

El Origen

La tercera fuerza. El turismo fue así denominado por un ministro italiano, quien observó claramente en la primera década del siglo el efecto productor de riqueza de este fenómeno. Por ello uno de los fenómenos sociales más significativos de nuestro tiempo es el turismo. Desde mediados del siglo XX este movimiento ha ido adquiriendo un volumen de colosales proporciones, y hoy no es dable ignorar ni su importancia ni sus problemas. Millones de personas se desplazan de los lugares de residencia, influyendo en modas y modos y dejando una alfombra de divisas a su paso.

En la raíz de esta evolución surgen como causas la industrialización progresiva, las aglomeraciones urbanas con su vida artificial, las condiciones de trabajo y la angustia sociológica del vivir cotidiano. Por ello el Turismo salta a las costumbres modernas como un deseo de evasión, y para convertirse en acto ha necesitado dos factores determinantes: la facilidad en las comunicaciones y la conquista social de un nivel de vida más elevado. La conquista paulatina de las vacaciones retribuidas ha permitido a las clases medias engrosar las corrientes turísticas.

Industria del Turismo

Muchos gobiernos han señalado a la industria del turismo como una forma efectiva de estimular una economía estancada. En muchos países el turismo es la principal industria (y en algunos casos la única); sin él la economía local se vendría abajo. Muchas islas en el Caribe y el Pacífico Sur han recurrido al turismo como el único medio realista de sacar de la pobreza a sus sociedades. Además de crear una afluencia de dólares provenientes del turismo, esta industria también les proporciona empleo a los ciudadanos locales e ingresos de impuestos a sus gobiernos.

"Exportar al interior", el turismo aporta todas las ventajas de las exportaciones y a la vez supera muchas de sus desventajas, pues correspondiendo incluirlo como una exportación en la balanza comercial, es, no obstante un valor que no sale del interior del país.

Los saneados beneficios del turismo alcanzan a todos los sectores; unos directamente: compañías aéreas, navegación, ferrocarriles, salas de fiesta, etc., e indirectamente a todos los demás por la estrecha relación que guardan entre sí los infinitos eslabones de la cadena económica.

Pahr, señala que "por la amplitud de los servicios que exige, por las actividades y bienes que origina, por el número de empleos que crea y por las repercusiones y efectos que genera en otros sectores de actividad, el turismo ha llegado a ser un factor importante para el desarrollo de las economías nacionales. Y más allá de toda noción de rentabilidad desde el punto de vista económico y social, el turismo contribuye también al desarrollo cultural y a la comprensión".

Medios de Transporte

Sin duda uno de los elementos que ha influido en el crecimiento del turismo es el desarrollo de los transportes y entre ellos el de la aviación comercial. Las comunicaciones, la computación y la robótica serán factores decisivos en el rol futuro de las líneas aéreas comerciales. Nuevos métodos de comunicación, satelital esta vez, dejarán los viejos radares obsoletos en la próxima década.

Los viajes en jet convirtieron al turismo en una importante industria mundial. Ahora los viajes por avión son día a día más frecuentes, la rapidez, la puntualidad, la necesidad de un empleo óptimo del tiempo mueven al hombre de negocios a usar el avión, asimismo, el largo alcance de los vuelos, la posibilidad de acceder a lejanos pueblos, con cultura diferente mueven al turista en el mismo sentido. De allí que la industria aérea sea

un gigante poderoso hoy día y cada vez el público necesite acceder con mayor frecuencia a él.

Efectos de Turismo

Sin embargo, los efectos del turismo sobre los diferentes pueblos y sus culturas han demostrado ser tanto positivos como negativos.

En el aspecto positivo, el desarrollo del turismo ha salvado la brecha de los océanos y los kilómetros, fomentando la comprensión entre los pueblos de diferentes naciones y culturas. Nunca antes en la historia humana ha sido mayor la oportunidad de un contacto personal y un intercambio de culturas e ideas. Además de simplemente satisfacer la curiosidad, el turismo promueve la ilustración, la educación y la buena voluntad internacional.

En el aspecto negativo, el turismo ha afectado de una manera adversa a ciertas naciones en vías de desarrollo, ya que las ha expuesto en forma prematura a la tecnología y las ideas procedentes de otras culturas. En muchas regiones del Sudpacífico, África y el Caribe, la introducción del turismo ha afectado irreversiblemente la vida cotidiana (y no necesariamente para bien). En algunas culturas donde antaño el crimen era inexistente, el desarrollo demasiado rápido del turismo ha contribuido con un elevado índice de criminalidad.

En algunas áreas de veraneo, los líderes del gobierno desconfían de la forma en la cual el turismo podría afectar el carácter de sus pueblos. Temen convertirse en una "nación de sirvientes".

No obstante, el turismo es algo inevitable en el mundo moderno. Sus importantes beneficios económicos, educacionales y culturales superan con mucho las desventajas. Los viajeros de negocios, los turistas y los profesionales de viajes tienen una importante responsabilidad. Son embajadores personales de las ciudades, estados y países de donde provienen.

Turismo y Tecnología

En la actualidad, la computadora es una herramienta esencial en muchas actividades de la vida moderna y del trabajo, pero en ninguna actividad el impacto de la computación ha sido tan pronunciado que en la industria de viajes. El advenimiento de los sistemas de reservaciones por computadora ha transformado el trabajo profesional de viajes que pasó de simple consejero a especialista, el cual requiere un dominio diversificado de las habilidades en los terrenos de la mercadotecnia, las ventas y la computación.

El turismo es el responsable del nuevo estilo de vida que se propaga a otros países y se convierte en la expresión de una comunidad más amplia y comprensible en cada una de las partes por donde se extiende como nueva cultura.

Más de 400 millones de personas de todo el mundo viajan al extranjero cada año, y por lo menos seis veces la misma cifra hace un recorrido que dura cuatro noches o más, dentro de sus propios países. Los gastos directos en turismo internacional suman por lo menos 260 billones de dólares al cada año.

El turismo internacional se genera en su mayor parte dentro de las naciones de Europa, Canadá y Estados Unidos, como resultado de precios bajos, frecuencia de vuelos y grandes y relativamente ricas poblaciones. No obstante, en años recientes Japón ha sorprendido a algunos países europeos con la generación de turismo, provocando no sólo riqueza, sino el creciente deseo de su población de tomar vacaciones.

Turismo y Economía

"El turismo tiene gran importancia como actividad económica generadora de riqueza, hasta el punto de ser considerado por algunos autores como la segunda actividad mundial más importante después de la industria

del petróleo y sus sectores derivados."

"La afirmación anterior no parece estar muy lejos de la realidad si se toman en cuenta cifras de la WTTC (World Travel and Tourism Council) que estiman que el turismo tendrá una producción mundial de 7,1 trillones de dólares en el año 2006. Por otra parte, teniendo en cuenta que en 1996 el turismo representó el 10,7% del Producto Bruto Interior (PIB) mundial, empleó a 255 millones de personas en el mundo, supuso 766 billones de dólares en impuestos, puede deducirse que el turismo representa un claro beneficio económico para la economía en general."

"La industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo. En este sentido, el turismo se ha considerado generalmente como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida), en el que se genera renta, se favorece la creación de empleo se aportan divisas que ayudan a equilibrar la balanza de pagos, se aumentan los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial. Así, la actividad turística cobra una gran importancia en la economía debido a su elevada aportación a la generación de valor añadido bruto (VAB) en la región receptora."

"Efectivamente, los gastos de los turistas no sólo se limitan al pago del alquiler de una habitación en un hotel, sino que también destinan parte de renta disponible a una gran variedad de servicios y bienes de consumo tales como alimentos, transportes, entretenimientos, excursiones, actividades diversas, etc. Esto favorece, a su vez, un aumento de la demanda en la región o país receptor, que de otro modo no existiría."

"La corriente o flujo de divisas hacia el área de destino que produce el turismo no sólo constituye una importante fuente de ingresos para aquellas personas o empresas vinculadas directamente con la actividad turística, sino también beneficia al resto de sectores de la economía a través del denominado "efecto multiplicador". (OMT, Introducción al Turismo)

Al igual que otras industrias y actividades económicas el turismo afecta a la economía de los países. Los lugares de mayor demanda turística, "denominados destinos turísticos" muchas veces crean dependencia del turismo para mantener sus economías. Hoy en el mundo existen naciones cuyas economías son esencialmente dependientes del turismo. Los turistas que se desplazan llevan consigo el dinero, sacado de sus países de origen, y que gastan en los lugares que visitan. Esto genera que los países de los cuales son originarios pierdan dinero y que aquellos que pertenecen a las áreas de destino ganen.

"Los estudiantes de turismo deben comprender el efecto del flujo de turistas entre las zonas de generación y de destino, el cual se puede medir de cuatro diferentes maneras. Se debe examinar el efecto sobre el ingreso, el empleo, la balanza de pagos, en la inversión y el desarrollo."

"Respecto del ingreso este se genera por concepto de sueldos y salarios, intereses, rentas y utilidades. Estos ingresos serán mayores en las zonas que reciben grandes volúmenes de turistas, en aquellas en que los visitantes se quedan por más tiempo."

El turismo genera empleos en empresas como agencias de viajes, tour operadoras, en las empresas transportadoras (líneas aéreas). El mayor volumen de empleos esta en los países de destino con empleos que van desde la gerencia de un hotel, la reparación de caminos, la construcción de infraestructura (hoteles, restaurantes, cines, etc), hasta aquellos empleos que dicen relación con el montaje de excursiones, guiaje de grupos, etc.

En la balanza de pagos el turismo importa y exporta. Cuando un chileno viaja al exterior, los dineros pagados por los servicios recibidos en el país de destino son considerados una importación. Saca dinero de Chile para gastarlo en otro lugar. A la inversa los extranjeros que nos visitan son considerados una exportación ellos traen dinero a Chile.

Respecto de la inversión y desarrollo el turismo tiene mucho que decir, si un privado o un gobierno decide una determinada inversión en una región y dicho negocio resulta tener buenos beneficios, sin duda, atraerá a otros y otros inversionistas. Lo que generará en definitiva el desarrollo de la zona en cuestión.

Conceptos de turismo y turista

"Debido a la relativa juventud del turismo como actividad socioeconómica generalizada y a su complejo carácter multidisciplinario (el turismo engloba una gran variedad de sectores económicos y de disciplinas académicas), hay una ausencia de definiciones conceptuales claras que delimiten la actividad turística y la distinguan de otros sectores."

"En efecto, existen un amplio debate académico sobre qué es exactamente el turismo, qué elementos lo componen y quién debe ser considerado turista, lo que ha originado multitud de definiciones, cada una de ellas subrayando aspectos distintos de la misma actividad. En este sentido, cabe afirmar que no existe definición correcta o incorrecta, ya que todas contribuyen de alguna manera a profundizar en el entendimiento del turismo." (OMT, Introducción al Turismo)

Cuando una persona determinada decide viajar, se pone en marcha la gran maquinaria del turismo, líneas aéreas, agencias de viajes, aeropuertos, se ponen al servicio del viajero. Pero, ¿Qué es esto del turismo? ¿Cuál es su significado? ¿Qué entendemos por turismo?

Conceptos actuales de turismo

En sus principios históricos, y en el concepto simple y vulgar de la palabra, se ha entendido siempre que Turismo es solamente "viaje por placer". Aún hoy día mucha gente lo estima de esta manera y no comprende que se sumen en sus estadísticas otros viajes de motivación distinta a la enunciada. Para ellos, los técnicos de Turismo y otras personas interesadas se han confabulado, con designios más o menos oscuros, para apoderarse de la totalidad de los viajes que mueven a la Humanidad. Un comerciante que visita una feria extranjera, un enfermo que acude a un balneario, un creyente que peregrina a un santuario, un técnico que interviene en un congreso no son "turistas", según esta opinión restringida y antigua. Y, sin embargo, hay motivos más que suficiente para admitir la tesis opuesta y aceptar plenamente la multivalente cara del turismo.

Algunas definiciones

"El concepto de turismo puede ser estudiado, desde diversas perspectivas y disciplinas, dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo forman. Como ya se ha mencionado anteriormente, existe todavía un debate abierto para intentar llegar a un concepto unívoco y estándar del turismo que quede reflejado en una definición universal."

El turismo como materia de investigación universitaria, comienza a interesar en el período comprendido entre las dos grandes guerras mundiales de este siglo (1919 ÷ 1938). Durante este período, economistas europeos comienzan a publicar los primeros trabajos, destacando la llamada escuela berlinesa con autores como Bormann.

1.- Hunziker y Krapf, profesores de la universidad de Berna, en 1942 definieron el concepto del siguiente modo: "Turismo es la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada."

Obviamente, esta definición lanzada en plena guerra mundial y como anticipo de lo que sería el posterior turismo de masas es demasiado amplia y poco esclarecedora, ya que introduce muchos conceptos indeterminados que debieran ser previamente definidos. Así, la palabra "fenómenos" a ¿Qué se refiere? ¿Puede considerarse fenómeno turístico el extravío de maletas en un aeropuerto? Por otra parte, dicha

definición permite considerar como turistas a quien tuviera que hacer desplazamientos para una visita con fines terapéuticos, por ejemplo.

2.- Posteriormente se definió como turismo "los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos". (Burkart y Medlik, 1981)

En esta definición, conceptos tales como "desplazamiento fuera del lugar de residencia y de trabajo" introduce positivamente la connotación de viaje y vacaciones/ocio por contraposición a "residencia" y "trabajo", pero al mismo tiempo, deja fuera conceptos modernos de turismo como son los viajes por motivos de negocio, con o sin complementos lúdicos o las vacaciones en segundas residencias. Es también criticable, la vaguedad del término "desplazamiento corto".

3.- Matheson y Wall (1982), por su parte, utilizaron una definición muy similar a la anterior aunque con algunas modificaciones: "El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas". Además introducen dos innovaciones importantes: por una parte, recogen la perspectiva de la oferta cuando mencionan las "facilidades creadas"; por otra, introducen en la definición el fundamento de toda actividad turística: la satisfacción de las necesidades de los turistas/clientes.

4.- La OMT ha dado la siguiente definición del turismo: "El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias a lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros."

Se trata de una definición amplia y flexible, que concretiza las características más importantes del turismo. Éstas son:

- * Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, "ocio, negocio, otros".
- * Acotación temporal del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos (tres meses- o con la periodificación prevista por algunas legislaciones para la delimitación de lo que se considera residencia habitual (seis meses-).
- * Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el período de la estancia.
- * Localización de la actividad turística como la actividad realizada "fuera de su entorno habitual".

Respecto de esta última característica y en un intento por precisar qué se entiende por entorno habitual, la OMT (1995) establece: "El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos que visita frecuentemente."

De todas las definiciones anteriormente expuestas cabe destacar la importancia de los siguientes elementos que son comunes a todas ellas, no obstante las peculiaridades propias de las mismas:

- * Existe un movimiento físico de los turistas que, por definición, son quienes se desplazan fuera de su lugar de residencia.
- * La estancia en el destino ha de ser durante un período determinado de tiempo, no permanente
- * El turismo comprende tanto el viaje hacia el destino como las actividades realizadas durante la estancia.

* Cualquiera que sea la motivación para viajar, el turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas.

5.- En el Congreso Internacional de Sociología celebrado en México en 1965 se le definió así: "Conjunto de interacciones humanas, como transporte, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones". O como la suma de relaciones y prestaciones que derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados de una manera temporal y por razones diferentes tanto de los negocios como de las consideraciones profesionales.

¿Qué es el turismo?

Turismo es, por un lado conjunto de turistas, que cada vez son más numerosos; por el otro, son los fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viajes, transportes, espectáculos, guías-intérpretes, etc. que el núcleo debe habilitar para atender a las corrientes turísticas que lo invaden –y que no promovería si no las recibiese –. Turismo son las organizaciones privadas o públicas que surgen para fomentar la infraestructura y la expansión del núcleo; las campañas de propaganda que hay que planear, ejecutar y difundir; la creación de Oficinas de Información, la creación de escuelas para la enseñanza del Turismo; el estudio del Turismo para deducir las líneas generales de la política a seguir; la promoción del Turismo social.

También es Turismo los efectos negativos o positivos que se producen en las poblaciones receptoras – económicos, sociales, religiosos, etc. – por el contagio de los extranjeros y entre estos últimos; y el que a su vez se produce por el de estas poblaciones con las próximas, aunque estas últimas no reciban turistas – una especie de efecto multiplicador moral o cultural –, y para terminar esta lista, no limitativa, Turismo es también, por paradoja, el efecto que se produce en el núcleo receptor cuando se corta la afluencia turística.

II.- Concepto de turista

¿Quiénes son turistas? ¿Por qué se les define de ese modo? ¿Qué características posee este grupo de personas?

* Definición General de Turista

"Son todos aquellos que se desplazan fuera de su domicilio habitual con intención de regresar."

Definición de Turista según la OMT

"Visitante temporal que permanece al menos veinticuatro horas en el país que visita; las finalidades de sus viajes pueden clasificarse del modo siguiente:

a) Placer, distracción, vacaciones, salud, instrucción, religión y deporte.

b) Negocios, familia, misiones y reuniones".

* Definición de SERNATUR

"Turista: Visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado".

* Definición de CICATUR

De acuerdo con los Congresos Interamericanos de Turismo "el concepto de turista predominante en los Estados Americanos se refiere a la persona que permanece en lugar distinto de su residencia habitual o se ausenta temporalmente de ésta por más de veinticuatro horas, y que invierte en sus gastos recursos que no provienen del lugar visitado. La duración de la estada, aunque no es igual en todas partes, tiende a fijarse en seis meses".

De acuerdo con la Ley Federal de Fomento al Turismo de México, expedida el 29 de diciembre de 1973, Turista es: "la persona que viaja fuera de su domicilio, con el propósito preponderante de esparcimiento, salud, descanso o cualquier otro similar".

"En sentido económico se considera turista la persona que por motivos de viaje realiza consumos en un lugar diferente de aquel en donde reside habitualmente y obtiene sus rentas de capital o trabajo."

