

LA INDUSTRIA TURÍSTICA



A. J. Norval

traducción y presentación de
Francisco Muñoz de Escalona

editado por
eumed.net

LA INDUSTRIA TURÍSTICA

A. J. Norval

Dr. en Ciencias Comerciales (Holanda)

Profesor de Comercio y Economía Industrial de la Universidad de Pretoria

Traducción del inglés y presentación:

Francisco Muñoz de Escalona

La obra original en lengua inglesa

“THE TOURIST INDUSTRY”

se editó en Londres por Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd. en 1936

PRESENTACIÓN DE LA VERSIÓN ESPAÑOLA

Para jóvenes investigadores hispanohablantes de economía del turismo

A. J. Norval ocupa un lugar de primera línea entre los investigadores del turismo de la primera mitad del siglo XX. Es desde hace años uno de los grandes clásicos de la economía del turismo junto con los italianos Mariotti y Troisi y los alemanes Borman y Glücksmann. Como profesor de la Universidad de Pretoria, Sudáfrica, recibió el encargo de una compañía ferroviaria de realizar un estudio para potenciar el tráfico turístico en dicho país. El resultado de su investigación fue publicado el año 1936 en Londres por la editorial Sir Isaac Pitman and Sons con el título *The Tourist Industry*. Desde finales del siglo XIX, la investigación de naturaleza económica sobre el tráfico se centró en el estudio empírico del negocio hotelero y se desarrolló más tarde hasta alcanzar cotas de excelencia en los países de habla alemana, sobre todo en Suiza, Austria y Alemania, por este orden, algo que el profesor Norval sabía muy bien como demuestra el amplio uso de la bibliografía en idioma alemán que hace en esta obra.

Cuando en los años ochenta del siglo pasado me vi obligado a estudiar la historia del pensamiento turístico para poder llevar a cabo una crítica de la economía del turismo convencional, la figura del profesor Norval se destacó de un modo muy singular, no solo en el contexto de la literatura anglosajona, en general subsidiaria de la alemana durante la primera mitad del siglo XX, sino incluso en el contexto general de su época. Como estudioso del turismo, el profesor Norval se distingue en el seno de la comunidad de expertos de su época porque se mantuvo fiel, en la medida de lo posible en su tiempo, a la estricta aplicación del análisis económico al estudio del turismo sin los falsos remilgos tan frecuentes entre los economistas actuales que se dedican a esta rama de la economía, cuando lo habitual era, tanto entonces como ahora, mantenerse en el seno de la sociología, hoy tan trufada de marketing y geografía. Como el lector puede comprobar, *The Tourist Industry* parte de las necesidades y de su satisfacción superando así claramente los planteamientos entonces en boga, de raigambre sociológica, antropológica e incluso filosófica, propios de la sociología de la cultura en su época. Para Norval, la propensión a viajar no se explica como supervivencia de las costumbres de la cultura nómada como quieren tantos eruditos a la violeta, sino por los intentos que el hombre se ve obligado a realizar para satisfacer sus necesidades, todas las necesidades, cualquiera que sea su naturaleza, sin que haya que distinguir, como hoy hacen algunos, entre necesidades *turísticas* y otras necesidades, lo que es un despropósito en el seno de la economía. Para él, el primer impulso que llevó a los hombres a viajar procede del comercio y de las razzias, actividades ambas que obedecen a la satisfacción de las necesidades, pacíficas las primeras y violentas las segundas. Con él coincido y me place reconocerlo como vengo demostrando en mis trabajos pero, sobre todo, en la segunda parte de *Autpsia del turismo* publicada por www.librosenred.com con el título de *El turismo explicado con claridad*, obra en la que me propuse romper el generalizado reduccionismo que practican los turisperitos que parten del enfoque convencional, sociológico o de demanda.

Desgraciadamente, Norval se dejó influir más de lo debido por las tendencias sociológicas que ya entonces eran hegemónicas entre los estudiosos del turismo. Las influencias sufridas le llevaron a ser una víctima más de la obsesión consistente en tratar de buscar las notas diferenciales existentes entre los turistas y los que no lo son. Sin embargo, aun así aceptó la original nota diferencial que tres años antes había propuesto Ogilvie en *The Tourist Movement*, la que algunos estudiosos interpretaron como siendo de carácter económico porque hace referencia al gasto de una parte del ingreso en un lugar diferente al lugar de su obtención. Es evidente que esta nota, a pesar de su

originalidad, no es en absoluto de naturaleza económica, pero puede parecerlo a quienes creen que la esencia de la economía son los gastos monetarios. Para Norval, como para Ogilvie, turistas son quienes gastan en el país visitado unos ingresos que son obtenidos en otro, casi siempre en el país de residencia permanente. Poniendo el énfasis en el gasto, Norval creyó ponerse del lado del análisis económico y así ha sido considerado por casi todos los estudiosos del turismo. Pienso ahora sobre todo en el economista español Antonio Pulido, autor de una de las primeras tesis doctorales que se hicieron en España sobre el turismo, quien parte de la nota diferencial citada, la hace suya y la somete a una exhaustiva reflexión tratando sin conseguirlo hacerla más operativa estadísticamente hablando. Pero lo cierto es que Norval hizo sus estudios del turismo con el enfoque habitual de demanda o sociológico, como vengo demostrando en los trabajos que he publicado desde 1988, especialmente en mi tesis doctoral (1991) *Crítica de la economía turística: enfoque de oferta versus enfoque de demanda* (publicada por la Universidad Complutense de Madrid en 1992 y en www.eumed.net/tesis/fme).

El pensamiento de Norval ha sido, no obstante, de gran utilidad para mis trabajos. Para ellos me vi obligado a consultar las obras fundamentales publicadas desde finales del siglo XIX.

Aquí ofrezco a la comunidad de investigadores mi traducción al español de los capítulos de la obra de Norval que tienen un contenido general y que, en mi opinión siguen aun teniendo validez para quienes trabajan con enfoque de demanda y, sobre todo, para quienes se interesen por la historia del pensamiento turístico. Quisiera terminar diciendo que hay turisperitos cuya beatería academicistas les hace especialmente reverentes con las obras más recientes porque consideran que cuanto más reciente sea un estudio teórico de economía del turismo más avanzado es. Pues bien, después de los casi setenta años que han pasado desde que se publicó la obra del Prof. Norval aun sigue siendo superior a las que hoy se publican por centenas en las más prestigiosas universidades de Europa y América, muchas de cuyos autores creen que hay que apartarse del análisis económico convencional y en todo caso sustituirlo por un *mix* en el que entran dosis variables del practicismo a ultranza que preside el marketing, el descriptivismo impenitente de la geografía y la incipiente lucha ecologista sin olvidar otras técnicas en sí mismo altamente valiosas como las basadas en la dinámica de sistema. Por si alguno de los lectores de esta obra se decide a romper con la moda de lo que se ha dado en llamar transversalidad o diagonalidad intrínseca del turismo cuando en realidad tal característica no es más que la nefasta consecuencia del enfoque de demanda, le sugiero la aplicación sin complejos del convencional y modesto análisis microeconómico al estudio del turismo. Comprobará que, como sostiene John Maynard Keynes, que la economía no es una doctrina sino un método que pone en manos de quienes lo manejan correctamente la posibilidad de obtener soluciones correctas.

Francisco Muñoz de Escalona
La Devesa del Nonaya, diciembre, 2004

A

BLYDE, AMORA y HELOUISE

PREFACIO

La investigación en la que se basa esta obra es de carácter estrictamente científico pero posteriormente se benefició de la ayuda del Gobierno de Sudáfrica y de la South African Railways and Harbours para que se estudiara la importancia económica de la industria turística de Sudáfrica, su aportación a la economía nacional, sus potencialidades, las posibilidades de su desarrollo en el futuro y los medios y canales a través de los que conseguir que el turismo reporte el máximo beneficio para el país. Para conseguir el mejor enfoque y el más adecuado conocimiento del movimiento turístico, las fuerzas que lo condicionan y las tendencias que manifiesta, la investigación se planteó del modo más amplio posible.

En primer lugar se llevó a cabo un estudio del desarrollo histórico y del movimiento turístico desde los tiempos más remotos hasta el presente y, en particular, desde la posguerra (1914 - 1918). Para evidenciar la importancia económica del movimiento turístico en general, se realizó un estudio de las llegadas de turistas en diferentes países durante una serie de años. Para estimar el gasto medio y la estancia media de los turistas en Sudáfrica se realizaron numerosas entrevistas personales (según el método de la investigación directa basada en cuestionarios). Este método se empleó también en lo que se refiere al estudio de la industria hotelera, la cual se considera que es un factor que influye en las llegadas turísticas. Adicionalmente, se realizaron numerosos viajes a las principales regiones de Sudáfrica con el fin de visitar todos los centros que pueden ser de interés para los turistas y para entrevistar a las personas que se relacionan directa o indirectamente con la industria turística. Se enviaron cartas y se recibieron respuestas a/de numerosas personas, empresas, asociaciones, turistas y agencias de viaje, organismos públicos y otras entidades tanto de Sudáfrica como de otras partes del mundo.

La investigación ha puesto de manifiesto la existencia de un espectacular desarrollo de las llegadas turísticas en los principales países desde la guerra Mundial; su inmensa importancia económica nacional e internacional; el importante papel que ello tiene en la vida de la nación, económica, sociológica, cultural y políticamente; su influencia en el crecimiento de los mercados exteriores, la inversión de capital y el fomento de las visitas de gente rica; el convencimiento creciente de algunos gobiernos nacionales, por estas o por otras razones, de la necesidad de controlar y gestionar las llegadas de turistas al país; el gran número de medidas adoptadas por los gobiernos y otros organismos destinadas a fomentar las llegadas de turistas a fin de maximizarlas de todas las formas posible. La investigación ha revelado además que ha habido una expansión espectacular después de la guerra en los movimientos turísticos entre países contiguos o próximos, pero que los viajes de larga distancia entre países alejados entre sí no han experimentado en conjunto un crecimiento similar. Sin embargo, es evidente que con las mejoras introducidas en los servicios utilizados por los viajeros, entre ellas la mayor rapidez de los transatlánticos, la reducción de sus tarifas y el aumento del tiempo libre gracias a los adelantos en las técnicas de producción y distribución y a la más racional y económica asignación de las fuerzas de trabajo disponibles, los viajes de larga distancia aumentarán probablemente más que los viajes de corta distancia.

Por ello es evidente que estamos ante la necesidad imperiosa de que los países cooperen de cara a la promoción del turismo. La cooperación eliminará barreras nacionales e internacionales y todo aquello que impide o perturba el libre movimiento de turistas de un país a otro. La recopilación sistemática de estadísticas turísticas a nivel internacional de forma uniforme y comparable en colaboración con la sección de

Estadísticas de la Liga de Naciones es cada vez más una de las investigaciones más necesarias. Los estudios realizados han puesto finalmente de manifiesto la necesidad urgente de implantar un nuevo espíritu y una nueva orientación en el comercio y en la industria ya que las unidades de producción y distribución o cualquier otra entidad económica se considerarán a sí mismas como parte de un todo más amplio, tanto si se trate de una rama específica de la industria o del comercio como si son los intereses económicos de un país entero; el estado deberá tomar parte de un modo más activo en la vida económica de la nación a través de su planificación constructiva, basada en la investigación científica, y en el trabajo de dirección y coordinación.; y finalmente, se impondrá una colaboración más estrecha entre las naciones en materia económica.

Sin la amabilísima cooperación de que he sido objeto por doquier y sin la liberal asistencia recibida del Gobierno de Sudáfrica y de la South African Railways and Harbours a través de ayudas a la investigación y de la posibilidad de hacer viajes sin coste alguno esta investigación no habría sido posible. Deseo por tanto aprovechar esta oportunidad para expresar mi agradecimiento a quienes directa o indirectamente me han prestado su amable ayuda para concluir con éxito esta investigación. En particular, debo expresar mi más sincero agradecimiento a Mr. A. P. J. Fourie, al ministro de Comercio e Industria y a Mr. W. J. Lamont, Secretario del Departamento de Comercio e Industria por la confianza depositada en mí.

Gracias muy especiales doy también a los siguientes organismos por la ayuda prestada a esta investigación: Österreichische Verkehrswerbung-Werbedients des Bundesministeriums für Handel und Verkehr, Österreichisches Verkehrsbureau y General-direktion del Österreichischen Bundesbahnen; Australian national Travel Association, Melbourne, Australia; Mr. R. H. Coates, Dominion Statistician, Dominion Bureau of Stastics, Canadian Travel Burea, British Columbia Bureau of Provincial Information Government Bureau of Information and Tourist Travel, Winnipeg and manitoba Tourist and Convention Bureau, Ministry of Roads of the Province quebec, Canadian National Railway and Steamships, Deutsche Gesandschaft, Pretoria y Deutsche gesandschaft, Alemania, , Chargé d’Affaires de France, Pretoria, Office National du Tourisme, París, H. M. Senior Trade Commissioner (Sudáfrica) del departamento de Comercio Ultramarino, Travel and Industrial development Association of Great Britain and Ireland, London, Midland and scottish Railway Company, London and North Eastern Railway Company, Great Westwrn Railway Company y Mr. Arthur Towle, Controllor de la L.M.S. Hotel Services, Londres, ENIT (Ente Nazionale della Industria Turistica), Ministerio della Comunicazione Ferrovia dello Stato, Roma, Mr. N. Fujimura, Cónsul de japon en Ciudad del cabo, y Mr. M. Den, director de de Board of Tourist Industry, Japanese Government Railways, Tokyo, Putnik (Sociedad de Viajes y de Turismo del reino de Yugoslavia, S. A.), Belgrado, Departamento de Comercio e Industria, Turismo y Publicidad, Nueva Zelanda, Consulado general de Noruega en Ciudad del cabo y Lanslaget for Reiselivet i Norge, Oslo, Departamento de Publicidad, Rodesia del Sur, Legación A,mericana en Sudáfrica, Pretoria, y Mr. Samuel H. Day, Agregado comercial de la Embajada de USA en Johannesburgo.

También debo agradecer la ayuda a las embajadas en Sudáfrica de los países extranjeros y a los Comisarios extranjeros de Comercio Exterior, al Director de la Publicity and Travel Bureau de Londres, el Departamento de Comercio e Industria, censos y estadísticas de Sudáfrica, la Publicity and Travel Departament de la South African Railways and harbours, El Instituto Meteorológico, la Asociación de Publicistas de Ciudad del cabo, Durban, Londres, Johannesburg, Kimberley, Port Elizabeth y Pretoria, la Muncipalidad de Bloemfontein por haber organizado un viaje a través de Basutolandia, la Unión de Canales Navegables y Ellerman and Bucknall por facilitarme

las listas de pasajeros y los datos de llegadas y salidas de turistas, Thos. Cook & Son – Wagons-lits Limited de Sudáfrica, la National Association of Hotel-keepers, la Witwatersrand Licensed Victuallers' Association, la Natal Hotel-keepers' and Licensed Victuallers' Association; la South African Breweries Limited, Ohlsson's Cape Breweries Limited and Chandler's Limited; un amplio número de Hotel-keepers que me facilitaron amablemente sus datos contables y que respondieron a los cuestionarios, numerosos turistas de los países de ultramar que respondieron a los cuestionarios, y los magistrados que, en su cargo de presidentes de la Liquor Licensing Boards me facilitaron información detallada sobre licencias de hoteles, el Dr. Adolf Grünthal por facilitarme la Archiv für den Fremdenverkehr y otras publicaciones del Forshunsinstituts für den Fremdenverkehr de Berlín, Dr. E. Percy Phillips, Botánico Principal del departamento de Palnt Industry del Gobierno de Sudáfrica, por facilitarme datos sobre la flora de Sudáfrica, Prof. John Wellington, jefe del departamento de Geografía de la Witwatwesrand University, por su asistencia sobre descripción de las atracciones escénicas de Sudáfrica, y Mr. . F. McMullen del Departamento de Comercio e Industria.

Finalmente, deseo expresar mi deuda con el Consejo y el Senado de la Universidad de Pretoria por la asistencia y los medios financieros puestos a mi disposición, al Prof. E.H.D. Arndt, decano de la Facultad de Comercio y Administración Pública, por sus positivas y creativas aportaciones a esta obra, al Dr. G. H. S. Rossouw y a las señoras D. G. Malan y F.J.van Biljon por su ayuda al encargarse de parte de mi trabajo en la universidad durante mi ausencia y a los estudiantes por su espíritu de cooperación, a D. Clark Ltd. y Staff por la rápida mecanografía del texto, a Mrs. Norman Price por leerlo y finalmente a mi mujer, sin cuya siempre disponible ayuda y su simpática comprensión no hubiera podido terminar a tiempo esta obra.

A. J. Norval.
Universidad de Pretoria
31 de diciembre de 1935

INDICE (*)

- I. Una visión histórica
- II. Las fuentes estadísticas de la industria turística en diferentes países
- III. Investigación sobre la industria turística en Sudáfrica
- IV La importancia económica, política y sociológica del movimiento turístico
- V. Factores determinantes de la industria turística
- VI. La industria hotelera: en general
- VII. (La industria turística: en Sudáfrica)
- VIII (Promoción turística y entidades de promoción turística: en general)
- IX (Promoción turística y entidades de promoción turística: en Sudáfrica)

Bibliografía

(*) Los capítulos entre paréntesis no han sido traducidos

CAPÍTULO I

UNA VISIÓN HISTÓRICA

La búsqueda de lo desconocido y la investigación de la verdad, también esta rodeada de misterios, se encuentra entre las fuerzas más poderosas que ha impulsado siempre a los hombres a conquistar las más altas cimas a través del tiempo. El descubrimiento de mundos nuevos, la circunnavegación de aventureros como Magallanes, Drake, Candish, van Noord, Shouten y Le Mair, Cook y otros¹; los descubrimientos científicos de todas las épocas realizados por el hombre, algunos de los cuales ya han sido olvidados; las invenciones de todos los tiempos y en particular las de los siglos XVIII, XIX y XX, que han transformado el mundo en una laboriosa colmena de industriosisidad; la aparición y la decadencia de imperios; todo ello tiene, en mayor o menor medida, su origen y su impulso en la búsqueda de lo desconocido y en la investigación de la verdad.

En este contexto, nada ha contribuido más que los viajes a descorrer el velo de la ignorancia, iluminar la mente humana y ampliar el campo de su visión, estimular nuevos deseos y crear una demanda efectiva y salida a las mercancías y a las empresas de otras localidades, países y naciones, a eliminar obstáculos internacionales, odios y prejuicios, conseguir una relaciones más intensas entre las diferentes razas del mundo y un mejor entendimiento entre ellas, poniendo al mismo tiempo las bases para la fraternidad universal y, en general, para elevar el nivel de la vida y el pensamiento a sus más altos niveles.

