

# TURISMO Y TRANSPORTE AEREO

## IV Coloquio Internacional organizado por el Instituto del Transporte Aéreo (ITA)

Por  
Luis Cordero  
Economista

El tema de las interrelaciones entre el turismo y el transporte está suscitando un gran interés entre todos los responsables y técnicos de ambas actividades, convencidos de que el desarrollo de cada una de ellas es a la vez causa y efecto del paralelo desarrollo de la otra. Dentro de este clima que se está viviendo en el mundo, durante los días 19 al 20 de noviembre último, el Instituto del Transporte Aéreo, Asociación Internacional, cuyo objetivo es el estudio y análisis de los temas propios del título que ostenta, ha organizado en París —ciudad donde tiene su sede— el IV Coloquio Internacional con el título general de «Turismo y Transporte Aéreo».

El interés suscitado por el tema queda demostrado por la asistencia de 467 participantes, representando a 24 organismos internacionales, incluido el propio Instituto organizados y casi 200 entidades nacionales, oficiales y privadas, radicadas en 49 países de todos los continentes y de todos los bloques ideológicos en los que el mundo se encuentra dividido. Dentro de esta asistencia masiva, a la par que cualificada, las compañías de aviación constituyen el tipo de organismo que, lógicamente, ha estado más representado en el coloquio.

Las conferencias pronunciadas se distribuyen en cuatro grandes bloques: «Interacciones previsibles entre transporte aéreo y turismo», «Los responsables del turismo ante su porvenir y el de los transportes», «Promotores y organizadores del turismo» y un cuarto grupo compuesto por dos conferencias que trataron de «Los grandes flujos del turismo mundial» y «La demanda turística: investigación económica».

El Presidente de Alitalia, ingeniero Bruno Velani, pronunció una de las tres conferencias que componían el primero de los grupos citados. En ella comenzó haciendo un breve resumen de la razón o causa del fenómeno turístico afirmando que está inserto en la misma naturaleza del hombre por su deseo de conocer, de novedades y de cambio.

Lleva implícito un cambio de lugar, un traslado en el espacio y de ahí la necesidad del transporte para poder satisfacer la apetencia turística.

El turismo, en principio fenómeno de minorías, de élites con una alta potencia económica, se transforma en fenómeno de masas cuando la era tecnológica va afectando a la Humanidad, porque la máquina deja más tiempo libre y, al mismo tiempo, al introducirse en los medios de transporte hace a éste más fácil, más cómodo y más barato. Dentro de este desarrollo del transporte, tiene una influencia decisiva el nacimiento de la aviación comercial, con un rápido crecimiento que hace que en siete años, de 1958 a 1965, se multiplique por 10 el número de viajeros transportados.

En un principio, el viaje aéreo tenía poca aceptación por un miedo intrínseco del hombre a «volar» y porque el coste no era asequible a los niveles de renta propios de la época. No obstante, como se indica en el párrafo anterior, este miedo de transporte se abre paso rápidamente y se hacen accesibles lugares de la tierra que no lo eran antes, desde los principales países emisores de turismo, por el tiempo que requería el traslado.

Las compañías aéreas tienen que cambiar de estrategia y ya no ofrecen el mero transporte, sino que organizan campañas de promoción de lugares turísticos, a los que trasladan a los clientes. También inician la organización de viajes «todo comprendido» en los que se incluye no sólo el transporte, sino la estancia también. Con objeto de alcanzar clientes con niveles de renta más bajos de los que habitualmente utilizan el avión, establecen los viajeros en grupo y los charter, con tarifas inferiores.

En fin, toda esta política seguida por las compañías de aviación ha de reforzarse por la introducción de los Jumbo: su gran capacidad hará que la oferta aumente de forma considerable y, en consecuencia, hay que conseguir el correspondiente aumento de demanda. Una primera consecuencia del aumento de oferta puede ser la disminución del coste por plaza ofrecida y, por tanto, de tarifas; pero hay que pensar que la solución no es tan sencilla porque la oferta no puede adecuarse, fuera de ciertos límites, a las fluctuaciones de la demanda. Agréguese a ello que el turismo es un fenómeno típicamente estacional y esto implica más el problema al ser más amplias esas fluctuaciones de la demanda. De este hecho surge la necesidad de cubrir el déficit económico que seguramente se daría en las épocas de escasa demanda con el superavít producido en la alta temporada.

La situación descrita se agudizará más en los años 80 con la puesta en servicio de los supersónicos, ya que al desarrollar una velocidad mayor, aumenta el volumen de la oferta. Es pues, preciso, que las compañías aéreas busquen a toda costa un incremento de demanda, buscando en aquellos sectores de población cuyo nivel de renta no les permite actualmente utilizar el avión como medio de transporte. Para

ello será necesario influir en la dinámica actual de tarifas, pero las compañías aéreas no pueden ellas solas ejercer una acción eficaz sobre estos elementos sino que precisan la colaboración de los gobiernos, cuya influencia es mucho más decisiva.

