

ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL TURISMO EN YUGOSLAVIA

Por
Jorge D. Casamayor Lagarda

SUMARIO

Breve introducción:

- A) El turismo yugoslavo: características.
 - Volumen.
 - Estacionalidad.
 - Las zonas visitadas.
 - Gasto medio.
 - El excursionismo.
 - La procedencia de los visitantes.
 - Otros caracteres.
- B) Condiciones naturales.
- C) Realizaciones en pro del desarrollo turístico.
 - De carácter general.
 - Los trasportes.
 - Las construcciones hoteleras.
- D) Perspectivas futuras.

Situado en el centro de la Europa meridional, con aproximadamente un cuarto de millón de kilómetros cuadrados de superficie, y habitado por cerca de veinte millones de una mezcla etnológica de serbios, croatas, eslovenos, macedonios, montenegrinos, musulmanes, húngaros, turcos, eslovacos y un número considerable de pequeños grupos étnicos, es Yugoslavia uno de los países cuya actualidad es más viva, y que más rápidamente ha pasado a un primer plano internacional sin que aparentemente ningún hecho extraordinario justificase tal acontecimiento.

No obstante, varias son las circunstancias que de uno u otro modo han contribuido a la expansión del interés por la joven república. De un lado, el establecimiento de un sistema socio-económico, mezcla de las dos grandes directrices imperantes en nuestros días; de otro, la constante apertura hacia el bloque occidental del que tan alejada había estado en los años de la segunda postguerra europea; por último, la curiosidad que el hombre medio siente hacia todo lo que se le antoja distinto a lo demás, o simplemente nuevo, lo que Yugoslavia precisamente prodiga en cada uno de sus rincones.

Porque Yugoslavia es fundamentalmente eso: disparidad, novedad, mezcla. Lo es en cuanto ente particular, en contraste con los restantes entes políticos, sociales o económicos que le son contemporáneos; pero lo es aún mucho más, en cuanto continente de nuevas discordancias. Como muy bien reza un folleto de propaganda turística: «Yugoslavia es una comunidad socialista constituida por seis repúblicas (1), donde viven cinco pueblos (2), que hablan cuatro lenguas (3), profesan tres religiones (4) y se sirven de dos escrituras» (5).

(1) Servia, Croacia, Bosnia y Herzegovina, Macedonia, Eslovenia y Montenegro.

(2) Serbios, Croatas, Eslovenos, Macedónicos y Montenegrinos.

(3) Servia, Croacia, Eslovena y Macedónica.

(4) Católica, Ortodoxa y Musulmana.

(5) Alfabetos latino y cirílico.

Para el estudio del turismo hay, con todo, algo por lo que el país yugoslavo ha llamado mucho más la atención de que por cuanto queda dicho anteriormente, pues, consecuencia de todo ello, es el que el país que con mayor ímpetu ha visto incrementarse el contingente de turistas extranjeros que atravesaban sus fronteras, ha sido precisamente, sin ningún género de dudas, Yugoslavia.

Poco se sabe en general de las posibilidades, realizaciones y caracteres con que la joven república eslava se ha unido al fenómeno turístico mundial. La novedad de su incorporación, junto con otras muchas causas de índole diversa, han ido demorando el nacimiento de un interés científico algo más que esporádico, por una de las regiones de la Europa meridional más favorecidas por la naturaleza. Por ello, a la reseña de los principales aspectos que caracterizan el turismo yugoslavo van dedicadas las líneas que prosiguen.

A) EL TURISMO YUGOSLAVO: CARACTERISTICAS

Volumen.

Se presta con frecuencia, excesiva importancia al número de turistas que atraviesan unas fronteras, sin recapacitar las más de las veces en la productividad que ese número devenga. Se suele olvidar que es quizá la obtención de divisas la parte económicamente más importante el turismo, y que el engrosamiento de la corriente viajera, en sí mismo, no crea más que problemas, bien sean estos de transporte, de alojamiento, de abastecimientos o de cualquier otro tipo. Es el margen comercial lo que fundamentalmente deben buscar los países turísticos, sin olvidar que un grupo de visitantes, exiguo en número pero con un gasto medio alto, puede proporcionar no sólo en términos relativos, sino frecuentemente también en valores absolutos, más ingresos que un fuerte contingente de visitantes llegados con la idea arraigada de efectuar el menor gasto posible y movidos, con frecuencia, principalmente, por el atractivo que les representa un nivel de precios bajo.

En Yugoslavia, como más tarde se verá, en este segundo tipo de turismo el que más a menudo se ha dado. Turismo mayoritario o social, como el de gran número de zonas españolas que crea tensiones infraestructurales y que difícilmente hace posible una promoción fu-

tura hacia una estructura turística de nivel socio-económico más elevado.

Las estadísticas existentes sobre el turismo extranjero en Yugoslavia, permiten una visión realista de su configuración, así como una amplia comparación con el peso del turismo interior, distribución de estancias por localidades, estancias medias, gastos medios, etc.

Del análisis del cuadro 1 pueden extraerse diversas conclusiones; entre las principales pueden señalarse:

CUADRO 1
TURISTAS Y PERNOCACIONES (*)

AÑO	Turistas extranjeros	Pernoctaciones de los turistas extranjeros
1959	835	3.433
1960	873	3.511
1961	1.080	4.522
1962	1.242	5.270
1963	1.755	7.650
1964	2.227	10.085
1965	2.658	11.240
1966	3.437	14.720
1967	3.678	16.106
1968	3.887	17.209
1969	4.746	22.436
1970	4.748	22.560

Fuente: OCDE.

Entre los años 1959 y 1967, se ha multiplicado por cuatro la cifra de turistas extranjeros entrados al país, y entre 1961 y 1966, como anteriormente ha quedado dicho, la cuota de incremento ha sido la mayor del mundo. Sin embargo, no debe olvidarse que su contabilización se ha efectuado por medio de los registros en hospedajes, lo que permite una más rápida marcha creciente en su evolución, sobre todo si, como en este caso, la cifra de partida era poco elevada. El dato será, pues, tanto más representativo, cuanto menor sea la participación del llamado «turismo itinerante».

La participación porcentual del turista extranjero en el volumen total del turismo yugoslavo ha sido creciente en el transcurso del tiempo.

(*) El número de visitantes se establece a partir del número de declaraciones registradas por los establecimientos hoteleros. Si un visitante extranjero se desplaza a varios lugares, será registrado en cada establecimiento hotelero en particular.

po. De representar un 18 por 100 en 1959, ha pasado a suponer el 39 por 100, así como en las pernoctaciones, que de suponer un 17 por 100, han ascendido al 44 por 100.