Iniciamos la historia de los viajes en la más remota antigüedad y sus orígenes en la necesidad humana. Stradner² intentó convencernos de que la propensión a viajar del hombre es la supervivencia de una antigua costumbre que ha llegado hasta el hombre a través de sucesivas generaciones de ancestros nómadas³. Pero lo cierto es que los cambios de lugar de los nómadas se debían a cambios en las circunstancias sobre las que ellos no tenían control. Una insuficiencia de los factores locales para la vida les obligaba a desplazarse de un punto a otro en procura de nuevos pastizales. El hombre es sedentarios por naturaleza más que migrante; si en un lugar las circunstancias le obligan a emigrar lo abandonan de inmediato. Este comportamiento también es conforme con una ley económica fundamental pues el hombre siempre tiende a satisfacer sus necesidades con el mínimo sacrificio, o con el tiempo, el gasto monetario o el mínimo

¹ Sería un error creer que estos primeros circunnavegadotes del mundo estaban movidos solo por motivos desinteresados o que actuaban inspirados por intereses humanitarios. Lo demuestra esta carta escrita por Candish cuando regresó a su casa: "Agradezco al Todopoderoso que me haya permitido circunnavegar el globo desde el estrecho de Magallanes y regresar por el Cabo de Buena Esperanza. *En este viaje conocí lugares riquísimos en las que no había estado antes ningún cristiano. Navegué a lo largo de la costa de Chile, Perú y Nueva España, lugares en los que conseguí grandes botines. Incendí y hundí noventa barcos entre grandes y pequeños. Muchas de las ciudades que pisé fueron incendiadas y despojadas. Si no era descubierto en la costa me apoderaba de gran cantidad de tesoros. Mi mayor ganancia fue un gran barco real que abordé en California procedente de Filipinas que estaba cargado con las más ricas mercaderías que nunca pasaron por aquellos mares como mostraron el registro real, las cuentas y los mercantes, y que hubieran alcanzado el valor de..... si hubieran sido vendidas en México; solo una pequeña parte de tantos bienes cabían en mi barco y los demás tuve que quemarlos*" (Véase *Voyages and Travels*. Kerry. Vol. 10, p 90 (las líneas subrayadas son del mismo Kerry) Conf. también *The Anciant explorers*, p. 1

² Joseph Stradner. *Der Fremdenverkehr*, p. 25

³ Véase: *Viajes*. Conde de Volney, Vol. 1, p. 377 i s. sobre desplazamientos de los árabes beduinos y de otros pueblos asiáticos

esfuerzo⁴. El deseo de viajar del hombre responde, por tanto, al impulso de satisfacer una necesidad imperiosa más que a una costumbre adquirida en el pasado remoto. Es completamente irrelevante el que la necesidad, juzgada de acuerdo con nuestras actuales nociones de nivel de vida, sea racional o irracional, lleve a una real y permanente felicidad o más modestamente a elevar nuestro bienestar físico, moral o espiritual. El papel de la necesidad de viajar cambia y seguirá cambiado al cambiar las condiciones en el mundo, lo que bajo ciertas condiciones puede llegar a influir en la cultura y en el estado de la moral y el refinamiento espiritual del país del visitante⁵.

El primer impulso general a viajar procede de la vieja necesidad de traficar y comerciar. Las diferentes aptitudes de los hombres, las diferencias en frutos de la tierra y en productividad de localidades geográficamente separadas, la diferenciación y el refinamiento de los deseos humanos, hace inevitable que, en épocas muy tempranas de la historia de la humanidad, se practicara el intercambio de mercancías y el comercio entre naciones. Lo ponen en evidencia los rastros de objetos babilonios encontrados en la prehistoria de la cultura egipcia y muestra que estos intercambios comerciales existían a fines del quinto milenio a. C. entre las antiguas Babilonia y Egipto⁶ las tablas de Tel el- Amarna muestran que en 1400 a. C. existían relaciones comerciales muy intensas entre Babilonia y otros pueblos del Lejano Oriente, por un lado, y entre la antigua Babilonia y otros países del Lejano Oriente por un lado, y entre la antigua Siria y Egipto, por otro⁷. Los fenicios, el pueblo más antiguo de mercaderes que conocemos en la historia, fueron famosos por sus frecuentes relaciones comerciales, siendo a causa de su posición geográfica un pueblo especialmente dotado para comportarse como intermediarios comerciales⁸. El Antiguo Testamento abunda en referencias al tráfico y al comercio en estos tiempos de la Antigüedad. Los capítulos XXVI y XXVII del Libro de Ezequiel describe detalladamente la extensión del comercio y de las relaciones de intercambio del antiguo Tiro. El testimonio más indiscutible de la importancia del comercio en una fecha tan temprana como el año 1000 a.C. son las ruinas de ciudades tan ilustres como Tadmor o Palmyra. Esta antigua ciudad, cuyas ruinas provocan la admiración de todos los viajeros, se supone que fue construida por el rey Salomón para apoyar el comercio que se realizaba entre la India y los países del Mediterráneo por la ruta más importante de aquellos tiempos, la que iba por el Golfo Pérsico a través de Mesopotamia a las costas de Siria y Palestina⁹. Según otros, Palmyra fue construida por una colonia de mercaderes de la India¹⁰. Hay evidencias, sin embargo, de que no tuvo importancia hasta el reinado de Salomón, 1010 – 970 a. C., cuando se convirtió en el más floreciente e importante centro de distribución de mercaderías de la India.¹¹ Este centro alcanzó su máxima importancia, esplendor y riqueza con los Seléucidas y más

4 Philippovich, *Grundriss der Politischen Ökonomie*, Vol. 1, p. 2

5 Friendländer. *Roma Life and Manners Under the Early Empire*, sobre todo el capítulo "Touring under Empire" sobre los incentivos para hacer viajes en cada época.

⁶ *Encyclopaedia Biblica*, vol. 11, Col. 5149

⁷ Hastings. *Dictionary of the Bible*, Vol. IV, p. 803; véase también Rostovtzeff, *Caravan Cities*, p. 6 y s. ; Cary and Warmington, op. cit. p. 11; y Charlesworth, *Trade-Routes and Commerce of the Roman Empire*, p. 58

⁸ Hastings, *Dictionary of the Bible*, p. 803; Shuurman en Westhoff, *Bybelsh Woordenboek*, *Bybelsh Woordenboek*, p. 386; *Encyclopaedia Biblica*, Vol. II, Cols 3737 y 3738; Cary y Warmington, op. cit. pp. 16 y 59; Mayr, *Handelsgechichte*, p. 10

⁹ Hastings, op. cit. p. 806; *Voyages and Travels*, Kerr, Vol. 18, p. 210. Véase también Rostvzeff, op. cit. pp. 17 y 31, y Charlesworths, op. cit. pp. 48 - 49

¹⁰ Schuurman en Westhoff, Vol. 2, p. 535

¹¹ Volney, Vol. 18, p. 289 y s.; Hastings, op. cit. Vol. IV, p. 673

tarde con los romanos¹². En el año 273 d. C. la cólera de Aureliano redujo la magnificencia de esta ciudad a un estado ruinoso desde el que nunca fue reconvertida ni llegó a ser de nuevo una plaza de importancia comercial¹³. Hoy Palmyra se merece gracias a sus antiguas ruinas un lugar destacado en el interés histórico y en la curiosidad de los turistas.

La importancia que alcanzó el comercio en la Antigüedad y los métodos empleados en su realización, de acuerdo con su verdadera naturaleza, debió dar lugar a un alto volumen de viajes. Los antiguos mercaderes se veían obligados a llevar consigo sus mercancías para su venta en diferentes ferias y en cualquier lugar donde hubiera compradores, y también a hacer largos viajes para abastecerse de lo que vendían en las ferias¹⁴. Además, la única forma de que los mercaderes de la Antigüedad pudieran llegar a conocer las características y las necesidades de los países alejados era visitándolos personalmente. Kerr en su *“Travels and Voyages”* habla de los mercaderes atenienses, los cuales viajaban constantemente de una a otra plaza a fin de estar presentes en las ferias que se celebraban o en localidades en las que esperaban especular ventajosamente, mientras que los mercaderes griegos estaban bien informados sobre el interior de Alemania y el curso de sus ríos más importantes¹⁵. Ptolomeo, el geógrafo, tenía un detallado conocimiento del Lejano Oriente, y dijo haber enviado a sus sirvientes hasta las mismas fronteras de China¹⁶. También tenemos evidencias de que los servicios reales de mensajeros a Asia se realizaban por el gobierno de Egipto desde el tercer milenio a. C.. El gobierno se encargaba de la construcción de caminos y de abrir rutas por el desierto. También sabemos que en la Antigüedad era frecuente hacer viajes en condiciones aceptables de seguridad desde el mar Rojo y el Sudán hasta el Eufrates. La actividad comercial y la riqueza de Babilonia durante la segunda mitad del tercer milenio prueban que existían condiciones similares en otros lugares de Asia¹⁷. En el Génesis se hacen referencias al comercio de especies, bálsamos, y mirra con Egipto¹⁸ por medio de caravanas. En el libro de Isaías se citan las empresas dedicadas al comercio de Dedanim¹⁹. Además de las citas anteriores encontramos ejemplos relativos a los desplazamientos de personas en Reyes, donde se habla del comercio de Salomón. El término hebreo primitivo para mercader era sinónimo de viajero, el que se desplaza de un lugar a otro, el que va a abastecerse, ya que el antiguo mercader era itinerante, no sedentario²⁰.

Sin embargo, teniendo en cuenta toda la actividad comercial y las relaciones entre pueblos de la Antigüedad, no sería acertado pensar que estos viajes eran comparables a los que se hacen en la actualidad o a los que se hacían en tiempos del Imperio Romano. No había caminos bien contruidos como los que había en el Imperio Romano, viajar en el Asia Occidental no era tan seguro como en tiempos de Roma. Frecuentemente, los nómadas de Arabia hacían raids (incursiones violentas) de forma que incluso en tiempos de paz los viajes eran poco frecuentes²¹. Estos viajes eran realizados, por regla general, por y para el comercio y por ello quedaban casi enteramente restringidos a los

¹² Kerr, Vo. 18, p. 211; Scurman en Westhoff, Vol. 2, p. 535. Cf. también Rostovtzeff, op. cit. cap. IV

¹³ Hasting, op. cit. Vol. IV, p. 673. Véase también Rostovtzeff, op. cit. pp. 35, 118 y 119

¹⁴ Friedländer, op. cit. p. 305

¹⁵ Kerr, op. cit. Vol. 18, p. 147 y s. Véase también Charlesworth, op. cit. pp. 33, 34 y 35

¹⁶ Friedländer, op. cit. p. 307; véase también Car y Warmington, op. cit. pp. 8, 83 y 84, y Charlesworth, op. cit. pp. 66, 71 y 108

¹⁷ *Encyclopaedia Biblica*, Vol. II, Col. 5151

¹⁸ Génesis, XXXVII, 25

¹⁹ Isaías, XX, 13

²⁰ *Encyclopaedia Biblica*, Vol. II, Col. 5170

²¹ *Ibid.* Col. 5151

realizados por quienes pertenecían a la clase de los mercaderes. Los mercaderes, a su vez, eran solo una pequeña proporción de la población, sobre todo porque, teniendo en cuenta los precarios medios de transporte existentes, el comercio a larga distancia quedaba reducido a las mercaderías de lujo, mercaderías que solo podían comprar quienes pertenecían a las clases ricas. Sin embargo había también quienes hacían viajes a lejanos países por curiosidad, lo mismo que hoy, y quienes viajaban por placer. El ejemplo más notorio de lo primero lo aporta quizá la reina de Saba, la cual, para satisfacer su curiosidad, realizó una singular visita al rey Salomón en Jerusalén. Como es sabido, la reina fue a Jerusalén con gran lujo, acompañada por un nutrido séquito en camellos cargados de especias, oro y joyas²².

La parábola cristiana del hijo pródigo puede servir también como una ilustración sobre las personas que viajaban por placer. Después de recibir una herencia, el hijo pródigo se marchó a lejanos países en los que, como sabemos, dilapidó sus caudales llevando una vida desenfadada²³. Esta referencia al hijo pródigo no tiene solo un interés histórico. Su mayor valor reside en que nos ofrece un ejemplo de la importancia de los factores antropológicos en el movimiento turístico – el deseo del turista de sentirse libre, durante cierto tiempo, de las convenciones sociales, de sus inhibiciones, limitaciones y rutinas, para vivir plenamente en un mundo desprovisto de las obligaciones adquiridas en el seno de la propia familia.

La existencia de un movimiento turístico en sentido moderno se constata por primera vez en tiempos del Imperio Romano. En este inmenso Imperio, formado por territorios adyacentes, el mayor que el mundo ha conocido, que limitaba al oeste por el Océano Atlántico, la norte por el Rin y el Danubio, y al sur por el desierto de Arabia y África, era obligado realizar frecuentes y largos viajes entre la sede central de Roma y las diferentes puestos fronterizos. Según Friedländer, los viajes a través de la mayor parte del Imperio se hacían con facilidad y de un modo rápido y seguro, lo que no siguió siendo lo mismo desde entonces hasta principios del siglo XIX, aunque los cambios de residencia fueron mucho más frecuentes que hoy. Friedländer también cita a Heinrich Stephan, una de las máximas autoridades en modernos medios de comunicación, el cual dice que “la mayor parte de las provincias del antiguo Imperio Romano estaban mejor comunicadas entonces que desde aquellos tiempos hasta hoy”²⁴. Este magnífico sistema de comunicaciones, que unía todas las partes del Imperio con Roma, salía radialmente del Foro en cinco direcciones principales a través de Italia, hacia las provincias, y terminaban en las fronteras²⁵. Las antiguas calzadas romanas se construyeron básicamente con fuertes asignaciones de capital y trabajo, para que fuera posible enviar expediciones a los países vecinos. Augusto estableció servicios imperiales de postas y de transporte. Estos servicios eran utilizados por los funcionarios civiles que regresaban o por antiguos emigrantes y por la soldadesca con permiso especial de transporte²⁶. Gracias a un servicio de postas establecido cada cinco o seis millas era posible viajar por el Imperio Romano a lo largo de sus magníficas calzadas a razón de unas cien millas al día o más (del orden de 160 a 200 Km.). El viaje desde Antioquía a Constantinopla, una distancia de 747 millas (casi 1.200 Km.) podía hacerse en unos seis días. César, que como se sabe se desplazaba a una velocidad extraordinaria, viajó desde el Ródano hasta Roma en unos ocho días. Sin embargo, el viaje más rápido de la Antigüedad fue, como es sabido, el que hizo Tiberio a Drusus desde Tichinum en Alemania, una distancia de

²² Reyes, X

²³ San Lucas, XV, 13

²⁴ Friedländer, op. cit. p. 268

²⁵ Kerr, op. cit. Vol. 18, p. 199

²⁶ Kerr, op. cit. Vol. 18, p. 199

200 millas (320 Km.), realizado en 20 horas a pesar de que contó solo con un guía y tuvo que realizar varios cambios de montura²⁷.

Contando con tan magnífico sistema de carreteras y otros servicios (*facilities*) a disposición de los viajeros es absolutamente obvio que en tiempos del Imperio Romano recibiera el turismo un tremendo impulso. Cientos de miles de romanos, como sabemos, cruzaban anualmente los Alpes por numerosas calzadas de montaña. Así mismo, había un éxodo general desde Roma al campo y a los balnearios durante los meses de verano²⁸ “No solo era necesario hacer viajes por cambios de residencia, viajes oficiales, marchas militares y viajes comerciales” sino también por exigencias profesionales”. La ausencia de servicios postales y de periódicos aumentó más tarde esta necesidad²⁹. Como hoy, durante el Imperio Romano también existían numerosos incentivos (incentives) para viajar³⁰: Lugares de interés histórico, templos con antiguos sepulcros, parques - santuarios de animales, que se comportaban como incentivos. Al mismo tiempo, el arte, las pinturas y las esculturas provocaban numerosos viajes por tierra y mar de quienes querían conocerlas. Como es natural, también ejercían una gran atracción para los viajeros los paisajes de montaña, pero éstos no atraían más que a las clases instruidas. Como los viajes eran considerados como parte del sistema educativo de la Antigüedad, muchos jóvenes abandonaban regularmente su casa para completar su educación en otros lugares. Tanto los maestros como los estudiantes de todas las clases llevaban un tipo de vida migratorio. Retóricos y sofistas, como sabemos, encontraron el camino más expedito a la fama y la riqueza en los desplazamientos para impartir educación que ellos hacían. Los médicos ambulantes eran muy apreciados por los residentes porque los viajes era un signo de distinción en la carrera de quienes ejercían la antigua medicina. Incluso los curanderos eran conscientes de la importancia que confería la realización de viajes, y de esta forma competían en movilidad con los médicos realmente cualificados a fin de poseer la necesaria experiencia y formación. Los artistas eran ambulantes, lo mismo que los actores, los músicos y los atletas, todos ellos estaban continuamente haciendo viajes, tanto individual como colectivamente, en Grecia y Asia Menor. A estos actores y atletas, que eran muy solicitados, se les daba derechos de residencia en las ciudades, ya que eran muy admirados en ellas³¹. Los máximos incentivos para viajar en estos tiempos eran, sin embargo, tanto en Grecia como en Roma, los festivales. Un gran número de visitantes forasteros eran atraídos por las fiestas y los espectáculos. Los festivales se celebraban a intervalos regulares en Roma y sus Provincias. En Grecia se celebraban los Juegos Olímpicos y los Juegos Pitios³². Algunos pueblos organizaban estos actos con motivos exclusivamente comerciales y por ello se celebraban ferias al mismo tiempo. En Delfi, Manea, Delos y en el Istmo de Corinto se celebraba una feria al menos una vez al año. Una de los principales motivos por los que los juegos religiosos o las asambleas de los estados se consideraban como oportunidades favorables para celebrar ferias era el hecho de que en tales ocasiones las hostilidades se suspendían y cualquier persona podía comerciar sin peligro con sus mercaderías incluso en un país enemigo. Por esta razón la gente, incluso la que vivía en otras ciudades, asistía a estos eventos³³. Constantemente se viajaba a las plazas comerciales para ofrecer sacrificios y muchos de los que lo hacían visitaban a los

²⁷ Friedländer, op. cit. pp. 280 y 281. Ver también Kerr, op. cit. Vol. 18, p. 199

²⁸ Friedländer, op. cit. pp. 300 y 392

²⁹ Ibid. p. 316. Véase también Stehle: Der Hotel. Restaurations- und Kaffee- hausbetrieb, Vol. I, p. 25, y Starkies: The Importance of the Hotel Industry, pp. 25 - 26

³⁰ Friedländer, op. cit. p. 367 y s. También Sarkis, op. cit. p. 11

³¹ Friedländer, op. cit. p. 319

³² Véase Sarkis, op. cit. p. 23; y Charlesworth, op. cit. p. 116

³³ Friedländer, op. cit. p. 320; Kerr, op. cit. Vol. 18, pp. 150 - 153

oráculos de Grecia, Asia Menor, Egipto e Italia. Mujeres de todo el Imperio se congregaban en los templos de Isis, la diosa más adorada por ellas³⁴. Los viajes de salud eran muy frecuentes también, ya que los cambios de clima eran recomendados para combatir las enfermedades crónicas. Los tuberculosos eran enviados por mar desde Italia hasta Egipto y Africa. Los balnearios eran tan populares como en la actualidad. Tenemos total evidencia de que los establecimientos estaban localizados a lo largo de la costa mediterránea así como en Africa, los Pirineos, los Cárpatos, los Alpes y Auvergne. Muchos de ellos eran también establecimientos dedicados a las estancias de placer, como, por ejemplo, Baiae, Aedepus y Canobus. En las orillas de los ríos, entre Canobus y Alejandría, había numerosos hoteles de lujo que eran frecuentados tanto por los extranjeros como por los nacionales³⁵. Como hoy, también en tiempos del Imperio Romano había hombres que trabajaban en establecimientos dedicados a la distracción y al recreo. Según Friedländer, el mundo de los viajes en esta época era más importante que lo fue en Europa antes del siglo XIX³⁶. Los viajes al extranjero durante el tiempo de los Romanos parece que fueron más numerosos incluso que en la primera mitad del siglo citado. Está demostrado que desde la decadencia de Roma hasta mediados del siglo XIX se hicieron muy pocos viajes al extranjero³⁷.