Efectivamente, los gobiernos pueden colaborar con las compañías para que éstas, prestadoras de un servicio público, desarrollen su actividad con eficacia y extiendan su acción a capas de la sociedad cada vez más extensas. Los gobiernos han de intervenir necesariamente dando facilidades de tránsito, de entradas y salidas del país, de cambio de moneda, etc. También es precisa su intervención para reducir la estacionalidad del turismo, adoptando las medidas necesarias para el escalonamiento de las vacaciones laborales y para replantear la actividad escolar a lo largo del año en los centros docentes.

Un problema muy interesante, abordado por el señor Velani, fue el de la misión de las compañías dedicadas a vuelos «charter» y su relación con las compañías regulares. La tesis sostenida por el confeccionante es que las primeras nacen para prestar servicio a asociaciones, sociedades, organizaciones o clubs, susceptibles de formar grupos afines que utilicen el medio aéreo; o sea cubrir una zona de influencia que no sea abarcada por las otras. Pero la realidad es que, generalmente, se exceden de la función para la que se crean y entran en competencia con las líneas regulares, competencia en la que luchan con ventaja, puesto que trabajan con aviones prácticamente ocupados totalmente, utilizan la fórmula de viajes «todo comprendido» y esto les permite ofrecer unos precios bastante inferiores a las tarifas de la IATA, calculadas en base a unos coeficientes medios de ocupación de las aeronaves, determinadas por las oscilaciones del tráfico, coeficientes que siempre son inferiores en una cuantía apreciable al cien por cien.

Es, por tanto, preciso que las compañías charter se dediquen a abrir nuevas rutas de tráfico, a atender a los grupos antes enumerados y no a absorber gran parte del tráfico turístico realizado por las líneas regulares, por ser este uno de los principales componentes del tráfico total como lo prueban los datos de las grandes compañías aéreas regulares.

Para el futuro, termina el Presidente de Alitalia, las compañías aéreas tienen que presentar una oferta compleja que satisfaga la demanda turística que es, y está siendo cada vez más, también compleja; no deben limitarse, pues, a ofrecer el transporte, sino una serie de servicios complementarios que le dan al turista resuelto todo el viaje, incluyendo alojamiento, distracciones, etc. Por otra parte deben proseguir la línea de abaratamiento del alojamiento, porque en caso contrario no se conseguira atraer a la demanda si lo que ahorra en el transporte se lo ha de gastar en la estancia, como de hecho está ocurriendo: frente a la baja de tarifas aéreas experimentada en los últimos años, se ha producido un encarecimiento del alojamiento. Para conseguir esta acción es

imprescindible que las compañías aéreas se interesen muy vivamente por la industria de la hotelería, creando los establecimientos precisos para alojar a los viajeros transportados.

Finalmente, hay que tener en cuenta que el desarrollo del turismo y del transporte en general y del aéreo en particular, precisa de una política coordinada de muchos responsables, tanto públicos como privados, que han de crear la infraestructura y los servicios oportunos para que se de un crecimiento ordenado y equilibrado; en caso contrario podrían resultar inútiles los esfuerzos de un determinado sector, si no va acompañado de los restantes.

El mismo tema de las interacciones previsibles entre transporte aéreo y turismo fue abordado por dos directivos de compañías «charter»: Brian A. Cooke, Vicepresidente de World Airways, sociedad norteamericana, y por A. Helgstrand, Director de Serling Airways, compañía «charter» europea. El primero de los citados inicia su intervención propugnando una estrecha cooperación entre las compañías regulares y las «charter», haciendo ver la necesidad de que no haya competencia entre ambas clases, puesto que cada una debe absorber un determinado tipo de demanda; piensa que debe señalarse un techo a la parte del mercado que puedan absorber las compañías «charter» y que como este techo está fijado en porcentaje sobre el total, a todos les interesa aumentar el volumen de este mercado.

Después trata de la gran influencia de la aviación en el desarrollo del turismo, del incremento del volumen de tráfico aéreo por el descenso de las tarifas, de la necesidad de ofrecer a los turistas productos viaje-turismo diversificados según sus gustos y posibilidades. También expone la capacidad que ha demostrado la oferta de las compañías aéreas para adaptarse a las solicitudes de la demanda, como lo prueba el incremento de tráfico experimentado especialmente en la zona del Atlántico Norte, en donde han concurrido tanto líneas regulares como «charter» y donde la concurrencia ha estado ordenada por la IATA.