* Se consideran como turistas las personas:

1. Que efectúen viaje de placer o por razones de familia, salud, etc.
2. Que acudan a una reunión o en calidad de servicio (científicos, administrativos, diplomáticos, religiosos, deportistas, etc.)
3. Que viajen por negocios.
4. Los visitantes de los cruceros marítimos, incluso cuando la duración de su estancia es inferior a veinticuatro horas.

* No serán considerados como turistas:

1. Las personas que lleguen provistas de contrato de trabajo para ocupar un empleo en el país o para ejercer una actividad profesional
2. Personas que vengan a fijar su residencia en el país.
3. Los estudiantes y jóvenes alojados en pensionados o escuelas.
4. Los fronterizos y personas domiciliados en un país y que tienen su trabajo en otro.
- 5) Los viajeros en tránsito sin parada en el país, incluso cuando la travesía del mismo les lleve más de 24 horas.

Elementos básicos para que los desplazamientos sean calificados de turísticos

El turismo es un fenómeno de nuestra era, lo que es fácil de comprobar si se analizan las características y la manera de actuar de los individuos de siglos pasados. Mientras las personas en épocas anteriores se comportaban como seres sedentarios, hoy día se desplazan en todas las direcciones. Cuando estos viajes reúnen determinados elementos y factores se puede hablar de desplazamientos turísticos.

Identificar las características fundamentales que deben reunir los viajes turísticos

Dos elementos importantes que deben reunir los desplazamientos turísticos son: Viaje y Estadía. Sin estos elementos no puede haber Turismo. El viaje implica un desplazamiento que debe ser realizado por una persona hacia un lugar distinto del de su residencia habitual. No obstante, las personas deben seguir desarrollando funciones vitales tales como el descanso y la alimentación. Es en la estadía donde se originan

una serie de servicios que permiten satisfacer algunas de estas funciones vitales de los turistas. Ej. : Hoteles, restaurantes, etc.

Características de los viajes turísticos

Existen innumerables ejemplos de viajes realizados por el hombre en tiempos pretéritos, pero sólo son considerados como precursores del turismo aquellos que reúnen tres factores: libertad, voluntad y pacifismo. Esto significa por ejemplo, que los viajes forzados, la esclavitud y las guerras no son antecedentes válidos pues no eran efectuados por hombres libres, de acuerdo a sus deseos y con fines esencialmente pacíficos.

La actividad turística en la Antigüedad

Historia del turismo mundial

La historia desempeña un rol importante en cualquier actividad. El Turismo durante su existencia también tiene hechos que lo han determinado. A través de los siglos las características de los viajes han variado considerablemente.

Mucho antes de que los seres humanos pudieran viajar por carreteras navegar en barcos y remontarse a las alturas en aviones, el único método práctico de transporte del que disponían eran sus propias piernas. Los primeros humanos eran cazadores impulsados a viajar por la necesidad de cazar para comer.

Los primeros vehículos utilizados por el hombre fueron los animales, hay antecedentes que alrededor del año 3.500 a. de C. los egipcios utilizaban burros para el transporte de carga. El uso de las bestias como medio de transporte fue, obviamente un paso hacia delante, pero la invención de la rueda fue, sin duda, el acontecimiento más importante en la evolución de la humanidad.

Edad antigua

Época comprendida entre la aparición del hombre en la tierra y el siglo V d. de C.

Las antiguas maravillas del mundo constituyeron los primeros atractivos para el turismo y fueron éstos los primeros destinos visitados por el hombre. En el año 164 a. de C., el historiador Filón de Biblos describió las Siete Maravillas del Mundo. Las Pirámides de Egipto, los Jardines Colgantes de Babilonia, la estatua de Júpiter en Olimpia, el templo de Diana en Efeso, el mausoleo de Halicarnaso, el coloso de Rodas, y el Faro de Alejandría.

El turismo en el imperio romano.

Los romanos dieron unidad política al mundo antiguo en virtud de que, después de conquistar la Península Itálica, expandieron su imperio hasta las tierras que rodeaban el Mediterráneo. Cabe señalar que los viajes durante el imperio romano estuvieron vinculados a los caminos, razón por la cual durante el siglo IV a. de C., el emperador Apio Claudio que gobernaba la Italia Central, consciente de la necesidad de caminos para que los hombres transitaran, hizo construir la Vía Apia, la cual constituyó el primer camino romano.

Posteriormente, la red de caminos se extendió hasta el sur de Italia; de aquí la expresión: "Todos los caminos conducen a Roma"; obviamente estos desplazamientos humanos desde su lugar de origen hacia otras tierras incluían, asimismo, los viajes de placer. Los romanos viajaban tanto dentro de la Península como a Egipto y a Grecia. Acudían a baños, santuarios y playas de descanso, como se hace patente en las excavaciones de Herculano y Pompeya, sepultadas por siglos bajo la lava y cenizas del volcán Vesubio. No obstante, Pompeya fue redescubierta en 1784, por accidente, aunque no se realizaron excavaciones sistemáticas sino hasta 1808, bajo la supervisión del gobierno italiano y del célebre arqueólogo Murat. Este hallazgo sacó a la luz un

cúmulo de aspectos, muchos de ellos vinculados al movimiento turístico de esa época, ya que se descubrieron tabernas, figones y fondas intactas, a las que acudían los turistas romanos. Pompeya gozó de gran popularidad como centro recreativo de lujo entre la privilegiada sociedad romana, sin embargo, la violenta erupción del Vesubio ocurrida en el 79 a. de C. interrumpió el flujo de turistas.

Los turistas romanos buscaban asimismo sitios históricos y religiosos, razón por la cual viajaban a Egipto para contemplar las pirámides, la Esfinge y el Valle de los Reyes, o bien a Grecia para admirar los templos griegos y sitios de interés, como la morada de Alejandro Magno, el sitio en que había vivido Sòcrates y la tumba de Aquiles.

Posteriormente surgió el cristianismo, el cual después de ser propagado en Asia Menor, llegó a Roma con San Pedro, quien luego de predicar y enseñar el Evangelio, fue martirizado por el emperador romano Nerón, alrededor del año 65 d. de C.

En un principio, el cristianismo atrajo graves tribulaciones para sus seguidores, pues fueron perseguidos durante largo tiempo. En el año 313 d. de C., el emperador Constantino otorgó tolerancia absoluta a los cristianos, convirtiéndose así en el gran protector de la Iglesia.

Entre los datos más remotos de la antigüedad clásica, destaca la figura de Herodoto, quien viajó por el mundo conocido de la época, observando y relatando todo aquello que veía. Este incansable viajero nació en Halicarnaso en el año 484 A. de C. Esta población era una colonia griega del Asia Menor, dependiente del reino de los persas. Recopiló por doquier copiosa documentación, con la cual elaboró sus "Historias", escritas en dialecto jónico; esta obra constituye un invaluable tesoro de información geográfica que encanta al lector por la insinuante dulzura, simplicidad y gracia de una lengua casi poética (Herodoto es considerado el padre de la historia).

La actividad turística en la Edad Media

La Edad Media

Periodo comprendido entre los siglos V y XV de la Era Cristiana. Se inicia con la caída del Imperio Romano y termina con una serie de hechos trascendentales, entre los que se cuenta el descubrimiento de América. La época se caracterizó por el caos producido al desaparecer el Imperio Romano.

La expansión del cristianismo el cual después de ser propagado en Asia Menor, llegó a Roma con San Pedro, quien luego de predicar y enseñar el Evangelio, fue martirizado por el emperador romano Nerón, alrededor del año 65 d. de C.

En un principio, el cristianismo atrajo graves tribulaciones para sus seguidores, pues fueron perseguidos durante largo tiempo. En el año 313 d. de C., el emperador Constantino otorgó tolerancia absoluta a los cristianos, convirtiéndose así en el gran protector de la Iglesia.

Durante la Edad Media los desplazamientos se hicieron inseguros y en muchos casos peligrosos. Los mercaderes y peregrinos fueron los viajeros más comunes de este período.

Las Peregrinaciones

Las peregrinaciones tomaron auge con el desarrollo de la Cristiandad Occidental, y pusieron en acción a millares de individuos, tanto en el plano nacional como internacional. Se hicieron muy frecuentes las visitas a los Santos Lugares y a Roma.

El cristianismo trajo consigo nuevos preceptos de amor al prójimo, propiciando que los moradores de muchos

lugares del mundo dieran un mejor trato al peregrino, convirtiéndolo en huésped distinguido al darle posada. Debido a que la sociedad cristiana nació donde convergían dos mundos, el oriental y el occidental, el cristianismo se expandió rápidamente.

El turismo religioso tuvo gran auge a partir de esa época, al instituirse los Jubileos de Roma, ya que atrajeron a múltiples peregrinaciones provenientes de todo el mundo cristiano de aquella época, para visitar el sepulcro de San Pedro; estas peregrinaciones dieron origen a los vocablos "romería" que significa viaje o peregrinación, y "romero", o peregrino que participa en la romería.

La ciudad de Santiago de Compostela, por ejemplo, en el norte de España, era visitada por miles de peregrinos, los que para poder llegar a ella debían realizar el viaje por etapas. La iglesia, los soberanos, los señores feudales y las municipalidades apoyaban estos desplazamientos. Los conventos y las parroquias tenían "hospicios" donde los peregrinos estaban seguros de encontrar sin tener que pagar, techo y comida. Debido a estas facilidades, los viajes no fueron patrimonio exclusivo de las clases poderosas.

Las Cruzadas

No obstante lo anterior, a principios del siglo VII y todavía en la época feudal, apareció en Arabia el Islam (vocablo que significa sumisión), con su fundador Mahoma como el más grande de todos los emisarios de Alá.

La Edad Media es el período en el cual se expandieron considerablemente tanto el cristianismo como el Islam; en consecuencia, el conflicto entre esas dos religiones trajo consigo el inevitable enfrentamiento conocido como las Cruzadas o Guerras Santas, las cuales consistieron en expediciones medievales de carácter religioso-militar, emprendidas por los pueblos occidentales de Europa para rescatar del poder de los turcos los santos lugares: Belén, Jerusalén y Nazaret.

Después de que los Cruzados recuperaron los santos lugares, se fundó en el año de 1137 la orden de San Juan de Jerusalén en esa misma ciudad. La orden estaba integrada por un grupo de caballeros hospitalarios cuya finalidad era brindar protección a los peregrinos y defender los santos lugares, motivo por el cual se fundaron algunos hospitales (raíz latina que significa huésped), los cuales se multiplicaron posteriormente en los pueblos occidentales de Europa.

Los Mercaderes

Adquirieron importancia las ferias adonde acudían los comerciantes para negociar sus productos. Como resultado se ampliaron las rutas terrestres y marítimas.

En lo comercial existió un gran interés por lograr grandes ganancias a través de largos viajes efectuados por los mercaderes para transportar productos raros y codiciados. Asimismo, diversos pueblos de la Antigüedad fundaron colonias donde sus mercaderes comerciaron con los habitantes de las cercanías. Por ejemplo: los griegos (Marsella, Cartagena, etc.); los fenicios (Cartago, Costas Occidentales de África, etc.). Estos intercambios se hicieron en todas las direcciones. Los mercaderes recorrieron en barco las costas conocidas y las caravanas seguían largas rutas terrestres a través de los continentes.

De esa misma época, conviene destacar la célebre figura de un incansable viajero veneciano, Marco Polo (1254-1323), por la importancia que tuvieron sus viajes al Oriente para el turismo.

La actividad turística en los Tiempos Modernos

Se extiende desde el siglo XV hasta la Revolución Francesa en el siglo XVIII. Se produjeron grandes cambios a partir del siglo XVI, motivados fundamentalmente por los descubrimientos geográficos. Las corrientes

comerciales adquirieron una importancia creciente y las grandes rutas terrestres se abandonaron. La navegación marítima se desarrolló e incorporó nuevos continentes a la cultura occidental.

Cristóbal Colón

"Después de Marco Polo, las tribus dispersas del mundo tenían tres motivos para viajar: comerciar, entablar guerras y mezclarse con nuevos pueblos. Decidido a encontrar otra ruta para llegar a Oriente, Cristóbal Colón, un navegante italiano, admirador de Marco Polo convenció a la corona española de que financiara un "breve" viaje para llegar a Japón. Colón subestimó la distancia en casi 13.000 kilómetros y no tenía idea de que un nuevo continente aparecería en su camino. En el año de 1492, después de 70 días en el mar, a pesar del buen tiempo y de una navegación sin tropiezos, la inquieta tripulación empezó a amotinarse. El mismo Colón llegó a creer que había navegado más allá de Japón."

"El día 12 de octubre del mismo año a las 2:00 a.m., un marinero llamado Rodrigo de Triana avistó un risco blanco iluminado por la pálida luz de la luna. Cuando al amanecer reveló la costa recién descubierta, Colón y su grupo de desembarco pusieron un pie en la isla de San Salvador, en las Bahamas. Creyó que había llegado a las Indias, el gran explorador nunca supo, incluso hasta el día de su muerte, que había descubierto un nuevo continente."

Otros navegantes

"La expedición de Colón convirtió los viajes transatlánticos en algo común. Los portugueses, españoles, franceses, holandeses e ingleses financiaron viajes de exploración y conquista. El italiano Américo Vesputio y los ingleses John Cabot y Sir Francis Drake navegaron hasta el Nuevo Mundo y más allá. La expedición del portugués Hernando de Magallanes fue la primera que circunnavegó el mundo a principios de 1520. La siguiente fase importante de las exploraciones ocurrió en el siglo XVIII, cuando James Cook navegó el Océano Pacífico de polo a polo. En el sur reclamó Nueva Zelanda y Australia para el Imperio Británico y sorprendió a los "nobles salvajes" de Tahiti con la aparición de su "gran canoa". En el norte exploró la costa de Alaska, desafiando los peligrosos estrechos salpicados de témpanos de hielo flotantes (icebergs), a menudo en medio de severas tormentas. A los 52 años de edad, Cook fue atacado por los nativos de Hawái, quienes le dieron muerte y desmembraron su cadáver, después hirvieron sus huesos, pues creyeron que era un dios."

Consecuencias de los descubrimientos

Como consecuencia de los descubrimientos se formaron poderosos estados e imperios coloniales y se arruinaron otras repúblicas mercantes del Mediterráneo. El antiguo comerciante itinerante fue reemplazado por las casas de comercio que vendían sus productos al por mayor.

Con el Renacimiento surgió un nuevo grupo de viajeros: personas que se desplazaron por su propio gusto, por curiosidad para instruirse. Las grandes ciudades, los lugares célebres por su pasado y por sus monumentos y las antiguas culturas atraeron a los visitantes de diversas naciones.

La Reforma y las guerras religiosas produjeron un cambio en lo referente a las peregrinaciones. Estas se debilitaron y disminuyeron las facilidades otorgadas anteriormente por la Iglesia.

Durante los siglos XVII y XVIII el número de viajeros aumentó considerablemente. Aparecieron las primeras "guías Turísticas", donde se señalaron los atractivos de los diversos lugares. En la década de 1670, arriban a Francia extranjeros provistos de una guía en la que se proporcionan elementos lingüísticos, descripción de rutas y sitios famosos, además de la vida nocturna de París. Asimismo, se sugieren itinerarios de tours.

La invención del ferrocarril en Alemania, en el siglo XVII, revolucionó tanto los viajes como el transporte. Los primeros ferrocarriles usaban vías de madera, y no fue sino hasta principios de 1800 cuando aparecieron

en Estado Unidos las primeras vías de acero.

A comienzos del siglo XVIII surgió la expresión en Inglaterra de "efectuar la gran vuelta", que señaló el recorrido por el continente europeo que debía realizar todo joven bien educado. Quienes hacían el viaje recibían el nombre de "Turistas".

A pesar de todo, los viajes de placer siguieron siendo limitados. Los desplazamientos eran muy largos, poco confortables, a veces peligrosos y lo más importante: caros. Solamente la gente con mucho dinero, perteneciente a clases privilegiadas, podían emprenderlo.

La actividad turística en la Edad Contemporánea

Antecedentes generale

Se desarrolló a partir del siglo XIX y se extiende hasta nuestros días. La construcción de nuevos caminos, la invención del barco a vapor, de las locomotoras y una relativa seguridad, fomentaron nuevamente los viajes a principios del siglo XIX.

El viaje al extranjero se convierte en elemento indispensable para la educación de la sociedad burguesa y para cualquier hombre que se considere culto. Muchos escritores románticos se inspiraron a través de estos desplazamientos y sus libros se convirtieron en obras maestras de la literatura mundial.

Sin embargo, uno de los principales acontecimientos en la historia del turismo se registra en el siglo XIX, y es la aplicación de vapor a los medios de transporte. Tanto el barco a vapor como el ferrocarril permitieron el desplazamiento de grandes cantidades de personas hacia distintos puntos del globo. Ambos aportaron mayor velocidad, capacidad y disminución de costos.

Pese a estos progresos, los viajes no se hacen masivos, pues aunque el transporte es más económico, las grandes masas no disponen del tiempo libre u ocio.

Al mismo tiempo, se ha producido un cambio en el sector económico, ya que ha surgido la industria como alternativa a la agricultura. Esto ha derivado en un aumento de la población en las ciudades, fenómeno que incide en la actividad turística pues en estos núcleos de población donde se origina la mayor cantidad de desplazamientos.

Thomas Cook

En 1841, Thomas Cook, un carpintero británico y misionero bautista, hizo arreglos para el transporte de 570 personas en ferrocarril, quienes viajaban para asistir a una convención de abstemios. Cook, ferviente abstemio que combatía el alcoholismo, alquiló un tren desde Loughborough, hasta Leicester, en donde se reuniría la Sociedad de Abstemios. También imprimió folletos anunciando que servirían "té y bollos" y habría "música de una banda militar" durante el recorrido de 16 Km., todo por el precio de un chelín. El 5 de julio el tren especial salió a tiempo de Loughborough; esta fue la primera excursión organizada del mundo.