Durante el Imperio Romano, la mayor parte de los viajes se realizaban exclusivamente en su interior. Con excepción de los mercaderes, muy pocos se atrevían a viajar más allá de sus fronteras. Los viajes de placer rara vez se hacían a las provincias del norte de Alemania. Los viajeros por puro placer o excursionismo iban con más frecuencia a las provincias de Occidente, Las Galias y España. El destino de todos los que vivían en Provincias era naturalmente (la ciudad de) Roma. Italia en general y Roma en particular ofrecían muy destacadas atracciones a los viajeros, la mayor parte de las cuales se encontraba en las costas próximas a Roma. “Toda la costa, desde Toscana a Terracina y desde Terracina a Nápoles y alrededor del Golfo de Salerno, estaba sembrada de palacios de mármol, piscinas, gimnasios y templos formando una verdadera guirnalda de romano esplendor”³⁸. Aunque la costa oriental de Italia fuera menos popular, había también en ella magníficos establecimientos y villas de placer. Cerca de Italia, Sicilia era un popular centro turístico en aquellos tiempos. Sus maravillas naturales, la belleza y la fama de sus ciudades y su delicioso clima hacían de ella el lugar más atractivo para los turistas. Grecia, una tierra antigua y famosa por su cultura, inmersa en leyendas, plagada palmo a palmo de cosas de interés histórico, era un país en el que todo verdadero amante del arte, la escultura y las antigüedades tenía puesto su pensamiento. Los lugares principalmente visitados eran aquellos en los que abundaban las ruinas más valiosas del pasado o que dedicaban, bajo el dominio romano, atención a la conservación o a aumentar su antiguo esplendor. “Atenas, según Arístides, a pesar de ser la más grande de las ciudades griegas era también la más pura de todas, embellecida por la naturaleza y el arte”, atraía tanto a los amantes del arte y de la antigüedad como a los investigadores. La mayor parte de los turistas romanos que visitaban la antigua Grecia visitaban también Rodas, cuyos templos y sepulcros eran muy ricos en esculturas y pinturas y cuyo clima y paisaje incrementaba aun más las atracciones que los turistas encontraban en ella. Asia Menor, cuyas costas ofrecían muy hermosos paisajes, también atraían a los turistas, destacando Efeso y Esmirna, las

³⁴ Friedländer, op. cit. p. 361

³⁵ Ibid. pp. 321 – 322; también p. 361. Véase también Glücksmann, *Fremdenverkehrskunde*, p. 22; y Charlesworth, op. cit. pp. 27 y 30

³⁶ Friedländer, op. cit. p. 322

³⁷ ver pp. 29 y s. de esta obra

³⁸ Friedländer, op. cit. p. 334

ciudades más visitadas por ellos. También a Egipto, la tierra de la esfinge y del misticismo, iban anualmente grandes multitudes tanto desde Italia como desde Grecia³⁹. Para atender el tráfico turístico entre Italia y Egipto se inauguró un servicio regular de transporte marítimo. Durante la temporada turística los barcos navegaban regularmente entre Alejandría y Roma por un lado, y entre Puteoli y Roma, por otro. Por término medio, el viaje de Puteoli a Alejandría, con viento favorable, duraba unos doce días⁴⁰. Egipto, antiguo y enigmático, con su “momificada civilización y sus fósiles prodigiosos y secretos, que miran frontalmente a la vida moderna” era para los visitantes romanos y griegos un mundo enteramente nuevo al que había que ir. Friedländer nos dice que el interés por Egipto ha sido “perenne y siempre igual”. “Sus prodigios, afirma, son realmente fabulosos”, en tanto que la naturaleza y los monumentos, colosales y antiguos, son siempre maravillosos en Egipto. El tiempo no ha destruido sus monumentos de piedra, los gigantescos templos, los túneles sin fin y las cuevas en la roca, los bosques de colosos y esfinges, las incontables pinturas maravillosas y los misteriosos murales de jeroglíficos. Este asombroso nuevo/viejo mundo siempre ha atraído al hombre⁴¹. La plaza más importante en materia de atracción turística fue siempre Alejandría, la capital, un viejo centro que combinaba estudio y diversión, con sus hipódromos, teatros, comediantes, malabaristas, concursos anuales, danzas y música, seguida de Menfis, con sus antiguos monumentos. Finalmente hay que citar las ruinas de Tebas⁴².

El movimiento turístico en tiempos del Imperio Romano ofrece una gran semejanza con el de los tiempos actuales. Como hoy, tenía lugar un éxodo general durante los meses de verano, desde el fuerte y sofocante calor de las ciudades a los balnearios del litoral y a las villas campestres, mientras que los más afortunados y mejor situados se desplazaban a lejanos países⁴³. Con las invasiones de los bárbaros y la desintegración del Imperio Romano, todo esto cambió en la primera centuria a. C. El comercio languideció o desapareció⁴⁴. Los caminos principales quedaron infectados de bandidos, lo que hacía más inseguros los viajes. Los caminos, construidos a sus expensas y que eran objeto de cuidados en tiempos del Imperio Romano, quedaron pronto desiertos, quedando en una situación inapropiada para los desplazamientos⁴⁵. Al margen de algunos pocos viajeros aislados que afrontaban los peligros de los caminos, viajeros como los que existían bajo el Imperio Romano desaparecieron por completo⁴⁶. El primer movimiento migratorio importante posterior (a la decadencia del Imperio Romano) fueron las Cruzadas. Miles de cristianos peregrinaban a Tierra Santa. Este gran peregrinaje necesitaba un sistema organizado de transporte entre Italia y Palestina que pronto llegó a ser un negocio muy lucrativo. Había muchos competidores⁴⁷. Después de este peregrinaje masivo de cristianos, que provocó un cierto renacimiento de los viajes y del comercio, los viajes volvieron a quedar una vez más en una situación prácticamente adormilada hasta el siglo XVI⁴⁸.

³⁹ Friedländer, op. cit. p. 335 y s.

⁴⁰ Ibid. pp. 349, 352

⁴¹ Friedländer, op. cit. pp. 354 y 355

⁴² Ibid. pp. 359 - 366

⁴³ Ibid

⁴⁴ Ogg: *Economic Developmente of Modern Europe*, p. 65

⁴⁵ Kerr, op.cit. Vol. 18, p. 199; Sax: *Die Verkehrsmittel in Volks- und Staatswirtschaft*, Vol. II, “Land- und Wasserstrassen”, pp. 304 - 307

⁴⁶ Friedländer, op. cit. p. 402

⁴⁷ Glücksmann: *Das Gaststättenwesen*, pp. 7 -8

⁴⁸ Sax, op. cit. p. 307; Friedländer, op. cit. p. 402

Fue entonces cuando se revitalizaron los viajes, pero Freidländer sostiene que se debió más a motivos productivos que de distracción⁴⁹. Solo las cuestiones de estudio, en las condiciones existentes, pudieron constituir un motivo suficiente para que la gente se decidiera a realizar aquellos peligrosos y costosos viajes. En apoyo de este punto de vista Friedländer cita a Muret (1526 – 1585), el cual afirma: “La realización de viajes es una actividad muy agradable, por ello el hombre sabio sigue la máxima de Horacio y hace las alabanzas de las tierras extranjeras desde su propia casa”. También cita a Justus Lipsius (1547 – 1606), quien escribió: “Tanto en los tiempos pasados como en la actualidad, siempre viajaron los hombres importantes. Sin embargo, ningún viaje aumenta el conocimiento de los usos y costumbres o de la constitución de los países extranjeros, ni aumenta la inteligencia”⁵⁰. Gracias a posteriores aportaciones de Friedländer, podemos conocer a otros viajeros y escritores de los siglos XVI, XVII y XVIII, como Fynes Moryson, quien, después de hacer una carrera universitaria en Cambridge, Oxford y Londres hizo largos viajes por el Continente durante los años 1591 – 1595. Sus viajes obedecían a “innatos deseos de aumentar su experiencia conociendo diferentes países extranjeros y para dar ornato a su profesión”, la de abogado⁵¹. Durante su visita a la famosa Universidad italiana de Padua, quizás el principal objetivo de su itinerario, encontró en ella numerosos estudiantes extranjeros de todas las nacionalidades⁵². Keysler, el famoso viajero alemán de principios del siglo XVIII, que también realizó muchos viajes, tenía el mismo objetivo⁵³. Viajó primero con dos jóvenes condes que estaban bajo su tutela y más tarde con dos jóvenes barones Bernstof, a quienes tuvo a su cargo durante diez años. Durante sus viajes, Keysler visitó varios países, entre ellos Inglaterra y Francia, en los que tuvo libre acceso a todas las sociedades dedicadas al conocimiento. En Inglaterra fue elegido miembro de la Royal Society. Para su visita a Inglaterra en 1718 adoptó la apariencia de un “filósofo viajero”⁵⁴. Gracias a Volney, el viajero francés que visitó Egipto y Siria durante los años 1783, 1784 y 1785, sabemos lo siguiente: “Cinco años antes, una modesta herencia puso a mi disposición una cierta cantidad de dinero. Reflexioné y me di cuenta de que la cantidad era demasiado pequeña para aumentar sensiblemente mis ingresos y demasiado grande para gastarla de una manera frívola. Unas circunstancias afortunadas me habían habituado al estudio; había adquirido inclinación y hasta pasión por el saber, y la posesión de una fortuna me pareció una magnífica oportunidad para poner en práctica mis inclinaciones por lo que decidí continuar aprendiendo pero de una forma diferente. Yo había leído y oído repetir en numerosas ocasiones *que de todas las formas de enriquecer el pensamiento y perfeccionar la capacidad de discernimiento, hacer viajes es la más eficaz*. Decidí por tanto hacer planes de viajes, aunque a qué parte del mundo ir era una cuestión que tenía que pensar: Deseaba campos de observación que fueran nuevos o al menos atractivos”⁵⁵. El objeto de los viajes a Francia de Arthur Young durante los años 1787, 1788 y 1789 consistió en investigar el estado de los cultivos, la riqueza, los recursos y la prosperidad natural del reino Unido y Francia, investigación que él llevó a cabo en beneficio de su propio país⁵⁶. Adam Smith, autor y padre de la ciencia económica, escribió en la conocida obra que publicó en 1776 lo que sigue: “En

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Ibid.

⁵¹ Viajes Moryson, p. 1

⁵² Ibid. p. 73

⁵³ Viajes de Keysler, Vol. I, Prefacio

⁵⁴ Ibid. p. IX

⁵⁵ Volney: *Travels through Syria and Egypt in the Years 1783, 1784 y 1785*, Vol. I, Prefacio, pp. i – ii.

Véase también Volney, Vol. II, p. 422. Las itálicas son del autor.

⁵⁶ Arthur Young: *Travels in France during the Yeras 1787, 1788 y 1789*

Inglaterra se va imponiendo cada vez más la costumbre de enviar a los jóvenes de viaje a países extranjeros inmediatamente después de su estancia en los centros de enseñanza para que asistieran a alguna universidad. Se dice que nuestros jóvenes regresan muy bien preparados gracias a sus viajes. El joven que iba al extranjero en los siglos XVII y XVIII volvía con más de veinte años, con tres o cuatro años más que cuando se fue al extranjero; a esa edad es difícil no mejorar bastante en esos años⁵⁷. John Murray, el autor y editor de la mundialmente famosa “guía roja”, completó su educación por medio de un largo viaje al extranjero, realizado en 1829, para el que, según dijo, “su padre le dio carta blanca en lo que se refiere a vías, medios y planes”⁵⁸.

Aunque la utilidad era el motivo predominante que tenían los viajeros en aquellos siglos, sería erróneo creer que era el único. El placer, la diversión y la disipación también tenían su parte en los viajes de aquellos tiempos. Keysler arroja una interesante luz sobre este asunto. “La mayor parte de los jóvenes viajeros de todos los países, afirma, son propensos a dar rienda suelta a la búsqueda del placer, sobre todo en Italia; los ingleses se tienen hoy por los que más lejos viajan: como disponen de mucho dinero para gastarlo en el extranjero, no solo tienen más tendencia a meterse en aventuras sino que también cuentan con más medios para eliminar obstáculos o para paliar cualquier consecuencia adversa”⁵⁹. A lo que el editor de las obras de Keysler replica en una nota a pie de página lo que sigue: “Nuestro ingenioso autor pudo haberse ahorrado sus reflexiones sobre nuestros compatriotas. Consideraba que el número de viajeros ingleses es muy superior al de cualquier otra nación, y, consecuentemente, algunos de ellos podían llevar a cabo ciertas aventuras. Si los franceses pudieran viajar, cosa que ellos no es así, demostrarían que los europeos superan a los ingleses en dilapidación, intrigas y libertinaje”⁶⁰. Sin embargo, Adam Smith estaba enteramente de acuerdo con Keysler cuando escribió con respecto a los jóvenes que regresan de su estancia en el extranjero: “Durante sus viajes adquieren algunos conocimientos de uno o dos idiomas extranjeros; conocimientos que rara vez son suficientes para que sean capaces de hablarlos o escribirlos con propiedad. En realidad, vuelven más engreídos, con menos principios, más frívolos y más incapaces para dedicarse al estudio o a los negocios de lo que hubieran sido si se hubieran quedado en casa durante todo el tiempo que estuvieron ausentes. Viajando tan jóvenes, gastando en la más frívola disipación los años más preciosos de su vida, lejos de el cuidado y el control de sus padres y de sus relaciones sociales, las provechosas costumbres a las que les llevaron las épocas más tempranas de su educación, en lugar de quedar reafirmadas y reforzadas, lo más probable es que queden debilitadas o eliminadas”⁶¹. Los carnavales de Venecia, nos dice Keysler, ejercían una gran fuerza de atracción para los extranjeros y de disipación para los italianos. Los más recientes concedían demasiada tolerancia a los disfraces, que se usaban durante todo el carnaval, que duraba varios días. Las costumbres licenciosas imperaban durante el carnaval⁶². Roma también ofrecía numerosas atracciones a los turistas, pero sobre todo a quienes se sentían inclinados al arte y a las ciencias. Había una gran diversidad de cosas para ver y muchas oportunidades para los debates en las plazas públicas y en los cafés, los cuales eran especialmente frecuentados por los extranjeros tanto en Roma como en Venecia⁶³. También aquí parece encontrar Keysler

⁵⁷ Adam Smith: *An Inquiry into the Nature and causes of the Wealth of Nations*, editada por McCulloch, pp. 610 - 611

⁵⁸ *Dictionary of National Biography*, Vol. XXX, pp. 393 - 395

⁵⁹ Keysler, op. cit. Vol. I, p. 213

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Adam Smith, op. cit. p. 611

⁶² Keysler, op. cit. Vol. III, pp. 258 - 260

⁶³ Ibid. Vol. II, p. 212, y Vol. III, p. 260

motivo para quejarse de la conducta de los jóvenes. “Desgraciadamente, el libertinaje, dice, se apodera de tal forma de los jóvenes que ellos lo consideran como lo más importante que esperan conseguir en Francia; y, por supuesto, en Roma, los jóvenes de la nobleza que van a París son conocidos (por su habla) como los pájaros por sus trinos”. Sin embargo, Keysler añade: “Puedo afirmar con seguridad que en Roma la gente habla de una forma que en general suelen ser menos ofensiva y más instructiva que en otras grandes ciudades. Me relaciono aquí con personas muy versadas en las ciencias y en las bellas artes que dan oportunidad para iniciar disquisiciones muy provechosas y entretenidas, disquisiciones que pueden plantear dos tendencias, la de quienes en materia de pintura, escultura y antigüedades prefiere a los artistas antiguos, y la de quienes se declaran partidarios de los modernos”⁶⁴

A pesar de todo lo que se ha dicho o referido por los autores citados y por otros, sería erróneo pensar que el movimiento turístico llegara a tener durante los siglos XVI, XVII y XVIII una dimensión digna de mención. Por el contrario, durante esos tres siglos y durante la primera mitad del siglo XIX, se hicieron relativamente muy pocos viajes. Las condiciones que rodeaban a los viajes eran tales que muy pocos se aventuraban a ponerse en camino y muchos menos se atrevían a traspasar las fronteras de su propio país. Hacer viajes era en este tiempo peligroso, caro y nada atractivo, por lo que solo los realizaban los mercaderes. Moryson, durante sus años de estancia en el extranjero, se encontró con muy pocos compatriotas o compañeros de viaje al margen de los numerosos estudiantes extranjeros que encontró en Padua⁶⁵. Arthur Young tuvo experiencias similares; también él se encontró con muy pocos compatriotas o de otras nacionalidades mientras viajaba por Francia. En una ocasión afirmó: “En 250 millas solo me encontré con dos cabrioles en mi camino y con tres miserables vehículos parecidos a las viejas calesas inglesas de un caballo; (no encontré) ningún caballero, aunque sí algunos mercaderes, como ellos se llaman a sí mismos, cada uno con dos o tres zurroneos a cuestas: (había) entonces una asombrosa escasez de viajeros”⁶⁶. En otra ocasión vuelve a decir: “He pasado hoy por una de las principales carreteras, a treinta millas de París, pero no he visto ninguna diligencia, ni me encontré con caballero alguno en su carruaje o con (vehículo) que pudiera parecerlo”⁶⁷. Según Young, cincuenta y siete ingleses y nueve franceses visitaron Nápoles durante el invierno de 1788⁶⁸. La experiencia parece ser la base del escepticismo de Gibbon’s sobre el número de turistas que visitan el Continente, así como sobre la posibilidad de que fueran más de 40.000 los (turistas) ingleses en el Continente en el tiempo en el que lo escribió: septiembre de 1785. La afirmación de Gibbon’s de que Suiza estaba infectada de turistas ingleses debe ser interpretada en el contexto de lo que él mismo dice. Es más que probable que, después de la gran celebridad que él había conseguido como consecuencia de su obra, *Decline and Fall of the Roman Empire*, la mayor parte de los que visitaban Suiza, tuvieran como motivo especial visitarlo a él mismo, y que, debido a su debilidad física, pudiera ser esto para él una fuente de molestias⁶⁹. Young nos dicen también que solo los nobles y las personas muy ricas realizaban viajes⁷⁰, por lo que, teniendo en cuenta la escasez de facilidades para los viajes en aquellos tiempos, se puede inferir que el número de turistas sería muy limitado. Shand, que compara sus recuerdos de viaje por

⁶⁴ Ibid. p. 212

⁶⁵ Moryson, op. cit.

⁶⁶ Young, op. cit. p. 59

⁶⁷ Ibid. p. 193

⁶⁸ Ibid. p. 272

⁶⁹ *Miscellaneous Works*, Gibbon, Vol. II, p. 383

⁷⁰ Young, op. cit. *Biographical Sketch*, p. XI

el Continente durante los años sesenta del siglo XIX con sus experiencias a principios del siglo XX, nos transmite la impresión de que en aquellos tiempos había muy pocos viajeros. “En aquellos días, escribe con referencia a Holanda, los turistas eran comparativamente pocos, pero tampoco había excursionistas (trippers) modestos”⁷¹. Con respecto a Suiza afirma que “el número, o mejor, la escasez, de turistas en este tiempo podía estar fuertemente condicionado por las diligencias, los alojamientos y los hoteles”⁷². Aunque “hace cuarenta años había ya hoteles confortables, aún no existían las molestias de las masas”⁷³. “Los cambios, dijo, en los últimos cincuenta años han sido fantásticos, y los turistas del pasado podían parecer mucho más mistificados que los que hoy van a Basilea y Ginebra. El ferrocarril atraviesa a lo largo y a lo ancho este país; los túneles horadan las montañas alpinas; las infraestructuras del transporte han logrado conquistar las zonas montañosas desde las que se dominan magníficas perspectivas; magníficos hoteles han sido construidos por doquier; rústicas viviendas se han convertido en confortables alojamientos. Los lugares de diversión de Europa han quedado atiborrados de turistas, y los santuarios donde el Caos y la Vieja Noche reinaron una vez han sido desacralizados y vulgarizados”⁷⁴. A mediados del siglo XIX, Bretaña, como sabemos, era hasta no hace mucho un lugar olvidado. El paso del Canal por Southampton era de lo más desagradable; no había líneas de ferrocarril, y las carreteras y los caminos se encontraban en un estado deplorable. “Era raro, dice Sand, cruzarse con un compañero turista o ser sorprendido por una voz inglesa en nuestro alojamiento”⁷⁵. En París, los hoteles frecuentados por los turistas ingleses en este tiempo eran, en su mayor parte, antiguos y tan pocos que no se podía elegir⁷⁶. Las condiciones no han cambiado mucho desde que Arthur Young visitó París justo durante la Revolución Francesa. “Los alojamientos, escribe, no son ni la mitad de buenos que en Londres, por lo que éstos son ahora mucho más valorados”⁷⁷. Comparadas con las condiciones existentes durante las tres últimas centurias, durante la primera parte del siglo XIX ha habido un cambio definitivo en el movimiento turístico. Hubo un evidente renacimiento en el tráfico turístico que lo asimiló al existente en tiempos del antiguo Imperio Romano, pero su volumen parece que no rebasó el de entonces hasta la segunda mitad del siglo XIX.