A partir de este momento, Brian A. Cooke, se dedica a argumentar principalmente que no existe oposición entre las dos clases de viaje, insistiendo en que los vuelos «charter» han constituido una de las causas fundamentales del desarrollo del transporte aéreo. Su tesis es, que cada clase tiene un mercado independiente, la línea regular capta al viajero que quiere un viaje individual no importándole pagar lo necesario por conseguirlo, y el «charter» capta al viajero que no sacrifica su economía al hecho de viajar solo y se agrega al grupo. Como prueba de esta tesis indica varios hechos: en una encuesta realizada con los turistas de Estados Unidos, llegados a Hawai mediante vuelos «charter», el 66 por 100 declara que antes de decidir el viaje realizado no había pensado realizar otro o comprar alguna cosa, y sólo un 1,7 por 100 declara que había pensado realizar un viaje individual a las islas; el 32,3 por 100 restante declara que había pensado realizar otro tipo

de viaje al mismo lugar, o a otro sitio dentro o fuera de Estados Unidos o comprar algo con el dinero empleado en el viaje. Otra prueba son las encuestas realizadas durante tres años a los viajeros que su Compañía ha transportado entre Estados Unidos y Europa, en las que mediante un estudio bastante exhaustivo (se utilizan hasta siete tipos de cuestionarios) se demuestra que la gran mayoría de los encuestados no fueron arrebatados a las líneas regulares y no habrían realizado el viaje de no ofrecérselo en las condiciones que lo hicieron. Por último, en esta exposición de pruebas que confirmen su tesis, muestra el desarrollo independiente de las curvas de crecimiento de los tipos de vuelo, viéndose que, a pesar de los fuertes incrementos de los «charter», la curva de los regulares no ha sufrido distorsiones, sino que en el decenio analizado ha seguido un crecimiento homogéneo.

Termina su conferencia insistiendo en los puntos ya conocidos de la necesidad de integración de todos los aspectos relativos al viaje, transporte, alojamiento, servicios complementarios, etc., y para el porvenir prevé un desarrollo brillante contando con un paralelo y homogéneo incremento de todos los elementos indicados.

La intervención de A. Helgstrand, Director de Sterling Airways, compañía escandinava de vuelos «charter», se centró principalmente en las dificultades de este tipo de compañías hasta que consiguen afianzarse en el mercado y los problemas que se plantean en la compra de material por su elevado coste y porque han de pensar en un buen tipo de aviones para el presente y el futuro teniendo en cuenta las características de sus vuelos. También hizo referencia a las relaciones con las compañías regulares, abogando por una liberalización que afecta a los «charter», por considerar que cada tipo absorbe un mercado distinto y porque estima muy importante la colaboración de las últimas citadas en el desarrollo del turismo mundial.

Dentro del grupo de conferencias «Los responsables del turismo ante su porvenir y el de los transportes», una de ellas fue pronunciada por Juan de Arespacochaga, Presidente de la Empresa Nacional de Turismo. En ella plantea con criterio teórico pero con un apoyo estadístico basado en datos de España, las interrelaciones entre turismo y transporte, mostrando en primer lugar la gran importancia que tiene, dentro del gasto total del turista, la parte dedicada al transporte, que para el caso español representa el 110,8 por 100 del resto de los gastos (alojamiento, comida y servicios, conjuntamente). Analiza los factores que principalmente intervienen en la elección del medio de transporte y que son, según el conferenciante, el coste y el tiempo invertido en el viaje comprobando que existe una relación inversa entre ambos, dándose el mayor coste y el menor tiempo en el avión, y por el contrario, el menor coste y mayor tiempo en el automóvil, quedando el tren en el lugar intermedio. También hace referencia a otro factor que puede influir en la elección cual es el de la satisfacción turística proporcionada por

el propio medio de transporte; clasificándolos de mayor a menor satisfacción el orden resultante es barco, automóvil, ferrocarril y avión, orden que corresponde con el que puede establecerse atendiendo el coste por hora de utilización, pero en sentido inverso, o sea, que el coste más bajo se da en el barco y el más alto en el avión.

Determina las líneas de igual coste en el viaje de Europa a España, tanto para el ferrocarril como para la carretera, y compara estas últimas con las correspondientes al viaje a Italia desde el mismo continente; puntos de intersección de ambas familias de curvas, determinan la línea de separación de las zonas de influencia de cada país desde el punto de vista turístico y atendiendo sólo al factor coste de transporte. Mediante los correspondientes datos estadísticos, la afluencia de turistas de las diversas nacionalidades afectadas a cada uno de los países receptores indicados, Italia y España, comprueba la validez de la hipótesis sostenida.

Prevé para el futuro un continuo incremento del turismo, derivado, entre otros factores, del aumento esperado de la renta *per cápita*. Esta elevación de la renta hará por una parte que se extienda el mercado turístico a nuevas capas de la población y, por otra, que los turistas actuales se desplacen a lugares más alejados, lo que se traducirá en un traspaso de viajeros de los medios más lentos, automóvil, ferrocarril y barco, al más rápido, avión, puesto que el tiempo es uno de los factores determinantes, junto con el coste, de la elección. Según esta tesis, el ferrocarril y la carretera tienen que prepararse para afrontar el reto que les presenta, y les presentará más aún, el avión, luchando por una baja del coste o por un aumento de velocidad que se traduzca en una reducción del tiempo; la primera opción, reducción del coste, parece que será difícil conseguirla teniendo en cuenta los gastos de infraestructura de ambos medios, por lo que habrá que ir a conseguir la segunda, con una mejora también de las condiciones de comodidad del viaje, especialmente en tren. El resultado efectivo será también, con gran seguridad, una especialización de los diversos medios de transporte que absorberán distintos tipos de usuarios, según la distancia del viaje y otros factores.