El cuadro 1 permite —dividiendo el número de pernoctaciones con el de turistas— la obtención de la estancia media; pero como esta última cifra se obtiene a través de las declaraciones hechas en los registros de los establecimientos hoteleros, lo que se obtiene no es la estancia media en el país, sino en los hoteles. No se ha producido un notorio incremento en la del turista extranjero, pues de 4,11 días, en 1959, ha pasado solamente a 4,39 días, produciéndose, sin embargo, un descenso en las del nativo, que han pasado de 4,38 a 3,55 días.

Estacionalidad.

La estacionalidad que presenta el turismo yugoslavo es una de las mayores del mundo y, sin lugar a dudas, la mayor de cuantos países vienen registrados en las estadísticas de la OCDE. Mientras que el número de visitantes extranjeros llegados a los hoteles en el mes de enero de 1966 no alcanzaba el 1 por 100 del total de llegados en todo el año, para el mes de agosto superaba el 26 por 100.

La misma tónica se siguió durante el año 1967, en que la suma de visitantes en los ocho meses de «baja temporada», representó el 9,8 por 100 de los totales —siempre referidos a turistas extranjeros—, mientras que las pernoctaciones registradas durante el mismo período apenas alcanzó el 7,1 por 100.

Se da en mayor medida la concentración de viajes y estancias en los meses de alta temporada para los visitantes extranjeros, ya que se dan para ellos, en una menor frecuencia, los móviles profesionales, familiares, de salud, culturales, etc., que sin ser exclusivos de los residentes del país, sí es, en cambio, normal que ejerzan una superior influencia dentro del país que fuera de sus fronteras.

Por otra parte, se confirma una mayor estancia media para los meses veraniegos, unida firmemente al móvil vacacional, ya que de 2 días en los meses invernales, se pasan a los cinco de promedio, en los estivales. Asimismo, corresponden las mayores estancias a los propios yugoslavos, ya que la proximidad del lugar visitado, permite un aprovechamiento más integral de los descansos laborales, al disminuir el tiem-

C U A D R O 2

TURISTAS EXTRANJEROS ALOJADOS POR MESES. SERIE TEMPORAL

Meses/años	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	1970
Enero ...	14.294	14.145	14.966	21.971	28.036	33.093	39.855	48.592	64.871	65.684
Febrero ...	13.939	12.787	13.621	22.926	25.930	34.211	39.147	47.511	57.061	60.063
Marzo ...	24.095	19.430	24.157	49.603	41.667	63.725	90.535	78.182	94.835	121.043
Abril... ..	44.526	55.473	73.582	68.912	106.126	143.586	137.503	172.150	190.226	152.767
Mayo... ..	88.649	80.475	120.757	208.117	188.346	247.649	293.389	254.819	336.362	383.197
Junio... ..	123.601	164.388	237.543	270.098	325.469	396.264	410.201	502.793	576.703	527.956
Julio... ..	231.073	255.770	368.399	460.682	588.752	812.368	830.835	897.064	1.095.316	1.067.566
Agosto ...	289.858	325.571	465.150	608.956	739.273	924.708	973.661	1.074.476	1.313.010	1.319.266
Septiembre	161.532	198.828	263.369	330.067	377.267	505.839	509.614	476.744	606.895	620.739
Octubre... .	46.332	61.353	100.479	103.799	131.203	160.061	180.976	167.326	225.221	238.952
Noviembre .	23.989	28.706	41.248	43.850	68.889	62.750	81.807	93.814	109.106	99.222
Diciembre .	17.628	24.949	31.392	24.727	44.781	52.433	70.270	73.266	76.710	86.689
<i>Total ...</i>	<i>1.079.516</i>	<i>1.241.875</i>	<i>1.754.963</i>	<i>2.213.708</i>	<i>2.657.739</i>	<i>3.436.700</i>	<i>3.677.795</i>	<i>3.887.237</i>	<i>4.746.316</i>	<i>4.748.094</i>

Fuente: OCDE.

po que debe invertirse en los desplazamientos y al suponer una menor necesidad de escalas nocturnas.

Las causas de tan pronunciada estacionalidad vienen a ser las comunes al resto de los países: establecimiento de vacaciones laborales y escolares, encauzamiento de la propaganda hacia móviles tales como sol, clima y mar, fuertemente unidos a los meses del verano, inercia en la población viajera hacia estas épocas, etc. Pero en el caso de Yugoslavia dos de éstas adquieren especial relevancia.

Por un lado las oscilaciones climáticas son profundas en el interior, y notables en el litoral. Las nieves suelen cubrir las elevaciones montañosas desde el mes de diciembre hasta abril o mayo, y estas mismas alturas, con frecuencia están situadas a centenares de metros de la misma costa.

Por otro lado se encuentra un cúmulo de derivaciones del sentido que se le ha dado a la propaganda turística. La relevancia dada al bajo nivel de precios, ha estimulado un turismo mayoritario fuertemente estacional, promocionado al mismo tiempo que era la costa el atractivo más divulgado. La falta de instalaciones destinadas a un posible turismo invernal litoral no han hecho posible su génesis, mientras que la falta de promoción y propaganda hacia las estaciones de montaña, han impedido una mayor actividad en los meses de baja temporada.

Las zonas visitadas.

No es homogénea, naturalmente, la distribución de los turistas entre los diferentes lugares visitados. Existe una doble base para el análisis de dicha distribución: según se realice en atención a las diferentes repúblicas o según se atienda al tipo de localidades de destino.

Con respecto a las magnitudes que miden los distintos valores con que las seis repúblicas participan de la corriente turística, es preciso, a la vista del cuadro 3 hacer algunas sugerencias.

Son Serbia y Croacia (88.361 kilómetros cuadrados - 8.117.000 habitantes y 56.538 kilómetros cuadrados - 4.340.000 habitantes respectivamente) las dos repúblicas de mayor extensión y población, las que se reparten el mayor monto total de turistas y pernoctaciones pero, no obstante, y esto es lo realmente importante, no lo hacen de un modo proporcional. Por el contrario, son Croacia y Montenegro —esta últi-

ma la de menor extensión y población—, las que presentan una mayor importancia turística como consecuencia de ser las dos únicas prácticamente costeras. Prueba de ello es, que en ellas, se dan las mayores estancias medias, superiores a 5,7 días, tanto para extranjeros como para nacionales —a estos en mayor medida—.

El caso de Eslovenia es muy significativo: situada al norte y haciendo frontera en exclusiva con Italia y Austria, es el nexo de unión con la Europa Occidental. De los 44 puestos fronterizos que la República Federal Socialista Yugoslava tiene a lo largo de sus límites territoriales, veinte se hallan en Eslovenia, y es por ellos por los que en una mayor medida fluye el tráfico internacional que, básicamente en automóvil, se vierte hacia el Adriático oriental.