A partir de ese momento se considera el inicio de la primera agencia de viajes y comienza la gran labor del turismo en el mundo. Es, sin duda, en esta época histórica donde el turismo se ha desarrollado plenamente y es en este período de tiempo donde se concentrarán las materias siguientes del curso.

Es, sin duda, en la actual Edad Contemporánea durante la cual el turismo ha tenido gran auge. El desarrollo de los transportes, de las comunicaciones, de la computación han ayudado a su crecimiento. Pero son los cambios en la legislación social, que incorpora conceptos de tiempo libre, vacaciones pagadas, de jubilación remunerada y con ello, además una mejor redistribución de los ingresos, lo que ha contribuido mayormente a

la masificación de la actividad turística.

No nos detendremos a hacer un examen exhaustivo de este periodo en esta etapa del curso, pues es en esta época en la que se centran todos los contenidos a revisar durante el transcurso de la asignatura.

Primera Etapa (1810 – 1929)

Introducción

Llegaron los humanos a esta parte del planeta, hoy llamada Chile, desplazándose desde el norte, originariamente provenientes del Asia, en un movimiento de pueblos primitivos iniciado hace cuarenta mil años, para finalizar en Tierra del Fuego y Cabo de Hornos hace unos once mil años.

Algunos grupos se hicieron sedentarios entre otros los changos, atacameños, mapuches; otros continuaron en un nomadismo más o menos circunscritos a ciertas áreas. Tal ocurrió con los pueblos canoeros.

Las tribus surgidas de estos primeros hombres perseguían el sustento, en gran medida proveniente de la caza y la pesca, de circuitos semejantes en parte a tours, que se iniciaban o terminaban desde o hacia la cordillera donde en verano pastaban los rebaños de huanacos y vicuñas los que se alejaban de las alturas cuando la nieve cubría las veranadas; en su persecución llegaban al valle donde la caza se hacía más dispersa. En ciertos períodos tal vez del invierno arribaban las tribus a las costas más templadas y riquísimas en una variada dieta de mariscos, pescados y algas marinas. Testigos de lo señalado son conchales, petroglifos, geoglifos, verdaderas señalizaciones de tránsito, referencias de un ir y venir de milenios.

Numerosas áreas de veraneo, actualmente en uso, primero recibieron las periódicas visitas de nuestros aborígenes; notables son al respecto las playas de Arica, desembocadura de Camarones, Termas de Mamiña, Vilches, Panimávida y Chillán. Prácticamente no hay lugares habitados en Chile actual, como lo refleja nuestra toponimia, que no haya sido habitados o visitados primitivamente, o sea, antes del siglo XVI, el que corresponde a la irrupción de la invasión hispánica en América.

Perdidas ya como costumbre, antiguamente en nuestro territorio se desarrollaban ciertas reuniones periódicas que agrupaban a los miembros dispersos de las diversas tribus de un pueblo, con el fin de realizar fiestas de iniciación de la pubertad. El acontecimiento, que hoy se calificaría como evento turístico programado, servía para desarrollar competencias deportivas y atléticas, programas de presentaciones mítico-religiosas, recitación de leyendas, degustaciones gastronómicas, festivales de música y danza, etc. Especial importancia adquiría la transmisión de derroteros de caza y pesca, las invitaciones a próximas reuniones y la concertación de enlaces matrimoniales, que a su vez suscitaban nuevos viajes y nuevos encuentros.

En la historia del turismo en Chile se reconocen tres etapas:

I.- Primera Etapa: Desde 1810–1929

Esta etapa está subdividida en tres subetapas

a.- 1810–1851

b.- 1851–1881

c.- 1881–1929

II.- Segunda Etapa: Desde 1929–1960

III.- Tercera Etapa: Desde 1960 en adelante

I.- Primera etapa 1810-1929

Esta primera época se inició con la Independencia de Chile. Debido a su extensión es posible dividirla en tres subetapas.

a.- Primera subetapa

Desde 1810 hasta 1851, se distinguió porque el único medio importante de transporte era el marítimo, el que fue monopolizado por la Pacific Steam Navegation Company. Esta compañía fue fundada por Guillermo Wheelright en 1840 y comunicó distintos puntos de Chile con el resto del mundo.

El alojamiento era de tipo familiar, siendo las formas más comunes las posadas, albergues y hospederías. Ofrecían servicios remunerados tanto a viajeros nacionales como de otros países. La mayoría de los establecimientos eran dirigidos por extranjeros y constituyeron los primeros antecedentes de la hotelería chilena actual.

b.- Segunda subetapa

Se desarrolló entre 1851 y 1881. Se caracterizó por la incorporación del ferrocarril como medio de transporte. La primera línea férrea construida en Chile y Sudamérica fue la que unió las ciudades de Caldera y Copiapó en 1851 y fue impulsada por Wheelright. Pronto empezó la construcción del tramo de Santiago al Sur y ya en el año 1876 la red alcanzó a tener 952 km. de longitud. Otro hecho destacado fue la creación de la Compañía Sudamericana de Vapores, empresa chilena que durante muchas décadas mantuvo una fuerte competencia con líneas marítimas extranjeras. Entre tanto, el transporte por carreteras fue muy limitado debido a la escasez de buenos caminos. Existían eso sí, líneas de coches entre Santiago-Valparaíso y Santiago-Chillán.

En alojamiento, se habilitaron los primeros hoteles. Los principales estuvieron ubicados en los grandes centros urbanos, como Santiago, Valparaíso y Concepción. Además funcionaron termas como las de Colina, Chillán, Cauquenes y Panimávida. A éstas concurrían las personas con fines curativos y de descanso. Esta subetapa finalizó con la Guerra del Pacífico.

c.- Tercera subetapa

Se sitúa entre 1881 y 1929. La navegación marítima se expandió y se realizan excursiones a los canales del sur, viajes a Juan Fernández y paseos en el Lago Llanquihue.

El ferrocarril experimentó grandes avances y en el año 1913 la ciudades de Santiago y Puerto Montt quedaron unidas por este medio. Entraron en funcionamiento, también, ferrocarriles internacionales como el Transandino y el de Arica-La Paz, lo que permitió una comunicación más expedita con países limítrofes. Se iniciaron, asimismo, los primeros viajes a larga distancia por medio de vehículos motorizados que cubrieron trayectos tales como Santiago-Buenos Aires en 1914 y Santiago-Concepción en 1918 (11 horas).

Se construyeron los primeros grandes hoteles, los cuales prestaron servicios durante muchos años. En el año 1926 se realizó un censo en el cual se verificó la existencia de más de 40 hoteles en todo Chile. Un año después se produjo un hecho importante para la actividad turística. Se instaló en nuestro país la Agencia Internacional de Viajes EXPRINTER.

En términos generales, esta primera etapa se caracterizó por la lentitud de los medios de transporte, siendo lo más utilizados los carruajes, barcos y más tarde el ferrocarril. Los desplazamientos estuvieron limitados a personas con situación económica holgada y los principales centros de atracción fueron los balnearios de

la zona central y las termas. Los visitantes extranjeros eran escasos debido a los límites naturales de Chile.

Segunda etapa (1929 – 1960)

El año 1929 es importante para Chile, ya que se aprobó la ley N° 4.585, mediante la cual se creó la Sección de Turismo en el Ministerio de Fomento. Esto demostró el interés del Estado por esta nueva actividad. Asimismo, se creó la línea Aero Postal, precursora de la Línea Aérea Nacional, LAN CHILE.

Los medios de transporte sufrieron una gran expansión, sin lugar a dudas, esa fue la etapa del ferrocarril, el cual amplió su red en todo el país. Su rol no solamente se limitó a realizar viajes, sino que fomentó la actividad turística mediante la puesta en práctica de medidas tales como tarifas promocionales, organización de excursiones, elaboración de publicaciones turísticas (guías) y construcción de hoteles. En transporte aéreo se iniciaron las operaciones de carga, correspondencia y pasajeros. La navegación marítima mantuvo el flujo de pasajeros movilizados, aunque paulatinamente fue perdiendo importancia en favor de la aviación.

El hospedaje marcó el paso definitivo de la hotelería familiar a la hotelería funcional y se construyeron hoteles que perduran hasta nuestros días.

En número de Agencias de Viajes aumentó pero sin llegar a una cantidad excesiva como las existentes hoy en día. Producto de lo descrito anteriormente es que en el año 1953 se detectó la visita de 56.000 extranjeros con un gasto de 3,6 millones de dólares. En síntesis, la época se caracterizó por un aumento en los medios de transporte, la construcción de grandes hoteles, el funcionamiento de nuevas Agencias de Viajes y la inquietud de empresarios privados por participar en la actividad. Asimismo, se habilitaron una serie de pasos fronterizos que facilitaron la visita de nuestro país de visitantes foráneos, especialmente argentinos.

Tercera etapa en la historia del turismo en Chile (1960 – en adelante)

Esta etapa está marcada por la creación de la Dirección de Turismo, organismo que reguló la actividad turística hasta el año 1975 en que se creó la actual Servicio Nacional de Turismo. En este período se elaboran una serie de disposiciones con los derechos y obligaciones de las empresas turísticas tales como Agencia de Viajes, Transporte Turístico, Campings.

El transporte alcanza pleno desarrollo y en este sentido se destaca la utilización masiva del automóvil y del bus. El ferrocarril decae y el avión se impone definitivamente sobre la navegación marítima.

En la hotelería desempeñó un papel muy importante la HONSA, Hotelera Nacional, filial CORFO. Esta empresa alcanzó a administrar más de 30 hoteles simultáneamente en todo el país. En el área privada nacieron otras cadenas hoteleras como Sheraton, Hoteles Unidos S.A., HUSA y Hotelera Panamericana. Adquiere auge, asimismo, una nueva forma de alojamiento: El Camping.

Otro hecho destacado es el funcionamiento de un gran número de Agencias de Viajes que permiten el desarrollo del Turismo organizado.

Antecedentes históricos

Alojamiento

Hacia 1663 los humildes hijos de San Francisco fueron autorizados, en Valparaíso, para construir un hospicio en la quebrada que actualmente lleva el nombre del Pobre de Asís. Usado como albergue, es el primer dato histórico sobre alojamiento organizado para huéspedes en el país. En Santiago por 1750 existía la Posada de Santo Domingo pero poco se sabe de ella. En aquellos años los viajeros se hospedaban en hogares de parientes y amigos. Los extranjeros lograban acogida en las casas más pudientes; su visita resultaba un

exotismo en tiempos de apacible y sencilla vida aldeana.

Con los años, Valparaíso creció como el principal puerto del país. El alojamiento, debido a la mayor afluencia de visitantes, marinos y comerciantes, traspasó su carácter familiar presionando hacia fines del siglo XVIII, por una solución adecuada y funcional.

Surgen las primeras posadas campesinas. En 1795 el señor cura de Casablanca acoge a los viajeros más ilustres, en la propia casa parroquial. En los años siguientes a la Independencia, ante una cada vez mayor cantidad de necesidades, se estableció, legalmente, la exclusión de toda clase de tributo a los propietarios de establecimientos que ofrecieran hospedaje a los viajeros que transportaban productos de consumo. Y es así como fueron edificándose posadas a lo largo de los caminos cerca de algunos poblados. La posada primitivamente fue sólo un "choza pajiza" a modo de ramada, rara vez una "casa tejada". Luego la construcción debió crecer; se dispuso un patio interior cubierto, en cuyo derredor había cuartos para ser ocupados por los pasajeros; cerca, las cabalgaduras permanecían en pesebreras y las carretas se disponían en patios anexos.

Evolucionaron las posadas construyéndose cabañas de caña y ramas estucadas con barro y techadas con paja o totora, relativamente higiénicas. Las había que se componían de dos ambientes, uno donde el dueño vendía algunos productos tales como velas, sebo, charqui, frutas secas o tabaco y el otro destinado a los huéspedes. Este, no mayor de 25 metros cuadrados, piso de tierra, materiales de construcción en sus colores originales, sin ventanas y con la techumbre a la vista, era provisto de montones de paja o pasto seco cubiertos con sendos cueros de buey; sobre tales lechos los pasajeros extendían sus propios atuendos para descansar y cubrirse.

Hacia 1820 en Casablanca "un negro británico que algo conoce de las comodidades a que están acostumbrados los ingleses", construye la primera posada de que tenemos noticia. Los dormitorios estaban provistos de un colchón de lana sobre un entablado de cañas, las cuales se cubrían con un petate o estera pajiza; disponía cada pieza de un lavatorio de porcelana con su respectivo espejo y el recipiente con agua oportunamente llenado por algún sirviente.

A poco andar apareció la pieza para las comidas, en la posada que estableció también en Casablanca, en 1831, el Italiano Feroni y en la de un inglés, Eduardo Fenwich, ayudado por su esposa Carolina. Allí, en rústicas mesas empotradas al suelo apisonado, se comenzaba con una cazuela de ave, continuada por el contundente plato de porotos, para terminar en asado de vacuno o cordero con papas cocidas, aliñado todo con ají y orégano. El pan amasado y cocido en horno de barro frecuentemente era tocado con anís para darle sabor más fino. Vino tinto y blanco regaba abundantemente las sedientas gargantas. Se terminaba con un bajativo de mate caliente de "yerba paraguaya", como entonces se le conocía.

Transporte

Durante el siglo XVIII los coches eran tirados por mulas, lentos y pesados. Parte del trayecto, tal vez para aliviar piernas y glúteos, se hacía a pie junto al vehículo.

Hacia 1800, corren entre Santiago y Valparaíso coches de cuatro ruedas llamados "diligencias", con capacidad de seis a ocho pasajeros y hasta tres en el pescante, incluyendo el cochero; cuatro o seis caballos tiraban del carruaje los que eran cambiados a mitad del camino. Por entonces el precio del pasaje ascendía a un doblón, moneda española, o 1,50 libras esterlinas.

La gran mayoría, sin embargo, viajaba en carreta o a caballo. Generalmente los primeros días de jornada se pernoctaba en algún sitio elegido con cuidado, a todo campo, al amparo de bosques, peñascos y cerca de alguna fuente de agua. Se aprovechaba el toldo de la carreta y mientras se descansaba, cabalgaduras y bueyes recuperaban fuerzas pastando en los alrededores.

Los más pudientes, caballeros en mula o corcel, llevaban bestia de carga con almofrej, funda de cuero de vacuno dentro de la cual iban colchoneta, frazadas, ropa y útiles para el viaje. Cuando la caravana comprendía vehículos, ellos transportaban cajas o baúles, de cuero o madera, con los enseres del viajero. Las alforjas y maletas a ambos lados de la montura, bolsas tejidas con juegos multicolores o confeccionadas de piel, contenían alimentos o cocavì u objetos menores.

Viajeros religiosos.

Entre las manifestaciones más antiguas de turismo en nuestro país, las romerías de carácter religioso todavía perduran. Aún cuando son de corta duración, han llegado a ser muchas veces tan masivas que convierten a los centros receptores en activos oferentes de hospedaje, abastecimiento, intercambio de productos, gastronomía o infraestructura adecuada.

Entre otros acontecimientos de este carácter se indican los siguientes: las concurridas fiestas de santos patronos en los poblados interiores de Tarapacá, Antofagasta, Atacama y Coquimbo; vuelven a repetirse en Chiloé pero son más o menos comunes en todo el territorio. Surgen en los siglos XVI y XVII.

En la actualidad estas han desaparecido, casi completamente de Santiago al Sur, pero se mantienen, sin avisos de decadencia, desde la provincia de Valparaíso y sus inmediaciones, hasta el extremo norte del país.

Hay fiestas mayores cuyo radio de atracción es de carácter regional, nacional y en algunos casos va más allá de las fronteras. Entre otras podemos señalar la fiesta de la Virgen de La Tirana en la Pampa del Tamarugal que congrega a decenas de miles de peregrinos llegando no pocos de Perú, Bolivia y noroeste de Argentina.

Termas

Más antiguas que las romerías, la atracción por las termas en nuestro país se remonta a tiempos prehistóricos.

En los albores coloniales llamó la atención la calidad de nuestras aguas, barros y vapores de origen volcánico, tan abundantes y variados, emplazados la mayoría en contrafuertes cordilleranos o en lo más alto de Los Andes aún cuando los hay también a nivel del mar.

El veraneo termal se hizo costumbre para reumáticos, enfermos del corazón, piel, afecciones intestinales y personas de edad avanzada. Junto a Santiago, los baños Apoquindo se convirtieron para muchos en un obligado derrotero anual, ya desde pocas décadas después de la fundación de la capital.

Playas

Paralelamente al turismo campestre de carácter familiar, hacia fines del siglo XIX se inicia la ocupación turística de los balnearios costeros del Pacífico, primero como un aprovechamiento desde los fundos y haciendas cercanos a la costa, luego, con el advenimiento del ferrocarril y más tarde con la llegada del automóvil, desde los años 20 en adelante, abarcando paulatinamente a los habitantes de los grandes centros poblados capaces de sustentar su estadía.

Un caso ilustrativo lo constituye Cartagena. En tiempos coloniales y hasta mediados del siglo pasado el poblado base para el turismo costero en esa área fue Lo Abarca. Desde allí las familias se aventuraban a la costa en carretas con toldos y tirados por caballos. Algunas casas viejas de amplios corredores con vista al mar hospedaban a los visitantes, muchos de los cuales se acomodaban, a falta de locales adecuados, en ramadas.

El loteo permitió a ciertas familias santiaguinas edificar sus propias casas de veraneo las que permanecían cerradas gran parte del año para reabrirse en los meses del estío con el mismo carácter de las amplias casas

patronales de fondo.

Factores que inciden en el desarrollo del turismo

En repetidas oportunidades se han planteado cuáles son las causas o factores que han motivado el desarrollo del turismo actual. Indudablemente que la expansión experimentada en los últimos 50 años se debe a varias razones y algunas de ellas se pueden dividir en primarias y secundarias:

1.– Causas Primarias

1.1.– Legislación Social

El hombre en el transcurso de su historia a reconocido el Tiempo Libre u Ocio como una necesidad en la vida del hombre. Se entiende como tal, todo aquél que no corresponde al tiempo de trabajo. Y es en este siglo que se ha asegurado a todos los trabajadores, empleados y obreros una limitación a las horas de trabajo lo que les permite a todos sin distinción gozar de tiempo libre.