Concluye su conferencia haciendo notar el gran volumen que puede estimarse han de alcanzar los recursos gastados en transporte en un futuro próximo, en el que espera que las zonas de gran atracción turística estén centradas en los lugares templados tales como el Mediterráneo, el Mar Negro, el Caribe, el Golfo de Dariem y el Mar de la Plata, puesto que, según el señor Arespacochaga, los principales emisores de turismo seguirán siendo los países septentrionales, por ser los más desarrollados, y sus naturales buscarán zonas de temperatura suave.

Sobre turismo y transporte aéreo en los Estados Unidos centró su intervención C. Langhorne Washburn, Director de United States Travel Service. Después de hacer una muy breve referencia a las principales variaciones que se han producido en los últimos años en el desarrollo

del transporte aéreo, pasa a señalar la gran preponderancia que los viajes turísticos tienen dentro de las compañías aéreas, lo que ha obligado a modificar su organización.

Pero la influencia del turismo no se ha limitado al interior de la empresa, sino que influye también en la estructura total de la industria del transporte, llevando a ésta hacia una integración vertical con la industria turística. La integración se está dando en ambos sentidos, pues hay empresas dedicadas primitivamente al transporte que están pasando a explotar hoteles, clubs de vacaciones, alquiler de automóviles, etcétera, y, por el contrario, empresas turísticas, hoteleras o no, que están controlando circuitos turísticos, compañías de autocares, de aviación, etc.

El desarrollo del automóvil y del avión ha producido un traspaso de viajeros del ferrocarril a estos dos medios; en la composición porcentual del total de viajeros por medio de transporte, ha descendido de forma ostensible el porcentaje de los que viajan por tren y han aumentado espectacularmente los porcentajes de los que lo hacen por carretera o por aire. Este cambio ha llevado aparejado un desarrollo muy intenso de los moteles que, a lo largo de las carreteras, se han construido para atender al tráfico creciente por carretera. No obstante, si bien este tipo de alojamientos surgió con este fin, actualmente los moteles situados cerca de los aeropuertos tienen una ocupación más alta que los situados en las grandes vías de comunicación; está siendo, pues, el avión causa también del éxito de los moteles en los Estados Unidos.

Pero no sólo se ha producido la integración vertical de la que antes se ha hablado, sino que también se está produciendo, y de hecho ya se ha dado, una integración horizontal subsiguiente al gran desarrollo del transporte aéreo acaecido en los últimos años, reduciéndose el número de compañías por fusión o unión de las existentes. E incluso se ha pasado a que muchas industrias de transporte y de turismo se han incluido en los «conglomerados» que son, según Neil Jacoby, Presidente del grupo especial para el desarrollo económico creado en Estados Unidos, «la reunión de actividades diferentes en el interior de una gran organización... una empresa que elabora los productos o los servicios de varias industrias sin relación entre ellas, en lo que concierne a las fuentes de materias primas, la organización de la producción, la tecnología de los productos o los medios de marketing».

La atención prestada por los «conglomerados» a las industrias del transporte y del turismo se debe a que éste es un importante potencial de expansión y el transporte es el encargado de llevar a los turistas. El Presidente del Export-Import Bank, Henry Kearns, ha afirmado que el sector de medios de alojamiento sólo absorbe el 30 por 100 de los gastos turísticos totales. utilizándose el 70 por 100 en otros sectores económicos. Esto, unido al carácter multiplicador de los gastos e inversiones turísticos, hace que sea el turismo una gran fuerza de expansión

de la economía y el transporte aéreo, el suministrador de la «materia prima» que constituyen los consumidores.

Pasando a otro punto, la influencia de los medios de transporte en el desarrollo de las zonas turísticas, el conferenciante afirma que son condición necesaria, pero no suficiente para conseguir tal desarrollo; por el contrario, sí pueden determinar el emplazamiento de centros comerciales. Para conseguir el desarrollo turístico son precisas una serie de condiciones naturales y de instalaciones en la zona que, de no existir, impiden totalmente el éxito, aunque haya una buena comunicación aérea.