Las razones fundamentales que explican la disminución de los viajes durante los siglos XVI, XVII y XVIII eran la inseguridad en los caminos, su mal estado de conservación, la escasez de alojamientos, los recortes en los intercambios comerciales propios de la restrictiva política económica del Mercantilismo, la autosuficiencia nacional, el miedo, el odio, los prejuicios y, en general, la falta de simpatía y entendimiento entre las naciones del mundo.

A fines del siglo XVIII, el sistema general de comunicaciones terrestres se encontraba en un estado deplorable. Las comunicaciones por mar eran incluso peores. Después de la desintegración del Imperio Romano y de la reconstrucción de la sociedad dentro de condiciones feudales⁷⁸, las magníficas calzadas romanas, que durante los siglos intermedios estuvieron en trance de perderse, no estaban bajo la responsabilidad de nadie⁷⁹. A pesar de las considerables mejoras realizadas después de 1750 en las

⁷¹ Shand: *Old Time Travel*, p. 5

⁷² Ibid. p. 142

⁷³ Ibid. p. 145

⁷⁴ Ibid. p. 138 - 139

⁷⁵ Ibid. p. 335

⁷⁶ Ibid. p. 368

⁷⁷ Young, op. cit. p. 104

⁷⁸ Ogg, op. cit. p. 65

⁷⁹ Sax, op. cit. Vol. II, p. 306

principales arterias de comunicación y en particular en las grandes rutas de diligencias, que conectaban Londres y el Mediodía, nada se hizo en Inglaterra hasta principios del siglo XIX para mejorar el sistema general de carreteras⁸⁰. En un Informe Parlamentario publicado en 1808 encontramos la siguiente afirmación: La importancia del transporte terrestre para la prosperidad de un país no necesita ser demostrada. Junto a la influencia general de las condiciones atmosféricas, de las que la regular satisfacción de nuestras necesidades tanto depende, no existen quizás circunstancias de tanto interés para el hombre en un estado civilizado como la perfección de los medios de comunicación interiores. Sin embargo, a pesar de que se trata de una materia que ha sido considerado milagrosa como fuente de mejoramiento nacional, hasta hace poco ha estado olvidada. En el Reino Unido, las carreteras no fueron hechas por un organismo nacional sino por los numerosos grupos de ámbito local que se crearon, bajo la autoridad de los cuales se recolectaron grandes cantidades de dinero procedentes de los ciudadanos y gastadas sin que nadie asumiera la responsabilidad o el control. Por ello surgieron numerosos abusos a los que no se puso remedio y los recursos del país, en lugar de ser gastados en propósitos beneficiosos, fueron demasiado frecuentemente gastados de un modo impropio. Los Comités no hicieron nada para recomendar que las carreteras principales del Reino Unido debían de ser puestas bajo la autoridad del Gobierno, sino que eran de la opinión de que se creara una Comisión Parlamentaria una vez que tuviera lugar cualquier gasto incorrecto, para que ningún inocente acreedor sufriera”⁸¹ Estas actuaciones en materia de carreteras, como Cleveland – Stevens pone de manifiesto, refuta cualquier hipótesis relativa a que las carreteras en Inglaterra se realizaron satisfactoriamente de acuerdo con el sistema de carreteras principales⁸². Nosotros vamos a hacer una descripción más sorprendente del deplorable estado de las carreteras y de los peligros y falta de comodidades y de las circunstancias que rodeaban a los viajes en tiempos de Carlos II basándonos en la Historia de Inglaterra de Maculay⁸³. Por vía de contraste podemos ofrecer la impresión sobre el mal estado de las carreteras inglesas que obtuvo Arthur Young durante sus viajes. Al ir al país que visitó comenta que “las carreteras son de muy buena construcción....nosotros no tenemos idea de lo que es una carretera en Inglaterra”⁸⁴. Ogg dice que “las llamadas carreteras son en realidad tan solo sendas jalonadas en brezales y pantanos abiertos, a veces tan blandas que resultan intransitables, y frecuentadas a menudo por ladrones y asesinos. En las más óptimas condiciones, se necesitan seis caballos para arrastrar a través del país los pesados carruajes de la burguesía, no siendo infrecuente la necesidad de contar con la ayuda de bueyes”⁸⁵. Según nuestros datos, de Londres a Manchester se tardaban cinco días; de Londres a Edimburgo siete y una quincena de Londres a Glasgow⁸⁶. Por consiguiente, viajar por Inglaterra era inseguro, agotador y poco atractivo⁸⁷.

A fines del siglo XVIII, los ingenieros escoceses Thomas Telford y John Mc Adam introdujeron en el Reino Unido un sistema de construcción de carreteras con bases científicas⁸⁸. Aunque la ciencia de construcción de carreteras se encontraba entonces en un estadio experimental, cuando la Comisión Parlamentaria publicó su

⁸⁰ Ogg, op. cit. p. 237

⁸¹ Cleveland – Stevens: *English Railways, their Development and their Relations to the State*, pp 1 - 2

⁸² Ibid. p. 2

⁸³ Maculay: *History of England*, Vol. I, pp. 288 - 292

⁸⁴ Young, op. cit. pp. 44 - 45

⁸⁵ Ogg, op. cit. p. 236

⁸⁶ Ibid.

⁸⁷ Maccaulay, op. cit. p. 292 y s. Ver también: Harper, *The Brighton Road*, Harper p. 192, y *The English Inn, Past and Present*, Richardson and Eberlein, pp. 32 - 40

⁸⁸ Ogg, op. cit. p. 237; Cleveland – Steven op. cit. p. 2

informe en 1808⁸⁹ se formó una conciencia nacional sobre la necesidad de una verdadera construcción de carreteras. Durante la primera mitad del siglo XIX fue frecuente que el Parlamento se ocupara de la construcción de las carreteras nacionales y que las autoridades locales lo apoyaran⁹⁰. Como consecuencia de ello, se construyeron carreteras de todo - tiempo y para 1850 las regiones más pobladas del Reino Unido quedaron provistas de buenas carreteras⁹¹.

En el Continente las carreteras eran, por regla general, mejores que en el Reino Unido. A fines del siglo XVIII, Francia tenía un magnífico sistema de carreteras bien construidas con las que Arthur Young quedó muy favorablemente impresionado⁹². Luis XII inició muy pronto, a comienzos del siglo XVI, la construcción (en Francia) de un sistema nacional de carreteras. Sin embargo, la empresa real de construcción de carreteras solo comenzó (sus actividades) a fines del siglo citado, por la eficaz administración del enérgico Enrique de Navarra, el cual en 1599 instituyó el *Grand voyeur de France*, bajo cuyo control quedaron las carreteras. En 1600 se dedicó a la construcción de carreteras la cantidad de 595.469 libras, y en 1608 la suma fabulosa de 3.594.527 libras. Años más tarde, Colbert, bajo el reinado de Luis XIV, se encargó con gran entusiasmo del sistema de construcción de carreteras, época en la que hubo grandes avances en el campo de la economía y de la industria. El mercantilismo o nacionalismo económico alcanzó su apogeo en este tiempo. En 1716, se creó el *Corps des Ponts et Chaussées* y, bajo el reinado de Luis XV, se recaudaron tres o cuatro millones de francos para construir y mantener carreteras⁹³. A fines del siglo XVII, Francia tenía un magnífico sistema de carreteras muy bien construidas e interconectadas, aunque todos estos esfuerzos y propósitos parecían ser muy poco apreciados en una nación pobre y destrozada⁹⁴.

A diferencia de Francia, muy poco, en general, se hizo por la construcción de carreteras en Alemania hasta mediados del siglo XIX⁹⁵. Sin embargo, las carreteras postales se mantenían en una condición apropiada⁹⁶. Desde mediados del siglo se hicieron rápidos adelantos en la construcción de carreteras y Alemania tuvo muy pronto un buen sistema de carreteras⁹⁷. En Austria, por otro lado, se construyeron algunas buenas carreteras varios siglos antes. En 1480, el duque Segismundo construyó una buena carretera, conocida como la Kuntersweg, entre Brixen y Boezen, para atender a los peregrinos alemanes a Tierra Santa que pasaban por el Tirol⁹⁸. Carlos VI también construyó algunas excelentes carreteras desde Viena a Trieste, Praga y Lenz, y desde Carlstadt a Fiume y Bucarri⁹⁹. Keysler se refiere en sus viajes a la “noble carretera que Su Majestad ha mandado construir, a sus expensas, para las necesidades del tráfico y del comercio!”. Se refiere a la carretera de Fiume a Carlstadt, que entonces estaba en construcción, y que alcanzó una longitud de ocho millas alemanas¹⁰⁰. En Italia quedaban calzadas romanas, algunas de las cuales estaban pavimentadas y hasta bien

⁸⁹ Cleveland – Steven, op. cit. p. 2

⁹⁰ Ogg, op. cit. p. 237

⁹¹ Ibid.

⁹² Young, op. cit.

⁹³ Sax, op. cit. Vol. II, pp. 314 – 316; Treub: *Hoofdstukken uit dem Geschiedenis der Staatshuishoudkunde*, pp. 45 - 51

⁹⁴ Young, op. cit.

⁹⁵ Ogg, op. cit. p. 248

⁹⁶ Sax, op.cit. Vol. II, p. 312

⁹⁷ Ogg, op. cit. p. 248

⁹⁸ Friedländer, p. 399

⁹⁹ Sax, op.cit. Vol. II, pp. 312 - 313

¹⁰⁰ Keysler, op. cit. Vol. III, p. 361

conservadas. Keysler se refiere en varias ocasiones a estas carreteras de las que dice que son “buenas” o “no malas”¹⁰¹. Estas carreteras no estaban ciertamente en las mismas condiciones que tenían en tiempos del Imperio Romano. En España, una calzada romana, próxima a Calzada de Oropesa, causó la admiración de J. G. Rist en 1806 “por estar en franco contraste con la desolación dominante, que por su buen estado contribuyó a la felicidad de aquellos días”¹⁰². En 1830 solo había carreteras de primer orden en España de Madrid a Bayona, Zaragoza, Barcelona, Valencia y Sevilla, y muy pocas carreteras por las que fuera posible el paso de un carruaje. Todas las demás parecían un desierto y el tráfico tenía que realizarse a través del campo¹⁰³. El teniente coronel John Johnson, que viajaba desde la India a Inglaterra a través de Persia, Rusia, Polonia y Prusia en 1817, encontró las carreteras y los servicios a los viajeros en Rusia, Polonia y Prusia muy buenos en general, lo que contrastaba muy fuertemente con las condiciones existentes durante los siglos anteriores¹⁰⁴.

Las condiciones que rodeaban los viajes por mar eran, en comparación con los desplazamientos terrestres, mucho menos favorables. Cuando un viajero se hacía a la vela no solo quedaba expuesto a los más temibles elementos de la Naturaleza y a todas las incomodidades y mareos que necesariamente acompañan a los viajes en un pequeño velero sino que, además, se exponía a los riesgos y peligros de los ataques de los piratas que infectaban literalmente los mares¹⁰⁵. Cruzar el Canal para ir al Continente era una completa aventura para la que había que tener todo el arrojo imaginable. Incluso a mediados del siglo XIX los barcos eran peligrosamente pequeños y ayunos de comodidades modernas¹⁰⁶. Los barcos británicos de este periodo difícilmente tenían una capacidad de más de 1.000 toneladas. El velero de más capacidad en el mundo era el *Great Republic*, un clipper americano de cuatro mástiles. A mediados del siglo XIX, la navegación a vapor en las comunicaciones transoceánicas tenían muy escasa importancia¹⁰⁷. Duncan visitó Australia en 1866. De su diario tomamos la siguiente descripción de un velero en el que él viajó: “Era estrecho y pequeño y como solo tenía una capacidad de carga de 1.000 toneladas su aspecto era muy elegante y atractivo”. Como él era un pasajero de segunda clase llevaba su propia cama y los alimentos que necesitaba, raciones para varios días. Cuenta que a bordo había vacas, ovejas, cerdos, gallos, gallinas y patos¹⁰⁸. Las miserias de un viaje por mar en la primera mitad del siglo XIX, como sabemos, eran muy comentadas. Mrs. R. Lee, que viajó a África Occidental en los años veinte del siglo XIX, nos da una vívida descripción de las miserias de un viaje por mar en aquellos tiempos¹⁰⁹.

En general, estas condiciones eran las principales causas que explican que los viajes fueran muy restringidos. tanto dentro de cada país como al extranjero a fines del siglo XVIII. Su segunda mitad, cargada de vida, movimiento y grandes potencialidades, presagiaba la apertura de una nueva era a principios del siglo XIX, llena de vida y de esperanza en (la intensificación de) las relaciones internacionales. Se reaccionó frente a la opresiva y restrictiva influencia de la vieja y gastada política mercantilista de los siglos XVI, XVII y XVIII. En el subconsciente del hombre penetró el sentido de la

¹⁰¹ Ibid. Vol. IV, pp. 364, 415, 489 etc.

¹⁰² Friedländer, op. cit. p. 277

¹⁰³ Ibid

¹⁰⁴ Johnson: *Journey from India to England*

¹⁰⁵ Sombart: *Der Moderne Kapitalismus*, Vol. II, I, pp. 302 – 306; ver también Moryson, op. cit. p Parte I, p. 2

¹⁰⁶ Friedländer, op.cit. p. 352; Duncan: *Journal of a Voyage to and from Australia*, p. 14

¹⁰⁷ Day: *A History of Commerce*, p. 303

¹⁰⁸ Duncan, op. cit. pp. 14 y 16 y 27 - 29

¹⁰⁹ Lee: *Stories of Strange Lands* pp. 266 - 267

interdependencia económica de las naciones y de la unidad de la raza humana. Del pensamiento subconsciente se ha ido pasando gradualmente a una situación plenamente consciente y hasta fue rebasado por él. Los hombres se hicieron más inquietos y las barreras internacionales existentes fueron eliminadas para que no limitaran sus actividades y desplazamientos. El genio inventivo del hombre empezó a impulsar a aquellas naciones que habían emergido exitosamente de los sistemas industriales de los siglos anteriores¹¹⁰, en los que la máquina alcanzó supremacía para poder superar los límites nacionales en orden a encontrar una salida al persistente incremento de la producción resultante de la mecanización de la actividad productiva en todas partes y de la entrada en vigor de la Ley de Incremento de los Beneficios o Disminución de los Costes. Los incrementos de la producción necesitaban una gran flexibilidad de actuación tanto física como mental. La mejora del sistema de comunicaciones proporcionó los medios para aumentar la movilidad y estimuló el trabajo dentro de las fronteras nacionales de tal forma que a principios del siglo XIX un país como Inglaterra contaba con un tráfico interno muy intenso.

El cambio más grande que tuvo lugar durante la primera mitad del siglo XIX fue la invención de la locomotora de vapor y la introducción del ferrocarril, lo que estimuló extraordinariamente la prosperidad material¹¹¹. Una vez que se superó la falta de familiaridad con el ferrocarril y el miedo a sus peligros tuvo lugar un aumento espectacular de los viajes en este nuevo sistema de transporte¹¹². Las tablas siguientes reflejan el desarrollo del ferrocarril en el Reino Unido en la segunda mitad del siglo XIX así como la demanda de servicios ferroviarios¹¹³

	Leyes aprobadas	long. líneas (millas)	Inversión (Libras)
Antes de 31 st			
Diciembre 1843	-	2276	83.484.000
Durante 1844	49	805	20.454.000
1845	121	2700	59.479.000
1846	272	4538	132.617.000
1847	194	1354	39.460.000
1848	85	371	15.274.000
1849	35	16	3.911.000
1850	37	8	4.116.000

Al terminar el año 1843, la longitud total de ferrovías era de 1.952 millas. En los próximos siete años crecieron hasta alcanzar 6.621 millas¹¹⁴. La siguiente tabla muestra que la red europea era ya impresionante

¹¹⁰ Bücher: *Die gewerblichen Betriebsysteme in ihrer geschichtlichen Entwicklung*, in "Die Entstehung der Volkswirtschaft", Vol. I, pp. 163 - 228

¹¹¹ Cunningham: *The Industrial Revolution*, pp. 813 - 814

¹¹² Cleveland – Steven, op. cit. p. 23

¹¹³ Sax, op. cit. Vol. III, pp. 446 y 495

¹¹⁴ Ibid. pp. 24 - 25

Vías férreas en millas según años y países europeos:

	1835	1845	1855	1865	1875	1885
G,Br t e Irl.	471	3.377	13.411	21.382	26.803	30.843
Francia	176	883	5.535	13.562	21.547	32.491
Alemania	6	2.315	8.352	14.762	28.087	37.572
Aust.Hung	-	728	2.145	5.858	16.860	22.789
Rus.y Finl.	-	144	1.048	3.940	19.584	26.847
Italia	-	157	1.211	4.347	7.709	10.484
Bélgica	20	576	1.349	2.254	3.499	4.409
Hol y Lux.	-	153	314	865	1.407	2.804
Suiza	-	2	210	1.22	1.948	2.850
Tot. países	673	8.235	34.185	75.882	142.494	195.833

El primer servicio de transporte ferroviario es el que se inició el 27 de septiembre de 1825 en la línea de Stockton a Darlington¹¹⁵. Pero hubo que esperar hasta 1830, año en que se abrió la línea de Liverpool a Manchester, para que se demostrara a todo el mundo civilizado las grandes posibilidades del nuevo sistema de transporte y de la locomotora de vapor y para que se aceptara el ferrocarril, primero en el Reino Unido, después en os Estados Unidos de América, y más tarde en el Continente europeo como un medio de transporte útil y mejor que los existentes¹¹⁶. *The Scotsman*, comentando la entrada en servicio de la línea de Liverpool, escribe: “El experimento de Liverpool ha puesto las bases que darán el mayor impulso a la civilización que ésta ha recibido por cualquier causa desde que la imprenta abrió las puertas del conocimiento a la especie humana”¹¹⁷

Después de esta exitosa demostración, la construcción de ferrocarriles se tomó muy en serio en Inglaterra. Mientras que en este tiempo solo unos cuantos ferrocarriles de interés puramente local fueron aprobados por el Parlamento, durante los años siguientes surgieron numerosos “grandes y más ambiciosos proyectos” tales como el Liverpool – Londres, el Londres – Southampton y el Londres - Bristol¹¹⁸. La promoción de ferrocarriles llegó a ser en Inglaterra “una moda y un delirio” de forma que a fines de 1837 esta actividad acabó en la especulación y en la crisis durante el siglo XIX¹¹⁹. La construcción ferroviaria sufrió temporalmente un retroceso, pero solo para retornar con más entusiasmo y espíritu de iniciativa durante “la década de los cuarenta, cuando tuvo lugar una ferrocarril manía tan grande como el mundo no ha experimentado desde entonces”¹²⁰. El movimiento, mientras tanto, se difundió por el Continente. Francia y Alemania, que al principio tenían la cabeza muy alta, contemplaron críticamente este nuevo fenómeno mundial¹²¹. Finalmente estos países se entregaron a la construcción de

¹¹⁵ Ibid. p. 441

¹¹⁶ Cleveland – Steven, op. cit. pp. 6 – 7; Sax, op. cit. pp. 445 y 447

¹¹⁷ Ibid. op. cit. pp. 453 – 454 y 465 - 466

¹¹⁸ ibid. p. 9; Sax, op. cit. p. 447

¹¹⁹ Cleveland – Stevebs, op. cit. p. 8; Sax, op. cit. pp. 447 - 448

¹²⁰ Ibid. pp. 24 – 25; Sax, op. cit. Vol. III, p. 448

¹²¹ sax, op. cit. pp. 453 – 454 y 465 - 466

ferrocarriles con tanto entusiasmo y espíritu de iniciativa que Inglaterra pero con más determinación y mucho más sistema. De ahora en adelante esta actividad se convirtió en el tipo de actuación en el que participaba cualquier país civilizado y en uno de los de mayor interés de los gobiernos nacionales.