La importancia de Serbia queda dicho que es simple consecuencia de su relevancia demográfica, comercial, agrícola, industrial y administrativa, pero que poco representa como zona de interés turístico. Prueba de ello es que, junto con Bosnia, Herzegovina y Macedonia, —todas ellas interiores— forma el grupo originador de un menor número de pernoctaciones de extranjeros.

Merece también una singular atención la distribución que estos mismos turistas, tanto nacionales como extranjeros, presentan según sean los distintos tipos de atractivos existentes en las localidades visitadas, tal como se presentan en el cuadro 3.

Las cuarenta y cuatro estaciones marítimas que jalonan el litoral presentan, como era presumible, la mayor acumulación de visitantes, y aún en mayor proporción (64 por 100 sobre el total) de pernoctaciones. Es con notoria diferencia, el punto de destino preferido por los extranjeros (53,66 por 100), que permanecen en el lugar casi una semana, y en el que los nacionales superan los siete días de estancia media.

A las estaciones marítimas siguen en importancia las capitales, las ciudades importantes que si bien no presentan interés alguno para el turista buscador del descanso o la belleza natural, debido a su configuración como centros comerciales o administrativos, adquieren un notable peso específico. Ni para nacionales ni para extranjeros se alcanza un promedio de estancia de dos días, y es aquí donde los móviles profesionales adquieren su máxima relevancia.

A este respecto es curioso observar la proporción del número de pernoctaciones de cada república que se anota la capital.

En el interior, las ciudades de Belgrado en unión de Novi Sad y Pristina, capitales respectivamente de Serbia y de las regiones de Voivodine y Kosovo y Metohya, suman conjuntamente el 69 por 100 de las pernoctaciones que los extranjeros realizan en la citada república. En Macedonia, Skopje, suma el 18 por 100 y Sarajevo supera el 39 por 100 de las pernoctaciones realizadas en Bosnia y Herzegovina.

CUADRO 3

A) DISTRIBUCION DEL MOVIMIENTO TURISTICO SEGUN LAS DISTINTAS REPUBLICAS (EN PORCENTAJES)

	Turistas			Pernoctaciones		
	Total	Yugosl.	Extran.	Total	Yugosl.	Extran.
Bosnia y Herzegovina	8,95	7,22	1,73	4,16	3,49	0,67
Montenegro	4,79	3,20	1,59	8,62	5,90	2,72
Croacia	39,04	16,67	22,37	58,06	24,83	33,23
Macedonia	4,12	3,09	1,03	2,92	2,51	0,41
Eslovenia	15,34	8,10	7,24	10,26	4,98	5,28
Serbia	27,76	22,22	5,54	15,98	13,60	2,38
<i>Total</i>	100,00	60,48	39,52	100,00	55,32	44,68

B) DISTRIBUCION DEL MOVIMIENTO TURISTICO SEGUN LOS DISTINTOS TIPOS DE ESTACIONES (EN PORCENTAJES)

	Turistas			Pernoctaciones		
	Total	Yugosl.	Extran.	Total	Yugosl.	Extran.
Capitales de las repúblicas.	23,68	15,23	8,45	9,20	5,57	3,63
Estaciones termales	4,23	3,65	0,58	8,03	7,39	0,64
Estaciones marítimas	36,14	14,96	21,18	64,54	28,55	35,99
Estaciones de montaña	8,40	5,44	2,96	5,99	4,02	1,97
Otras	13,16	9,40	3,76	6,41	4,99	1,42
Localidades no turísticas	14,39	11,80	2,59	5,83	4,80	1,03
<i>Total</i>	100,00	60,48	39,52	100,00	55,32	44,68

Fuente: Elaboración propia sobre datos del Instituto Federal de Estadística.

En la costa, el reparto, como es lógico, cambia de tónica, y es tanto más comprensible, cuanto más detenidamente se analizan las condiciones geográficas de las zonas. Aquí, incluso se observa la circunstancia de que las capitales administrativas están tierra adentro. Titograd, no



alcanza una participación del 2 por 100 sobre las pernoctaciones efectuadas en Montenegro, Zagreb bordea el 3 por 100 de Croacia, y Ljubljana supera escasamente el 11 por 100 de Eslovenia.

Específicamente turísticas son las estaciones de montaña, que si bien son pocas en número —once—, pueden tener su promoción gran interés como medida tendente al alivio de la estacionalidad veraniega, ya que si bien no solucionarían las tensiones de infraestructura allí creadas, sí lo haría al menos con las tensiones estructurales. La estancia media en estos centros —2,76 días— es prácticamente la misma, tanto para los que atravesaron las fronteras para visitarlos, como para los que —en mayor número— no precisaron tal desplazamiento.

Corresponden las mayores estancias medias en establecimientos hoteleros a los visitantes de las 18 estaciones termales distribuidas por todo el país. Si bien para los extranjeros el interés de un desplazamiento con tal fin parece no existir en gran medida, no sucede lo mismo con los propios yugoslavos, que atraídos por la riqueza medicinal de tales centros, permanecen durante más de una semana. De todos modos, el turismo curativo pierde la relevancia que alcanzó en otras épocas, no obstante ser uno de los más cómodos para la propia oferta, por lo cual es presumible su resurgir en alguna medida, respondiendo a los estímulos publicitarios que es lógico traten de recuperar, sino todo, al menos parte del mucho terreno perdido.

Gasto medio.

Es el gasto medio efectuado por los turistas durante sus vacaciones, y aún mejor el gasto medio efectuado por turista y día, uno de los elementos que mejor caracterizan a un determinado tipo de turismo. Se habla de un turismo caro o barato, y junto al concepto económico que ello entraña, se está implícitamente matizando en un conjunto de aspectos (composición social, atractivos especialmente solicitados, motivaciones del viaje, etc.), que aparecen fuertemente unidos al mismo, creando un tipo propio.

El análisis del cuadro 4 no permite la obtención de ambas medidas, al menos con un elevado grado de certeza, ya que la cifra de negocios de la industria hotelera, incluye las prestaciones de servicios realizados, tanto a los auténticamente turistas, como a los que, sin serlo efectúan gastos que realizaron los turistas en la compra de bienes, asistencia a espectáculos, transportes, adquisiciones de souvenirs y demás.

Junto a todo ello, la distinción entre gastos realizados por nacionales y extranjeros parece imposible. De todas formas, tiene el citado cuadro un indudable valor comparativo, dada a las series temporales presentadas y a las distribuciones de la cifra de negocios según repúblicas.