Termina su conferencia C. Langhorne Washburn con unos párrafos sobre el porvenir del turismo y del transporte aéreo en América. Las interrelaciones existentes hoy en día entre las dos clases de actividades se potenciarán al máximo, y las modificaciones que se introduzcan en los transportes aéreos, en los de superficie, o en la industria turística, repercutirán de forma muy intensa en los otros dos sectores. La evolución de la técnica hará que el sistema de transporte se desarrolle como un todo, en lugar de que ocurra lo que ha pasado hasta ahora, que cada medio se ha extendido independientemente. Hoy ya se está pensando, por ejemplo, en unir los aeropuertos y las ciudades mediante trenes rápidos, lo que ya se ha hecho en Cleveland. Con ello se trata de evitar la situación que hoy se produce en los viajes aéreos en distancias cortas, en los que el 52 por 100 del tiempo empleado en total está absorbido por el desplazamiento hasta y desde el aeropuerto.

En la integración futura, que tiene ya claros precedentes, según se ha dicho antes, la técnica jugará un importante papel, pues surgirán nuevos medios de locomoción que transformarán o sustituirán a los existentes. Se implantarán con carácter de generalidad los vuelos supersónicos, el transporte hipersónico, el despacho de billetes por ordenadores, la manipulación automática de los equipajes, etc.

Otra transformación esperada es la importancia creciente que han de adquirir los viajes turísticos dentro del transporte aéreo, reforzándose la tendencia que se viene observando. Por el contrario, los viajes de negocios serán menos necesarios gracias al progreso de las comunicaciones a distancia, en las que la introducción de nuevos sistemas como el teléfono-televisión permitirá resolver los asuntos sin tener que desplazarse.

Por último se resalta la necesidad de realizar una tarea investigadora y planificadora, tanto desde el punto de vista de la organización como desde el punto de vista de la técnica de los medios de transporte, que permita una explotación lo más racional posible de estos sectores del turismo y de los transportes. Y esta investigación y planificación hay que contar con que debe realizarse con un criterio de unidad de todos los responsables, tanto públicos como privados, de las organizaciones turísticas y del transporte, poniendo las experiencias en común.



Mohamed Kraiem, Presidente de la Compañía Tunecina de Navegación, fue el tercer conferenciante de los responsables del turismo ante su porvenir y ante los transportes. Centró su intervención en el desarrollo turístico de Túnez, iniciando la misma con una exposición de los problemas que se han planteado a los países surgidos a la independencia a raíz de la segunda guerra mundial, por haber permanecido aislados durante la época colonial.

Túnez se enfrentó a partir de 1962 con la necesidad de crear la infraestructura de acceso al país, potenciar los lugares turísticos, mediante la correspondiente ordenación, construir hoteles, etc. A todo ello se dedicaron y a seguir políticas de formación profesional y de marketing, que también se consideraron precisas para tener personal preparado y para vender el producto turístico en el extranjero. Los estudios de marketing pusieron de manifiesto que el transporte aéreo es un factor determinante en la demanda turística de Túnez y se han dedicado a favorecerle, especialmente el «charter» por considerarle más apropiado que el regular para conseguir una importante corriente de entrada en el país. Como complemento de todas estas medidas se ha hecho una propaganda turística global según las modernas técnicas publicitarias, que ha favorecido la captación de clientes.

Teniendo en cuenta que el mercado potencial turístico del futuro va a ser grande, se plantea el problema de qué proporción de él podrá atraer Túnez. Según Mohamed Kraiem, dependerá de la aptitud del país para una penetración dinámica en los mercados internacionales, de su capacidad de inversión en instalaciones turísticas, tanto en cantidad como en calidad y de la disponibilidad y calidad de servicios aéreos, haciendo hincapié, especialmente, en este tercer factor. Propugna una política de solidaridad entre todas las Compañías aéreas, pues en caso contrario las nacionales de países como Túnez no podrán competir con las grandes internacionales y no se declara partidario de un fuerte proteccionismo en este campo por considerarlo contraproducente.

Concluye afirmando que los países en vías de desarrollo no pueden potenciar ellos solos su riqueza turística; necesitan efectuar un fuerte volumen de inversiones y es precisa la ayuda exterior.

Curt W. Peyer, Vicepresidente de la cadena hotelera alemana Steigenberger, dio la visión de un hotelero sobre el tema general del coloquio, dentro del grupo de conferencias pronunciadas por los promotores y organizadores del turismo. Comienza haciendo una referencia al desarrollo de la industria hotelera en varios países con los incrementos, muchas veces espectaculares, del número de habitaciones, y correlativamente de pernoctaciones, pero que en el caso de Alemania se traduce en un descenso del porcentaje de ocupación. Esto lleva a que se planteen problemas económicos en la industria que se agravan por la competencia hecha muchas veces por grandes empresas y sociedades ajenas a la propia hotelería, que, además, suelen obtener un trato de favor. A este respecto conviene recordar que de esto, concretamente de los

«conglomerados», se habló también en la conferencia de C. Langhorne Washburn, pero en cierto modo en sentido contrario, considerando útiles y eficaces estas concentraciones de diversas industrias; claro que los puntos de vista son diversos e incluso opuestos, puesto que Curt W. Peyer es un hotelero y lo ve desde este lado.