Los efectos del ferrocarril fueron incuestionablemente revolucionarios pero sobre todo en materia de viajes. El ferrocarril facilitaba una movilidad sin precedentes entre los pueblos en la historia de la raza humana. Este nuevo medio dio inevitablemente un impulso decisivo a los viajes internacionales a larga distancia, los cuales tuvieron una cierta importancia desde los tiempos del Imperio Romano. Desde fines de la década de los cuarenta a fines del siglo XIX diferentes señales hacían prever este despertar del deseo de viajar. Fue en este periodo cuando aparecieron las guías rojas de John Murray, las ediciones Tauschnitz de autores ingleses y las (guías) Baedekers, que más adelante serían mundialmente famosos, y el primer viaje turístico organizado en Leicester por Thomas Cook.

Cuando John Murray, autor y editor de las guías rojas viajó por primera vez al Continente en 1829 para completar su educación, lo hizo, como él mismo dijo más tarde “desprovisto de guías a excepción de una cuantas notas manuscritas sobre ciudades y fondas que le facilitó su buen amigo el Dr. Somerville”. Las dificultades que encontró en su viaje le convencieron del valor de la información que recogió para sí mismo “todos aquellos hechos, informaciones y estadísticas que un turista inglés puede tal vez necesitar”. Continuó viajando durante dos o tres años y publicó a fines de 1836 el primer número de la serie de sus más tarde famosísimos manuales” rojos bajo el título *Holland, Belgium y the Rhine*. Esta primera publicación fue seguida más tarde por *France, South Germany and Swizerland*, todo ello escrito por él mismo. Más adelante contrató los servicios de especialistas tales como Richard Ford para *Spain*, Sir Gardner Wilkinson para *Egypt* y Sir Francis Palgrave para *Nort Italy*¹²²

Karl Baedeker, el alemán mundialmente famoso impresor y editor, y más tarde el más importante competidor de John Murray, siguiendo la profesión de su padre, fundó una librería imprenta en Coblenz en 1827. Aquí compró (los derechos) de *Rheinreise*, una pequeña obra de un tal Klein de la que en 1839 publicó la tercera edición, completamente reescrita por él mismo, bajo el título de *Die Rheinlande*. Más adelante hizo un viaje para tomar datos con destino a las guías que se proponía publicar.

Tomando las guías de Murray como modelo, publicó en 1839 la primera (guía) de la setrie bajo el título de *Bergien und Holland* y después *Handbuch und der Österreichischen Kaiserstaat* (1842), *Suddeutschland und Österreich*, *Ungarn und Salzburg* y *Die Scheweiz* (1844). *Paris und Umgebungen* siguió en 1855. Desde 1857 sus obras fueron apareciendo en Francia y desde 1861 en Inglés. Hoy “Baedeker” y “guide-book” son términos sinónimos y, habiendo patentado su modelo, las guías Baedekers podían ser encontradas no solo para todos los principales países y ciudades de Europa sino, también, pata Palestina y Siria así como para los Estados Unidos de América y Canadá¹²³.

Mientras Murray y Baedeker preparaban itinerarios para futuros turistas, Tauschnitz preparaba material de lectura para llevarla en los viajes. El barón Christian Bernhard von Tauschnitz, nacido en Schleinitz el año 1816, sobrino de Carl Christoph Traugott Tauschnitz, el famoso impresor y librero alemán, editor de clásicos griegos y latinos, fundó una imprenta y editorial independiente (de la de su tío) en Leipzig el año 1837. En 1841 el barón von Tauschnitz comenzó a publicar la famosísima colección de autores ingleses de la que más de 2.600 volúmenes aparecieron en los primeros años

¹²² Dictionary of National Biography, Vol. XXXIX, pp. 393 - 395

¹²³ *Encyclopaedia Britanica: Chalmer's Encyclpaedia*; y Winkler Prins: *Alegemeeine Encyclopaedië*

cincuenta (del siglo XIX)¹²⁴. Por medio de estas publicaciones, Tauschnitz provocó un tremendo boom de turistas solitarios, los cuales muy a menudo en aquellos años pasados “tenían que soportar días lluviosos y prepararse para atardeceres aburridos; matar las largas horas de espera en los transbordos ferroviarios y combatir el demonio del tedio”. “Incluso si un extranjero, dice Shand, se merecía realmente el agradecimiento del inglés que hace viajes, ése era el barón von Tauschnitz. La feliz idea con la que consiguió una fortuna y un título nobiliario llevó la felicidad a multitud de personas”¹²⁵.

Pero la gloria del crecimiento del movimiento turístico internacional recae en Thomas Cook, el gran amigo y benefactor del público viajero del mundo. Al organizar una conferencia de antialcohólicos estaba organizando también la primera excursión publicitada en Inglaterra entre Loughborough y Leicester, el mes de julio del año 1841. Como consecuencia del éxito de su actividad, la Midland Railway Company le encargó planificar y realizar excursiones para los miembros de las sociedades antialcohólicas y para los niños de la Sundayschool durante los meses de verano de 1842, 1843 y 1844. Como consecuencia de ello, creyó necesario dejar su profesión de ebanista y mudarse a Leicester, ciudad en la que continuó imprimiendo y publicando libros. En 1845 convirtió la organización de excursiones en su ocupación regular, concertando con la Midland Railway Company la venta de títulos de viaje a comisión. Uno de los primeros viajes de placer fue el que organizó bajo estas condiciones de Leicester a Liverpool en el mes de agosto de 1845. Para ello visitó previamente todas las ciudades en las que pensaba hacer una parada, concertó el acomodo de los visitantes con los propietarios de los hoteles y preparó una guía del viaje. El próximo fue la organización de una excursión a Escocia, en la que un grupo de 350 personas pagó una guinea en el viaje de Leicester a Glasgow y regreso (a Leicester). En Glasgow los visitantes fueron recibidos con el saludo de cañones y tambores, en tanto que tanto en Glasgow como en Edimburgo fueron públicamente agasajados. Además en la capital de Escocia fueron recibidos por las autoridades, acto que fue publicado bajo el título de *Visitantes extranjeros en Edimburgo*. Más adelante, Cook empezó a publicar una revista mensual titulada *The Excursionist*, en la que escribió en 1850: “He llegado a estar tan entusiasmadamente imbuido con el espíritu del turista que *empecé a pensar en viajes al extranjero*”¹²⁶, incluyendo el Continente de Europa, los Estados Unidos y los Países de la Biblia”. En 1864 su único hijo, John Mason Cook, que había estado al servicio de la Midland Railway Company, se asoció con él. El año siguiente, la principal oficina de la empresa se mudó de Leicester a Londres como consecuencia del rápido crecimiento del negocio turístico. Durante el mismo año Thomas Cook, visitó los Estados Unidos de América para hacer conciertos de viajes con las compañías ferroviarias del otro lado del Atlántico. Durante 1866 J.M.Cook visitó a su vez los estados Unidos a causa de que las compañías ferroviarias habían anulado los acuerdos hechos por su padre el año anterior. Firmó contratos en virtud de los cuales cuarenta y una serie de tickets emitidos por su empresa podían ser utilizados en cualquier momento en Estados Unidos y Canadá. Esta operación llevó a abrir en Norteamérica numerosas sucursales de la empresa. En 1868 la Great Eastern Railway Company nombró a Cook para explotar en tráfico continental por la ruta de Harwich. Con este motivo realizó una serie de visitas al Continente europeo y se entrevistó con los directores de las compañías ferroviarias en Holanda, Bélgica y Alemania, con los que discutió las posibilidades de aplicar los “tickets de viaje”. El presidente de la Rhenish Railway Company fue el primero que le aconsejó

¹²⁴ *Chalmer's Encyclopaedia*

¹²⁵ Shand, op. cit. pp. 123 - 124

¹²⁶ El subrayado es del autor de la cita

abandonar tan visionario proyecto, pero a continuación lo admitió a condición de que al menos 500 viajeros de primera clase compraran tales “ticket de viaje” dentro de los doce meses siguientes a la firma del convenio; los 500 “ticket de viaje”, como sabemos, se vendieron dentro de los doce meses. Dos años más tarde, el presidente de la Rheinisch Railway Company, propuso, con la aprobación de sus colegas, nombrar a Cook agente remunerado representante de todas las compañías involucradas en el tráfico a través de Alemania por la ruta del Puerto de Brenner a Brindisi. Durante la guerra franco alemana esta ruta se abrió solo para los ingleses que visitaban la Riviera. Después de acabada la guerra, las compañías ferroviarias francesas, que habían rechazado categóricamente aplicar el sistema de “tickets de viaje” a sus líneas, nombraron a Cook como su agente para el desarrollo de esta forma de tráfico. En Inglaterra consiguió lo mismo con las compañías ferroviarias Midland, Great Eastern, Catham y Dover y Great Western. En 1872, Thomas Cook realizó un viaje mundial para facilitarles el camino a los turistas. En 1878 dejó la dirección de la empresa a su hijo, el cual se convirtió en el jefe del mismo. Desde 1865, el equipo de dirección estaba formado por el padre y el hijo y dos asistentes, en 1890 tenían 1.714 asalariados fijos, ochenta y cuatro oficinas y ochenta y cinco agencias. Hoy, Cook tiene alrededor de varios miles de empleados, más de 350 oficinas en diferentes partes del mundo y un gran número de agencias¹²⁷.

El movimiento turístico surgió y se desarrolló bajo el antiguo Imperio Romano, después con la desaparición del tráfico y el comercio decayó de un modo estrepitoso debido a la decadencia del Imperio, dio nuevas muestras de vida durante los siglos XVI, XVII y XVIII, pero solo consiguió una situación de decidida vitalidad durante la primera mitad del siglo XIX. A mediados de este siglo, gracias a los efectos de varios estimulantes factores, pudo encarrilarse y ser llevado hacia su definitivo desarrollo. Pero hubo además otras poderosas fuerzas que influyeron de forma continuada para impulsarlo y hacer de él una actividad en continuo crecimiento y ampliando el ámbito de su órbita. Los esfuerzos de Thomas Cook y su hijo durante la segunda mitad del siglo XIX para estimular y promover el tráfico turístico, atrajo recursos de cada continente, abrió agencias de viajes en los principales países del mundo, firmó convenios con compañías ferroviarias y navieras, bancos y hoteles en virtud de los cuales los turistas pudieron tener todos sus itinerarios concertados y garantizados de antemano a través de la simple adquisición y empleo de cupones en una oficina de Thomas Cook and Son. Todo ello confirió al movimiento turístico nuevas oportunidades (de crecimiento). Los espectaculares cambios en los medios de transportes transoceánico que tuvieron lugar a fines del siglo XIX gracias a la completa sustitución de los barcos de vela por buques de vapor y al empleo de hierro en lugar de madera en su construcción; la institución de buques gigantescos para dar servicio de transporte entre varios puertos de Europa Occidental y otras partes del mundo; la regularidad, frecuencia y puntualidad de estos servicios; la velocidad, seguridad, normalización del confort y el atractivo general de los barcos modernos, que en comparación con sus predecesores parecían verdaderos castillos flotantes; la reducción de los costes en el transporte marítimo y muchos otros factores contribuyeron de un modo generalizado a la formación de hábitos de viaje y al desarrollo del tráfico turístico y en todas las partes del mundo durante los años con los que acabó el siglo XIX y los años con los que empezó el siglo XX¹²⁸. El efecto neto de

¹²⁷ *Dictionary of National Biography, Supplement*, Vol. II, pp. 55 - 58

¹²⁸ *Handwörterbuch der Staatswissenschaften*, Vol VII, artículo “Seeschiffahrt; Cunningham, op. cit. pp. 814 – 816; Chisholm: *Handbook of Commercial Geography*, pp. 83 – 86; Day: *A History of Commerce*, pp. 302 – 307; Webster: *General History of Commerce*, p. 257; Sombart: *Der Moderne Kapitalismus*, Vol. III, I pp. 378 - 384

todos estos y otros cambios y de la mejora de los servicios prestados a los viajeros, fue invariablemente, y de acuerdo con la vigencia de la Ley de Lardner sobre Precios en el Transporte y el Comercio, *mutatis mutandi*, fue un aumento del tráfico proporcionalmente al cuadrado de la distancia a la que se efectuaba y desde la que el turista era atraído¹²⁹.

Desde fines del siglo XIX y hasta el estallido de la Guerra Mundial en 1914, el movimiento turístico alcanzó una considerable dimensión y rebasó todos los antecedentes conocidos en la historia del género humano –pasando de ser algo puramente local a convertirse en un fenómeno mundial por el que países como Austria, Francia, Italia, Noruega, Suiza y algunos más consiguieron obtener de él en dicho periodo de tiempo sustanciales ingresos anuales. El número de turistas que anualmente visitó Suiza antes de la guerra se estimaba por expertos suizos entre 350.000 y 450.000, con unos gastos en acomodación hotelera, compras de recuerdos de viaje, postales y alhajas de recuerdo de 200 millones de francos. En base a una cuidadosa investigación, realizada por el Ministerio de Finanzas de Austria, el número total de días de estancia en Austria de los extranjeros se estimó en 5.070.000, los cuales aportaron, considerando en promedio un gasto de 50 coronas por turista, 85 millones de coronas al año. En 1897, Italia afirma haber obtenido 300 millones de liras del tráfico turístico, mientras en 1908 esta fuente de ingreso nacional produjo 427 millones de liras. La cantidad en que se estimaba el gasto anual de los extranjeros en la Riviera francesa antes de la guerra era de 300 millones de francos. Después de la guerra, Francia obtenía del tráfico turístico 350 millones de francos (anuales). Se estima que las compañías navieras transportaron anualmente antes de la guerra 150.000 americanos a Europa y el Norte de África, donde aseguran que gastaron fabulosas sumas de dinero¹³⁰.

El movimiento turístico fue hasta el estallido de la Guerra Mundial, esencialmente un movimiento de las clases privilegiadas. Viajar era la prerrogativa de la ociosidad y la riqueza. Sin embargo, como sabemos hoy, el movimiento turístico es un movimiento de masas y, como tal, un fenómeno de la posguerra. Política, social y económicamente, el mundo en el que hoy vivimos está separado por un abismo del que había en 1914. Los sistemas políticos han cambiado; las barreras sociales están encontrando difícil mantenerse por la violencia de tan importantes cambios; y de esta forma, también el sistema económico está experimentando cambios muy drásticos. Hoy no hay muchas personas que lleguen a comprender las formulaciones de Adam Smith, ni siquiera de un a forma modificada, relativas a que el individuo que busca su propio interés, es decir, que actúa obviamente por móviles egoístas, promueve de esta forma, como si fuera llevado por una mano invisible, los intereses de la sociedad como un todo¹³¹. La mayor parte de la gente que piensa racionalmente están hoy inclinados a creer que el caos del mundo de los últimos años pasados, que es la antítesis del que Adam Smith sin duda tenía in mente, es la consecuencia inevitable de un sistema basado en el individualismo económico: que nuestra situación presente es el resultado de la incapacidad de los individuos para orientarse a sí mismos y ajustar sus actividades a las condiciones nacionales y mundiales de un organismo económico altamente complejo y de delicado equilibrio, y de la completa ausencia de cualquier política económica, racionalmente orientada, a nivel individual, nacional e internacional, que considere la economía mundial un organismo económico integrado y el género humano como un todo. Las mismas causas fundamentales que han cambiado la estructura mundial en el orden

¹²⁹ Marshall: *Industry and Trade*, p. 27; Sax: *Die Verkehrsmittel in Volkswirtschaftliche Bedeutung der Eisenbahnen*, p. 35; Engländer: *Güterverkehr und Transportsätze*, p. 9

¹³⁰ Gruntzel: *Economic Protectionism*. pp. 116 - 17

¹³¹ Adam Smith, op. cit. p. 354

social, político y económico han tenido también, necesariamente, efectos en el movimiento turístico. A pesar de que hay influencias negativas y desintegradoras y fuerzas que tienden a fundir el mundo en un solo organismo, también en el movimiento turístico, durante y desde la guerra fuerzas que tienden a generalizar este movimiento destruyendo cualquier vestigio de prerrogativas de clase. Las tablas siguientes ilustran la fuerza con la que el movimiento turístico se ha democratizado durante los años recientes.

(1) FRANCIA¹³²

	Total turistas	Ingleses	Americanos	Alemanes
1913	300.000	-	-	-
1922	-	488.000	241.000	23.000
1925	-	759.000	220.000	41.000
1929	-	881.000	296.000	55.000

(2) NORUEGA

	1912	1925	1930	1934
Total turistas	46.000	40.000	61.000	90.000

(3) CANADA¹³³

	1913	1920	1925	1930
Ingresos tur.(*)	37.310.000	83.734.000	175.289.000	279.238.000
Turistas	-	-	9.452.237	20.024.697

(*) En dólares canadienses

El ejemplo más claro de esta tendencia lo encontramos en el incremento del número de turistas extranjeros que viajan a Italia en tercera clase en comparación con los que viajan en segunda y primera clase, como muestra la siguiente tabla¹³⁴. Estos factores pueden ser clasificados en cuatro grupos: psicológicos, sociológicos, económicos, políticos y nacionales.

VIAJEROS SEGÚN CLASES

Año	1ª	2ª	3ª	Total
1923	27,6	43,3	29,1	100
1924	26,1	45,2	28,7	100
1925	23,9	43,9	32,2	100
1926	17,6	32,3	50,1	100
1927	18,0	35,0	47,0	100
1928	18,0	36,1	45,9	100
1929	15,0	36,4	48,6	100
1930	11,3	35,6	53,1	100
1931	9,2	33,1	57,7	100

¹³² Archiv für den Fremdenverkehr, nº 1-1932, p. 27; *Conseil Nationale Economique: Le Tourisme, le Thermalisme et le Climatisme*, 1935, p. 56. Las demás tablas han sido facilitadas por la Office National du Tourisme, París

¹³³ Dominion Bureau of Statistics: *The Tourist Trade of Canada*

¹³⁴ *Statistica del Movimento Turistico in Italia*, publicadas por ENIT

Muchos factores han contribuido, directa o indirectamente, desde que se firmó el tratado de paz en 1918, a que el movimiento masivo que es tan característico del movimiento turístico de la posguerra, en particular entre países próximos. Estos factores pueden ser clasificados, en general, en cuatro grupos: psicológicos, sociológicos, económicos, y políticos y nacionales.

El factor psicológico más importante es indudablemente la reacción a la guerra. Grandes masas de personas en diferentes países, que habían quedado confinadas en sus países y en sus casa durante los tres años de la guerra, generalmente en estado de alta tensión nerviosa, tuvieron la oportunidad de escapar de sí mismos y de sus límites nacionales y domésticos, que para muchos de ellos habían sido el espectro del horror y guardaban los recuerdos de unos tiempos muy trágicos. Por otro lado, muchos de ellos habían perdido familiares o amigos en la contienda y deseaban visitar el (antiguo) campo de batalla para rendir un último homenaje a los que se fueron. Este es también el factor que explica que muchos cientos de miles de personas de todas las partes del mundo quisieran ir a los escenarios bélicos durante los años inmediatamente siguientes a 1918 tan solo por satisfacer una curiosidad morbosa. Nunca ha estado la atmósfera más cargada de morbosidad que durante la primera década posterior a la guerra; lo insólito de la guerra es quizás la más clara evidencia de que el espíritu de morbosidad y de la satisfacción subconsciente que mucha gente obtiene de la continua representación mental de los trágicos sucesos de 1914 – 1918. “*All Quiet on the Western Front*” de Remarque alcanzó varias ediciones en un breve espacio de tiempo.