El nuevo concepto de tiempo libre permitió establecer tres grandes beneficios:

a.– Vacaciones anuales pagadas

La Organización Internacional del Trabajo aprobó una resolución en la cual se recomendó a todos los países miembros a conceder vacaciones pagadas con una duración mínima determinada. Fue establecida en 1936 y modificada en 1949. A partir de los seis días mínimos fijados primitivamente, se han hecho notables progresos. Lo más común hoy son dos o tres semanas de vacaciones. Aunque también hay países que tienen un mes o más.

Foto 31 pagina 74 Revista Tours de Cocha 2000 – 2001

b.– La semana laboral y jornada diaria

La semana laboral ha disminuido los días y horas de trabajo. En muchas naciones se trabaja sólo cinco días a la semana. En algunos muy desarrollados, el trabajo se ha reducido a cuatro. La jornada diaria también ha decrecido; mientras en plena época de la Revolución Industrial se trabajaba hasta doce o catorce horas diarias, hoy muchas naciones tienen un promedio de ocho o nueve horas.

c.– La jubilación

La jubilación es un derecho que permite a las personas continuar percibiendo ingresos sin tener que seguir laborando. Por lo tanto estos individuos disponen teóricamente de dos elementos decisivos para hacer turismo: tiempo libre e ingresos. A la jubilación se puede acceder a través de dos formas principales: por edad o por años de servicio.

De la anterior se deduce que el hombre cada día aumenta más su tiempo libre o de ocio, el que a su vez le permite utilizarlo en Turismo. A más tiempo libre, mejores son las posibilidades de los desplazamientos turísticos.

1.2.– El Desarrollo de los Transportes

La impresionante expansión del Turismo no hubiera podido ser posible en el siglo XX sin el acelerado desarrollo de los medios de transporte. Estos le permiten al turista ir al lugar escogido, en un lapso cada vez más breve y con menos gasto. Dicha evolución ha permitido aumentar notablemente la capacidad y la

comodidad de los medios de locomoción. Además, ha posibilitado reducir sus costos de explotación, haciéndolo más accesible a todos los seres humanos.

1.3.– Aumento y mejor distribución de los ingresos.

El turismo es una actividad económica y los ingresos de las personas tienen una directa relación con el aumento de los viajes turísticos. Se puede apreciar esto fácilmente en aquellos países que tienen un alto grado de desarrollo económico y donde cada día sus habitantes realizan más turismo. El hombre, en efecto, cubre primero sus necesidades vitales como son alimentación, vivienda, vestuario, educación, etc. Satisfechas éstas, puede dedicar parte de su remanente económico al turismo. Mientras más altos sean los ingresos monetarios mayor es la cantidad de dinero que podrán dedicar a viajes turísticos.

Sin embargo, incluso en países muy desarrollados, existen segmentos de población cuyos ingresos no les permiten salir de vacaciones. En estos casos, los gobiernos adoptan medidas para ayudar a dichas personas. Por ejemplo: Turismo Social, Turismo Popular, etc.

2.– Causas Secundarias

Han influido también en el desarrollo de la actividad turística, pero no en forma decisiva.

2.1.– La Curiosidad

Los diferentes medios de comunicación de masas tales como la prensa, radio, televisión, cine, etc., han permitido aumentar el desarrollo cultural de las capas medias y bajas de la población. Este hecho se manifiesta en el despertar de éstas a la curiosidad y el deseo de conocer el mundo exterior que las rodea. Desean presenciar por sí mismas, las grandes realizaciones humanas y las bellezas de la naturaleza.

2.2.– La Urbanización

Una de las características más típicas de nuestra civilización es la aparición de grandes ciudades o centros urbanos. Estos tienen problemas tales como la contaminación, los ruidos molestos, las aglomeraciones, los paisajes de cemento, la falta de áreas verdes, etc. Las personas sienten entonces la imperiosa necesidad de visitar lugares que reúnan características distintas y les permitan recuperar sus fuerzas físicas y mentales. Al respecto, se ha comprobado que las tasas de partida de vacaciones son muy superiores en las grandes urbes. Los desplazamientos masivos se realizan también durante los fines de semana y aumentan especialmente en la época de verano y con ocasión de fiestas religiosas y civiles. En las pequeñas ciudades y entre los campesinos la necesidad de viajar es mucho más menor.

2.3.– La Población

Se manifiesta en dos hechos: crecimiento de la población mundial y aumento del promedio de vida de las personas. Ambas variables implican de que un mayor número de personas se puede incorporar a los viajes. Pues el aumento en número y el aumento en el promedio de vida de la humanidad amplían las posibilidades de desplazamientos turísticos.

2.4.– La Imitación

Es una necesidad sociológica que puede ser conocida como efecto de demostración. Consiste básicamente, en el placer que experimentan las personas en hacer lo mismo que el prójimo, por razones de moda, prestigio, status, etc.

Identificar el concepto de corriente turística

Generalidades

Un dato evidente es que el hombre desde siempre ha realizado viajes de un sitio a otro, sin embargo, por razones obvias (dificultad y peligro al realizarlos, costos de los mismos, etc...) la actividad viajera en épocas anteriores a la que vivimos era motivada en forma preponderante por razones de índole económica que tendían específicamente a la satisfacción de las necesidades vitales, comercio, guerra, etc., y sólo por excepción y en escasas personas por el deseo de descanso, placer, salud, etc.

En cambio las características peculiares del mundo de hoy: tecnificación, facilidad, seguridad y rapidez en la transportación, acceso a grandes masas de población a bienes económicos suficientes, vacaciones anuales y descansos semanales pagados como consecuencia de la industrialización, etc., hacen posible que grupos numerosos de personas viajen de un sitio a otro por el simple deseo de placer, descanso, salud, etc., hasta llegar a formar auténticas corrientes de viajeros de circulación continua y estable, la que denominaremos corriente turística.

Elementos característicos

Elementos característicos de la corriente turística son:

- a. Grupo numeroso de personas que en forma transitoria se desplazan de un sitio a otro.
- b. Cuya circulación provoca el nacimiento estable y continuo de una corriente de viajeros (actual) o está en posibilidad de integrarla (potencial)
- c. El motivo que provoca ese viaje es ajeno al afán de lucro o el de su trabajo habitual
- d. Por ende la motivación del viaje se localiza en el concepto genérico de ocio que incluye la más variada zona de intereses tales como las de placer, descanso, salud, etc.

Definición

"Grupo numeroso de personas que en forma transitoria se desplaza de un sitio a otro por razones de ocio y que por tanto excluye el afán de lucro o el motivo de ocupación económica habitual; cuya circulación llega a constituir una corriente de viajeros continua y estable (corriente turística actual) o está en posibilidad de constituir la (potencial)."

Concepto de recurso turístico

Recursos turísticos

Es todo aquello susceptible de ser utilizado por el turismo. Resultan indispensables para que la actividad se pueda desenvolver.

Definición de Recursos Turísticos: "Son aquellos elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales que mediante una adecuada y racional actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico".

Los Recursos Turísticos son fenómenos dinámicos que cambian de acuerdo con el esfuerzo y comportamiento que el hombre ejerza sobre ellos, de ahí que su adecuado estudio y manejo tenga una gran significación en las tareas de promoción y planeación turística, dado que su tipo, calidad, cantidad y aprovechamiento, son los que determinan la clase de servicios y de corrientes turísticas que los utiliza.

Atractivos Turísticos

Definición

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Respecto de la actividad turística guardan la misma relación que los recursos naturales hacia otras actividades productivas; nada valen sobre el mercado si no son puestas en valor y explotadas.

Características

Se caracteriza porque:

- a. Los atractivos turísticos se denominan como tales sólo si generan corriente turística
- b. En algunos casos son perecederos y no renovables.
- c. De nada sirven si no son puestos en valor y explotados.

Poner en valor significa habilitarlos de modo de que generen corriente turística y esto no es simple debido a la diversidad y calidad de los atractivos existentes. Es necesario habilitarlos en condiciones objetivas, es decir, sin desvirtuar su naturaleza, resaltando sus características y permitiendo su óptimo aprovechamiento. Si se trata de un atractivo turístico de importancia, debe ser conocido y disfrutado por una corriente turística actual y permanente. Surge, entonces, la necesidad de proteger el área y hacer el recurso compatible con otras actividades económicas.

Clasificación de los recursos turísticos

Recursos turísticos naturales

Definición

Son todos aquellos factores que la naturaleza ofrece al hombre para su disfrute, (clima, mares, lagos, ríos, montañas, bosques, praderas, playas, etc.)

Los atractivos naturales no requieren ser de un determinado tipo, sino que en general todos pueden ser aprovechados como recursos turísticos siempre que el ingenio humano encuentre la forma para hacerlos suficientemente atractivos como para motivar el viaje.

La actividad turística en este sentido es creadora e ingeniosa, y la capacidad de una comunidad receptora de turismo, es la que determinará el grado de aprovechamiento de los recursos o elementos naturales, como recursos turísticos.

Recursos turísticos culturales

Definición

Son producto de la creatividad humana. Dentro de este tipo de atractivos caben en general todas aquellas manifestaciones artísticas, técnicas, científicas u socio-culturales, que el hombre ha desarrollado a través de su historia e incluso aquellos que esté realizando ahora, algunos de ellos son:

- a.- Obras de creación estética

Pintura, escultura, música, danza, artesanía, arquitectura, etc. ubicadas históricamente en épocas pasadas y presentes.

b.- Obras derivadas de la técnica y de la experimentación científica

En todo el ámbito de la civilización antigua y moderna el hombre ha construido edificios, presas, diques, puentes, viaductos, caminos subterráneos, otros medios y vías de comunicación y transporte, complejos urbanos industriales, centros deportivos, artísticos de exposiciones, enseñanza e investigación, congresos, seminarios, desfiles, etc.

c.- Eventos y espectáculos públicos y privados

Permanentes o eventuales que se realizan con motivos históricos, religiosos o por diversión en distintos lugares del planeta, y necesariamente generan corriente turística.

Turismo emisor en Chile y sus estadísticas

Forma de turismo constituida por los nacionales de un país que realizan viajes fuera de su territorio a otro u otros países extranjeros. La repercusión de éste en la balanza de pagos, consiste en la salida de divisas por gastos turísticos de los nacionales en el extranjero.

Las salidas de chilenos al exterior han tenido un comportamiento creciente durante el período 1993–1997, de 788,6 mil salidas registradas al inicio del período, se llega a 1.162,6 mil salidas contabilizadas al final del lapso antes indicado, denotando una tasa de crecimiento anual de 6,6%. Esta evolución se debería, entre otras razones, a la creciente oferta de productos turísticos externos en el mercado chileno, al incremento del comercio internacional de Chile con el resto del mundo y al mayor ingreso per cápita.

Destinos escogidos por los chilenos

Dentro de las regiones de Las Américas, los principales países que declararon visitar los chilenos en el período 1993–1997 fueron: Argentina, donde se dirigió un promedio de 635,8 mil personas al año, significando una participación de 68,9% del total de las salidas y Estados Unidos, país al cual viajaron 115,1 mil personas al año, lo que representó un 9,0% del total de las salidas.

Turismo interno y sus estadísticas

Forma de turismo constituida por los nacionales que se desplazan por su país sin salir de las fronteras. La carencia de información sobre el total de turistas nacionales que se han desplazado al interior del país, no permite hacer un análisis extenso sobre el turismo interno. No obstante lo anterior, existen antecedentes sobre la demanda nacional por servicios de alojamiento turístico, los cuales permiten entregar una visión parcial del turismo interno y la caracterización de este segmento.

En el período 1990–1994, la participación promedio de las pernoctaciones de los chilenos alcanzó alrededor del 59% respecto al total de las camas-días ocupadas en el país.

El comportamiento de las pernoctaciones originadas por los residentes nacionales ha sido creciente en el período 1990–1994 con una tasa media de 6,3% anual. Sin embargo, su nivel de participación en el total de pernoctaciones ha sido decreciente.

Estacionalidad

El turismo interno presentó una marcada concentración en los tres primeros meses del año. En efecto, en el

primer trimestre de cada año del período 1990–1994 se concentró en promedio el 37,8% del total de las pernoctaciones anuales, y solamente en los dos primeros meses del cada año alrededor del 29% . Este comportamiento se debió a que los nacionales, en su gran mayoría, salieron de vacaciones en la temporada estival, situación que impactó en la oferta de alojamiento turístico, especialmente, en la localizada en el sector costero del país.

Cifras en el turismo chileno

Chile como destino turístico dentro del contexto sudamericano ha adquirido una posición expectante en los últimos años. Es así como en 1994 se ubicó entre los cuatro principales países receptores de turistas internacionales, sin embargo, su desarrollo dista aún respecto a los países de Europa y América del Norte.

El aporte promedio anual a las exportaciones totales han sido cercanas al 5,8% ayudando a diversificar los rubros en los cuales se puede competir en el mercado internacional. Esta corriente monetaria, por concepto de turismo receptivo, podríamos decir que ha representado un 84,6% de las importaciones de petróleo y un 25,4% de las importaciones de bienes de capital.

La producción de los diversos bienes y servicios que son consumidos por los turistas trae consigo un aporte al valor agregado del Producto Interno Bruto. Aún cuando no ha sido posible cuantificar en forma exacta la participación del turismo al P.I.B. , es posible señalar que las actividades relacionadas con el turismo aportaron en promedio el 3,5 % (se consideran actividades como: restaurantes, hoteles, transporte ferroviario, transporte caminero de pasajeros, transporte aéreo, servicios conexos y otros servicios de esparcimiento) anual al P.I.B. en el período 1990–1993.

Como actividad generadora de empleo, se estima que contribuyó con un 4% a la fuerza de trabajo ocupada en el país. El efecto del turismo en la creación de empleo en el país es aún mayor, si se toma en cuenta el empleo indirecto que adicionalmente puede asociarse a otras actividades económicas.

La inversión sectorial en el período 1990–1993 alcanzó en promedio 138,9 millones de dólares al año, y su principal destino fue la construcción y ampliación de la oferta de alojamiento turístico a lo largo del país.

Económica turística

Turismo receptivo en Chile y sus estadísticas

Forma de turismo constituida por los ciudadanos de países extranjeros que entran al territorio de un país receptor. Este tipo de turismo tiene repercusión en la balanza de pagos, consistente en la entrada de divisas por gastos turísticos de los extranjeros en el país.

Estadísticas del turismo receptivo

1. Ingreso de Divisas

En 1999 se registró en el país un total de 1.622.252 llegadas de turistas extranjeros a Chile, que generaron divisas por 893 millones de dólares. Este flujo monetario disminuyó en términos nominales en relación al registrado en 1998, cuando las llegadas de extranjeros ascendieron a 1.756.868 y generaron divisas por 1.062 millones de dólares. Tal variación se explica principalmente por la disminución en 7,7% de los arribos de visitantes extranjeros, y por la menor permanencia promedio del turista en el país, que varía de 11,6 a 10,3 días, respecto a 1998.

En cifras absolutas, los mercados que experimentaron una disminución importante de sus llegadas son los países limítrofes, más Brasil y Paraguay, los que justifican el 94% de la menor cantidad de turistas que

llegaron a Chile en 1999.

En términos porcentuales, Perú y Bolivia reflejan una disminución importante de su participación en sus llegadas a Chile, disminuyendo de un 10,3% a un 7,6% y de un 8,6% a un 7,3%, respectivamente; mientras que Argentina aumenta su participación de un 46,4% a un 49,4% entre 1998 y 1999.

El turismo receptivo procede fundamentalmente de América, representando el 83,6% del total de llegadas, siendo su incidencia del 75,4% en términos monetarios, es decir, 674 millones de dólares. Sin embargo, los mercados europeos, que en términos de llegadas representan el 13,2%, su participación en términos de ingreso de divisas alcanza al 20,4%, esto es, 182 millones de dólares.

La participación del turismo receptivo en el total de las exportaciones de bienes y servicios del país fue de 4,5 % en 1999, cifra inferior respecto a 1998, la cual alcanzó a 5,4%.

Los ingresos de divisas aportados por cada mercado, muestran diferencias significativas:

- * Los turistas argentinos, que representaron el 49,4% del total de la llegadas, dejaron 275,1 millones de dólares o el 30,8% del ingreso total. Este segmento mantiene su nivel de importancia, en cuanto a volumen de personas.
- * Los turistas peruanos y bolivianos, que en conjunto representaron el 14,9% del total de turistas que llegaron al país, aportaron 73,5 millones de dólares, equivalente al 8,2 % del ingreso total.
- * Los turistas brasileños, que representaron el 4,2 % del total de las llegadas, dejaron 40,9 millones de dólares, equivalente al 4,6% del ingreso total.
- * Los turistas norteamericanos, canadienses y mexicanos, que en conjunto representaron el 9,9 % del total de llegadas, aportaron 231 millones de dólares o el 25,9 % del ingreso total.
- * Los turistas uruguayos y paraguayos, que en conjunto representaron el 2,3 % del total de las llegadas, dejaron casi 11 millones de dólares o el 1,2 % del ingreso total.
- * Los turistas del conglomerado constituido por el "Resto de Países de Las Américas", que representaron el 2,9 % del total de las llegadas, aportaron 42,3 millones de dólares, lo que equivale al 4,7 % del total de ingresos.
- * Los turistas europeos, que representaron el 13,2 % del total de los arribos, aportaron 182,2 millones de dólares o el 20,4 % del ingreso total.
- * Los turistas pertenecientes al segmento "Otros Países del Mundo", que representaron el 3,2 % del total, dejaron 37,5 millones de dólares o el 4,2 % del ingreso total.
- * La estadía media del turista extranjero en Chile alcanzó a 10,3 días en 1999, variando en cada trimestre del año. Es así como en el primer trimestre el turista tuvo una permanencia media de 11,2 días, época durante la cual se registran frecuentemente las estadías más altas, especialmente de los turistas provenientes de países limítrofes que vienen a pasar sus vacaciones principales.