Igualmente se produce una cierta contradicción con los responsables del transporte aéreo cuando el Vicepresidente de Steigenberger se refiere al incremento relativo de los gastos de los turistas, menor que el conferenciante, del incremento futuro del turismo en los próximos de los precios de los hoteles y restaurantes la causa de esta deterioración relativa de los ingresos turísticos. Cree que la solución está en que las tarifas aéreas sigan bajando para conseguir llenar los nuevos aviones gigantes, si bien reconoce que ya se ha producido una baja en las mismas.

El futuro desarrollo de la hostelería independiente depende según el conferenciante, del incremento futuro del turismo en los próximos años y de los costes de la industria, especialmente de los relativos a personal, teniendo en cuenta las fuertes presiones al alza que éstos vienen ejerciendo en los últimos años y que las necesidades de personal cualificado y no cualificado son cada vez mayores. También se refiere al incremento de los precios de los bienes necesarios, cuya compra, aún con las modernas técnicas, hace que suban los costes de explotación.

En los años venideros el problema de personal no parece que vaya a resolverse en Europa, sino que es posible que incluso se agrave; entonces será preciso reducir las plantillas, para lo cual habrá que aumentar la productividad mediante la racionalización del trabajo. va que la mecanización en los hoteles tiene posibilidades limitadas según el conferenciante. También propugna una política de formación profesional y de información al personal como coadyuvantes muy cualificados del aumento de la productividad.

La utilización del marketing y el sistema electrónico de reservas son otros dos factores que han de influir muy directamente en el desarrollo futuro de la hostelería. Hasta ahora se encuentran en una fase, tanto uno como otro, de aplicación muy restringida, pero hay que ir a su generalización. En el campo de la reserva tendrían que establecer relaciones entre sí los hoteleros independientes para poder hacer frente con éxito a la competencia que les presentan las grandes cadenas hoteleras filiales o en relación con las compañías aéreas mundiales.

Termina con unas reflexiones sobre el porvenir en las que insiste en la necesidad de que la hostelería independiente ha de adaptarse a las condiciones que el mercado va a presentar en el futuro, a la lucha competitiva que se dará. Dentro de estas reflexiones se refiere, lógicamente también, a la necesidad de incrementar la capacidad de alojamiento y a mejorar la calidad, citando a este respecto las palabras del Presidente de una gran compañía aérea, en las que decía que lo que hoy se conside-

ra un lujo, será considerado como comodidades corrientes para el viajero del mañana, en la era que se inicia de los aviones gigantes.

El punto de vista de un organizador de viajes «todo comprendido» lo expuso Vladimir Raitz, de Horizon Associated Travel Companies Ltd., quien inició su disertación mostrando la ventaja fundamental de este tipo de viajes, que es el precio. Al contratar una gran cantidad de plazas en hoteles y aviones, se aseguran unos altos porcentajes de ocupación, que en el caso del avión llegan al cien por cien, y esto le permite al propietario del hotel y a la compañía aérea ofrecer precios bastante inferiores a los habituales. También supone una ventaja el llevar todo resuelto, transporte del aeropuerto al hotel, propinas, dificultad del idioma, etc.

Por el contrario, existen inconvenientes, siendo el más frecuente la pérdida de la individualidad por parte del viajero, al estar sometido al programa del grupo; pero esto es un tanto relativo, pues tanto se viaja solo como si lo hace en un viaje «todo comprendido», en el avión y en el hotel estará con otras personas, con las que podrá o no establecer relación.

Los viajes «todo comprendido» se iniciaron hace ciento treinta años, siendo Thomas Cokk el organizador del primero, fletando un tren completo desde Leicester a Loughborough, con personas que acudían a «tomar las aguas», práctica extendida entonces y que constituye uno de los orígenes del moderno turismo. Los viajes aéreos en grupos se iniciaron después de la segunda guerra mundial, aprovechando los aviones sobrantes de ella y los aeródromos que con fines militares se habían construido en toda Europa. A partir de entonces la práctica se ha ido extendiendo y surgieron organizaciones especializadas, porque las agencias de viaje se mantuvieron en un principio apartadas de este tipo de turismo, por, al parecer, permanecer fieles a las compañías aéreas regulares; posteriormente las agencias se incorporaron a la corriente general. Hoy existen grandes organizaciones que son las que absorben la mayor parte de este tráfico porque el mismo requiere gran volumen de capital. Muchas veces estas organizaciones de viajes en grupo están vinculadas a grandes almacenes y se está produciendo, por otra parte, la integración vertical con compañías de transporte aéreo y con empresas de hostelería.

Fijándose en el funcionamiento de su empresa, Vladimir Raitz expone la necesidad que tienen estas organizaciones de una amplia red de filiales y agentes distribuidos por todo el territorio que proporciona los clientes. El principal útil de trabajo de todo este personal es el folleto con el programa de viajes, folleto que debe estar presentado lo mejor posible; también son necesarias grandes campañas publicitarias, utilizando todos los medios a su alcance. Un problema con el que se encuentran estas agencias es la necesidad de adelantar dinero a los hoteles en los que alojan a sus clientes para tener aseguradas las plazas precisas;

estas cantidades adelantadas son reembolsadas en cuatro o cinco años, y esta situación provoca la necesidad de un fuerte capital o la posibilidad de obtener créditos de importancia.