Los profundos cambios en la estructura social que tuvieron lugar durante y después de la guerra han provocado muchas y prolongadas reacciones. Dinastías enteras desaparecieron, reyes y emperadores fueron destronados, la nobleza se ha visto obligada a participar en la vida rutinaria, las barreras sociales y las diferencias de clase se hicieron insostenibles y artificiales y las masas aprendieron a denegarles los privilegios que en otros tiempos fueron considerados como las prerrogativas especiales que favorecían a unos pocos. Nunca antes ha habido una participación tan generalizada en todas aquellas formas del placer, el deporte y la recreación que en el pasado quedaban reservadas a los altos estratos de la sociedad. El más fundamental, y para nuestros propósitos el más significativo y relevante, cambio social ha sido la emancipación de la mujer. Al haber ocupado en empresas y oficinas el lugar del hombre que había ido a la guerra, las mujeres jóvenes, que por esta razón había entrado en un campo de actividades completamente nuevo, al volver el hombre del frente se negaron a abandonar sus puestos y regresar a sus formas subordinadas de trabajo. Nada ha dado un mayor impulso a los viajes durante los años recientes que esta libertad recién conquistada y elevación del estatus de las mujeres emancipadas. Esto liberó los creativos instintos femeninos tan largamente suprimidos y encadenados por las convenciones sociales y los prejuicios del hombre, para acometer arriesgadas empresas, entrar en política, llevar a cabo grandes realizaciones, superar obstáculos y vivir sin las cortapisas de los antiguos convencionalismos. Este creativo espíritu de las mujeres, este factor biológico que tiene la principal responsabilidad de la enorme cantidad de mujeres turistas que se ven en todas partes, es una característica del periodo de posguerra.

El más potente entre los incentivos económicos que estimuló el tráfico turístico después de la guerra ha sido, incuestionablemente, la depreciación monetaria de varios

países europeos¹³⁵. Por esta razón era posible para los turistas de países con una moneda relativamente estable y apreciada viajar gastando muy poco a países cuyas monedas se depreciaban de día en día. Viajar entró dentro de las posibilidades financieras de las masas, con el inevitable resultado de que países como Austria, Alemania y más tarde Italia, Francia y Bélgica fueran literalmente invadidos por una clase de turistas que nunca antes había atravesado las fronteras de su propio país. Adicionalmente surgió un considerable número de personas conocidas como “nuevos ricos” que, durante la guerra acumuló riqueza y que quiso emular a los ricos de siempre y a la aristocracia. El deseo de viajar, una vez que dejó de ser clasista, se consolidó más tarde a pesar de que las condiciones en aquellos países se normalizó, y dejó de ser barato viajar. Por otra parte, durante el tiempo que tuvieron problemas presupuestarios, muchos países visitados por las masas obtuvieron considerables beneficios de los visitantes extranjeros; la industria turística se convirtió en un importante factor de la economía nacional y tuvo, por tanto, no solo que ser mantenida en el nivel que había alcanzado sino que fue desarrollada más tarde. Una serie de medidas se tomaron en diferentes países para alcanzar este objetivo. Algunos países crearon organizaciones de promoción turística para desarrollar su tráfico turístico¹³⁶, mientras otros, además, garantizaban servicios especiales a los turistas en forma de reducción de las tarifas ferroviarias y otras concesiones¹³⁷. Además, compañías ferroviarias y navieras así como agencias de viajes como Thomas Cook and Son contribuyeron ampliamente de muchas otras formas al desarrollo del tráfico turístico. La organización de viajes colectivos baratos por Cook y otros aumentó en no pequeña medida el movimiento (turístico) de masas tan característico de los tiempos presentes. La aparición, en años recientes, de toda clase de touring clubs, movimientos juveniles, sociedades estudiantiles y organizaciones religiosas con el objetivo de facilitar los viajes a sus miembros organizando viajes en grupo y consiguiendo condiciones especiales de las compañías ferroviarias y navieras así como de los hoteles o establecimientos de alojamiento y transporte de varias clases ha dado un impulso extra a los viajes.

Mucho se ha hecho también al eliminar ciertos obstáculos puestos en el camino de los turistas como consecuencia de los cual los viajes al extranjero han sido fuertemente estimulados. El uso más frecuente de ciertos idiomas como el inglés, el francés o el alemán en los países visitados le ha facilitado muchísimo las cosas a la gente que solo puede hablar su propio idioma. Antes de la guerra dejaba de viajar a países extranjeros por las dificultades que encontraba en el lenguaje. Los que viajaban, por regla general, hablaban uno o dos idiomas extranjeros, lo que facilitaba grandemente las cosas para ellos. La desaparición de la hipersensibilidad nacional y la ostentación, por un lado, y por otro, la expresión articulada o inarticulada de un espíritu de tolerancia, simpatía y comprensión por parte de los nacionales de los países visitados ha influido en que los viajes internacionales se hagan más frecuentes y más populares; entre tanto, la simplificación de los requerimientos de ciertos pasaportes, la simplificación de las formalidades de los servicios de inmigración y aduanas y el más amable tratamiento recibido por los turistas por parte de los funcionarios de aduana en las fronteras ha conseguido eliminar muchas de las incomodidades que frecuentemente soportan los turistas. La cooperación internacional no ha tendido solo a unir a los estados sino

¹³⁵ Bormann: *Die Lehre vom Fremdenverkehr*, p. 45; Häusler: *Der Fremdenverkehr*. Eine Studie über *Volkswirtschaftliche Bedeutung und seine Förderung*, p. 51; Schmidt: *Fremdenverkehrsprobleme*, p. 7; Glücksmann: *Allgemeine Fremdenverkehrskunde*, pp. 35, 68 y 145

¹³⁶ Bormann, op.cit. pp. 25 y 152 – 154; Klafkowski: *Organisations-grundsätze del Fremdenverkehrs-pflege in Europa*; Brtter: *The Promotion of Tourist Travel by Foreing Countries*

¹³⁷ Bormann, op. cit. pp. 27 – 28: también p. 95

también, cuando se acompaña de una estabilidad interna social y política, a unir a los nacionales de diferentes países.

Con estos factores, que influyen en que los viajes sean, desde que terminó la guerra, más seguros, más atractivos y menos caros, el movimiento turístico en 1929, el año fatídico de la crisis económica, la industria turística, en la que con mayor o menor intensidad participaban numerosos países, quedó sobre dimensionada. Y, desde entonces, afronta la suerte de todas las industrias que abastecen deseos de lujo. Sin embargo, durante los dos últimos años, la industria turística ha vuelto a dar señales de una rápida reconversión y, con los intentos de muchos países encaminados a desarrollar el tráfico turístico, es más que probable que rebase, en un tiempo razonable, los altos niveles existentes cuando la crisis económica sorprendió al mundo.

CAPÍTULO IV

LA IMPORTANCIA ECONÓMICA, POLÍTICA Y SOCIAL DEL TURISMO

Al margen de casos aislados, la industria turística como rama de la actividad económica e importante fuente de ingresos de diferentes países, ha recibido, sin embargo, muy poco reconocimiento en los tratados científicos de cualquier país. Hay excepciones como los estudios que realizaron Luigi Bodio en 1899, Bonaldo Stringer en 1912 sobre el tráfico turístico de Italia, las estimaciones de los gastos turísticos por visitantes llevadas a cabo D.A. Wells, Comisario Especial de la Renta del Gobierno de Estados Unidos durante 1868 – 69, S. von Walterhausen, Sir George Paish y J. F. Kent¹³⁸, las monografías de Joseph Stradner¹³⁹ y el Dr. Franz Bartsch¹⁴⁰ y la referencia a la importancia económica del tráfico turístico para los países dotados de bellezas naturales y paisajísticas, ventajas climáticas y primaveras saludables que atraen a visitantes extranjeros que se hace en la obra de Josef Gruntzel¹⁴¹

Los ingresos del tráfico turístico son clasificados como varios ítems invisibles en la balanza internacional de pagos o, como en el caso del Reino Unido, agregados con “ingresos netos estimados procedentes de otras fuentes”¹⁴². No es extraño, por ello que la industria turística como tal no reciba consideración alguna en la formulación de la política comercial de los Gobiernos estatales. Algunos países del mundo llegan a veces a realizar acuerdos comerciales con otros separada o colectivamente de acuerdo con los que las relaciones comerciales entre ellos se atienen a bases preconcebidas. Con cierta frecuencia se realizan también acuerdos especiales que afectan a actividades económicas específicas tales como el transporte ferroviario en Europa Occidental, las comunicaciones marítimas, el correo y el telégrafo en materia que pertenecen a pesos, medidas, patentes, marcas comerciales, derechos de autor, banca, asuntos monetarios, doble imposición, establecimiento en los países de representantes comerciales. En los acuerdos generales se introduce por regla general una cláusula según la cual los gobiernos contratantes acuerdan el derecho a viajar y hacer uso de los medios internos de comunicación en condiciones de igualdad con los interiores o exteriores. Esta provisión hace referencia solo a cuestiones de protección y seguridad personal y no a la promoción del tráfico turístico¹⁴³. Nunca constituyó el tráfico turístico el objeto de un acuerdo internacional a pesar de que países como Italia y Suiza tienen desde hace tiempo en la industria turística una de sus principales fuentes de ingreso nacional y a pesar de que un país como Austria que ha reconocido también desde hace varios años la importancia económica de su tráfico turístico, ha realizado por medio del Ministerio de Finanzas un estudio oficial de la industria turística hace más de un cuarto de siglo¹⁴⁴.

Desde la crisis económica de 1929 el tráfico turístico es un partida del comercio internacional que ha empezado a recibir una atención seria por parte de los gobiernos, que han empezado a ver en la corriente de sus nacionales que visitan países extranjeros un instrumento por el que pueden ser promovidos los intereses nacionales bien

¹³⁸ Cf. Taussig: *International Trade*, pp. 295 - 296

¹³⁹ Stradner: *Die Förderung des Fremdenverkehrs*, en “Kulturbildern aus Steirmark”, Graz, 1890

¹⁴⁰ Bartsch: *Einfluss der Wanderbewegung und des Fremdenverkehrs auf die Zahlungsbilanz Österreich - Ungarns*

¹⁴¹ Gruntzel: *System der Handelspolitik*, primera edición, 1901. Véase también la 3ª edición, 1928, p. 480 y también Gruntzel: *Economic Protectionism*, p. 102

¹⁴² *The Balance of Payments of the Years 1932, 1933 y 1934*. Reimpreso por Board of Trade Journal de 21 de febrero de 1935

¹⁴³ Ver Gebert: *Handelspolitik und Fremdenverkehr*, pp. 28 - 29

¹⁴⁴ Gruntzel: *Öconomic Protectionism*, p. 116. Véase también Stradner: *Der Fremdenverkehr*, pp. 13 - 15

estimulando sus exportaciones allá o bien provocando las peticiones por ellos en tales países. La primera vez que el tráfico turístico fue la base de un acuerdo internacional que relacionó las actividades económicas de dos países fue el acuerdo de clearing formalizado entre Austria y Alemania en 1932. Como resultado de los créditos de comercio a favor de Alemania, se congeló un contingente de créditos acumulados a su favor, como consecuencia de las dificultades financieras de Austria que siguieron al colapso de la Credit Anstalt. Con el fin de movilizar estos créditos, Alemania firmó con Austria un acuerdo de compensación de pagos (clearing) en virtud del cual los ingresos del tráfico turístico de Alemania a Austria, servirían para pagar los créditos que se habían ido acumulando a favor de Alemania. Se estima que para el año 1932 se destinó la suma de 100 millones de chelines para responder a las reclamaciones de Alemania a Austria, suma que ilustra la importancia del tráfico turístico en los acuerdos de comercio internacional¹⁴⁵.

Desde 1932 se han formado acuerdos de compensación bilaterales entre diferentes países. Estos acuerdos se refieren al intercambio de mercancías entre los gobiernos contratantes así como a la liquidación de deudas comerciales y de otra naturaleza, incluyendo los gastos de los turistas. Podemos citar entre otros el acuerdo de compensación firmado por Bulgaria con Austria, Checoslovaquia y Hungría, en el que, además de regular el tráfico de mercancías y el pago de las deudas generadas por el comercio extraordinario se extiende a la cobertura de los gastos de las legaciones diplomáticas, de los estudiantes y de los turistas. El acuerdo de compensación firmado por Checoslovaquia cubre una gran variedad de transacciones entre las que figuran los pagos que se refieren al tráfico turístico. Grecia firmó un acuerdo similar con Yugoslavia, Rumania y Turquía en virtud del cual una parte del importe de las mercancías importadas de los tres últimos países citados fue especialmente apartada para cubrir los gastos de los turistas de esos países en Grecia.

Acuerdos similares se firmaron entre Italia y Alemania y entre Suiza y Alemania. Una característica especial del acuerdo de compensación firmado entre Suiza y Alemania es el hecho de que la cantidad que se destinó para pagar los gastos de los turistas alemanes que visitaran Suiza fue la misma que se destinó para cubrir las importaciones suizas de carbón alemán. De este modo, las exportaciones de carbón respondían de los gastos de los turistas alemanes en Suiza estableciéndose así un nexo directo entre las exportaciones de carbón y el tráfico turístico¹⁴⁶. Algo similar aconteció en la discusión que tuvo lugar entre Austria y Polonia sobre el tráfico turístico que se origina en el último país a favor de Austria como consecuencia de los eventos religiosos que tuvieron lugar en Viena en septiembre de 1933. Por esta razón, se dice que Austria se planteó importar de Polonia tres cerdos por cada turista polaco que visitara Austria¹⁴⁷. El efecto inmediato de estos acuerdos de compensación tanto en el intercambio de mercancías como en el tráfico turístico consiste en canalizar los flujos del comercio internacional forzándolos en direcciones determinadas originándose de este modo flujos comerciales artificiales a favor de unos países y en detrimento de otros y, en definitiva, de las relaciones comerciales en general.

Cualesquiera que sean las causas que pueden haber influido en la aparición del sistema de compensación de pagos y de comercio contingentado, su pervivencia debe ser enjuiciada como una seria amenaza al comercio mundial y a las relaciones internacionales ya que los intercambios de bienes y servicios entre los diferentes países deben ser libres y carentes de obstáculos. El gran peligro radica en el hecho de que tales

¹⁴⁵ Gebert, ob. cit., p. 29

¹⁴⁶ Enquiry into Clearing Agreements. Publicación de la Sociedad de Naciones, 1935, pp. 29 y 61 - 66

¹⁴⁷ Gebert: *Handelspolitik und Fremdenverkehr*, p. 31

acuerdos impiden el cumplimiento de las leyes económicas, leyes que son tan inexorables como las leyes de la Naturaleza. Y en que olvidan que, económicamente hablando, los países del mundo son mutuamente interdependientes y se orientan a ser un todo orgánico. Cualesquiera que sean sus efectos una parte de ellos termina incidiendo en el conjunto. Es lo mismo que acontece cuando se lanza una piedra en una charca; las ondas originadas en este hecho no desaparecen hasta que llegan a la orilla. En estas circunstancias, para lograr el equilibrio entre exportaciones e importaciones de dos países cualesquiera se atenta contra los principios fundamentales que rigen el comercio internacional y se olvidan los efectos equilibradores del comercio triangular entre los países. El problema no es si las importaciones y las exportaciones entre dos países cualesquiera están equilibradas sino si las importaciones totales están equilibradas con las exportaciones totales con referencia a los diferentes países en conjunto, que es lo que ellos deben inevitablemente hacer para que las exportaciones cubran las deudas de las importaciones. El problema puede agravarse, como, por ejemplo, en Austria, donde las importaciones no pueden cubrir las obligaciones dentro del plazo normal derivadas de algún sector de su comercio; pero más que interrumpir la normalidad del comercio actual y perturbar las relaciones comerciales del mundo en su totalidad sino que además exige una mayor perspicacia comercial y habilidad empresarial porque los países tienen que atender sus deudas a través de acuerdos mutuos para aumentar sus créditos¹⁴⁸ Aunque es absolutamente imposible en estas circunstancias conocer los efectos del sistema de acuerdos de compensación y contingentación existentes en el comercio internacional es sin embargo evidente que no han producido los efectos positivos en la economía mundial que muchos creyeron, indudablemente sin fundamento, que tendrían, como demuestran los datos sobre el comercio mundial del periodo 1929 – 1934¹⁴⁹:

	1929	1930	1931	1932	1933	12.011
Valor en millones de dólares oro						
Importaciones	35.585	29.076	20.795	13.972	12.484	12.011
Exportaciones	33.021	26.483	18.908	12.895	11.740	11.364
TOTAL	66.606	55.559	39.703	20.867	14.224	23.375

Evolución porcentual (1929 = 100)

	1929	1930	1931	1932	1933	1934
Importaciones	100	81.7	58.5	39,3	35.1	33.7
Exportaciones	100	80.2	57.2	39,1	35.6	34.4
TOTAL	100	81.0	57.9	39,2	35.3	34.1

¹⁴⁸ Ver: Informe de la Sociedad de Naciones en “Inquiry into Clearing Agreements” antes citado.

¹⁴⁹ “Revió of World Trade, 1934”- Publicación de la Sociedad de Naciones

Evolución relativa de los precios y de las cantidades de las importaciones y exportaciones (1929 = 100)

	1929	1930	1931	1932	1933	1934
Precios	100	87	67.5	53	47	44
Cantidades	100	93	86	74	75	77.5

Las cifras anteriores muestran que el valor del comercio mundial expresados en oro desciende año tras año durante el periodo 1929 – 1934 y que en 1934 significó el 34 % del valor de 1929. El descenso se atribuye especialmente a la caída de los precios, caída que fue de un 56 % durante el periodo estudiado. El descenso del volumen de comercio fue en 1932 de 26 % con respecto a 1929. De 1932 a 1933 el volumen del comercio internacional creció en un 1 % en tanto que entre 1933 a 1934 su crecimiento fue del 3 % aproximadamente. A pesar de este aumento en el volumen, el comercio internacional siguió siendo inferior al de 1929 (la tasa de incremento anual durante el periodo 1933 a 1934 fue considerablemente menor que la tasa de incremento anual anterior a 1929 puesto que para el periodo 1925 – 1929 se estima que el comercio exterior creció anualmente a una tasa media aproximada del 5 %. El mantenimiento del volumen de producción en un nivel comparativamente alto con respecto al nivel de precios se debe a la ayuda artificial de los subsidios estatales, subvenciones y similares atribuidos en gran medida al hecho de que muchas empresas deciden, en condiciones como las establecidas desde 1929, continuar con su actividad productiva a precios que, aunque no producen beneficios, al menos cubren los costes variables (*prime costs*) y que también contribuyen sustancialmente a los gastos generales, aunque no los cubren totalmente, antes que cerrar la empresa y dejar de producir¹⁵⁰.

Es fundamental tomar en consideración que, en lo que respecta al movimiento del tráfico turístico, que es una partida más entre los bienes y servicios del comercio entre países, lo mismo que en el comercio internacional propiamente dicho, de cualquier control artificial hay que esperar necesariamente las consecuencias más indeseables. Del mismo modo que las importaciones y exportaciones visibles entre países, el tráfico turístico no debe ser intervenido puesto que como debe ser considerado como una partida que contribuye, directa e indirectamente, al todo, cualquier medida que influya sobre él influye necesariamente en el conjunto. Si se piensa que los países en los que la industria turística es una de las principales fuentes de su ingreso nacional tiene que contar con un aparato productivo en el que ha de haber hoteles y medios de transporte así como materias primas tales como productos alimenticios y recursos energéticos así como la necesaria mano de obra, del mismo modo que un país industrial requiere contar con un aparato productivo en el que tiene que haber fábricas y máquinas además de materias primas y recursos energéticos junto con la indispensable mano de obra, inmediatamente se evidencia que cualquier reducción de la corriente del tráfico turístico por medios artificiales tales como acuerdos de compensación, contingentes y embargos, debe esperarse que tengan lugar las más desastrosas consecuencias en los países en los que el tráfico turístico haya disminuido.