Uno de los atractivos que más poderosamente llaman la atención del potencial visitante de Yugoslavia, es su bajo nivel de precios, uno de los más baratos de Europa, pero que presenta, en contrapartida, el inconveniente de su constante incremento. El cuadro 5 presenta, con base en los sucesivos años comprendidos entre 1963 hasta 1967, ambos in-

clusivo, la evolución del poder adquisitivo del dinar. Mientras que se considera normal en un sistema económico una inflación del 5 por 100 anual, Yugoslavia, de 1964 a 1965, la tuvo del 34,5 por 100; de 1965 a 1966, del 22,9 por 100; entre 1963 y 1964, del 12 por 100, y en el último período, del 7 por 100.

Quizá por ello, como respuesta a esa subida desmesurada del coste de vida se aprecie una disminución del gasto medio por turista (incorporando la evolución del coste de vida a la comparación), en la serie temporal expuesta en el cuadro 4. El turista de 1967 gasta durante su estancia 582,2 dinars de 1963, mientras que el de esta fecha, gastaba 682,2. La diferencia es muy amplia y en parte habrá que atribuirla

CUADRO 4
INDUSTRIA HOTELERA: CIFRA DE NEGOCIOS

	1963	1964	1965	1966	1967
Total	2.023	2.573	3.555	4.805	5.411
Por repúblicas:					
Bosnie y Herr.	233	298	412	550	619
Montenegro	51	71	101	167	177
Croacia	655	838	1.199	1.613	1.831
Macedonia	77	104	126	160	185
Eslovenia	401	503	672	877	987
Servia	605	759	1.045	437	1.612

Fuente: Instituto Federal de Estadística.

$$\frac{\text{Cifra neg. 1963}}{\text{N.º turist. 1963}} = 682,2 \text{ N.D.} \quad \frac{\text{Cifra neg. 1967}}{\text{N.º turist. 1967}} \cdot \frac{\text{Valor din. 1969}}{\text{Valor din. 1963}} = 582,2 \text{ N.D.}$$

CUADRO 5
PODER DE COMPRA DEL DINAR CON RESPECTO AL COSTE DE VIDA
(Leer en línea horizontal)

	1963	1964	1965	1966	1967
	1.000	1.120	1.506	1.851	1.981
	893	1.000	1.345	1.653	1.769
	664	744	1.000	1.229	1.315
	540	605	814	1.000	1.070
	505	565	760	935	1.000

Fuente: Instituto Federal de Estadística.

a las deficiencias señaladas al calificar de poco representativo para el final que nos mueve el citado cuadro; pero es evidente que en alguna medida se ha dado esta recesión, y ello viene a confirmar que la expansión turística de Yugoslavia ha tenido su base en el incremento visitante de las categorías económicas menos pudientes, y que en consecuencia se trata el aquí analizado, de un turismo eminentemente barato muy sensible a la evolución de los precios, que evitará gastos superfluos y por tanto proporcionará bajos ingresos y escasos márgenes de beneficios.

Es además en las dos repúblicas que por su condición de costeras se pueden calificar como más aptas para el desarrollo del turismo (Croacia y Montenegro), en las que el incremento de la cifra de negocios ha sido mayor, consecuencia de haberse experimentado en estas zonas en superior cuantía la expansión turística de los últimos años. También durante el año 1967, son Croacia y Macedonia las repúblicas en las que el gasto medio por turista y día es menor, con gran diferencia sobre las restantes zonas; corroborando la tesis que sustenta la identificación del turismo de montaña, cultural o profesional —interior para generalizar— como más rentable que el de costa cuando se trata éste del turismo multitudinario característico de nuestros días.

CUADRO 6
INGRESOS Y GASTOS TURÍSTICOS
(En millones de dólares)

	Ingresos	Gastos	Saldo
1966	116,7	34,2	82,5
1967	150,0	51,7	98,3
1968	187,0	51,0	136,0
1969	241,5	73,7	167,8

Fuente: OCDE.

El excursionismo.

Uno de los elementos que más destacan en el turismo yugoslavo es la alta proporción de excursionistas entre sus visitantes, lo cual justifica ampliamente diversos aspectos de su estructura, tales como el espectacular auge en el número de llegados, la baja estancia media en el país, el reducido gasto medio por turista, etc.

El cuadro número 7 compara el excursionismo yugoslavo con de otros países europeos.

CUADRO 7
EVOLUCION DEL EXCURSIONISMO EXTRANJERO TERRESTRE
Y MARITIMO
(En miles)

	1965	1966	1967	1968	1969	1970
Irlanda	14.076	14.883	15.083	15.356	13.536	12.753
Italia	12.794	14.082	15.020	16.215	17.701	18.774
Noruega	1.500	1.700	1.800	1.900	2.000	2.150
Portugal	—	573	1.131	1.009	1.183	1.363
Yugoslavia	3.600	11.200	16.800	17.700	20.400	21.418

Fuente: OCDE.

La procedencia de los visitantes.

En el cuadro número 8 se relacionan para los años comprendidos entre 1966 y 1969 los procedencia de los visitantes llegados a los medios de alojamiento, desde los principales países emisores.

CUADRO 8

	1966	1967	1968	1969	1970
Alemania (R. F.)	657.747	739.677	798.302	1.113.654	1.216.270
Austria	484.378	539.428	521.652	594.149	557.853.
Bélgica	96.485	87.623	84.090	91.292	93.706
Dinamarca	49.327	42.262	44.689	45.608	50.541
Finlandia... ..	—	—	4.964	5.935	8.883
Francia	297.756	285.596	243.332	267.546	314.712
Grecia	63.962	64.591	67.391	66.885	70.403
Italia	423.839	504.368	623.602	757.189	786.605
Noruega	10.304	9.668	11.157	11.142	15.067
Países Bajos	141.408	162.175	170.670	182.767	207.445
Reino Unido	248.443	249.844	206.818	225.150	262.825
Suecia	55.998	55.419	55.332	62.264	63.390
Suiza	76.639	78.087	88.012	118.063	119.653
Turquía	47.248	57.092	66.294	83.158	82.217
Canadá	15.103	14.903	19.447	23.692	27.676
Estados Unidos...	112.938	122.934	114.276	163.938	205.926
Japón	—	—	—	4.605	6.276
Bulgaria	48.312	60.254	57.033	21.724	30.742
Hungría	107.962	106.659	103.131	121.681	124.535
Polonia	75.635	71.223	69.175	64.017	70.582
Rumania	8.681	12.579	24.106	29.997	20.347
Checoslovaquia ...	247.972	253.353	310.045	454.419	165.620
Unión Soviética...	32.030	38.653	57.364	75.159	75.592

Fuente: OCDE.