La competencia con las compañías regulares de transporte aéreo es uno de los problemas más serios con que tropiezan los organizadores de viajes en grupo; aquéllas han emprendido una serie de medidas como son crear filiales que organicen viajes «todo comprendido», crear filiales de vuelos «charter», lo que no perjudica a las agencias, pero sí a las compañías aéreas independientes y, por último, ofrecer plazas en sus vuelos regulares a precios inferiores a las tarifas de la I. A. T. A., para lo cual realizan una oferta conjunta de estas plazas y de viones fletados completos.

Otras dificultades con las que tropiezan las organizaciones de viajes «todo comprendido» son la prohibición o fuerte restricción de vuelos «charter» en algunos de los países con compañía regular de tipo nacional, las consideraciones políticas, como el enfrentamiento o tensión entre el país emisor y el receptor de turistas, o la intranquilidad en ellos; las restricciones financieras y la falta de alojamientos o de infraestructura adecuada como carreteras, abastecimientos de aguas, etc., en los países de destino de sus clientes.

Para el porvenir, Vladimir Raitz espera un fuerte desarrollo del turismo y, por consiguiente, de los viajes «todo comprendido», prosiguiendo la gran corriente hacia el Mediterráneo e incrementándose también a otros puntos más lejanos; igualmente espera un crecimiento de los viajes ofrecidos a grupos de clientes concretos, en una palabra, viajes especializados atendiendo a la demanda.

Edmond de Rothschild hizo unas reflexiones sobre el turismo de la era post-industrial —como financiero— dentro del ciclo de conferencias de los promotores y organizadores de turismo. Centró la incidencia del desarrollo del transporte aéreo sobre el turismo moderno en tres aspectos: en el plano comercial, en el abaratamiento del coste relativo del viaje aéreo y en el alojamiento.

En el plano comercial se está produciendo un gran ensanchamiento del mercado por una serie de circunstancias como son el crecimiento de la renta, el desarrollo demográfico, la tendencia de la población a vivir en ciudades, el deseo de conocer, la reducción de la jornada laboral, etcétera. Hay que tener en cuenta que las vacaciones organizadas constituyen hoy una pequeña parte todavía de la masa de población que tiene vacaciones; por otra parte, la diferencia entre el precio de los viajes individuales y el de los viajes organizados cada vez será mayor, porque las grandes sociedades podrán obtener precios ventajosos para el transporte aéreo. Por último la informática permitirá tener un buen conocimiento del mercado.

El abaratamiento del coste de transporte debe producirse por efecto de la ampliación de la capacidad de oferta que proporciona el mayor tamaño de los aviones y la mayor velocidad; hasta ahora no se ha dado

una sensible baja por causa de que los Estados y muchas compañías siguen una política muy proteccionista. Cuando haya auténtica concurrencia las tarifas bajarán y aumentarán el número de viajeros; previendo esta situación, las compañías se han introducido en la industria turística de alojamiento y de agencias de viajes.

El último de los campos citados por Edmond de Rothschild es el del alojamiento; no se trata sólo de transportar viajeros, sino de alojarlos, y para resolver esto se ha empezado a pensar e incluso a construir grandes hoteles de 1.000 plazas y más, hoteles que el conferenciante llama «cajas para dormir». Se pronuncia contra estos establecimientos porque cree que el turista cuando sale de vacaciones busca relacionarse con las gentes del lugar a donde va, sentirse libre, estudiar las costumbres y tradiciones, etc., y estos grandes establecimientos, opina, no facilitan tales tareas. Aboga por una «hotelería artesana», como se ha resuelto en Estados Unidos para el turismo automóvil.

Se pronuncia por la creación de un pasaporte de turista con el que éste pueda obtener una serie de ventajas en el país visitado, tanto en compra de artículos, como en alojamiento, comida, alquiler de automóviles, etc. Por el lado de la oferta deben agruparse los hoteles y establecimientos de venta mediante uniones que les permitan proveerse en centrales de los objetos que van a vender, con lo cual se pueden conceder las ventajas indicadas al visitante.

Concluye su conferencia propugnando que el turismo se enfoque de manera que se trate al turista como ser humano, al que no sólo se le ofrece un servicio despersonalizado, sino que se le ofrece también hombres atentos a sus necesidades afectivas y de amistad. En esta línea se está moviendo el Club Mediterráneo, que al mismo tiempo está descubriendo nuevos mercados turísticos. Piensa que muchos países del Tercer Mundo pueden organizarse turísticamente con ventaja sobre los que ya tienen una tradición en este orden, si consiguen hacerlo tal como se ha indicado; cita como ejemplo paralelo el caso de Estados Unidos, que es la primera potencia mundial, en parte porque surgió a la vida con la era industrial y adoptó la organización adecuada. Para conseguir este desarrollo turístico se precisa la coordinación de muchos esfuerzos, pero no cree oportuno que las empresas de una rama absorban o se introduzcan en otras, por ejemplo las compañías aéreas deben seguir siéndolo y no emprender negocios hoteleros o de agencias de viajes.