Austria ilustra de un modo especial lo que se acaba de decir. Durante los años 1925 a 1931 el número de núcleos que fueron visitados por más de 500 turistas y consumieron un total de 3.000 pernoctaciones aumentaron de 606 a 868, lo que supuso un crecimiento del 43 %; durante el mismo periodo, el número de camas que se ofrecían a los visitantes aumentó de 184.000 a 306.000, un incremento del 43 %. En comparación con 1913, el número de camas disponibles por los turistas aumentó de

¹⁵⁰ Marshall: *Principios de Economía*, pp. 373 - 376

1913 hasta hoy en un 250 %¹⁵¹. Por consiguiente, si tiene lugar un descenso del tráfico turístico de Austria a Italia como consecuencia, por ejemplo, del embargo de turistas de Alemania que desean visitar Austria, tendrá lugar un aumento de plazas de hotel en Italia, lo que, desde un punto de vista internacional, lo que necesariamente provocará un aumento relativo en la producción de plazas de hotel, de productos auxiliares como frutas y hortalizas, pollos y huevos y productos lácteos, así como de mano de obra y de servicios de transporte. Aunque Austria sea el primer país en sufrir las consecuencias de la disminución de su tráfico turístico, tales consecuencias se harán notar también inevitablemente en aquellos países que tienen relaciones tradicionales con Austria para así extenderse por ámbitos cada vez más extensos aunque con efectos decrecientes. Cuando las relaciones normales entre Alemania y Austria se restablezcan y el embargo de turistas que quieren ir del primero al segundo sea eliminado, Italia sufrirá los efectos de un exceso de oferta de plazas hoteleras y de líneas de producción auxiliares. En efecto, la disminución del tráfico turístico por medios artificiales provoca que las inversiones y el empleo de los demás recursos productivos se orienten en direcciones en las que no se consigue el rendimiento máximo como consecuencia de la constante especulación sobre los movimientos en los stocks¹⁵². El ejemplo de Austria ilustra sin lugar a dudas el grave peligro de las intervenciones arbitrarias en las corrientes internacionales del comercio y del tráfico turístico lo que sirve para ilustrar también la mutua interdependencia que existe entre los fenómenos económicos.

Aspectos nacionales

En países tales como Suiza, Italia, Francia y Austria la industria turística constituye una de las principales fuentes del ingreso nacional. El ingreso medio anual que se estima que Italia obtuvo del tráfico turístico durante el periodo 1925 a 1930 fue de 2.700 millones de liras. El ingreso medio que Francia obtuvo del tráfico turístico durante los tres años que precedieron a la depresión se estima en unos 9.000 millones de francos. El ingreso medio anual obtenido por Austria durante el periodo 1925 – 1930 se estima en 235 shillings. El ingreso anual obtenido por Suiza del tráfico turístico durante un año normal es de 500 millones de francos, siendo la industria turística más importante del país. A pesar de que en Canadá la industria turística no es la principal del país su importancia es considerable. Otros países como Checoslovaquia, Grecia, Yugoslavia, Noruega y Suecia también obtienen sustanciales ingresos del tráfico turístico procedente de países extranjeros. Los beneficios económicos que un país obtiene del tráfico turístico dependen en último extremo de la forma en se gastan los ingresos turísticos. Si una gran proporción de los ingresos turísticos se dedican a pagar las importaciones de productos alimenticios, bebidas, carbón, petróleo, automóviles y buses, accesorios para estos vehículos y otros similares es obvio que entonces el país en cuestión obtiene relativamente pocas ganancias de su tráfico turístico. Por esta razón, un país como Canadá que produce grandes cantidades de alimentos, carbón y vehículos de motor obtiene relativamente más beneficios de su tráfico turísticos que países como Suiza e Italia, los cuales tienen que importar muchas cosas de las que los turistas necesitan durante su estancia en dichos países. Es de mucha significación también conocer como se distribuye el gasto de los turistas entre los diferentes productos que directa o indirectamente relacionados con sus necesidades y a cuanto llegan sus

¹⁵¹ Gerbert: *Handelspolitik und Fremdenverkehr*, p. 34

¹⁵² Cf. Lavington: *The English Capital Market*, pp. 240 - 262

beneficios. Según un estudio recientemente realizado por H. M. Senior Trade Commissioner de Canadá, los gastos turísticos se distribuyen como sigue¹⁵³:

	<u>Porcentaje sobre el total</u>
Compras	26
Restaurantes y cafeterías.....	20,5
Hoteles y otros establecimientos alojadores.....	17,3
Accesorios de vehículos, petróleo y aceite industrial.....	11,5
Teatros y diversiones	8,5
Transporte.....	7
Ropa y otros.....	5,9
Trenes, buses y taxis de larga distancia.....	3,3
TOTAL...	100

Los doctores Ranc y Cany son los autores de las siguientes estimaciones sobre los gastos turísticos en Francia¹⁵⁴: (Datos expresados en porcentajes de cada total)

<i>Estimación del Dr. Ranc</i>		<i>Estimación del Dr. Cany</i>	
Alimentos y bebidas		Hoteles.....	20
en restaurantes y cafés.....	20	Compras.....	26
Hoteles	17	Diversiones.....	20
Compras.....	26	Transporte.....	20
Teatros y diversiones.....	7	Otros, incluidos impuestos	
Transporte y otros.....	30	Y otros gravámenes.....	14
Total	100	Total	100

Existe una estrecha correspondencia entre las estimaciones de H. M. Senior Trade Commissioner para Canadá y las del Dr. Ranc. Ambas coinciden en las siguientes partidas:

- (a) Compras
- (b) Restaurantes y cafés
- (c) Hoteles y otros alojamientos
- (d) Teatros y diversiones

Las tres estimaciones coinciden en estimar el gasto en compras en el 26 % de los gastos totales. La cantidad que los turistas gastan en compras es de una importancia extraordinaria habida cuenta de que algunas tienen precios prohibitivos. Como consecuencia de estas compras realizadas por los turistas en los países que visitan, estos países eluden los impuestos que gravan las mercancías importadas, pero, además, su compra se hace a precios bastante bajos como consecuencia del ahorro de los costes de transporte y de los beneficios de los intermediarios. Es absolutamente obvio que cada vez los turistas son más conscientes de los beneficios que obtienen con tales compras por lo que las demoran para hacerlas cuando hacen un viaje del mismo modo que los residentes en Sudáfrica dejan de hacer las suyas para llevarlas a cabo en los grandes centros en los que ellos pueden hacerlas con mayores ventajas. Hasta tal punto es esto así que el tráfico masivo de turistas crece y deja de hacer sus compras para efectuarlas

¹⁵³ *Promotion of Tourist Travel by Foreign Countries*, p. 9. Publicación del U.S. Department of Commerce.

¹⁵⁴ Bormann: *Die Lehre vom Fremdenverkehr*, p. 143

en los países visitados por lo que los precios dejan de cumplir su función. Esto conducirá invariablemente a un control más estricto por los respectivos países de sus propios residentes que visitan países extranjeros.

Según una investigación especial realizada por una de las más prestigiosas consultoras de Estados Unidos los hoteles reciben menos de 25 céntimos de dólar de los visitantes, de los que el 71 %, es decir, 18 céntimos, se gasta localmente por los hoteles. De aquí que, directa o indirectamente, según los cálculos de la empresa citada, el 93 % de los gastos de los turistas se distribuye entre negocios diferentes a los hoteles. Según una investigación encargada por la Asociación de Hoteles de Suiza en 1931, se estima que más de 200 millones de francos se distribuyen anualmente en alimentos y bebidas siendo los siguientes los más importantes¹⁵⁵:

	<u>Millones de francos</u>
Carne.....	50
Pollo y pescado.....	39
Frutas y verduras.....	24
Conservas de frutas y verduras.....	10
Huevos.....	7
Leche, crema, mantequilla y queso.....	25
Pan, harina y pastas.....	11
Bebidas alcohólicas.....	24
Bebidas no alcohólicas.....	3

Es evidente que, como ponen de manifiesto los estudios citados sobre el gasto de los turistas, que, si se llevara a cabo un desglose más detallado, se vería que estos gastos tienden a diseminarse por todo el entramado productivo de la economía nacional. Mientras algunos grupos de mercancías están en contacto directo con los turistas, como es el caso de los hoteles, los restaurantes y los cafés, los medios de transporte, los comercios, las farmacias, los teatros y similares, de acuerdo con las estimaciones, debería de ser simplemente cierto que obtienen necesariamente mayores beneficios del tráfico turístico que los negocios más distanciados de él. Los estudios citados sobre el gasto en hoteles ilustran este punto de forma contundente.

La clasificación de los gastos turísticos no resulta solo de interés por las razones que hemos expuesto aportando datos sobre la distribución de tales gastos sino, también, lo que quizás incluso más significativo, por la razón de que es de aplicación a efectos de la promoción del tráfico turístico local y nacional saber en qué dirección se orientan los intereses de los turistas. Así, por ejemplo, el alto porcentaje que alcanzan los gastos en restaurantes y cafés en comparación con el porcentaje de gastos en hoteles indica dos tendencias. En primer lugar, el deseo de los turistas de no permanecer inactivos en los hoteles o alojamientos y la importancia que adquieren sus desplazamientos. Este dato tiene una enorme importancia para el conjunto de la industria hotelera habida cuenta de que no la sitúa en primer lugar con respecto al tráfico turístico. En segundo lugar, refleja la predilección que los turistas tienen por los restaurantes y los cafés, especialmente donde, como el Continente (europeo), son tan alegres y divertidos. Los cafés han tenido siempre una gran atracción para los turistas. Recordando sus viajes, escribe Keysler: “En los soportales de la Plaza de San Marcos (de Venecia) hay numerosos cafés y restaurantes que son frecuentados principalmente por extranjeros¹⁵⁶” Los cafés y restaurantes en ciudades como París, Berlín y Viena son grandes centros de atracción

¹⁵⁵ Artículo “Fremdenverkehr und Landwirtschaft” de Dr. König, publicado en “Der Fremdenverkehr in der Schweiz, Reden Vorträge und Diskussionsvoten”.Schweizerischen Verkehrskongres, 1934. Berna

¹⁵⁶ Keysler: *Travels*, Vol. III, p. 260

para los turistas. Gracias a un próximo estudio sobre gastos de transporte será posible determinar qué uso se hace del ferrocarril, del transporte por carretera (autobuses) y de los automóviles y las preferencias por una u otra forma de transporte, en tanto que la comparación entre los gastos en transportes y los gastos en hoteles pondrá de manifiesto si los turistas prefieren desplazarse de un lugar a otro o permanecer en pocos lugares. Una clasificación más detallada de los gastos en hoteles indicaría también la naturaleza de los hoteles demandados. Así, por ejemplo, un estudio sobre la oferta de camas para alojamiento de los turistas que visitan Austria muestra los siguientes interesantes datos con respecto al periodo 1926 – 27 a 1932 - 33¹⁵⁷:

Año	Camas en hoteles	Porten taje del total de camas en hoteles	Camas en otros establecimientos	Porten taje del total de camas en otros estab *	Camas en casas particulares	Porten taje del total de camas en casas partic.
1926-27	118.052	52.11	26.978	11.89	81.512	36.0
1927-28	127.465	49.45	30.141	11.65	100.185	38.9
1928-29	132.902	47,95	35.696	12.85	108.737	39.2
1929-30	137.105	46,20	40.646	13,70	119.030	40.1
1930-31	141.254	46.20	44.061	14.40	120.371	39.4
1931-32	143.675	45.66	47.029	14.96	123.890	39.38
1932-33	139.454	45.35	48.124	15.65	119.920	39.00

(*) incluye pensiones, instituciones benéficas, hospitales, casas de acogida, etc.

Los datos muestran que la oferta de camas en hoteles ha disminuido del 52.11 en 1926-27 a 45.35 en 1932-33 mientras que ha aumentado en otros establecimientos. Notable es el alto porcentaje de camas en casas particulares que ha llegado al 39 % en 1932-33. Para el periodo en cuestión, el número total de hoteles aumentó de 5.989 a 6.712. El número de otros establecimientos para el alojamiento pasó de 860 en 1926-27 a 1.648 en 1932-33. El número de casas particulares que ofrecen camas aumentó de 23.548 a 29.162. El aumento del número de casas particulares que alquilan camas se atribuye fundamentalmente al muy acentuado carácter estacional del tráfico turístico en Austria y al trato condescendiente dado por el gobierno para su uso como alojamiento de turistas. Cuando el tráfico turístico es de naturaleza estacional. Será cada vez más importante el alquiler de habitaciones en casas privadas en orden a mantener bajos los gastos fijos en los hoteles.

La importancia de los razonamientos realizados en las líneas precedentes no puede ser sobre estimada. Estudios científicos de este tipo, si se realizan de un modo sistemático, probarían que son un instrumento de gran utilidad en manos de los gobiernos para la formulación de su política y para el control y el desarrollo de su tráfico turístico a lo largo de vías que darán no solo el máximo beneficio a los países visitados sino también el máximo placer y provecho desde el punto de vista de los turistas. De momento no solo no existen en absoluto tales estudios sino que tampoco se lleva a cabo la recogida y explotación de datos estadístico sobre el tráfico turístico. Suiza, un país que prácticamente desde el último medio siglo vive gracias a su tráfico

¹⁵⁷ Glücksmann: *Fremdenverkehrskunde*, pp. 56 - 57

turístico, pudo comparar por primera vez en 1935 el tráfico turístico de dos temporadas¹⁵⁸. Tampoco en Francia se dedicó atención al control y a la evolución del tráfico turístico en el pasado. Italia es el único país que ha dado importancia a la aplicación de la estadística al control de la industria turística.

Evolución de los mercados exteriores¹⁵⁹

Es indudable que los beneficios directos que los países obtienen de su tráfico turístico procedente del exterior gracias a los ingresos en los que se traducen los gastos de los turistas son de una gran importancia para el desarrollo de la industria turística pero también hay otros aspectos nacionales que merecen ser tenidos en cuenta para dicha industria. Entre ellos podemos citar la apertura y expansión de mercados en el exterior como resultado de la demanda creada entre turistas hacia los productos y manufacturas de los países que visitaron. Este aspecto de la industria turística es de considerable importancia si se tiene en cuenta que el desarrollo de mercados exteriores abiertos de esta forma tiene efectos acumulativos y que la demanda una vez creada tiende a permanecer y a crecer. Para estimar los efectos del tráfico turístico en el comercio exterior de productos nacionales solo hay que considerar el tremendo ímpetu dado al comercio por las Cruzadas por medio de la creación de nuevas necesidades¹⁶⁰. Se ha dicho que las exportaciones de cosméticos de Francia a Estados Unidos de América surgieron gracias al tráfico turístico de Estados Unidos a Francia. El aumento de estas exportaciones fue, hace años, muy grande, pero los datos siguientes indican que durante los últimos años están disminuyendo fuertemente¹⁶¹:

(cifras expresadas en dólares)

Producto	1930	1931	1932	1933
Jabón	350.283	221.369	237.555	69.932
Perfumes	1.603.230	766.390	614.332	747.155
Cosméticos*	893.212	647.241	293.546	497.664
Total	3.215.983	1.939.783	1.306.857	1.437.081

*incluye polvos, cremas, sales de baño y similares

El desarrollo de mercados exteriores depende esencialmente de la naturaleza de las mercancías y de la posibilidad de que los compradores extranjeros adquieran gusto y aprecio por ellas. Artículos de carácter esencialmente nacional como el vino francés, la ropa alemana, la porcelana holandesa y los encajes belgas y otros similares pueden ser sometidos a la consideración de los demandantes extranjeros de una forma directa o indirecta que en otras circunstancias podría no presentarse. Cuando la gente ve como y donde se producen las mercancías es a menudo muy frecuente que reciba estímulos para demandarlas. Permitir que los turistas visiten las fábricas del país sirve para impulsar su comercio. Los gobiernos darían un impulso a las exportaciones de sus países si hicieran especiales esfuerzos por informar a los turistas sobre productos que son de un marado

¹⁵⁸ *Der Fremdenverkehr in der Schweiz im Winter 1934-35*, de la Eidgenoössischen Statistischen Amt. Berna

¹⁵⁹ Cf. Haussler: *Der Fremdenverkehr*, p. 21. Ver también Stradner: *Der Fremdenverkehr*, p. 10; Taussig: *Internacional Trade*, p. 120, y Schmidt: *Fremdenverkehrs-probleme*, pp. 3-4

¹⁶⁰ Cf. Ogg: *Development of Modern Europe*, p. 46; Webster: *General History of Commerce*, pp. 49-54, y Day: *History of Commerce*, p. 87

¹⁶¹ Datos facilitados por Mr. Samuel H. Day, American Attaché, Johannesburgo

carácter nacional. El gobierno de Sudáfrica, por ejemplo, podría incrementar el mercado de frutas surafricanas si pusiera los medios para que en los principales hoteles del país hubiera fruta selecta durante la temporada turística y si organizara excursiones a las plantaciones de manzanos. Sería muy provechoso para el país que el gobierno de Sudáfrica llegara a acuerdos especiales con los hoteleros y con los cultivadores de fruta. El gobierno podría incluso considerar (la creación de) un subsidio para esta finalidad. Lo mismo puede decirse con respecto a las empresas de transporte marítimo. Lo cierto es que las mejores frutas surafricanas están muy lejos de ser las que se sirven en los hoteles y en los trasatlánticos, una queja que se formula con frecuencia contra Sudáfrica y no sin justificación. Pero, en general, este aspecto de la industria turística ha recibido escasa atención como consecuencia del hecho de que no se ven las vastas posibilidades que existen para el desarrollo del comercio de exportación a través del tráfico turístico.