Otros caracteres.

Hay otras muchas peculiaridades que caracterizan el turismo yugoslavo, y que, sin embargo, por falta de estadísticas o encuestas objetivas, es preciso reseñar tan sólo de un modo indicativo.

El turismo familiar es, como en el resto de las zonas mediterráneas que reciben a la clase media europea cuando ésta marcha de vacaciones, el que presenta una mayor cuantía numérica e importancia económica, no por los ingresos que proporciona —que en comparación con otros turismo son mínimos— sino por determinar en gran medida el tipo existente.

Peró Yugoslavia ha sentido en los últimos años un repentino interés por la juventud internacional. Poseedora de unas estructuras políticas, sociales y económicas totalmente distintas a las de los restantes países, ha querido hacer pública su experiencia para que sirva de ejemplo, o cuanto menos de piedra de toque, con respecto a todos pueblos con mentalidades y sistemas diferentes, y de ahí haya surgido ese interés por la juventud extranjera y esa multiplicidad de albergues y residencias creados para hacer más fácil su visita.

Paralelamente, conocedora de su posición como nexo de unión entre los dos bloques, los dos mundos en que se divide el globo, Yugoslavia ha extendido ese interés por ser conocida en la sociedad internacional a las organizaciones laborales del mundo del Este. Por ello, junto a ese turismo que decíamos familiar y que adivinábamos costero, sedentario y de procedencia occidental, se da, aunque en menor medida, otro turismo itinerante, de grupo viajero numeroso, procedencia oriental, que trata de descubrir en el interior los milagros del joven sistema.

Es, pues, una yuxtaposición de dos concepciones diametralmente opuestas del turismo, el occidental y, como tal, individualista, buscador de las diversiones, o al menos de la belleza costera, cimentando básicamente en la familia, algo más gastador, sin recorrido prefijado, y por tanto improvisador, etc., y el turismo de la Europa Oriental, colectivizado en grupos numerosos, no familiar, itinerante por el interior del país para conocerlo, con programación de viajes y escaso gasto.

Conviene aclarar, no obstante, con relación al gasto, que el hecho de que el interior, como anteriormente se vio, presente un mayor gasto medio por turista y día, no anula la anterior opinión sobre los gastos del turista oriental, simplemente demuestran su aún escaso peso espe-

cífico y la compensación que realizan los que considerados como turistas en las estadísticas, no fueron inducidos a viajar por móviles vacacionales.

Es la carretera en general, y el automóvil privado en particular, la vía y medio de locomoción más utilizados para viajar. Con ellos el avión cobra creciente importancia, mientras el ferrocarril pierde lenta, pero constantemente, su pasada hegemonía, y el barco —que nunca la tuvo— se ve asimismo desbordado por el empuje de aquéllos.

El hotel, y en menor medida el «camping», o incluso la ciudad de vacaciones, son los establecimientos más empleados para el alojamiento de los visitantes. El apartamento, que tan importante papel juega en nuestro litoral y que indefectiblemente viene unido a las estancias prolongadas, empleo del automóvil y turismo familiar, no existe prácticamente en Yugoslavia como establecimiento turístico, debido tanto a la escasez de apartamentos general del país, como a la legislación que con espíritu socialista prohíbe al particular poseer más de dos.

Una relativa importancia tiene, pues, el alojamiento privado, como proporcionador de alguna plaza turística. En los meses de alta temporada, con fuerte tensión de la demanda sobre una oferta poco voluminosa y nada elástica, viene a solucionar temporalmente problemas de alojamiento de otro modo insolubles, pero en contrapartida, al institucionalizarse el sistema como ha ocurrido, proporciona una muy escasa categoría al conjunto de la oferta turística, en sí ya mermada de esa calidad que ofrece la hostelería de otros competidores.

Un último punto es preciso reseñar: Yugoslavia es por naturaleza un cúmulo de disparidades. Se la puede englobar en un solo nombre, y como tal analizarla, pero el día en que su política turística este basada más que en despertar un interés por su litoral, en despertarlo por la nación entera —es este el tipo de propaganda que se ha aplicado en los países del Este— las características de su turismo variarán radicalmente. Lástima que aquel reclamo quizá no tuviera resonancia en una sociedad buscadora por excelencia del ocio, como parece ser la de estos momentos.

B) CONDICIONES NATURALES

En el turismo moderno, factores tales como el clima, la longitud de las costas, o la belleza del paisaje, ejercen una influencia decisiva a

la hora de programar un viaje. Cualquier estímulo tendente a hacer agradable una estancia, encuentra amplio eco en un turismo movido básicamente por motivaciones vacacionales, buscador por esencia, además, de las localidades litorales.

También aquí, en cuanto al clima, existe diversidad. Se caracterizan principalmente tres. A lo largo del litoral adriático y en una estrecha franja, el clima es mediterráneo, con veranos cálidos y secos e inviernos templados y lluviosos. La temperatura media en el mes de enero es de 7°C, y en julio de 24°C.

El clima de las regiones montañosas se caracteriza por veranos frescos y cortos e inviernos largos y fríos, con abundante nieve, que cuanto menos, permanecen de enero a abril. En el resto, los veranos son cálidos —temperatura media en julio 23° C— y los inviernos rigurosos —temperatura media en el mes de enero de 1.° a 2° bajo cero— clima continental, pues, con bruscos cambios de una a otra estación y menores precipitaciones durante el invierno.

Comparadas las medias del litoral croata y montenegrino, con las del litoral español, resulta que es mucho más caluroso nuestro invierno, en el que la costa más fría —la Cántabra—, tiene una media climática para el mes de enero de 8,8°C; sin embargo, la temperatura estival es similar a la del litoral de las Baleares (24,1°C), intermedia entre nuestras costas.

Un aspecto de la climatología de notoria influencia sobre el turismo, es la insolación. La isla de Hvar, con 2.175 horas de sol a lo largo del año, presenta la mayor de Europa. Otros centros turísticos importantes yugoslavos, le secundan: Split, con 2.697 horas; Vela Luko, con 2.671; Dubronik, 2.584; la isla de Rab, con 2.479, y Rijeka, 2.120, por citar algunos.

El Adriático es un mar tranquilo y limpio, tanto por su escasa profundidad —en su parte septentrional la profundidad máxima es de 50 metros—, como por el frontón isleño que protege al continente. Prueba de ello es que la transparencia alcanza los 56 metros en el Sur y los 45 en el Norte.

Pero junto a todo ello, y estrechamente vinculado a sus causas, existe un gran inconveniente para el desarrollo de la región como receptora de un turismo masivo y veraniego. Se trata de la ausencia total de playas de arena, pues la escasa movilidad de las aguas marinas no ha originado la natural erosión de las rocas, hasta su conversión en arenas.

