en los servicios ofertados. El primer programa de viajero frecuente moderno fue creado en **Texas Internacional Airlines** en 1979 y fue superado por sus recursos informáticos por sus competidores más grandes *Advantage* en mayo 1981.

En el periodo concretamente entre 1970 y 2000, **el turismo se consolida definitivamente** como un derecho adquirido por la sociedad.

La década de 1980-89 fue llamada los **años de auge en el turismo**, porque hubo un fuerte crecimiento del sector.

1980 a 1989 *baby-boomers*

Se crea el término de *baby-boomers* que define a las personas retiradas o con mayoría de edad y que tienen dinero disponible para gastar; estos viajeros se distinguen por la búsqueda de una variedad de viajes emocionantes, con opciones tales como las de aventura, ecoturismo o turismo de lujo, entre otros.

Tour operadores o agencias mayoristas

Hubo una importante expansión en el sector lo que condujo a la **internacionalización de empresas hoteleras y a la creación de tour operadores o agencias mayoristas (términos que se tratan en el capítulo de sistemas y estructuras de las empresas turísticas)**, lo que se convierte en un motor económico de muchos países.

Experiencias

El visitante cada vez más ansioso de tener **nuevas y mejores experiencias**, busca nuevos productos, servicios y destinos turísticos; lo que crea una fuerte competencia en el sector. Con ello se empiezan a aplicar **técnicas de marketing** (mercadotecnia).

Concorde

Nuevos y mejores aviones como el **Concorde** y trenes como el Túpolev, existen en el mercado y **se consolidan los vuelos charter**.

Escuelas

Se instituyen muchas **escuelas** que se especializan en el área turística, a nivel mundial.

Acontecimientos sociales mundiales muy importantes como por ejemplo: la caída del Muro de Berlín en Alemania en 1989, dieron paso a la apertura de países como Rusia y la República Checa para convertirse en nuevos destinos turísticos, tanto para vacacionistas como para turismo de negocios. Cada país comienza a ofertar mayores sitios al turismo mundial.

1990 a 1999. Tecnología sofisticada

Es la etapa de madurez del sector que continúa en desarrollo pero en forma más moderada y planeada. **Se mejora la calidad, hay una diversificación en el producto turístico.**

El turismo ya se considera **como parte fundamental de la agenda política** de muchos países, con lo que se genera mejor promoción, planeación y comercialización del ramo turístico.

Turismo sustentable

Nace el **turismo sustentable** que son todas aquellas actividades turísticas respetuosas y participativas con el medio ecológico, cultural, social y con los valores de una comunidad, que permiten disfrutar de un positivo intercambio de experiencias y necesidades entre residentes y visitantes.

La industria de la aviación se enfrenta a los altos costos operativos incluyendo salarios, publicidad, diesel, los derechos de aeropuertos, entre otros.

Escuelas especializadas

Comienza a existir una **profesionalización del turismo** porque las escuelas se tornan más especializadas y calificadas, asimismo la industria turística se preocupa con mucho más ahínco por la capacitación de sus empleados.

Compartiendo información

Los agentes de viajes ya pueden reservar todo tipo de servicios, hoteles, entradas a espectáculos, cruceros, etc., desde la comodidad de su oficina a través de equipos de cómputo y telefonía móvil que permiten comunicarse con centrales de reservaciones internacionales.

Además se vuelven más especialistas en sus servicios; ya que proporcionan un valor agregado cuando se reserva a través de ellas, debido a que ofrecen la coordinación total del viaje y otorgan a sus clientes los llamados ascensos, grandes experiencias, servicios de trato especial, reservaciones especiales en algún lugar deseado: como **persona muy importante** (VIP, *Very Important Person*), u obsequiando algunas amenidades o beneficios (*amenities*), etc., porque aprovechan las fuertes relaciones de negocios que tienen con sus proveedores, quienes en muchas ocasiones son los que regalan o promocionan este tipo de preferencias para el cliente y que la agencia aprovecha para generar captación de mercado.

Quioscos

Se crean los **quioscos de servicios en los aeropuertos**, que venden alojamiento en hoteles, recorridos turísticos, servicios de autos, entretenimiento, por mencionar algunos.

Edad Contemporánea (1790 a 3000)

Siglo XXI 2000 a 3000

El sector turismo en general marcha hacia una tecnología más sofisticada y con un amplio sentido de conciencia ecológica, asimismo existe una oferta de servicios y productos más especializados y detallados, que atiendan un mercado demandante de vivencias y experiencias.

LÍNEA DEL TIEMPO DEL TURISMO MUNDIAL V



Figura 1.9 Edad Contemporánea. Periodo Siglo XXI. Elaboración propia.

2000 a 3000, venta de viajes increíbles

Gracias a personas como **Sir Richard Branson**, magnate de negocios inglés, se puede tener la posibilidad de hacer **impactantes vuelos espaciales** suborbitales que abandonan la atmósfera terrestre, que se realizan a más de 100 kilómetros de altura de la Tierra, lo que se considera la frontera del espacio. Y también gracias a compañías prósperas y respetadas en el segmento de viajes en todo el mundo se pueden realizar viajes con experiencias únicas e inimaginables.

OMT

El rápido crecimiento del turismo internacional se refleja en el **incremento de los miembros en la Organización Mundial de Turismo**.