Como se indicó al principio de este artículo, además de los cuatro ciclos o grupos de conferencias cuyo contenido ya ha sido expuesto, se presentaron al coloquio dos trabajos de gran interés. Uno de ellos lleva por título «La demanda turística: investigación econométrica», y son los autores J. Lauriac, A. Bourgogne y la señorita M. Vechie, todos del Departamento de Economía de los Transportes del ITA. Este estudio se inicia con una exposición de algunos de los modelos construidos úl-

timamente para prever la demanda y tráfico turístico. Esta exposición pone de manifiesto que las soluciones aportadas son imperfectas todavía, en parte por la falta de información básica, y en un intento de avanzar por este camino, los autores del estudio construyen un modelo apoyándose en el dato de los viajes aéreos efectuados por los británicos a Europa y aplicable, por tanto, a esta corriente

Con el modelo construido se realiza una previsión de los turistas británicos que vendrían a Europa por avión en 1975 y se contrasta el resultado obtenido con una previsión hecha extrapolando las tendencias pasadas con objeto de poder juzgar de la bondad del modelo.

Terminó el estudio con una serie de consideraciones sobre posibles orientaciones futuras de los análisis econométricos tanto en el terreno metodológico como en el de la recogida de datos, aun sabiendo que éste necesita una gran mejora, pero pensando que ésta se conseguirá en gran parte manifestando las necesidades que se sienten en este campo.

El otro de los trabajos citados trata de los grandes flujos del turismo mundial, elaborado por Edward Hudson, encargado de estudios de ITA-Turismo. Empieza preguntándose qué es un turista y haciendo unas consideraciones sobre el tema en las que señala las dificultades que se presentan cuando se trata de traducir estadísticamente la definición según la cual el turista es todo aquel que viaja por placer personal; la dificultad radica en averiguar las motivaciones personales en el momento de contar el número de turistas realmente habidos, por lo cual suelen agruparse a todos los visitantes tanto los que lo hacen por placer, como los que lo hacen por otros motivos.

A continuación hace unas consideraciones sobre la forma de censar o enumerar los turistas, indicando que hay tres procedimientos, en el país de origen, a la salida, en el país de destino, a la llegada y mediante encuestas por muestreo en los principales países emisores, en los aeropuertos, etc. Señala las ventajas e inconvenientes de cada uno de estos procedimientos y se inclina por el último como el que da una visión más clara de los flujos turísticos. Entra ya en el análisis de estas corrientes turísticas y, mediante una serie de gráficos sobre mapas, muestra de forma clara cuáles han sido las desarrolladas en 1964 y 1968; las más numerosas se han verificado en Europa en sentido Norte-Sur, especialmente en la zona del Mediterráneo, seguidas de las de América del Norte-Europa.

El siguiente punto tratado se refiere al incremento del turismo internacional entre 1964 y 1968, efectuando un análisis muy detallado de las corrientes entre unos y otros países y estudia igualmente el motivo del viaje, distinguiendo entre el placer o la distracción y los negocios y la consecuencia que obtiene es que los primeros cada vez van adquiriendo una mayor importancia relativa sobre el total.

Analiza la participación del transporte aéreo en los desplazamientos y comprueba que es claramente creciente prácticamente en todo el mundo. Y termina el estudio con una a modo de recapitulación en la que muestra los diversos pasos dados en los que realmente no se ha dicho nada nuevo, pero sí se ha puesto de manifiesto la complejidad estadística que tiene el estudio del fenómeno turístico.

---

A lo largo de este artículo se ha expuesto de forma breve el abundante material que el IV Coloquio Internacional ITA ha producido en sus tres días de celebración. Realmente ha habido cosas muy importantes, las principales de las cuales se ha pretendido recoger aquí. Como se ha visto, a lo largo de las diversas intervenciones, se han puesto de manifiesto unas constantes en el desarrollo del turismo y su conexión con el transporte en general y con el aéreo en particular; luego, la opinión, la forma de resolver los problemas que plantean estas constantes es diversa, coincidiendo a veces, y a veces siendo contraria. Pero de lo que no cabe dudar es de que se trata de un tema vivo y palpitante sobre el que es preciso mantener una atención constante y seguir profundizando en él, porque de él depende en buena medida el futuro del turismo y del transporte, actividades ambas con una gran incidencia en la economía de los años venideros y que contribuyen, y ésto es lo que más importa, a satisfacer necesidades del hombre en cuanto ser inteligente y libre.