Si bien la distancia rectilínea entre la bahía de Sveti Vernay y la desembocadura del Bojama, extremales del litoral adriático yugoslavo, sólo es de 628 kilómetros, la serie infinita de calas y bahías, los constantes entrantes y salientes en el mar, hacen que sean 2.092 los kilómetros de costa continental, a los que es preciso añadir los litorales de las 1.233 islas e islotes croatas —sesenta y seis de ellas habitadas— hasta totalizar 6.116 kilómetros litoral superior al que suma España continental, las Baleares y las islas Canarias.

El interior del país ha sido favorecido con uno de los paisajes más ricos en variedad y colorido del continente. Los sistemas Rodopi Sarskopinski, Cárpatos y Balcánico, los montes alpinos y dináricos, lo hacen uno de los más montañosos de Europa, con más de 144 alturas, que rebasan los 2.000 metros.

El 31 por 100 de su suelo está cubierto por bosques (es la madera una de sus mayores riquezas, ocupando su exportación, en tonelaje, la de mayor volumen hasta 1966), y existen 220 lagos, seis de los cuales, con una superficie de más de 10 kilómetros cuadrados. En Plitnice, Croacia, se encuentra uno de los parajes más bellos del globo, y 16 pequeños lagos van vertiendo sus aguas de unos a otros, por medio de espléndidas cascadas. Las 1.850 corrientes fluviales de más de 10 kilómetros de longitud que recorren Yugoslavia, reparten riqueza y belleza sea cual fuere la localidad visitada.

Por último, queda por señalar algo muy importante con respecto a las modalidades con que hoy en día se presenta el turismo: las fronteras. Cualquier estadística de movimiento internacional de viajeros demuestra que las corrientes más voluminosas y constantes las representan los pueblos limítrofes. Pues bien, son nada menos que siete los Estados fronterizos al Yugoslavo, y de ellos, tres pertenecen a la esfera occidental y cuatro al Este, siendo al mismo tiempo, junto con Albania, el único ventanal que los países socialistas tienen abiertos al Mediterráneo

C) REALIZACIONES EN PRO DEL DESARROLLO TURISTICO

Dos son fundamentalmente los efectos que se suponen favorables del desarrollo turístico. El primero es el directo sobre la Balanza de Pagos del país de referencia, el segundo, el indirecto sobre el sistema,

al crearse una excitación sobre otros sectores productivos; de una manera más directa se manifestaría en los transportes, la construcción, el comercio, la banca, la artesanía, fabricación de mobiliario, alimentación, etc.

En los sistemas económicos occidentales, en los que a la iniciativa privada y al mercado está encomendada primordialmente la función decisoria del qué debe producirse, cómo y para quien, esta influencia del turismo como elemento creador de nuevas necesidades, constituye un estímulo muy importante, sobre todo en las áreas subdesarrolladas en las que se ha hecho más patente. En cambio, en los sistemas colectivistas, esta influencia reviste unos caracteres mucho menos notables, ya que su efecto promotor debe trascender del ámbito local, característico del turismo, al nacional.

Un ejemplo típico sería el hecho de que, en España, el producto final de las construcciones para edificios turísticos (hoteles y apartamentos, principalmente), representa cerca del 10 por 100 del producto total de la construcción, mientras que, en Yugoslavia, mantiene generalmente cifras inferiores al 2 por 100, con tendencia, además, decreciente.

Si como creador de una demanda suplementaria, originadora de esa excitación sobre otros sectores productivos, no parece, en principio, haya tenido un gran impacto el turismo sobre el sistema económico yugoslavo, si parece estar llamado a desempeñar un importante papel en la Balanza de Pagos, que, como en otros países turísticos, presenta un déficit continuado.

La balanza comercial yugoslava presenta un déficit crónico, aunque con tendencia a corregirse a largo plazo. Han sido los servicios, y últimamente el turismo, quienes han permitido una entrada de divisas que, de no existir, hubiera obligado al sistema a verse drenado en sus reservas hasta su total extinción, y quien ha permitido la actual aspiración del Gobierno federal de conquistar para el nuevo dinar el reconocimiento internacional. No obstante, es preciso señalar dos puntos. El primero hace referencia a la importancia que la devaluación del dinar, en 1965, tuvo con respecto al comercio exterior yugoslavo. En segundo lugar, señala el hecho de que una auténtica política turística, al estilo español o italiano, por ejemplo, no parece haber existido de un modo decisivo. Los sucesivos planes que han sido elaborados, aun no menospreciando el turismo, han dedicado especial interés a otros sectores de repercusiones sociales más directas.

Por ello, más que en las realizaciones de tipo material, ha sido en el plano de las decisiones administrativas en el que se aprecia un mayor interés: propaganda, facilidades de entrada y residencia, limitación de los trámites aduaneros, etc., han sido los signos externos más apreciables.

Son frecuentes los casinos o salas de fiestas donde sólo se admite moneda extranjera para pagar, y es precisa la presentación del pasaporte para entrar, haciéndolos, por tanto, de uso exclusivo a los visitantes de otros países. También la sed de divisas ha consentido el otorgamiento a ciertos establecimientos comerciales de un permiso de cobrar el importe de sus ventas en moneda extranjera, primándolas con un descuento del 10 por 100.

El visado ha sido dispensado para los visitantes procedentes de Argelia, Austria, Bulgaria, Cuba, Checoslovaquia, Dinamarca, Finlandia, Grecia, Hungría, Islandia, Italia, Japón, Marruecos, Mongolia, Noruega, Polonia, RAU, Rumanía, Rusia, San Marino, Suecia y Turquía, por mediación con dichos países acuerdo de reciprocidad. En 1967, Año Internacional del Turismo, Yugoslavia suprimió igualmente el visado turístico para los visitantes provenientes de cualquier país del mundo, sin que exista reciprocidad. Esta medida fue prolongada hasta el primero de noviembre de 1968.

También ha sido notoria la atención despertada por la reconstrucción de obras de arte, apertura de museos y exposiciones, acondicionamiento de monumentos históricos, etc., que, dada la diversidad de culturas y religiones coexistentes en el país, presenta un indudable interés para el visitante forastero.

* * *

Un capítulo siempre importante en el análisis de las realizaciones ejecutadas con vinculación al turismo, es el de los transportes, elemento indispensable en un género de actividad que, por su propia definición, implica desplazamiento, y sector, en las economías occidentales, fuertemente impulsado por aquél.

La red de carreteras yugoslavas, que ya estadísticamente no reflejan precisamente una adecuación perfecta a las necesidades turísticas, originan una impresión aún más desfavorable en su apreciación directa.