Experiencias

Existe una fascinación por el turismo como nunca antes, porque los visitantes se asombran ante las maravillas naturales, ciudades, monumentos históricos, lugares de entretenimiento y desean contar con verdaderas **experiencias turísticas** al ir y conocer esos sitios.

Aviones pequeños o de bajo costo

La **industria aérea** crea competencia al introducir nuevos nichos de mercado de bajo costo.

Sucesos negativos

Los eventos terroristas, guerras en países, pandemias e intensos problemas financieros como la crisis de 2008 hace que el turismo disminuya; pero lo importante es que **aumente la conciencia en la planeación de los viajes.**

Conciencia ecológica

Existe más **conciencia ecológica** por parte de los gobiernos y desarrolladores de infraestructura y servicios turísticos, porque cuando se construye (en cualesquiera que sea la forma) respetando el entorno natural y reservas ecológicas, gana todo mundo.

En construcciones, materiales, *amenities* (amenidades, regalos en miniatura) y artículos turísticos, ya se empiezan a usar reciclables, biodegradables, filtros solares o de agua y energía limpia; esto ayuda al cuidado de los recursos no renovables, a que no se afecte la capa de ozono y se creen efectos invernadero o cambios climáticos no deseados o lo que es peor la extinción de cualquier forma de vida animal o vegetal, todo pensado en pro del ambiente y la ecología global.

Se crean un sinnúmero de organismos internacionales y nacionales que ayudan al desarrollo y beneficio del turismo.

Boleto electrónico

En 2007 se introduce el **boleto electrónico**, el cual se imprime desde cualquier equipo de cómputo o vía telefónica, evitando la preocupación del pasajero por haber perdido o no llegar con su boleto en mano; lo que trae beneficios a la oferta turística; porque se reduce la cantidad de papeleo y el costo de los boletos.

Era de la informática de alta velocidad

Satélites, computadoras, comunicación a distancia, celulares, fax, televisión de cable, videocomunicación, llaves magnéticas o sensores, Internet y la multimedia: Discos compactos, discos láser, DVD (texto, audio, video, gráficos, realidad virtual, mapas, pizarras digitales) incluso con el uso del dinero digital, son las herramientas de información, que actualmente permiten estar plenamente enterados de todo lo que sucede en el acontecer de cualquier ámbito y además ayudan a la labor diaria en la operación de una empresa.

Aunque existen algunos países que no disponen ni de la tecnología más básica, la mayoría se ha introducido en estas áreas y crece en forma significativa.

La industria turística crea mayor contacto con los consumidores a través **de sitios Web y con el acopio de multimedia**, lo que facilita la tarea de proveer información inmediata de sus servicios y con ello la reserva directa con sus clientes.

Tren bala japonés

También el uso de la tecnología como herramienta de cambio ayuda en el sector como por ejemplo en 2011, **el tren bala japonés hayabusa** que en español quiere decir *peregrino*, alcanza los 300 km por hora en 6 minutos.

Hoteles y complejos en Dubai

Aunque existen otros lugares y empresas de turismo importantes en el sentido de implementación de tecnología para el servicio del huésped; **Dubai** se ha caracterizado a últimas fechas en construir los complejos, islas artificiales y hoteles con la más avanzada tecnología. Ejemplo: el Hotel *Helix*, con tecnología verde para ahorrar energía, con habitaciones con temperatura y humedad reguladas por una cascada interior. O el complejo de islas artificiales *The World*. Que serán vendidas para cualquier tipo de servicio turístico: hoteles, centros comerciales, restaurantes, campos de golf, apartamentos, parques de atracciones o para los más afortunados, una mansión en su isla privada.

Primer naviera mexicana

El 16 de Febrero de 2011, **Ocean Star Cruises** establece en México una experiencia innovadora llena de glamour, calidad y entretenimiento, características que competen a las navieras de cruceros. Esta compañía mexicana representa una propuesta incomparable al satisfacer los gustos y aspiraciones, costumbres y necesidades recreativas del **público mexicano**, ofreciendo un servicio exclusivo de clase mundial. Su ruta inicial toca los puertos del Pacífico Mexicano más atractivos a nivel internacional: Acapulco, Ixtapa, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas y Chiapas.

Mercadotecnia turística

Se usa en forma común la **mercadotecnia turística**, como un instrumento base para las ventas y promociones hacia los visitantes.

Es una de las plataformas más importantes de esta industria.

Turismo de negocios

En una economía cada vez más globalizada, los viajes de negocios se han convertido, además de los viajes de ocio y descanso; en un punto de apoyo importante y muy lucrativo para la industria turística. Se empieza a fomentar el **comportamiento cíclico del visitante** hacia los destinos turísticos en esta actividad.

Mercados de turismo

Se crean **ferias y mercados internacionales** de turismo para el comercio global, que son un impulso a las oportunidades de venta.

Donde ya se hablan de miles de visitantes especialistas en el ramo (expositores y compradores) y público en general, al igual que miles de expositores (vendedores) de diferentes países. En estas ferias se hallan representados tour-operadores, sistemas de reserva, destinos de viaje, aerolíneas, hoteles e incluso empresas de autos de alquiler.

Donde se ha transformado en un punto de encuentro de expertos, en el que también se debaten sobre temas educativos claves, exposiciones sobre los últimos productos, se cierran negocios satisfactorios y se firman convenios comerciales millonarios para el sector del turismo global. **Aquí es donde ahora la oferta y la demanda tienen un lugar correcto.**