En el segundo y tercer trimestre, la permanencia promedio del turista fue de 8,5 y 9,3 días, respectivamente, cifras bastante inferiores a la registrada en el primer trimestre. Esta menor estadía en Chile se explica porque un número importante de turistas, especialmente aquéllos provenientes de los países limítrofes, vienen por negocios, compras u otra razón, y por lo general, son viajes de corta duración.

En el cuarto trimestre, la permanencia promedio del turista creció en relación a los dos trimestres anteriores, alcanzando a 10,6 días. Esto se debe principalmente a una mayor estadía de los turistas que visitan el país en el mes de diciembre, cuando comienza el período estival y las vacaciones principales de los turistas argentinos.

* Al considerar el origen de los turistas, en general se observa que los que vienen de mercados de larga distancia tienen una estadía media superior que los provenientes de los mercados de corta y media distancia.

En efecto, los turistas de países sudamericanos permanecieron, en promedio, 8,2 días en Chile, mientras que aquél que viajó de algún país de Norteamérica permaneció alrededor de 17,5 días. En tanto, el visitante que llegó de otro continente, su estadía media fue de 14 días.

* En relación al nivel de gasto, se estimó que el desembolso promedio diario por turista fue de 53,5 dólares en 1999, variando en las distintas épocas del año. Es así como el gasto promedio diario del turista que visitó el país durante el primer trimestre alcanzó a 45,9 dólares, mientras que aquellos que vinieron en el segundo y tercer trimestre gastaron 78,3 y 58,1 dólares, respectivamente. En cambio, en el último trimestre, dicho desembolso fue de 50,3 dólares.

Al tomar en cuenta el origen de los turistas, se puede señalar que los que provienen de los mercados de larga distancia registraron, en general, el mayor gasto promedio diario individual, estimándose en 70,3 dólares; mientras que los visitantes de los mercados de corta y media distancia, tuvieron gastos que alcanzaron a 41,3 y 59,9 dólares, respectivamente.

CUADRO N° 1				
LLEGADA DE TURISTAS, PERMANENCIA PROMEDIO, GASTO				
PROMEDIO DIARIO INDIVIDUAL E INGRESO DE DIVISAS,				
SEGUN PAIS (NACIONALIDAD)				
1999				
	NUMERO DE	PERMANENCIA	GASTO PROM.	INGRESO DE
País	TURISTAS	PROMEDIO	DIARIO INDIV.	DIVISAS
		(en días)	(en dólares)	
AMERICA	1.356.414	9.5	52.5	673.792.567
Argentina	801.660	8.1	42.3	275.147.782
Bolivia	118.676	8.5	37.0	37.114.518
Brasil	67.751	9.2	65.7	40.881.536
Perú	122.929	7.7	38.5	36.400.578
Paraguay	14.469	9.7	36.1	5.053.870
Uruguay	23.256	6.6	38.8	5.909.282
Venezuela	8.457	11.2	47.2	4.457.699
EE.UU.	124.044	18.7	82.6	191.693.752
Canadá	16.767	17.1	89.9	25.724.294
México	19.281	10.2	69.1	13.570.807
Otros Países América	39.124	14.3	67.6	37.838.449
EUROPA	213.543	14.4	59.3	182.207.565

Alemania	42.233	12.8	64.0	34.644.285
España	32.831	11.9	55.8	21.853.271
Francia	30.954	12.7	63.4	24.840.354
Inglaterra	24.721	13.3	69.1	22.693.676
Italia	20.055	12.3	69.6	17.105.963
Holanda	9.530	14.8	58.5	8.224.724
Bélgica	5.614	17.7	62.0	6.151.677
Noruega	3,831	19.5	52.7	3.933.318
Austria	4,614	17.1	57.2	4.511.302
Suiza	11,024	15.6	55.9	9.643.000
Otros Países Europa	28,136	21.6	47.0	28.605.995
Australia	13.502	10.8	63.3	9.244.175
Asia	20.383	15.7	58.0	18.331.510
Resto del Mundo	18.710	10.9	48.5	9.887.221
Total	1.622.252	10.3	53.5	893.463.038

Nota: Cifras provisorias, sujetas a revisión.
(Fuente SERNATUR)

TURISMO RECEPTIVO		
RANKING DE LOS VEINTE PAISES MAS DESTACADOS		
SEGÚN LLEGADAS EN 1997		
(en porcentaje)		
RANKING	PAISES	% LLEGADAS
1997		44,5
1 _i	Argentina	11,8
2 _i	Perú	7,5
3 _i	Bolivia	6,4
4 _i	U.S.A.	5,1
5 _i	Brasil	3,1
6 _i	Costa Rica	2,3
7 _i	Alemania	2,0
8 _i	España	1,7
9 _i	Uruguay	1,6
10 _i	Francia	1,4
11 _i	Inglaterra	1,2
12 _i	Paraguay	1,1
13 _i	Italia	1,0
14 _i	Canadá	1,0
15 _i	México	0,7
16 _i	Ecuador	0,7

17i	Colombia	0,6
18i	Japón	0,6
19i	Australia	0,6
20i	Suiza	0,6
21i	Venezuela	0,5

Estacionalidad turística

Concentración de la afluencia turística en determinadas épocas del año generalmente durante las vacaciones y los meses estivales.

El turismo receptivo chileno presenta una marcada estacionalidad. Durante el período 1993–1997, el mayor flujo de turistas extranjeros ingresó al país en los meses de diciembre, enero, febrero y marzo de cada año. En estos cuatro meses se concentró alrededor del 41,0% del total anual de arribos.

* Origen de los viajes hacia Chile

Al analizar la composición del turismo receptivo chileno en relación a la nacionalidad de los turistas registrados en la frontera, se observa que la mayoría de los viajes tienen origen (origen: punto de inicio de un viaje, de acuerdo con el contrato de transporte) en los mercados limítrofes, especialmente de aquellos originados en Argentina y Perú, durante 1993–1997. Las evoluciones positivas que han mostrado principalmente dichos flujos provenientes de Argentina y Perú se han debido, entre otras razones, a la favorable paridad cambiaria de sus monedas respecto al peso chileno y a la diversidad de productos que ofrece nuestro país.

Entre los mercados sudamericanos no limítrofes destaca el caso de Brasil, desde donde se origina la llegada de 46,5 mil visitantes en 1993, y en 1997 fue de 86,7 mil visitantes.

Estados Unidos y Europa constituyeron los mercados de larga distancia más importantes para Chile en el período 1993–1997. El primero de ellos generó una corriente hacia nuestro país que alcanzó a 67,5 mil arribos en 1993. Desde el segundo se originó un flujo que se tradujo en 133,1 mil llegadas. En 1997 los estadounidenses sumaron 108,5 mil y 194,4 mil europeos.

* Destino de los viajes hacia Chile

Los antecedentes respecto a destino (lugar de la parada final de acuerdo con el contrato de transporte) y lugares visitados en Chile por los turistas extranjeros se reducen a la demanda por servicios de alojamiento turístico y el número de visitas al Sistema Nacional de Áreas Silvestres Protegidas (SNASPE).

Los turistas extranjeros que se hospedaron en establecimientos de alojamiento turístico lo hicieron en una alta proporción en la zona Central, donde se registró el promedio más alto del total de las pernoctaciones originadas por ellos.

Este comportamiento se debió, especialmente a que la Región Metropolitana constituye el principal centro económico y financiero del país, y es por donde ingresa más del 93% de los turistas que vienen por vía aérea. A esto se agregó la corriente de argentinos que originó una fuerte demanda por alojamiento en la zona costera de la región de Valparaíso durante la alta temporada de cada año.

Otras dos regiones del país que recibieron flujos relevantes son Tarapacá y Los Lagos, cuyas participaciones en el total de las camas días ocupadas por los extranjeros alcanzaron al 11,9% y 8,6% respectivamente durante el período de 1990–1994. Esta parte de la demanda extranjera registrada en Tarapacá se debió entre otras

razones, a la atracción que tiene la Zona Franca de Iquique y las playas, especialmente para los turistas provenientes de los países limítrofes. En tanto el aporte de los pasajeros extranjeros a la demanda de alojamiento en la región de Los Lagos se puede explicar por los tipos de atractivos naturales que ofrece dicha zona destacando los lagos y parques nacionales. En el resto de las regiones del país se observaron niveles de participación de pernoctaciones de extranjeros bastante menores.

El creciente interés que han despertado las Áreas Silvestres Protegidas de Chile en los turistas extranjeros es evidente. En 1990 el número de visitantes internacionales que se registraron en esas áreas fue de 93,5 mil, para contabilizar en 1994 una cifra estimada de 169 mil visitantes, esto significó un crecimiento anual fue 15,9%.

Se presume que los visitantes extranjeros más frecuentes al SNASPE, provienen de los mercados de larga distancia; esta hipótesis se origina al analizar el comportamiento de las llegadas de los turistas americanos y europeos, en conjunto, y el número de visitantes extranjeros a dichas áreas, las cuales tienen una evolución muy similar y una alta correlación lineal que alcanza el 96%.

La Áreas Silvestres Protegidas más visitadas por los extranjeros se concentraron en las Regiones de la Araucanía, Los Lagos y de Magallanes, cuyos niveles de participación respecto al total de visitantes internacionales alcanzaron a 20,1%; 40,5%; y 21,2% respectivamente.

* Vías de acceso y transporte

Las vías de acceso utilizadas por los turistas extranjeros para ingresar al país fueron la terrestre y la aérea. A través de la primera llegó cerca del 64,1% del total de turistas extranjeros a Chile y por la segunda, se movilizó el 34,9% de dicho total, en el período 1993–1997.

La utilización de los medios de transporte terrestre, principalmente el automóvil, adquirió una mayor preponderancia en los meses estivales, lo que concordó con la mayor afluencia de turistas argentinos, a través de dicho medio, en esta época del año.

Las llegadas de turistas extranjeros por vía aéreas no denotó una marcada estacionalidad como en el caso de la terrestre. Por la primera vía indicada llegó la gran mayoría de los turistas procedentes de los mercados de media y larga distancia.

*Motivos de viaje

Se estima que alrededor del 60,4% de los turistas extranjeros que llegaron al país en 1997 fue para pasar sus vacaciones principales, mientras que sobre el 12,9% lo hizo por razones de negocios.

LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS A CHILE			
SEGUN PRINCIPAL MOTIVO DEL VIAJE, POR TRIMESTRE			
1994			
(cifra en miles)			
MOTIVO DEL VIAJE	TRIMESTRE		
	1994	1995	1996
VACACIONES	1.089,7	926,9	875,5
VISITA FAMILIAR	89,9	90,8	176,8

COMPRAS	35,9		26,1
CONGR/CONFE/ SEMINARIO	67,0	58,5	36,2
NEGOCIOS	171,6	294,1	187,0
NO ESPECIFICADO	179,7	169,3	147,9
TOTAL	1.633,8	1.539,6	1449,5

* Permanencia

La permanencia promedio del turista extranjero en el país alcanzo a 11 días durante el período 1993–1997. Al tomar en cuenta la nacionalidad de los turistas, se puede señalar que aquellos provenientes de los mercados de larga distancia tienen un promedio de estadía mayor que el resto. En efecto, tanto los turistas europeos como los que vinieron de Asia, África u Oceanía, tuvieron una estadía media de 19 días en nuestro país. En el caso de los norteamericanos su permanencia media alcanzó a 12 días, en el mismo lapso indicado.

Los turistas del resto de países americanos que en su gran mayoría provinieron de países sudamericanos (80%), tuvieron una permanencia promedio que osciló entre los 9 y 11 días en el período antes citado.

* Nivel de gasto y su distribución

El gasto promedio diario individual de los turistas extranjeros que arribaron al país en 1994 fue de USD50,8 y en 1996 de USD55,3. Esta alza ha ido en desmedro de la permanencia de dichos visitantes en el país.

El desembolso promedio diario varió según la nacionalidad; así los turistas provenientes de la región de Las Américas denotaron un nivel de gasto promedio diario individual que alcanzó al US\$48 en 1993, para luego llegar a US\$55,3 en 1996. Dentro de este indicador se incluye el desembolso de turista, el cual dobla las cifras señaladas, y de los turistas europeos cuyo nivel de gasto fue de US\$74 en 1993, para alcanzar a US\$69,2 en 1996.

• Vías de ingreso utilizadas

LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS A CHILE,				
SEGUN VIA UTILIZADA, POR AÑO				
(cifras en miles)				
VIA UTILIZADA	AÑO			
	1994	1995	1996	1997
AEREA	512,2	552,3	571,2	655,3
TERRESTRE	1.108,8	972,8	866,3	1.017,7
FERREA	6,0	6,5	6,2	7,4
MARITIMA	6,8	8,0	5,8	12,9
TOTAL	1.633,8	1.539,6	1.449,5	1.693,3

Turismo receptivo en Chile y sus estadísticas

Economía turística

* La oferta y la demanda turística

La economía estudia estos hechos como resultado de dos fuerzas concurrentes en un libre juego de oferta y demanda, que en el Turismo también las hallamos, es así que la Oferta Turística será el conjunto de servicios puestos efectivamente en el mercado, y la Demanda Turística será el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor presente.

* La estadística en la economía turística

La estadística en la economía turística permite seguir la evolución del Turismo de una forma lo más suficientemente aproximada para tener una idea clara de la importancia económica del turismo, y fundar sobre sus oscilaciones las premisas de la actividad promocional. Es así que las estimaciones se afinan cada vez más, y ello permite seguir de año en año las variaciones.

Es la estimación, por lo tanto, lo que tiene la última palabra. En ella se opera con datos seguros iniciales, cambios, traveller's checks, compra o venta de moneda extranjera, pagos especiales de organismos, y estimaciones sobre el número de viajeros, global o a través de informes de compañías de navegación, aéreas, terrestres y de alojamiento, y su gasto per cápita obtenido a través de encuestas y sondeos. Y de ello por partida doble para determinar tanto los ingresos como los pagos.

* Los efectos del turismo en la economía

1.- Sobre el nivel de precios

El desarrollo del turismo, como cualquier actividad en el campo económico, puede influir significativamente en el nivel general de precios y eventualmente convertirse en un factor inflacionario.

2.- Sobre el mercado inmobiliario

En este caso, se refiere al desarrollo del turismo, que puede dar fuertes presiones inflacionarias en lo que concierne al valor de los terrenos y propiedades.

3.- Sobre el comercio local

Cuando el abastecimiento de los comercios turísticos no se produce acorde con el incremento de la demanda de productos, ocasionados por una mayor afluencia de visitantes y en determinadas temporadas, también puede dar origen a presiones inflacionarias a nivel de precios sobre los alimentos y artículos de consumo diario.

4.- Sobre el empleo

La importancia de turismo como fuente generadora de empleos está íntimamente ligada a grado de importancia que tenga como fuente generadora de ingresos del país. Por esta razón en aquellos países donde el producto interno producido por el turismo es relativamente bajo, el empleo en este sector generalmente representa una pequeña proporción del empleo total.

En cambio, en los países donde el turismo tiene mayor significación como fuente generadora de empleos, dice relación con una gran cantidad de ingresos generados por el turismo (países del Caribe), los cuales tienen su origen en el gasto del turista, por lo tanto no sólo se genera empleos en el sector turístico y en los sectores proveedores de éste, si no que este gasto da origen también a empleos adicionales que derivan del turismo, como los empleos en la construcción de infraestructuras y facilidades turísticas.

5.- Sobre la estructura social

El efecto del turismo sobre la estructura social está determinada en la cantidad de visitantes y el número de habitantes de un país o área visitada por el turista, cuando el número de visitantes es mayor que el de habitantes, tiende a alentar expectativas y pautas inapropiadas de consumo para el medio y contribuye a acentuar la diferencia social, como ocurre en algunas islas del Caribe, por el Contrario cuando el número de habitantes es mayor que el de visitantes, el efecto es más pequeño, incluso llega a ser absorbido por la actividad del lugar.

* El turismo fuente generadora de recursos

Las divisas son los beneficios del turismo más estudiado desde 1911. Este estudio analiza el aporte del sector en la balanza de pago. El ingreso resultante de los gastos realizados por el turista, contribuye significativamente en la balanza de pago sobre todo en países en vías de desarrollo, el cual puede ser mirado desde el punto de vista económico o contable.

Aeropuerto

Se afirma que el año 2001 estará lista la ampliación aeropuerto de Santiago. Las obras ampliarán a 88 mil metros cuadrados la superficie actual del terminal aéreo, permitiendo el transporte de 10 millones de pasajeros. Además, se habilitarán nuevos accesos con sistema de telepeajes y mayor cantidad de estacionamientos lo que facilitará la salida y llegada al terminal aéreo. También habrá una nueva torre de control, radares de última generación, 104 mesones para que las aerolíneas y demás empresas atiendan a los pasajeros, 34 casetas de inmigración y nuevas correas transportadoras de equipaje.

El proyecto aumenta de cuatro a diecisiete los puentes de embarque, unifica los terminales nacionales e internacionales. El actual terminal nacional dejará de prestar servicios y será utilizado como zona de futura expansión.

Considerando una inversión de US\$200 millones. Es posible que la estimación sea insuficiente para fin del período de concesión, por lo tanto es probable que deba ampliarse en 60 millones adicionales.

Todos estos cambios obedecen a la proyecciones de viajes que existen, para el año 2005 se espera atender a nueve millones de pasajeros anuales. Los planes de renovación también incluyen la idea de extender la plataforma y calles de rodaje de los aviones, construir una planta de aguas servidas, edificar un hotel (el hotel contará con cerca de 100 habitaciones y requerirá una inversión de 8 millones de dólares) y un shopping, de manera de convertir el aeropuerto en un gran centro de actividad comercial.

Inversiones turísticas puestas en marcha

"El Catastro de Proyectos Turísticos Privados de SERNATUR detectó iniciativas en estudio, a diciembre de 1999, por montos de US\$ 316,7 millones en proyectos netamente turísticos; US\$ 1.397,5 millones en proyectos turísticos- inmobiliarios y US\$ 200 millones en proyectos de segunda residencia."