El escaso kilometraje en carreteras asfaltadas, es en sí significativo del retraso con que se han acometido las obras de acondicionamiento

de los transportes a los tiempos modernos, mientras que, además, no se observa una preocupación por incrementarlas cuantitativamente ni perfeccionarlas cualitativamente, al menos a un ritmo forzado. Los kilómetros terminados en 1966, no alcanzan a representar un 1,7 por 100 sobre una red total en sí ya deficitaria.

Son, eso sí, Montenegro y Croacia las repúblicas que alcanzan una superior proporción de carreteras asfaltadas con respecto a los kilómetros totales, seguidas por Eslovenia, zona de tránsito para los que llegaron al país vía Austria o Italia.

CUADRO 9
CARRETERAS POR CATEGORÍA

	Total	Asfaltadas	Macadam	Otras (1)
Yugoslavia	78.869	14.374	43.514	20.981
Bosnie y Herr.	11.641	1.303	6.860	3.478
Montenegro	2.754	628	2.099	27
Croacia	19.226	4.051	13.538	1.637
Macedonie	6.486	1.021	1.911	3.554
Eslovenia	12.626	2.630	8.152	1.844
Servia	26.136	4.741	10.954	10.441

(1) De tierra y no abiertas.

Fuente: Instituto Federal de Estadística.

Junto a todo ello, se da la circunstancia de que lo recortado de las costas, unido con lo accidentado del terreno, hace que la vía turística por excelencia, la que atraviesa todo el litoral de Norte a Sur, sea estrecha, tortuosa y excesivamente peligrosa, presentando además un encajonamiento entre el monte y el mar, fuertes problemas de índole técnica, y sobre todo económica, para su ensanchamiento. Tan sólo en el interior —con menor interés turístico como es lógico— frecuentes planicies han hecho posible la creación de carreteras más cómodas que, de todos modos, nunca alcanzan el calificativo de amplias autopistas, y es que los 188.000 vehículos de turismo que en 1965 circulaban por carretera yugoslava, no parecen haber urgido un perfeccionamiento general.

La red ferroviaria, con ser menos extensa, como es natural, presenta, sin embargo, una mayor perfección y una relativa superior densidad. Reliquia de un próximo pasado en el que tuvo una relevancia indis-

tible, va perdiendo poco a poco esa hegemonía como, en la actualidad, ocurre en la mayoría de los países.

En los tres últimos años, en los que se supone al país abiertamente implicado en una política de desarrollo con las consiguientes inversiones en mejoras de transportes, no se aprecia aumento, sino por el contrario, ligero descenso en la longitud de sus líneas, número de locomotoras y vagones de viajeros, estabilizados estos dos últimos capítulos desde la lejana anteguerra europea de 1939. Al mismo tiempo, cada vez se aprecia con mayor intensidad el descenso del ferrocarril como medio de transporte requerido por el público.

CUADRO 10
DISTRIBUCION PORCENTUAL DE LOS MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS EN LAS LLEGADAS DE LOS TURISTAS

	Barco	Avión	Ferrocarril	Carretera	Total de llegadas (Cifras absolutas)
1965	2,8	2,9	7,5	86,8	6.332.000
1966	1,2	1,7	3,7	93,4	14.755.000
1967	0,9	1,5	3,8	93,8	20.533.000
1968	1,4	1,4	2,4	94,8	21.630.000
1969	1,3	1,6	2,7	94,4	25.129.000
1970	1,6	2,3	2,6	93,5	26.001.000

Fuente: OCDE.

El fenómeno es conocido muy bien por los españoles, ya que el rápido incremento experimentado en nuestro país por el parque de automóviles privados, ha hecho más patente el auge de la carretera. Además, el turista moderno se traslada preferentemente en coche o en avión, en detrimento precisamente del ferrocarril o barco. A este respecto, la experiencia española en los cuatro últimos años es altamente aleccionadora. El 11,4 por 100 de los visitantes extranjeros que atravesaron nuestras fronteras en 1963 lo hicieron en ferrocarril, mientras que, en 1966, sólo representaron el 7,5 por 100. Del 2,6 por 100 llegados por vía marítima en el sesenta y tres se pasa en el sesenta y seis al 2 por 100. En contrapartida, el aeropuerto, en el mismo período, pasa del 12,9 por 100 al 15,6 por 100 y la carretera se mantiene (73,1 por 100, 1963; 74,9 por 100, 1966) en cifras relativas, pero experimenta un incremento de más de cinco millones en valores absolutos.

Pero en Yugoslavia, la aviación, al menos la nacional, no ha experimentado ese auge. En 1965, el número de aviones es el mismo, y similar al tonelaje, pero, aunque se incrementan el número de plazas de pasajeros, permanece estacionario —disminución, incluso en el 66 aunque con recuperación al año siguiente— el número de pasajeros transportados.

Por último, en cuanto al tráfico marítimo, también se ha dado el retroceso general ya comentado, tanto en relación al número de pasajeros transportados en los últimos años, como considerando el número de navíos dedicados a tal fin desde la anteguerra europea.

Como consecuencia de cuanto se ha dicho resta señalar una vez más la falta de una política abiertamente turística, proyectada hacia una mejora de los transportes, ya que ni los servicios nacionales están sometidos a un programa de extensión y perfeccionamiento, ni se observa un claro interés en acondicionar las carreteras —la vía de comunicación mayormente utilizada—, al uso incrementado que, en un futuro cercano se le supone. No quiere significar con esto que la preocupación no exista, sino que la misma se manifiesta con intensidad muy inferior a otros países, y que, por tanto, la del acondicionamiento de las comunicaciones al turismo, es una baza que le queda aún por jugar a Yugoslavia, y que deberá hacerlo pronto si desea seguir viendo crecer el número de sus visitantes.

Los esfuerzos emprendidos con objeto de ampliar la capacidad de alojamiento turístico quedajn suficientemente reflejados en el cuadro número 11. A la vista del mismo, parece evidente que existe un impulso expansivo de notables proporciones, superada una fase inicial que podría abarcar hasta 1966.

CUADRO II

	Inversiones en la industria hotelera (millones de dólares)	Aumento de la capacidad de alojamiento hotelero
1964	64,0	—
1965	35,6	4.000
1966	35,2	14.000
1967	80,0	20.000
1968	80,0	11.067
1969	128,0	18.814
1970	110,0	20.000

Fuente. OCDE.

D) PERSPECTIVAS FUTURAS

De cuanto hasta aquí ha quedado reflejado, parece claramente que el esquema de desarrollo turístico yugoslavo es muy similar al de otros países mediterráneos haciendo, claro está, ciertas salvedades que, no obstante, son básicas.

Quizá las más sobresalientes de ellas sean, el sistema económico y la consideración de que, pese a todo, en este país el turismo se encuentra en una etapa de iniciación.

En efecto, el turismo yugoslavo ha nacido, como lo ha hecho en tantas otras regiones, de una manera espontánea, sin una previa acción atrayente poderosa. Surgió como consecuencia lógica de sus maravillosos paisajes, de la riqueza de colorido de sus tierras y mares, surgió como respuesta a su agradable temperatura y bajísimos precios y sobre todo, fue el efecto directo de un Adriático siempre limpio, tranquilo y seductor.

Descubierta la zona litoral Croata y Montenegrina de este modo, por azar casi, el sistema utilizado para confeccionar las estadísticas de turistas —inscripciones en hoteles y no recuento al paso por las fronteras— ha llevado a hacer creer al observador del fenómeno, que se hallaba en su cima, en estos momentos, el turismo yugoslavo.

Pero hasta el momento no ha sucedido más que lo que en otros países hubiera significado la primera etapa de ese desarrollo: conocimiento de la zona en el exterior y apreciación de la rentabilidad de su posible explotación en el interior.

A esta etapa, la experiencia señala que sigue en el interior un período inversor: inversión privada en hoteles y apartamentos, inversión pública en infraestructura y sobre todo transportes, y en el exterior un creciente interés por el país.

No se puede, pues, con vistas al futuro, comparar las deficiencias de un fenómeno incipiente con los logros obtenidos en sistemas más perfeccionados; entre otras razones por haber transcurrido largos períodos desde ese comienzo. Lo que sí es preciso es, señalar sobre qué líneas deberá evolucionar la oferta, para no decepcionar las hoy, muy fundadas excelentes perspectivas.

Un primer punto ha de ser, claro está, el perfeccionamiento de la red de comunicaciones, que reiteradamente a lo largo de estas líneas

se ha calificado de exigua, en malas condiciones y con un ritmo de modernización lentísimo.

Junto a ello, es preciso un mejor acondicionamiento de los alojamientos existentes que, salvo honrosas excepciones, presentan una calidad muy deficiente, así como su incremento numérico si, como parece, se pretende, han de recibir contingentes cada vez superiores de visitantes.

De todos modos es preciso señalar el gran inconveniente que cierra su paso a la promoción turística: la escasez de inversión.

El problema de la falta de inversión turística en Yugoslavia es muy complejo y, por tanto, difícil de sintetizar. No existe, en primer lugar, inversión extranjera de importancia por razones políticas (es considerada como una manifestación del colonialismo). La inversión privada se ve frenada por una falta de estímulo, ya que la retribución al capital es fija e independiente del resultado económico. Por último, la cuantía de la autofinanciación empresarial debe ser dictaminada por un consejo de obreros, en detrimento de los salarios a repartir, ambos obtenibles a partir de los beneficios netos, lo que supone realmente unos desajustes según sectores.

En los sistemas occidentales, es la iniciativa privada la que ha forjado el desarrollo turístico, pero la supeditación a un plan con problemas sociales y económicos de gran peso, han hecho que en Yugoslavia no pudiese aquélla moverse con libertad. Tan solo en pequeños establecimientos —hasta cinco personas empleadas— la iniciativa privada ha podido tener un desarrollo pleno, pero con el pequeño campo de acción consecuente a esa dimensión reducida.

Queda finalmente por señalar un cúmulo de pequeñas deficiencias que, no obstante, pueden tener efectos desfavorables para un normal desarrollo turístico: escasez de guías profesionales, falta de espectáculos que atraigan al turista, no uniformidad en los precios y la ausencia, muy importante, de una red frigorífica. En efecto, la alimentación, que busca proporcionar un determinado número de calorías (mucha grasa, aceite, patatas y azúcar), ofrece escasa variedad y, en ningún momento está encaminada a convertirse en placer.

Mucho le queda pues, por recorrer a Yugoslavia en su empeño por transformarse en una potencia turística mediterránea, pero sus maravillosas condiciones naturales, es indudable, constituyen ese factor básico primordial para conseguirlo.

R E S U M E

JORGE D. CASAMAYOR: *Quelques considérations sur le tourisme yougoslave.*

L'auteur étudie la typologie du tourisme réceptif yougoslave, du point de vue économique, ainsi que quelques uns des facteurs qui sont intervenus dans sa configuration, telles que caractéristiques climatologiques, paysage et diversité d'ambiances et civilisations.

On analyse comment la Yougoslavie a été le pays qui dans les dernières années a subi une augmentation très spectaculaire d'arrivée de touristes, les nationalités d'origine, l'aiguë et problématique stationnalité, les moyens de transports utilisés, etc.

Après avoir signalé les efforts réalisés pour favoriser l'augmentation et l'amélioration du tourisme, on ébauche les lignes par lesquelles les futurs programmes de développement pour le tourisme devront être projetés.

S U M M A R Y

JORGE D. CASAMAYOR: *Accounts on yougoslavian tourism.*

The author studies the features of yougoslavia receptive tourism from the view point as well as some factors which have mediate in their configuration, such as climalotogical characteristic, landscape and diversity of environments and cultures

A detailed analysis follow on how Yougoslavia came to be one of the countries which registered a highest index on tourist arrivals, accounting the nationalites of origin, explaining about the sharp seasonal problematic, the use of transportation means, etc.

After pointing out the efforts accomplished in order to increase and further tourism, the author outlines the way to project the development programs relating tourism.

ZUSAMMENFASSUNG

JORGE D. CASAMAYOR: *Betrachtungen über den Fremdenverkehr aus Jugoslawien.*

Zunächst studiert der Verfasser die Tipologie des jugoslawischen Aufnahmefremdenverkehrs unter dem wirtschaftlichen Gesichtspunkt. Weiter auch verschiedenen Faktoren analysiert, die an seiner Formung und Gestalt teilgenommen haben: climatische Kennzeichnungen, Landschaft und Verschiedenheiten von Zivilisationen und Milieu.

Nachher wird auch die Tatsache untersucht, dass Jugoslawien das Land ist, das in den letzten Jahren die grösste Vermehrung des Fremdenverkehrs erfahren hat. In diesem Sinne wird auch die Staatsangehörigkeiten und Herkunft, die Jahreszeit und Aufenthaltsort, die Transportsmitteln usw. analysiert.

Nach dem Anzeigen der Anstrengungen, um die Vermehrung und Verbesserung des Fremdenverkehrs zu begünstigen, werden angedeutet die Richtlinien, die künftigen Programme der Entwicklung für den Fremdenverkehr befolgt werden sollen.