"Los proyectos turísticos propiamente tal se concentran principalmente en dos regiones, Región de Valparaíso con un 46,4% y la Región Metropolitana con un 34,7% a nivel nacional. Las iniciativas de mayor envergadura corresponden a proyectos hoteleros, como son el hotel de la cadena Ritz y el que se ubicará en el ex cine El Golf en Santiago; los apartoteles South Pacific Club y Mare Nostrum, y el hotel a construirse en los terrenos del Sanatorio Marítimo San José, en Viña del Mar."

"Además, en la Región de La Araucanía se construirá un hotel junto al Lago Villarrica por US\$ 14 millones y la cadena Choice Atlántica invertirá US\$ 12 millones en 4 hoteles en las ciudades de Iquique, Antofagasta, Concepción y Puerto Montt." (Informe SERNATUR, año 2000)

Principales proyectos turísticos inmobiliarios

"Respecto a los proyectos turísticos- inmobiliarios se detectaron interesantes iniciativas localizadas desde la Región de Tarapacá hasta la Región de O'Higgins. Entre las iniciativas de mayor envergadura en cuanto a montos de inversión, se pueden identificar los de la Región de Atacama, ubicados en los sectores costeros de Puerto Viejo y en el límite de las comunas de Copiapó y Caldera, por US\$ 457 millones; Los Changos, Marinas de Talinay y Totoralillo, en la Región de Coquimbo por US\$ 500 millones; y Marina del Mar, Punta Osas, Torremolinos y complejo en estación puerto de Valparaíso, en la Región de Valparaíso por US\$ 420 millones."

"En cuanto a los proyectos de segunda residencia, se logró identificar seis iniciativas, a localizarse en las zonas costeras desde Iquique a El Tabo. El proyecto de mayor monto de inversión de este tipo es Terra Nova Playa Lobito, por US\$ 160 millones, que se localizará al sur de Iquique."

"Es importante tener presente que estos proyectos detectados por SERNATUR se encuentran en etapa de preinversión, es decir, desde nivel de idea hasta con estudios de factibilidad, por ello , es posible que no todos lleguen a su etapa de inversión en los próximos años." (Informe SERNATUR, año 2000)

PROYECTOS TURÍSTICOS- INMOBILIARIOS EN ESTUDIO		
(A DICIEMBRE DE 1999)		
NOMBRE DEL PROYECTO	REGIÓN	MONTO TOTAL INVERSIÓN (Millones de US\$)
Complejo en desembocadura Rio Lluta	Tarapacá	8
Complejo en Puerto Viejo	Atacama	357
Complejo en Bahía Salado	Atacama	100
Los Changos	Coquimbo	250
Marinas de Talinay	Coquimbo	100
Totoralillo	Coquimbo	150
Complejo en Estación Puerto en Valparaíso	Valparaíso	50
Marina del Mar	Valparaíso	70
Punta Osas	Valparaíso	250
Complejo Torremolinos	Valparaíso	50
Complejo en Hacienda Topocalma	O'Higgins	s/i
Complejo Salinas del Mar	O'Higgins	12,5
	TOTAL PAÍS	1397,5

Fuente: Direcciones Regionales de Turismo

Elaboración: Departamento de Planificación. SERNATUR

PROYECTOS TURÍSTICOS EN ESTUDIO
(A DICIEMBRE DE 1999)

REGIÓN	NOMBRE DEL PROYECTO	MONTO INVERSIÓN millones de US\$
IX	Turismo Los Baños	0,1
IX	Villarrica Park Lake Hotel	14,0
X	Restaurante Ruta B-215	0,2
X	Hotel y Cabañas El Faro	0,2
X	Rancho Deportivo y Turístico Los Alamos	0,1
X	Cabañas de Turismo en camino a Ensenada	0,1
X	Discoteca Puerto Pilar	0,1
X	Casino Puerto Varas	s/i
X	Hotel Centinela	1,0
XI	Hostería en Isla Jáchica	0,8
XI	Centro Turístico Bahía Explotadores	0,8
XI	Posada Taijat	0,2
XII	Hostería Faro San Isidro	0,4
XII	Lodge Lago Riesco	0,3
XII	Club House Los Ñirres	0,3
XII	Restaurante en Punta Arenas	0,2
XII	Restaurante en Isla Navarino	0,2
XII	Hostería Lago Sofía	0,2
XII	Hotel en Torres del Paine	0,8
XII	Complejo Turístico en Torres	0,8
XII	Cabañas Cabo Froward	0,2
XII	Centro Turístico La Estancia	0,4
XII	Albatros (Embarcación)	0,2
XII	Embarcación de Turismo en Puerto Natales	0,9
XII	Embarcación de Turismo en Puerto Natales	0,7
XII	Complejo Turístico Estancia Perales	0,4
XII	Embarcación en Puerto Natales	0,5
XII	Restaurante en Puerto Natales	0,2
XII	Cabañas en Puerto Natales	0,1
XII	Hostal en Punta Arenas	0,2
XII	Embarcación de Turismo en Punta Arenas	0,1
XII	Hostería en Río Verde	0,4
XII	Hostal en Puerto Natales	0,1
RM	Hotel de Cadena Ritz	70,0
RM	Hotel Park Plaza El Golf	40,0
Varias Reg.	Hoteles Sleep Inn	12,0
TOTAL PAIS		316,7

Fuente: Direcciones Regionales de Turismo
Elaboración: Departamento de Planificación. SERNATUR

PROYECTOS SEGUNDA RESIDENCIA EN ESTUDIO		
(A DICIEMBRE DE 1999)		
NOMBRE DEL PROYECTO	REGIÓN	MONTO TOTAL INVERSIÓN (Millones US\$)
Terra Nova Playa Lobito	Tarapacá	160
Las Terrazas de Bahía Inglesa	Atacama	3,4
Proyecto Turístico- Residencial Agua Dulce	Coquimbo	18,2
Proyecto en Av. Borgoño. Reñaca	Valparaíso	17
Proyecto en Comuna de El Tabo	Valparaíso	1,4
Costa Quilén	Valparaíso	s/i
	TOTAL PAÍS	200

Fuente : Direcciones Regionales de Turismo
Elaboración: Departamento de Planificación. SERNATUR

Crecimiento del turismo en Chile				
	1994	1995	1996	1997
Llegada de turistas extranjeros (miles)	1.633,8	1.539,6	1.449,5	1.693,3
Ingreso de divisas (millones de dólares)	845,6	900,4	905,3	1.080
Gasto promedio diario por turistas US\$	50,8	51,1	55,3	58
Salidas de chilenos al extranjero (miles)	981	1.069,6	1.091,7	1.262,7
Gasto promedio diario por persona (US\$)	40,1	58,1	48,2	

Rol del estado en el desarrollo del turismo en Chile

En cualquier desarrollo turístico participan de una forma u otra los Gobiernos locales y de los Estados. El grado de intervención puede ser muy variable.

Muchas explotaciones turísticas requieren que el dinero público local y del Estado se emplee en crear sistemas de depuración, conducciones de agua, carreteras y otros servicios públicos. También es un gasto público establecer monumentos nacionales, así como lugares históricos.

Por otro lado las municipalidades también están llamadas a cumplir un importante papel en el turismo, teniendo en cuenta que para muchas regiones esta actividad es una palanca de desarrollo que genera trabajo.

El Ejecutivo esta encargado de intervenir, tanto en la planeación, operación y regulación de los servicios turísticos.

El Gobierno chileno ha estado participando en ésta actividad fomentando la participación del sector privado. Antecedente de esto es que en 1917 nace la Sociedad Nacional de Fomento del Turismo, cuyo objetivo era el desarrollo de la hotelería nacional. Más tarde, en 1930 se funda la Asociación Chilena de Hoteles, Restaurantes y Similares.

En 1975 la Dirección se crea el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) descentralizado, con atribuciones, estructura y recursos para una labor global y coordinadora tanto en el país como internacionalmente.

* SERNATUR

Ha desarrollado la política de Desarrollo Turístico, éstas políticas son: Generar producto, divisas, inversiones y fuentes de trabajo a través del desarrollo y operación de la planta y servicios turísticos, tanto para el turismo interno y receptivo.

Políticas

- * Lograr un mejor aprovechamiento de los recursos disponibles (naturales, culturales y económicos).
- * Favorecer la preservación y/o puesta en valor del patrimonio turístico natural y cultural.
- * Impulsar las inversiones en el área del turismo, como en regiones.
- * Promover la integración y complementación turística entre regiones , y también a nivel internacional, con el objeto de lograr un mejor aprovechamiento de los recursos.
- * Respecto a la planta turística, se estableció el aumentar los promedios de ocupación fomentando el desarrollo de nuevos establecimientos, de preferencia en aquellas áreas donde hay déficit en la oferta de servicios turísticos.
- * En cuanto a la acción hacia mercados turísticos, se plantea intensificar aquellos mercados tradicionales, principalmente limítrofes y su extensión a mercados potenciales, que permiten mejores posibilidades a capitación, de flujos con mayor capacidad de gasto.
- * También facilita y promueve el desplazamiento de la población nacional (Turismo Interno) proporcionando alternativas de esparcimiento y recreación, particularmente a los sectores de ingresos medios y bajos.

Desarrollo histórico de los transportes de pasajeros

"En sus comienzos, el desarrollo del transporte se vio impulsado básicamente por intereses militares, administrativos y de negocios, ya que se encontraba su principal justificación en la necesidad de transportar bienes y productos, generalmente dentro del propio país, con fines comerciales, bélicos o de carácter gubernamental."

"Hasta el siglo XIX, los desplazamientos se producían por los motivos antes reseñados y sólo en pocas ocasiones por motivos vacacionales, los viajes eran rudimentarios y lentos, puesto que se realizaban

básicamente a caballo o en carruajes y, cuando se trataba de trayectos marítimos o en vías fluviales, le velero era el medio más utilizado."

"Desde 1840 en adelante, mientras tenía lugar la Revolución Industrial en Europa y EE.UU., el invento de la máquina de vapor fue implantado en el sector del transporte dándole un giro nuevo y provocando un aumento del viaje de placer en una escala creciente. El desarrollo de las redes ferroviarias, como la primera red transcontinental en los EE. UU., el famoso Orient Express que unió París con Estambul, y los primeros barcos de vapor facilitaron y estimularon los viajes entre distintos países y continentes."

El siglo XX trajo consigo una importancia cada vez mayor del transporte a motor por carretera y del transporte aéreo. Respecto al desarrollo del primero, su impacto completo no se sintió hasta pasada la II Guerra Mundial, a partir de los años 50, en los que el automóvil empezó a ser accesible a un amplio segmento de la población y se convirtió en un medio de transporte necesario para cualquier persona. Ello provocó el aumento inmediato del turismo nacional, dada la facilidad que suponían los desplazamientos dentro del propio país y el uso cada vez más generalizado del automóvil.

El desarrollo de la aviación, tras su comienzo con los dirigibles, recibió un gran impulso con la guerra y, poco a poco, debido a las continuas mejoras tecnológicas en muy diversos campos fue ocupando el puesto de los barcos y otros medios de transporte en los desplazamientos de larga distancia.

Por lo tanto, según evidencia histórica (y como ya se ha afirmado en párrafos anteriores) la aparición de transporte más rápidos, cómodos y seguros, fue determinante en el crecimiento ascendente del turismo, de forma que la aparición de nuevos destinos ha ido siempre aparejada a la aparición de nuevas rutas y medios de transporte con los que poder acceder a ellos. Por ello, se puede afirmar que el desarrollo de ambos sectores, el sector turístico y el del transporte, se halla íntimamente ligado y sigue un proceso paralelo y de mutua influencia.

Importancia de la aviación en el turismo

El desarrollo del sistema de viajes aéreos se basa fundamentalmente en la construcción de aeropuertos y en la creación de rutas que van uniendo dichos aeropuertos. Desde 1959 hasta nuestros días, la demanda de este medio de transporte ha aumentado a una media anual del 5%.

A medida que la tecnología ha ido avanzando, la rentabilidad y eficacia de los aviones ha mejorado considerablemente, facilitando la posibilidad de que los tour operadores puedan rebajar aún más los precios de los vuelos charter y se produzca la apertura de nuevos mercados más remotos. Así, muchos centros turísticos se han desarrollado en diferentes regiones del mundo, gracias al establecimiento de servicios aéreos adecuados. En muchas islas del Caribe, por ejemplo, dependen exclusivamente de las líneas aéreas que les traen los turistas procedentes de Europa y EE. UU.

Dentro del transporte aéreo encontramos dos categorías básicas: los servicios de vuelos regulares y los servicios charter. Ambos tienen características propias que merecen ser comentadas.

* Vuelos regulares

Los primeros son tradicionalmente operados por las compañías bandera de los países (mercado al que están accediendo las nuevas aerolíneas privadas) y ofrecen desplazamientos entre distintas regiones o países de forma regular y continua. Las líneas regulares ofrecen un producto seguro, conveniente, fiable, frecuente y orientado hacia el consumidor. La competencia entre las distintas compañías es cada vez mayor y más intensa, y a su vez, el producto ofrecido es tan homogéneo que la diferenciación se produce básicamente en los servicios ofrecidos y en la reducción de tarifas. Entre las nuevas modalidades de servicios se ofrece mayor comodidad, espacio entre asientos más amplio, simpatía del personal, calidad del servicio e incluso aparecen

nuevas propuestas como la de American Airlines, que pone a disposición de sus clientes duchas en los aeropuertos a la llegada del viaje, o como la Northwest Airlines que se ha sustituido las tradicionales comidas buffet del que cada pasajero se sirve y puede incluso repetir. Con respecto a la estrategia de ofrecer tarifas más baratas como reclamo para atraer clientes, las aerolíneas están eliminando las comidas en los vuelos de corta duración. También surgen nuevos productos, como Virgin Express en Europa, que ofrece precios reducidos, ofreciendo un servicio mínimo y una gestión simplificada, sin billetes, que está obteniendo una gran aceptación.

* Vuelos Charter

Respecto de los vuelos chárter, son utilizados para facilitar el desplazamiento de los turistas hasta los destinos, bien en paquetes turísticos completos bien facilitando sólo asiento. Esto significa que tales vuelos no se producen con la misma frecuencia y regularidad que los anteriores, dado que generalmente son fletados por los tour operadores que organizan el viaje a un destino o destinos determinados y con volumen de pasajeros también previamente determinado. Algunas de estas líneas aéreas chárter pertenecen a los tour operadores, como Thompson o Britannia Airways.

Los problemas a los que se enfrentan las compañías aéreas que realizan vuelos chárter son, básicamente, la cada vez mayor congestión del espacio aéreo y la saturación de los aeropuertos, sobre todo en Europa y en los meses de verano, que suponen grandes retrasos. Los organismos oficiales ven con preocupación esta situación y estudian actuaciones para solventarla.

Es necesario destacar el continuo desarrollo de la tecnología aeronáutica que permite la construcción de aviones de mayor capacidad y con una mayor autonomía de vuelo. Respecto al número de pasajeros, el avión más grande en la actualidad es el Boeing 747, 400 con capacidad para 400 pasajeros, si bien la compañía europea Airbus tienen en proyecto la construcción de un avión en el que podrían embarcar 555 pasajeros, divididos en tres clases u 800 en clase única, y que tiene un alcance entre 13.900 y 15.750 kilómetros. En referencia a la mayor autonomía, ésta permite la reducción de escalas, con lo que se acorta el tiempo de vuelo, acercándose todavía más los destinos lejanos a los mercados emisores.

* Disposición de los asientos para pasajeros (configuración de los aviones)

El tamaño y el diseño de la aeronave determinan la disposición de los asientos para pasajeros. En el Boeing 727 los asientos por lo común están dispuestos a ambos lados de un solo pasillo, con 5 a 6 asientos por fila. En las aeronaves más grandes como el Boeing 747 los asientos están dispuestos con dos pasillos y 8 a 10 asientos por fila.

* Servicio de alimentos

Existe el servicio de alimentos calientes únicamente en las aeronaves equipadas con cocinas o cocinetas donde las aeromozas calientan o preparan los alimentos de los pasajeros.

* La familia de los BOEING

El Boeing 727 fue el primer avión trimotor de tráfico comercial. El 737 tiene el récord del más vendido; el 747 (también conocido como Jumbo) es la nave comercial más grande del mundo; el 757 diseñado para reemplazar al 727 es el más silencioso y económico de la familia; el 767 fue el primer Boeing en volar con tripulación de piloto y copiloto (sin ingeniero de vuelo); y el 777, es el bimotor más grande del mundo.

El 777 – habitualmente llamado el Triple Siete– por su distribución interior, los 153 pasajeros de la clase económica podrán llegar más descansados a sus destinos, porque los asientos son ergonómicos, traen respaldo para apoyar la cabeza y tienen mayor ángulo de inclinación (en el 767 es de 12,5 cm. y en el 777,

17,5 cm). También aumenta el espacio para las piernas (de 77,5 cm en el 767 a 82,5 cm en el 777)

Los pasillos del 777 permiten pasar al baño o caminar aunque esté el carrito de las bebidas al medio. La clase económica puede, además, disfrutar algunos regalos tecnológicos: cada asiento tiene teléfono (utilizable con tarjeta de crédito), pantalla de video en los respaldos y seis canales para elegir o para jugar Nintendo.

Los que viajen en Primera o en Business lo harán aún en mejores condiciones. El espacio entre asientos aumenta la inclinación de los asientos de 22.5 cm a 30 cm.

Los accesorios tecnológicos ya nombrados son de mejor calidad que los de la clase económica y, además, los pasajeros cuentan con fax y música con sonido digital.

En lo que a seguridad se refiere, el Boeing 777 es un avión casi automático, con lista de chequeos previo al despegue realizado por computadoras, con dos turbinas por ala y con un tren de aterrizaje que permite llegar más suave a tierra.

La máquina es una sola pieza revestida, por lo que reduce el peligro de partirse en dos en caso de accidente. Además, vuela más rápido, a mayor altura y más millas sin necesidad de cargar combustible. Pero lo principal para las compañías aéreas es que es mucho más económico que otros aviones.

Importancia del transporte terrestre en el turismo

I. Automóvil

El automóvil ofrece una larga lista de ventajas que le colocan en una de las principales posiciones entre los distintos medios.

* Flexibilidad. El conductor controla el itinerario a seguir, las horas de salida y llegada, puede parar cuantas veces quiera y puede transportar a más personas por menos dinero que en otros medios de transporte. Permite asimismo un viaje de puerta a puerta, llevar mucho equipaje y ofrece movilidad dentro del propio destino.

* Economía. En comparación con otras formas de transporte, el coste es bajo.

* Innovaciones tecnológicas. Se consiguen mejoras continuas a nivel de seguridad consumo e infraestructura varias, que reafirman el liderazgo de este medio.

La gran utilización de este medio de transporte por los turistas ha potenciado el auge del negocio de alquiler de automóviles, que se ha convertido en un sector destacado dentro de la industria turística mundial, con elevados ingresos y con la presencia de compañías multinacionales (AVIS, HERTZ, BUDGET, etc.) en casi todos los países.

II. Autobús

En cuanto a los autobuses, actualmente representan una opción importante para los desplazamientos de larga distancia por carretera, ya que sus costos son aún más bajos que los del automóvil, al ser más numerosos los pasajeros. Tiene la ventaja de ser muy flexible por su fácil acceso a las urbes y asequible a todos los segmentos de la población.

La mayoría de los turistas utilizan el autobús en algún momento de su viaje, ya sea desde el aeropuerto al hotel, en una excursión o como medio de transporte interurbano.

Con el aumento de las rutas de las líneas aéreas y la introducción de tarifas especiales, el número de

programas de excursiones combinadas vía aérea/autobus (air coach) ha aumentado rápidamente en los últimos años.

La mayoría de los autobuses modernos son cómodos y disponen de asientos reclinables, lavabos y un buffet. Muchos llevan aire acondicionado. La capacidad suele variar entre 10 y 50 pasajeros, con un promedio de unos 40.

III. El Ferrocarril

El lugar del "Caballo de Hierro" en la historia de EE.UU. quedó asegurado por el crucial papel que representó en el desarrollo de la expansión y el comercio transcontinentales. Los días de las locomotoras que avanzaban arrojando hollín a través de las llanuras desaparecieron hace largo tiempo. Los europeos y los japoneses, entre otros, son famosos por sus modernos sistemas de ferrocarriles, los cuales combinan la velocidad con la comodidad.

A principios de siglo, la estación de ferrocarril representaba el núcleo de muchas comunidades. Los tendidos originales se desplegaban intentando suplir, básicamente, necesidades industriales. Más tarde, el tren comenzó a utilizarse asimismo por motivos vacacionales, fomentando el desarrollo de los primeros balnearios y resorts costeros. Sin embargo, la importancia del ferrocarril empezó a disminuir con la utilización masiva del automóvil, dada la escasa flexibilidad que ofrecía aquél respecto a este último. Después de la II Guerra Mundial, apareció un nuevo competidor, el avión, sobre todo para largas distancias.

En Europa, debido a la gran densidad de población y a la proximidad de muchas de las ciudades más importantes, el tren sigue siendo, a pesar de todo, una opción importante, fomentada por avances tecnológicos que han permitido el desarrollo de trenes de alta velocidad y reducir la duración del viaje (AVE en España, TGV en Francia, etc.). Sin embargo, la utilización del tren se encuentra a bastante distancia de la del automóvil y la del avión, los dos medios más elegidos para los desplazamientos a nivel mundial.

Una de las características fundamentales del ferrocarril es su capacidad para poder constituir la razón de un viaje y no tan sólo el medio para realizarlo, como es el caso de los productos específicamente diseñados para ello (el famoso Oriente Express o los trenes turísticos recuperados en España como el Limón Express de la Costa Blanca).

Trenes D hotel

Por otra parte, está adquiriendo mayor importancia la utilización de los trenes-hotel para itinerarios largos, que suelen viajar de noche, cenando en el lugar de origen y desayunando en el lugar de destino, con lo que se duerme durante el recorrido disfrutando de todo tipo de servicios y comodidades. Para ello, se han llegado a realizar acuerdos entre compañías ferroviarias de diferentes países para la comercialización de este tipo de trenes, ya que al ser recorridos largos traspasa incluso las fronteras entre países.

Trenes de alta velocidad

Como ya se ha mencionado anteriormente, los avances tecnológicos operados en este medio de transporte han fomentado su mayor utilización. Así, la aparición de los trenes de alta velocidad, básicamente dirigido al sector de los negocios, abre la posibilidad de reducir el tráfico en las carreteras y, también, abre la posibilidad de reducir el tráfico en las carreteras y, también, descongestionar los aeropuertos al ofrecer un medio substitutivo del avión. La gran velocidad de estos trenes puede hacer que se considere como distancia idónea entre ciudades hasta 1.000 kilómetros, con un día de viaje. En un futuro próximo podrían ser competidores de los vuelos de corta y mediana distancia.

Eurotúnel

Otro resultado de la tecnología es el Eurotúnel que atraviesa el Canal de la Mancha, desde Calais hasta Folkestone, comunicando las ciudades de París y Londres. Este túnel permite atravesar el Canal sin dejar de rodar sobre tierra. Cuenta con unos trenes (Shuttle y Eurostar) de una longitud de 775 metros totalmente equipados para transportar coches, autocares, caravanas y cualquier otro tipo de vehículo. La distancia que recorre es de 50 kilómetros (38 de ellos a 40 metros de profundidad bajo el mar). Ejerce una competencia directa sobre los tradicionales ferries que hacen el trayecto Calais $\rightarrow$ Dover, aunque el precio es más elevado.

Europa en ferrocarril

Los viajes en ferrocarril aún son una de las formas más fascinantes de recorrer Europa, sobre todo debido a su amplia modernización. Los ferrocarriles de Eurail están entre los más modernos y cómodos del mundo. Las principales estaciones de ferrocarril cuentan con un personal de agentes que habla varios idiomas. A través de amplias ventanas, las vistas y los sonidos de Europa, rica en cultura, arte e historia, se despliegan ante los ojos de los pasajeros. Cruzando ríos y desfiladeros, a través de valles, montañas, bosques y ciudades, los viajeros pueden disfrutar de una comida completa, una bebida o un bocadillo en el salón comedor o en el bar.

Los trenes de Eurail tienen salidas frecuentes y casi siempre son puntuales. En su mayor parte, las terminales tienen una ubicación céntrica. Los cambios de itinerario se manejan con sencillez y sin molestias. Los poseedores de un pase pueden viajar cuando y a donde más les agrade.

El Eurailpass

El 1 de marzo de 1959 se agruparon 13 redes ferroviarias para ofrecer a los viajeros procedentes de América un billete conocido con el nombre de "Eurailpass", verdadero abono europeo que permite a su titular el circular libremente, en primera clase, por miles de kilómetros de vías férreas que cubren dicho billete, con la facultad de detenerse en cualquier punto del trayecto.

Los 13 primeros países adheridos son: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Italia, Luxemburgo, Noruega, Holanda, Portugal, Suecia y Suiza.

El Eurailpass es una tarjeta que puede comprarse con anticipación en el país de origen y que le da derecho al poseedor a un número ilimitado de viajes en ferrocarril, en primera clase. El Eurailpass se puede comprar para quince o veintidós días, o para uno, dos o tres meses. Los niños menores de 12 años pagan media tarifa y los niños menores de cuatro años viajan gratis. Los viajeros menores de 26 años califican para un Youthpass, válido para uno o dos meses de viajes ilimitados en segunda clase.

El TGV

Los trenes europeos gozan de gran popularidad y se los conoce por su rapidez y puntualidad. En 1981 se dio un gran paso con la introducción, en la red francesa de ferrocarriles, de trenes de gran velocidad (en francés "Trains à Grand Vitesse" TGV)

Estos trenes pueden alcanzar una velocidad de más de 270 km. por hora y ofrecen una seria competencia al transporte aéreo en distancias cortas y medias.

La red europea comprende 3 categorías principales de trenes:

- * Trenes locales o regionales que paran en casi todas las estaciones en una ruta.
- * Servicios expresos de larga distancia que operan enteramente dentro de un país.
- * Servicios internacionales que proporcionan un alto estándar de confort y conveniencia de día y de noche.

Algunos servicios rápidos se denominan "EC – Eurocity", "IC – Intercity" o "TEE – Trans–Europe–Express".

Servicios de auto–tren

Conocidos como Car Sleeper Trains en Europa, Motorail en el Reino Unido, y Autorail en los Estados Unidos, estos trenes especiales transportan pasajeros y sus automóviles en las rutas más importantes.

Estos trenes tienen la ventaja de que generalmente disponen de espacio para descansar o dormir durante el viaje, permitiendo de esta manera que los pasajeros lleguen a su destino sin sufrir el cansancio de conducir largas distancias. Además permiten el embarque y desembarque rápido de los coches en las estaciones especialmente adaptadas a tal efecto.

Importancia del transporte marítimo en el turismo

* Papel subsidiario

El viaje por mar vivió su mayor esplendor cuando, antes del avión de pasajeros a reacción, los grandes transatlánticos unían los continentes de Europa y América. Sin embargo, la aparición de las líneas aéreas, combinada con otros factores como la disminución de las vacaciones largas – sustituidas por descansos más cortos y frecuentes y la escasa velocidad del transporte por mar, han reducido la presencia de éste aun papel subsidiario. Actualmente, a bordo de ferries, aerodeslizadores y pequeñas embarcaciones, también utilizadas para fines de recreo.

* Transporte por mar como destino en sí mismo

El barco, al igual que el ferrocarril, puede ser un destino y no tan solo el medio de realizar el viaje, convirtiéndose en un producto turístico específico. Es el caso de los cruceros, que representan actualmente uno de los negocios turísticos d más rápido crecimiento, debido principalmente a alianzas con las aerolíneas, mediante paquetes turísticos u incluyen el vuelo y el crucero y que permiten abaratar los costos del viaje. Alrededor de un 80% de los cruceros actuales siguen este modelo de paquetes turísticos vuelo–crucero.

Se pueden diferenciar dos productos principales: la líneas regulares realizadas por ferries, que unen el continente con las islas o islas entre ellas y los cruceros, utilizados confines vacacionales que realizan recorridos de duración determinada.

* Los ferries

Se utilizan como medio para transportar mercancías, pasajeros y en algunos casos vehículos, sobre todo en verano, en distancias cortas y medias. Hay diferentes modalidades como los overcraft, los fast–ferries, etc. que ofrecen un servicio más rápido que el medio marítimo tradicional, además de necesitar menor espacio de atraque y de maniobra.

Con la mayor competencia que ofrecen las nuevas rutas aéreas hacia islas que disponen de aeropuerto, los ferries tratan de ofrecer nuevos servicios adicionales como son instalaciones deportivas, piscina, casinos y tiendas, como complemento del precio, que es sensiblemente inferior. ES el caso de los servicios ofrecidos en el Canal de la Mancha, donde ha aparecido un nuevo competidor, el Eurotúnel.

Hay compañías que, tratando de ampliar los servicios y de obtener mayores ingresos, han optado por ofrecer sus barcos, durante el tiempo que permanecen atracados en puerto, para realizar reuniones de empresa, presentaciones o banquetes, o simplemente utilizarlos como hoteles, como ha ocurrido durante la Expo de Sevilla o las Olimpiadas de Barcelona 1992, donde se llegaron a concentras hasta once buques. Se puede disponer de todos los servicios, discoteca, piscina, solarium, bar, etc. e incluso se puede efectuar alguna salida

fuera de puerto.

* Los cruceros

Los cruceros se definen como una fórmula de vacaciones que combina numerosas actividades de diversión a bordo de juegos y torneos de diferente tipo, tiro al plato, gimnasia, y jogging, clases de baile, cine, conferencias informativas de interés, bingo, actividades para niños, misa, atracciones y espectáculos nocturnos, organización de fiestas y espectáculos, baile, conciertos de música, etc. Están dirigidos a todo tipo de clientes, tienen una amplia variedad de destinos, con todo incluido dentro del precio (comidas, espectáculos, entretenimientos, etc.), con la comodidad de no tener que hacer y deshacer equipajes y poder visitar diferentes puntos turísticos en un solo medio. Además se puede ofrecer como producto para incentivos y reuniones de empresa. Tienen diversas clasificaciones por categorías por tonelaje.

El gran centro productor de cruceros se encuentra en Miami, teniendo como destino principal el Caribe. Otros destinos son el Mediterráneo y las islas griegas, cruceros por cuencas fluviales como el Nilo, Danubio o el Rhin y los cruceros por fiordos en el norte de Europa. Además, se pueden alquilar pequeños barcos para recorrer Francia, Alemania, Austria, etc. por los canales.

La duración es variable, desde cruceros por 1 día, cruceros de 3 y 4 días, cruceros medios de 7 días, cruceros propios de mayorista con itinerarios más largos y cruceros chárter para incentivos, convenciones y para eventos específicos.

Concepto y funciones de una agencia de viajes

* Definición

Una agencia de viajes es una empresa con fines de lucro que pone en contacto al viajero potencial con los prestadores de diferentes servicios turísticos.

* Funciones básicas

1. Intermediar servicios de transporte, alojamiento, alimentación y conexos.
2. Elaborar un producto turístico, llamado generalmente "paquete turístico", "viaje todo incluido", inclusive tour" combinando los diferentes servicios que componen un viaje.
3. Asesorar al cliente sobre la elección de destinos vacacionales, combinaciones aéreas, formas de alojamiento, etc.

* Clasificación

1.- Según tipo de mercado

1.1.- Agencia de turismo emisor

Son las agencias que intermedian servicios turísticos específicos u organizan viajes a residentes de un país que viajan al extranjero.

1.2.- Agencia de turismo receptor

Son las que brindan servicios a turistas individuales o a grupos de turistas procedentes del exterior.

1.3.– Agencia de turismo nacional

Ofrecen y venden servicios a residentes de un país dentro de sus fronteras.

2.– Según el grado de especialización

2.1.– Determinada modalidad turísticas

Venden turismo aventura, ecoturismo, deportes de invierno, cruceros, etc.

2.2.– Eventos

Venden ferias, exposiciones, congresos, seminarios, etc.

2.3.– Intercambio estudiantil

Venden estudios en instituciones educativas diversas, idiomas, etc.

2.4.– Lugar geográfico

Venden destinos específicos por ejemplo: Kenia, Medio Oriente, Europa, EE.UU., Canadá, Brasil, etc.

3.– Según su operación

3.1.– Agencia minorista

Venden directamente al público servicios turísticos que operan o generan otros prestadores de servicios. Es la que interviene entre el productos de los servicios–elementos materiales de viajes y el viajero, y proporciona estos elementos recibiendo una comisión. El precio de venta es, y debe ser siempre, el precio que fija el que produce el servicio– transportes, hoteles, compañías navieras, etc.– el pago que el agente de viajes hace al productor de tales servicios se hace de acuerdo con el convenio especial que existe entre ellos.

3.2.– Agencia mayorista

Integran y operan sus servicios turísticos y los venden a través de otras agencias, además de hacerlo también directamente al público. La estructura organizacional de una agencia de viajes mayorista debe contemplar las necesidades básicas del tipo de negocios con el cual están involucradas, o sea, la preparación de los programas de viajes organizados, la venta de los mismos mediante las agencias detallistas, y los aspectos relativos a la reservación de los servicios integrados en los paquetes.

3.3.– Agencia operadora o tour operadora

Integran y operan sus propios servicios turísticos y los venden a través de otras agencias, mayoristas o minoristas, y no directamente al público. La diferencia fundamental entre una agencia de viajes mayorista y una agencia tour operadora radica en el hecho de que estas últimas operan sus propios programas de viajes, con equipo suyo o bien subcontratando los servicios a operadores terrestres locales. Las mayoristas como regla general, no se dedican a la operación de sus propios servicios.

Rol y las funciones de un hotel en el turismo

La difusión de los viajes por tierra creó una demanda de alojamiento cómodos e higiénicos. Antes del siglo XIX, los alojamientos se limitaban a primitivas posadas a la orilla del camino, en las cuales no se contemplaba

la higiene básica y la intimidad. Los antiguos romanos hábiles constructores de carreteras, erigieron establecimientos llamados hospitea a lo largo de sus carreteras pavimentadas. Los viajeros podían comprar pan y vino, por un céntimo, y un haz de heno para sus mulas por dos. El costo era bastante razonable, pero la compañía no era agradable; los huéspedes y los caballos compartían el mismo alojamiento para dormir.

Siguiendo el ejemplo romano, las tabernas de la Europa medieval combinaban el servicio de alimentos y bebidas con el alojamiento, pero sin preocuparse mucho por la higiene ni las comidas. Las camas, así como la habitación, debían compartirse con otros viajeros y los precios y las tarifas eran exorbitantes.

El advenimiento del hotel moderno mejoró en gran medida las perspectivas de los viajes nacionales e internacionales. Los primeros hoteles construidos en Europa estaban reservados para los aristócratas, ya que sus precios eran prohibitivos para el ciudadano común. En la América colonial las tabernas siguieron el modelo de las posadas europeas.

El primer establecimiento dedicado a brindar alojamiento en Estados Unidos, el Tremont House, se inauguró en Nueva York en 1919. Al Tremont le siguieron el Waldorf Astoria en Nueva York, el Palmer House en Chicago y el elegante Grand Hotel de San Francisco. La Gran Depresión estuvo a punto de acabar con la industria hotelera, pero un administrador de hoteles, Conrad Hilton, logró mantenerse a flote como resultado de sus inversiones en petróleo y gasolina.

A la larga, la cadena se consolidó como la Hilton Hotel Corporation, la cual en los años siguientes compró o construyó hoteles de lujo en todo el mundo bajo el nombre de Hilton.

En 1951 Kemmons Wilson, un contratista de la industria de la construcción, inauguró un modesto establecimiento a un lado de la carretera, con la intención de atraer automovilistas, justo en las afueras de Memphis, Tennessee. Tratando de complacer los gustos de las familias que salían de vacaciones, Wilson bautizó a su nuevo establecimiento con el nombre de Holiday Inn. En la actualidad la cadena Holiday Inn, se extiende por todo el mundo.

Los viajeros cuentan con una gran variedad de "sitios donde pernoctar". Aun cuando no existe un sistema universal para clasificar los hoteles, las categorías que se indican a continuación representan la mayor parte de clases de alojamiento en el mundo.

* Hotel comercial

Estos hoteles están concebidos para atraer a las personas que viajan por negocios o a los turistas que deben permanecer por un corto espacio de tiempo. El alojamiento puede consistir desde un dormitorio sencillo y una cafetería hasta suites elegantes y restaurantes de primera categoría. Con frecuencia disponen de facilidades adicionales, tales como salas de conferencias y de banquetes. En las grandes ciudades, estos hoteles están generalmente situados en la zona comercial o en el centro.

* Hoteles de vacaciones

Estos hoteles se encuentran normalmente fuera de las ciudades y ofrecen además de las facilidades de un hotel de ciudad, atracciones tales como piscinas, playa privada, pistas de tenis y otras posibilidades de recreo. Los hoteles de vacaciones pueden variar desde modestos a constituir palacios y la mayor parte de los mismos se encuentran en algún paraje famoso por su belleza natural, atractivo para realizar excursiones y oportunidades de distracción en los alrededores. Como ejemplos se pueden incluir playas, balnearios y lugares donde se practican los deportes de invierno.

* Motel

Hoteles construidos próximos a las autopistas diseñados para los automovilistas, generalmente tienen acceso directo desde las habitaciones o chalets al aparcamiento o garage.

Otros tipos de alojamiento incluyen las casas de huéspedes, pensiones, apartamentos, albergues para jóvenes, hoteles flotantes, refugios y otros servicios muy especializados o poco comunes.

* Servicios

Las habitaciones de hotel varían en tamaño y precio de acuerdo con las necesidades del cliente. Las facilidades incluyen habitaciones independientes, sala, cuarto de baño y terraza. Además de los muebles normales las habitaciones de los hoteles modernos generalmente cuentan con teléfono, radio, video, TV, aire acondicionado, baño individual o ducha.

Las habitaciones más comunes según su tamaño son:

- * Individual o sencilla, habitación para una persona (single room)
- * Con dos camas gemelas (TWIN) para dos personas con dos camas (twin double)
- * Doble, para dos personas con una cama grande (double room)
- * Triple, para tres personas
- * Suite, grupo de habitaciones que comprende un cuarto de estar comunicado con uno o más dormitorios. Siempre que se solicite una suite, debe indicarse el número de habitaciones que se necesitan.

El servicio de habitación comprende:

- * Limpieza diaria de la habitación con cambio de sábanas y toallas. Este servicio está generalmente incluido en el precio de la habitación.
- * Comidas y bebidas servidas en la habitación, que llevan generalmente un recargo
- * Lavado de ropa, limpieza a seco y otros servicios extras, que siempre están sujetos a un recargo.

Otros servicios y facilidades incluyen secretarías, intérpretes/traductores, niñeras, utilización de servicios de teléfono, fax, Email, y cualquier tipo de necesidades relacionadas con conferencias y banquetes que se celebren en el hotel.

Conciencia turística

* Concepto

El habitante de nuestro país debe entender la Conciencia Turística como una actitud positiva y colaborativa individual y colectiva frente al turista, al turismo y a las actividades que influyen directa o indirectamente sobre él.

Al plantearse los problemas y las situaciones que de una u otra manera entorpecen el quehacer turístico se puede establecer que ellos son producto de una falta de Conciencia Turística y puede, por lo tanto, interpretarse que corresponden a situaciones de conducta no apropiada o no acordes con la actitud que se espera para fomentar el turismo. Por tanto, crear o desarrollar (o bien mejorar), la Conciencia Turística significa cambiar conductas para hacerlas compatibles con el turismo.

Para modificar una conducta es necesario capacitar, educar o instruir a todas y a cada una de las personas en distintos grados, según sea la relación existente entre la actividad desarrollada y su incidencia en el turismo.

Ámbitos de actuación de la conciencia turística

* Ámbito de la conciencia turística

En la actividad turística, las relaciones entre los visitantes y visitados son generalmente problemáticas, dado que el turista es un extraño en el medio que visita y como tal, con una cultura y costumbres diferentes. El turista descubre el medio e inmerso en él nos descubre a sus habitantes.

Con esto, vale hacer notar que detrás del turista hay una persona que tiene concepciones, actitudes, valores y necesidades que consideradas individualmente o en conjunto, lo han impulsado a desplazarse desde su residencia habitual.

La Conciencia Turística es una parte del comportamiento, o sea una actitud, cuya formación es un problema educativo. Así la Conciencia Turística considerada como actitud, permite a las personas, a nivel individual y colectivo, comprender la realidad turística y apreciar que el país o nación como conjunto necesitan del turismo y los beneficios que éste aporta. Y, por lo tanto, también identificar a las empresas prestadoras de servicios turísticos como entidades decisivas en el desarrollo turístico y por ende decisivas en el desarrollo del país.

Por otra parte, las empresas en la perspectiva de la Conciencia Turística deben reconocer al turista como el fin de su quehacer empresarial y humano, tal como los habitantes del país deben entender que la principal motivación del turismo reside en un medio ambiente ecológicamente atrayente y saludable.

Finalmente, el turista en cuanto visitante de un lugar debe entender su visita como aquella correspondiente a un agente positivo e integrado y no como elemento depredador y contaminante.

Rol de la educación

* El papel de la educación

La educación es un hecho social que determina la vida de los hombres; la realidad educativa ha existido en todos los pueblos y en todos los tiempos. La educación es un hecho inseparable de la vida humana, es una de sus funciones esenciales.

En un marco más amplio, la vida de los pueblos depende en gran medida de la acción educativa. Gracias a ella los pueblos conservan su fisonomía étnica y cultural autóctona y alcanzan niveles de vida cada vez más elevados.

Pero, hablar de la educación es hablar de una manera más amplia de un ámbito mayor que es la cultura: así, la educación ha sido creada de la cultura que le proporciona su razón de ser, ya que la educación se nutre de ella.

Así, esta manifestación cultural denominada Conciencia Turística se da en distintos niveles.

Niveles de la conciencia turística

A) De las personas hacia el turista

Se piensa que es necesario justificar extensamente la importancia de la Conciencia Turística en la actuación de las personas frente al turista. Por ello aparecen incorporados aquí los escolares, los ciudadanos comunes y los taxistas.

En relación con los escolares, estos deben estar conscientes que Chile cuenta con un rico acervo de valores nacionales en los que encuentra sus caracteres distintivos como nación y en los que están las fuerzas necesarias para la conservación y el acrecentamiento de su identidad cultural. En este contexto, el escolar de nuestro país y habitante de la zona o lugar que recibe al turista, debe ser capaz de vivir la cultura y cultivar los valores contenidos en los bienes culturales que su región y el país poseen.

El ciudadano común ante el turista debe estar plenamente consciente que el encuentro es y será breve y generalmente transitorio. Los habitantes de nuestro país debieran reconocer a Chile como un territorio geográfico suyo, dueño de abundantes atractivos turísticos naturales, culturales y humanos, lo cual significa que su primera obligación como receptor y como turista será conocer su propio país. Por otra parte, el Chileno común debe tener conciencia que la actividad turística es un importante sector de la economía del país. Además los chilenos deben tener conciencia que la información es uno de los aspectos más relevantes de la actividad turística, por lo cual cada ciudadano debiera estar capacitado para informar al turista nacional o extranjero acerca de lugares, actividades, alojamientos, alimentación, transportes, distancias y servicios más utilizados. Deben tener presente que el turista es un extraño en nuestro medio y poseedor de una cultura diferente a la nuestra y todo acontecimiento o personas con las cuales trata le dejan una experiencia que inevitablemente asocia a ese lugar.

Por lo tanto, el habitante de nuestro país debe entender la Conciencia Turística como una actitud individual y colectiva frente al turista, al turismo y a las actividades que influyen directa o indirectamente sobre él.

Con respecto a los taxistas, éstos entenderán que los turistas son clientes absolutamente necesarios, que dan sentido a su vida de prestador de servicios turísticos, por ello los turistas le serán siempre bienvenidos y por que son los turistas quienes eligen el taxi que los conducirá a su lugar de destino. Los taxistas deben tener conciencia de que pertenecen a un país con un territorio geográficamente determinado, con un lenguaje común, una tradición histórica, costumbres, usos, etc.

Por otro lado, el transporte turístico es el subsector del sector turismo en que se desempeñan profesionalmente los taxistas, por ello, en mayor medida que el común de los ciudadanos debe estudiar, perfeccionar y utilizar adecuadamente sus conocimientos de geografía turística. Deben contribuir así a un turismo más humano, no visto solamente como una fuente de recursos, sino como posibilidad de colaboración recíproca en el marco de una comunicación culta, cordial y honesta.

B) De las empresas hacia el turista

* Empresas en general

Las empresas y los empresarios deben tener conciencia que pertenecen y son una parte muy importante del mercado turístico. Las empresas deben manejar las variables que intervienen en el mercado turístico para comercializar adecuadamente el producto turístico que consumirá el turista. Por lo tanto, las empresas deben comprender que el producto turístico está formado por un conjunto de bienes y servicios tales como: atracciones, alojamientos, transporte, alimentación y entretenimientos destinados a satisfacer necesidades, valores, requerimientos y deseos del turista.

Los empresarios deben tener conciencia que el mercado turístico receptivo exige un sistema de planificación, ejecución y control de sus actividades en que deben participar todos los empresarios del sector privado y el sector gubernamental. Esto entrega como resultado el alto nivel de satisfacción del visitante y un buen nivel de utilidades para las empresas receptoras.

Por otra parte, los empresarios deben estar conscientes que en turismo los recursos humanos son más importantes que los servicios, ya que un turista atendido por personal bien calificado y entrenado no solamente regresará, sino recomendará a otros turistas ese lugar de destino y esas mismas empresas que lo

atendieron. En este sentido la capacitación turística resulta un factor decisivo, ya que el mercado turístico es muy heterogéneo, por cuanto está integrado por turistas de diferentes nacionalidades, distintas edades, niveles de venta, hábitos y preferencias.

* Hoteles

Por ejemplo, el hotel como unidad económica está compuesto por muchas personas que cumplen una función administrativa, de servicios o de producción. Sin embargo, una buena atención al turista pasa por una administración de personal planificada y racional que implica una política de relaciones con los empleados en diversas áreas como: contratación, capacitación, salud y seguridad, servicios para empleados, prestaciones. Todo ello para lograr un aumento y un ritmo conveniente de productividad de los empleados. Para lo cual es necesario hacerles sentir que forman parte de un equipo y deben comprender lo que se espera de ellos, como también se les debe mostrar la manera cómo su trabajo se encuadra dentro de la organización y que su desempeño puede tener una gran influencia en su trabajo.

* Agencias de viajes

Por otro lado, las Agencias de viajes se deben reconocer como una empresa comercial prestadora de servicios turísticos, intermediaria entre los prestadores de servicios y las personas, a ellos como empresa les corresponde captar clientes para transformarlos en turistas que recorran Chile y con ello contribuir a agilizar la actividad turística nacional. También le corresponde velar por la calificación de sus colaboradores dando trabajo u ofreciendo oportunidades laborales a profesionales del turismo.

La Agencia de Viaje tiene un trato con los turistas más rápido y superficial que el hotel, lo cual exige un alto grado de profesionalismo y responsabilidad por parte del personal que allí se desempeña, el cual debe tratar con corrección, calidad y dignidad al turista.

* Restaurantes

Con respecto a los Restaurantes, el personal de él, en todos los niveles, debe tener presente que la empresa está al servicio del cliente para satisfacer sus necesidades y proporcionarles la mejor calidad. El turista al elegir un restaurante va a disfrutar la experiencia de la comida, complementada con otros estímulos como lo que ve, lo que oye, lo que huele, etc. Así, son perjudiciales al turismo y al turista los precios excesivos, la falta de información, la atención descortés y la carencia de amabilidad por parte de los locales, por lo cual a cambio de estos disvalores están el comportamiento amable, la simpatía, la honestidad personal y comercial y el trato culto.

* Transporte turístico

Por último, las empresas de transporte turístico, tienen un marco de Conciencia Turística que se traduce en la disposición favorable a atender y resolver los problemas que se hayan producido a causa de pérdidas o extravíos de pasaportes, documentos o equipaje que eventualmente sufren él o los visitantes, como también resulta evidente que más importante que los propios atractivos turísticos es la calidad de la atención a ofrecer o entregar al visitante.

Los trabajadores de las empresas de transporte turístico deben adjudicar a los visitantes el rol de clientes necesarios para la vida de la empresa y de ellos mismos, además la empresa y sus trabajadores deben tener plena conciencia que el turista busca un trato personalizado, familiar, un servicio con amabilidad, simpatía y calor humano.

C) Del gobierno hacia el turismo

Se señalan como fines del gobierno hacia el turismo el favorecer al crecimiento ordenado y armónico de la actividad turística, integrar su política de desarrollo a sus diversos niveles, tanto local, regional, nacional e internacional, adoptar las medidas que permitan la participación de todos en el turismo nacional e internacional y proteger en beneficio de las generaciones presentes y futuras el medio ambiente en que se ha de desenvolver el turismo. En todos los países el desarrollo turístico va aparejado con la prioridad que el gobierno adjudica al turismo. La Conciencia Turística como actitud del Estado hacia el turismo significa entre otras cosas a que el Estado debe cuidar las buenas condiciones de salud e higiene que están expuestas a la contaminación del agua, aire y playas. También, el turista necesita protección ante los problemas que pueda encontrar en sus viajes. Por otra parte, el Estado debe estar consciente que el mayor aporte económico en la actividad turística lo producen los servicios directos: hoteles, transportes y diversiones

Una importante misión del Estado es otorgar seguridad al turista en cuanto debe prevenir el fraude; al respecto debieran existir disposiciones legales específicas sobre los acuerdos entre turistas y prestadores de servicios turísticos, también debiera cuidar la relación entre la calidad de la oferta y los precios correspondientes.

Si se ha adjudicado al turismo la función de aportar beneficios económicos para el país, la función del SERNATUR es decisiva en el mantenimiento y desarrollo de los recursos turísticos.

El gobierno a través de los organismos oficiales tiene la obligación de crear y mantener corrientes de turistas hacia los sitios históricos, parques nacionales, plazas y eventos de importancia porque una vez atraídos los turistas sigue la creación de empleos y los ingresos por diferentes conceptos.

D) Del SERNATUR

El organismo oficial (SERNATUR) debe tener conciencia que la imagen turística nacional y regional es responsabilidad suya, para lo cual se debe tener presente que ellos contemplan, observan o experimentan, según sus diferencias individuales basadas en su cultura, nivel de educación o experiencias de viaje.

La actitud de Conciencia Turística de este organismo oficial, acorde con su naturaleza, estructura y función, es aquella que implica conocimiento pleno de la información turística, descripción de atractivos y eventos turísticos. La información sobre atractivos, transporte y servicios e instalaciones debe ser exacta, actual y oportuna; la información incluye descripciones precisas sobre parques, monumentos, festivales, direcciones, transportes, comidas, alojamientos y precios.

E) De la policía hacia el turismo

Corresponde a Carabineros como policía preventiva, el deber de proteger la vida de las personas, el cuidado de la propiedad, el cumplimiento de las leyes, la disminución de los delitos, la protección de objetos, sitios y lugares, que constituyen patrimonio nacional.

De manera complementaria, pero coordinada tanto por Policía Internacional, Aduanas y Carabineros de Chile cumplen funciones de primera importancia frente al turismo y a los turistas. Las funciones turísticas cuyo rol principal corresponden a Carabineros de Chile son las siguientes: frontera, orden y seguridad, tránsito, comodidad pública, fiscalización y control. El ingreso del turista extranjero a Chile está condicionado por disposiciones jurídicas que incluyen leyes, convenios y reglamentos; así carabineros junto con Policía Internacional atiende el control de ingresos y salidas de personas al país.

F) De policía internacional hacia los turistas

El rol principal que debe cumplir un funcionario de Policía Internacional frente a un turista, es verificar que el turista que visita nuestro país venga bien documentado, es decir, controlar el ingreso y egreso de personas al país.

Ante un turista, el oficial de Policía Internacional debe verificar que el turista traiga documentos idóneos, si no trae dichos documentos su función será adoptar las medidas que en este caso correspondan, de acuerdo con los convenios existentes. El oficial de Policía Internacional debe tener plena Conciencia que él es el primer chileno con quien debe tratar el turista al ingresar al país.

Se podría entender como la actitud de Conciencia Turística ideal de un Oficial de Policía Internacional, el entender cuales son o los fines por los cuales un turista ha decidido visitar nuestro país. Su actitud debe ser de una persona amable y correcta.

G) Del turista hacia el lugar de destino, los residentes, los atractivos y hacia el medio ambiente

El turista en los lugares de tránsito y en el lugar mismo que visita, debe respetar el orden establecido en el orden político, social, moral y religioso, sometiéndose a las leyes y reglamentos vigentes. Deben tener siempre presente lo siguiente: la mayor comprensión respecto a las costumbres, creencias y comportamiento de las comunidades, guardar respeto por el patrimonio natural y cultural de esa comunidad y abrirse a la cultura de la comunidad visitada que forman parte del patrimonio cultural de la humanidad.

Los turistas deberían favorecer con su comportamiento a la comprensión y la amistad entre los hombres, tanto en la esfera nacional como internacional, contribuyendo así al mantenimiento de la paz.

El turista debe entender al turismo como favorecedor del conocimiento mutuo entre los hombres, una manera de ponerse en contacto con los demás, un factor de acercamiento entre los pueblos que contribuye y promueve la paz.