Inmigración

Un último aspecto nacional de la industria turística es el de sus relaciones con la inmigración. Concretamente las que se refieren a (a) las personas que viven de ingresos fijos tales como pensionistas o empresarios retirados (b) empresarios (en activo) (c) accionistas¹⁶². Hay una gran cantidad de pensionistas como oficiales del ejército colonial y personas retiradas de los negocios que durante muchos años vivieron en condiciones climáticas y sociales diferentes de las que existen en su país de origen y que no desean regresar. Personas de este tipo prefieren lugares de residencia tranquilos en un medio natural atractivo alejados del ajetreo de los centros industriales y comerciales en los que el coste de la vida es relativamente más bajo y en los que los impuestos locales y nacionales no son excesivos. En estas condiciones, estas personas tienden a dirigirse a países como los de la Comunidad Británica en los que las comodidades no son diferentes a las que existen en Europa Occidental pero en los que las condiciones de vida son mucho más agradables. En tanto esta clase de turistas son bien recibidos en cualquier país es sobre todo a la inmigración de hombres de negocios así como de accionistas a la que la mayor parte de los países ve con ojos codiciosos. Muchos países pero sobre todo los más jóvenes como Australia, Canadá, Nueva Zelanda y Sudáfrica, escasamente poblados y subdesarrollados, y que poseen grandes recursos productivos, son conscientes de que los turistas de hoy serán inmigrantes bienvenidos de mañana. Ninguno de ellos es más consciente de esto que Canadá, que del modo más atractivo y bien planificado da a conocer a sus turistas su inmenso potencial para la inmigración futura. Para estos países su tráfico turístico podría servir como punta de lanza para abrir el camino para la llegada de hombres de negocio y accionistas como inmigrantes permanentes. En un país como Sudáfrica su política turística no debe separarse de su política inmigratoria e industrial, las cuales han de estar dirigidas, tanto aquella como estas, hacia la atracción de capital y negocios rentables para el desarrollo sostenido de los recursos nacionales. En cualquier caso debe existir un permanente interés del país para ocuparse de los que solo son transitorios. Debe quedar claro a este respecto que existen en la industria turística tanto aspectos permanentes como transitorios. Cuando el movimiento turístico se ve internacionalmente no se puede advertir que existe el peligro de prestar excesiva atención a los beneficios inmediatos y transitorios en detrimento de los intereses futuros y más permanentes. Cuando se actúa así se está sacrificando el futuro al presente; el peligro es que así es más inminente que los gobiernos se den cuenta de su responsabilidad en el desarrollo de su industria turística lo que promueve el

¹⁶² Cf. Gruntzel: *Economic Protectionism*, pp. 270- 273; ver también Gruntzel: *System der Handelspolitik*, p. 480

éxito de las iniciativas privadas y locales. Una política turística acertada exige ante todo equilibrio entre el presente y el futuro y después entre la industria turística y la explotación de los demás recursos. Un país que tienda a una concentración excesiva en su industria turística con preferencia a las demás ramas de la actividad económica se expone a un gran peligro. La industria turística es aun una industria de lujo en gran medida y como tal extremadamente susceptible a las variaciones de la actividad económica. El mayor, sin embargo, es que la proporción de la población ocupada en las actividades relacionadas con la industria turística aumenta el peligro de que con un descenso de la prosperidad internacional una proporción relativamente grande de la población quedará desempleada. Países como Suiza, Italia, Francia y Austria han de tener temer los efectos de una depresión mucho más que un país cuya actividad económica dedique más atención a la producción de cosas esenciales para la vida¹⁶³

Importancia política y económica

La gran verdad de que los hombres no viven aislados es aplicable a las naciones. Del mismo modo que la vida de una persona está inextricablemente unida con la vida de aquellos con los que se asocia, así la vida de una nación está minuciosamente entretejida con la vida de las demás naciones en cuyo ámbito de intereses se mueve. Aunque es verdad que tanto las personas como las naciones parecen tener señas de identidad propias enraizadas en el pasado más remoto que confiere a cada una unas características diferentes también lo es que, a pesar de las apariencias, son en el fondo las diferencias son más aparentes que reales. Fundamentalmente, la naturaleza humana es la misma y las naciones son fundamentalmente iguales a pesar de que el aspecto exterior sea diferente. Las personas y las naciones se descubren a sí mismos al descubrir a las otras. Lo que hace que las personas y las naciones se separen no es más que una alucinación o un producto de la mente¹⁶⁴. Solo cuando las naciones entran en contacto unas con otras es cuando los temores, los prejuicios e incluso los odios creados como consecuencia de las barreras que hay entre ellas y que las llevan a vivir en situación de mutuo pavor desaparecen y quedan al descubierto las buenas cualidades que configuran el carácter humano. Muchas naciones que estuvieron en guerra contra otras durante el periodo 1914 – 1918 descubrieron en ellas buenas y excelentes cualidades tales como valentía, capacidad de sacrificio, amor fraterno, bondad, fidelidad, que son las cualidades con las que, en definitiva, pueden sobrevivir. Si en lugar de mirarse unas a otras con suspicacia y con miedo las naciones lo hacen desde la libertad muchos de los prejuicios que las llevaron a la guerra desaparecerán. Lo que Bucle escribió hace un siglo sigue siendo verdad y de aquí la decisión de citarlo *in extenso*. Al escribir sobre las fuerzas que han suavizado el amor a la guerra, dice:

La tercera causa importante por la que el amor a la guerra va desapareciendo es la forma en que los descubrimientos relacionados con la aplicación del vapor al deseo de viajar ha facilitado las relaciones entre los países lo que ayuda a eliminar el desprecio basado en la ignorancia que las naciones pueden sentir por las demás. De aquí, por ejemplo, la miserable e impúdica mentira que muchos escritores ingleses expresaron sobre la moral y el carácter privado de los hombres y las mujeres de Francia, tendiendo no solo a aumentar el sentimiento de odio existente entre los dos primeros países de Europa; azuzando a los ingleses contra los vicios franceses azuzan a los franceses contra las calumnias inglesas. Del mismo modo, hubo un tiempo en que un inglés creía

¹⁶³ Véase, Haussler: *Der Fremdenverkehr*, p. 45

¹⁶⁴ Cf. MacMurray: *Freedom in the Modern World*, p. 115

firmemente que podía con diez franceses; una clase de seres por los que sintió un soberano desprecio, una raza débil y poco desarrollada que bebe vino en lugar de brandy y que viven como las ranas; miserables infieles que oyen misa los domingos; que se arrodillan ante los ídolos y que incluso adoran al Papa. Por otra parte, los franceses fueron enseñados a despreciarnos como a rudos y bárbaros analfabetos sin muestra alguna de humanidad; extremadamente maleducados, vivimos en un clima inhóspito, con una niebla perpetua solo rota por la lluvia, que impide que se vea el sol; padecemos una profunda e inveterada melancolía a la que los médicos llaman spleen inglés; y que bajo la influencia de esta cruel enfermedad caemos en el suicidio, sobre todo en noviembre, cuando nosotros, como es bien sabido, nos ahorcamos y nos matamos unos a otros por miles.¹⁶⁵

Por donde quiera que se mire en la vieja literatura de Francia y de Inglaterra vemos que estas son las opiniones con las que las dos primeras naciones de Europa, desde la ignorancia y la simplicidad de sus sentimientos, se enzarzaron la una contra la otra. No obstante, las mejoras continuas (en medios de comunicación), que llevan a los dos países a establecer relaciones más estrechas, han eliminado estos ridículos prejuicios y enseñado a cada pueblo a admirarse y, lo que es más importante, a respetarse mutuamente. *A más relaciones más respeto*. El mejor observador y el pensador más profundo es también el juez más indulgente. El misántropo solitario, obsesionado con su supuesta verdad, es el más propenso a subestimar las buenas cualidades de nuestra naturaleza y a resaltar lo peor de ella.

De aquí que, entre los innumerables beneficios derivados del avance del conocimiento, poco hay que sea más importante que la continua facilitación de la comunicación, la cual, aumentando la frecuencia con la que las naciones y las personas entran en contacto, ha suavizado de un modo verdaderamente notable, sus prejuicios, disminuido la hostilidad recíproca y generalizado una visión más favorable de nuestra naturaleza común, nos ha estimulado a desarrollar los recursos ilimitados del entendimiento humano eliminando todo aquello que convertía la cooperación en una herejía (las itálicas son de Bucle)

Esto es lo que ha acontecido en la Europa moderna. Los franceses y los ingleses, por el mero hecho de haber aumentado sus relaciones y contactos, han aprendido a pensar de un modo más positivo los unos con respecto a los otros, y a olvidar el ridículo desprecio mutuo en el que ambos pueblos solían caer. En este como en otros casos, un país civilizado es el que mejor llega a conocer a los demás, el que mejor consigue respetarlos e imitarlos. Entre todas las causas de desprecio a una nación, la principal es la ignorancia. Cuando usted aumenta el contacto, usted combate la ignorancia y por consiguiente disminuye el desprecio. Es decir, la verdad lleva a la caridad y a ella conducen las enseñanzas de maestros y profetas. Ellos han cumplido su vocación

¹⁶⁵ Cf. Oppenheimer, el cual escribe: “Es muss aufhören, dass der Deutsche im Franzosen immer nur den Herbecer und Absinthsäufer, und der Franzosen im Deutschen immer noch den Sauerkrautfresser und Biersäufer sieht, dass alle Welt jubelt, wenn die alte Witzblattfigur dess grosskarrierten Engländers mit seinem Spleen auftritt, oder ungeduldig wird, wenn in Wien andere Dinge gezeigt werdwn als ‘süsse Mädels’ und vertrottelte Erzherzöge, oder andere Amerikaner als Dollarjäger. Hier sündigt nicht nur die landläufige Literatur, sondern vor allem auch der Film”. En *Zur Sociologie des Fremdenverkehrs*. Archiv für den Fremdenverkehr, N° 2, III, 1932 – 33 (A. J. Norval cita por el original alemán. Mi traducción al español de esta cita en alemán es: “Debe acabar de una vez que los alemanes solo vean a los franceses como adúlteros y bebedores de ajeno y que los franceses solo vean a los alemanes como comedores de coles fermentadas y bebedores de cerveza, que todo el mudo se carcajee cuando se representa la vieja caricatura del inglés mostrando su spleen, que espere que en Viena no le muestran otras cosas más que muchachas bonitas y archiduquesas o que los americanos sean ávida dólar. En estos pecados no cae solo la mala literatura sino, sobre todo, el cine”)

durante los siglos sin lograr el más mínimo efecto sobre la disminución de la frecuencia de las guerras. Podemos decir sin exagerar lo más mínimo que cada nuevo ferrocarril que se construye en el Continente y cada nuevo vapor que crúzale Canal son garantías adicionales para la preservación de la larga e inquebrantable paz que, durante cuarenta años, ha unido las fortunas y los intereses de las dos naciones más civilizadas de la tierra¹⁶⁶

Humanamente hablando, es indudable que no hay una forma más eficaz para combatir los desprecios entre naciones que el movimiento turístico, el cual se comporta como una fuerza para unir naciones¹⁶⁷ que puede ser potenciado si, como el Prof. Oppenheimer de la Universidad de Francfort afirma, se consigue imponer la perspectiva de los turistas en los diferentes aspectos de la vida de los países que ellos desean visitar¹⁶⁸. La actitud de las autoridades nacionales, provinciales y locales de los diferentes países hacia el movimiento turístico ha sido demasiado pasiva en el pasado. Cuando los turistas han llegado al país tienen que valerse por sí mismo para conseguir sus impresiones del país, sus habitantes, su vida social, política y cultural, sus artes e industrias lo mejor que pueden y siempre se corre el riesgo de que tales impresiones sean equivocadas o superficiales, o confiadas al cuidado de guías que conocen poco la realidad del país y que ni siquiera comprenden lo que repiten mecánicamente. En vez de ser tratados como extranjeros, durante su estancia en un país extranjero, los turistas deben ser tratados como huéspedes y sentir que ellos son realmente bienvenidos¹⁶⁹. Con unos costes relativamente pequeños, los turistas pueden ser introducidos en la vida del país extranjero que visitan, los cuales, además, se percatarán de las ventajas que tiene gastar más en los turistas extranjeros mejor que en publicidad en el exterior. El más eficaz de todos los medios de publicidad es el que se hace en el lugar en el que está el turista. La clientela es el mejor activo de tiene cualquier negocio que se lleva a cabo, sea privado o público, y ninguna publicidad será más eficaz que la que se hace para conseguir clientela entre países extranjeros. Una nación que vive en paz y armonía con los demás países y recibe en su seno a los nacionales de esos países como si fueran si fueran residentes, llegará, como Suiza, a contar con una floreciente industria turística, la cual quedará ampliamente apoyada en sus propios monumentos.

La protección de los turistas contra la explotación requiere que el Estado asuma un papel más activo o incluso el control de su tráfico turístico, pero, en ciertas circunstancias, sus propios ciudadanos tendrán interés en ello por lo que el Estado tendrá incluso más razones para hacerlo. En algunos países, un gran número de visitantes extranjeros puede provocar inconvenientes a los consumidores locales si ello es utilizado por los comerciantes para aumentar los precios¹⁷⁰. Esto acontece, sin embargo, cuando los residentes de un país han de ser protegidos frente a los mismos contra los que la autoridad gubernamental está obligada a intervenir en su ayuda. Por ejemplo, la llegada de un gran número de turistas extranjeros, los cuales no están familiarizados con las condiciones internas del país visitado, tendrá inevitablemente un fuerte impacto sobre cualquier comunidad o grupo atrasado y con bajo nivel de civilización que haya en el país¹⁷¹. El efecto de la presencia de turistas en estas comunidades atrasadas puede ser actualmente desmoralizante en la medida en que sus miembros prefieran ganarse el sustento ofreciendo servicios a los turistas o convertirse

¹⁶⁶ Buckle: *Civilization of England*, Vol. I, pp. 219 - 223

¹⁶⁷ Cf. Glücksmann: *Fremdenverkehrskunde*, p. 8

¹⁶⁸ Franz Oppenheimer, ob. cit.

¹⁶⁹ Schmidt: *Fremdenverkehrsprobleme*, p. 6

¹⁷⁰ Cf. Glücksmann: *Fremdenverkehrskunde*, pp. 6 - 7

¹⁷¹ Gruntzel: *Economic Protectionism*, p. 117

en una clase parásita que subsiste de lo que pueden sacar mendigando de los visitantes en lugar de vivir de sus actividades tradicionales. Es por esta razón por la que la representación del gobierno británico en Egipto ha expresado oficialmente su petición a los crecientes visitantes de Egipto para que “no destruyan la dedicación al trabajo de una parte de la población nativa por medio de una excesiva generosidad”¹⁷².

En un país como Sudáfrica con numerosas razas nativas con una población mayor que la europea, el gobierno tendrá que luchar contra todo lo que pueda destruir la inclinación de las razas nativas a la industria convencional. Aunque la presencia en Sudáfrica de turistas de ultramar aumente fuertemente la demanda de ciertos artículos de la artesanía nativa como alfarería, cestos, tallas de madera, abalorios, objetos de alambre, cuero o piel, etc.¹⁷³, y de esta forma se estimulen las actividades latentes, es desaconsejable permitir contactos directos entre turistas y nativos. La disposición de mercancías nativas debe estar en manos de almacenes controlados que establezcan qué artículos en venta son productos nativos auténticos y en cuales de ellos responden al nivel exigible en la artesanía. Bajo ninguna circunstancia debe el gobierno permitir nada que tenga visos de explotación de la vida y costumbre de los nativos por interés de los turistas. Los turistas deben ser inducidos a cooperar con el gobierno a fin de que se cumpla la responsabilidad de las razas europeas hacia las razas nativas. Decididamente, no se alentará que las razas nativas sean usadas como un tipo de espectáculo para satisfacer la curiosidad de los turistas como ha sido insinuado indebidamente por la publicidad. La vida nativa en Sudáfrica es incuestionablemente uno de los más interesantes objetos de estudio que el país tiene para ofrecer a los turistas pero debe ser vista en su tribal estado natural y estudiada a distancia y sin que los nativos sean conscientes de ninguna forma de que están siendo estudiados u observados.

Desde el punto de vista de la importancia nacional de la industria turística para cualquier país interesado en su desarrollo y desde el punto de vista del papel que juega en la vida económica, social y política ningún gobierno debe olvidar el control y dirección de su tráfico turístico, la formulación de una política turística claramente definida orientada hacia el desarrollo del tráfico turístico procedente de países extranjeros y la promoción de relaciones comerciales con tales países con miras a estimular la exportación y las inversiones locales de capital así como la inmigración procedente de una parte de dichos países si lo desea. En un país como Sudáfrica, con enormes recursos productivos en un nivel prácticamente sin desarrollar y con una población europea muy pequeña, su política turística de cara al exterior debe necesariamente estar muy estrechamente relacionada con su economía en general y con su industria en particular así como con su política de inmigración. Para el desarrollo del tráfico turístico hacia Sudáfrica estos diferentes factores han de ser continuamente tenidos en cuenta en sus relaciones con los demás. El tráfico turístico de Sudáfrica, si se gestiona bien, puede jugar un papel muy importante en el futuro desarrollo económico e industrial del país porque puede comportarse como punta de lanza abriendo caminos para el tipo de inmigración más indicado, para la introducción de capital y para la creación y el desarrollo de mercados exteriores, de todo lo cual tiene Sudáfrica gran necesidad.

¹⁷² Gruntzel: Ibid.

¹⁷³ G. P. Lestrade: *Some Reflections on the Possibilities of a Native Industry*, en *Social and Industrial review*, marzo, 1928

CAPÍTULO V

FACTORES DETERMINANTES DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

Donde quiera que haya vida hay acción, y allí donde hay acción hay cambios. El organismo económico es extraordinariamente dinámico y su incesante energía genera continuamente los más profundos cambios en todos sus componentes. Las fuerzas que causan estos cambios en cada uno de los mencionados componentes del sistema económico son múltiples. Las que ocasionan variaciones en el volumen del tráfico turístico pueden ser clasificadas en dos grupos: (a) *Generales* y (b) *Particulares*. Los factores generales son los que tienden a incrementar o a disminuir el volumen del tráfico turístico sin influir en ninguna dirección en particular. Los factores particulares, por otro lado, son los que tienden a diversificar tanto como es posible la corriente del tráfico turístico en una dirección particular. Cada uno de estos grupos de factores a su vez está formado por un cierto número de factores separados o individuales que son estudiados a continuación.

FACTORES DETERMINANTES GENERALES

Cambios en el nivel de la demanda

El progreso humano se caracteriza por una siempre creciente subyugación de fuerzas de la naturaleza por el control del hombre, fuerzas que son mejoradas en los métodos de producción y distribución, en los medios de comunicación y transporte, en un refinamiento y diferenciación general de los deseos humanos y en una más completa satisfacción de estos. Cuantitativa y cualitativamente, los deseos humanos son infinitos y están continuamente en crecimiento con respecto a los medios de subsistencia que existen para su satisfacción. Cuando alguno de nuestras más urgentes y básicas necesidades de alimentos, vestidos, vivienda y calor se satisfacen surgen nuevas necesidades de un orden más alto y más refinado y si cuenta con más medios a su disposición el hombre gasta relativamente más en aquellas cosas que satisfacen sus necesidades más elevadas que en las que satisfacen sus necesidades más básicas¹⁷⁴. Esta tendencia, que tiene necesariamente su contrapartida en el número de quienes están ocupados, directa o indirectamente, en la satisfacción de las diferentes necesidades, se refleja claramente en la continua variación del número de personas que están ocupadas en los respectivos sectores productivos para satisfacerlas, como se indica a continuación:

¹⁷⁴ Cf. *Recent Economic Changes*. National Bureau of Economic Research. Vol. I, pp. xiv – xv. Ver también Ludwig von Mises: *Liberalismos*, pp. 28 y 29: *World Economic Survey*: Publicación de la Sociedad de Naciones, 1933 – 34, pp. 64 - 68

REINO UNIDO

Ocupaciones	1881 (A)	1901 (A)	1911 (A)	1881 (B)	1901 (B)	1911 (B)
Profesionales	46	52	59	17	23	26
Serv. Domés	8	9	11	142	122	110
Comerciantes	30	41	45	1	5	9
Transportistas	75	95	97	1	1	2
Agricultores	188	136	125	16	-	6
Mineros	49	60	70	-	9	-
Metalúrgicos	75	91	97	3	4	5
Const. Edific.	74	86	70	-	-	-
Textil	48	38	39	61	52	51
Conf. Ropa	35	32	30	59	54	48
Com. y hotel.	54	60	62	15	22	29
Otros indust.	61	74	77	11	16	18
Sin especif.	85	61	50	8	8	10
Ocupados	827	834	832	335	316	315
Jub. y desoc.	173	166	168	665	684	685
TOTAL	1000	1000	1000	1000	1000	1000

(A) hombres ocupados por cada mil hombres cada diez años

(B) mujeres ocupadas por cada mil mujeres cada diez años

Fuente: Bowley: *An Elementary Manual of Statics*. P. 91

Los cambios que han tenido lugar en los años recientes en la distribución por ocupaciones de la población ocupada en Reino Unido, Alemania y Estados Unidos, ilustra claramente la tendencia que puede ser considerada como general¹⁷⁵. En cada uno de los países citados se observa una disminución del número de personas ocupadas en las actividades básicas como la agricultura en comparación con el número de personas ocupadas en servicios como comercio, transporte y comunicaciones. Más claro es el aumento en el número de personas ocupadas en las últimas actividades en Alemania y en menos medida en el Reino Unido y Estados Unidos de América. El aumento relativo de la ocupación en los servicios es una prueba concluyente de que aumentan también los gastos en satisfacer necesidades de cosas no materiales tales como bioscopes, conciertos, teatros, programas de radio, viajes, educación, arte, deporte, diversiones, seguros de vida y en servicios de hoteles, restaurantes, cafés, tintorerías y similares¹⁷⁶. De las cantidades gastadas en satisfacer necesidades no materiales las más destacadas son incuestionablemente las que se hacen en viajes al extranjero. Se estima que durante el periodo 1924 – 1927 los ingleses gastaron anualmente un promedio de 240.000.000 de libras en viajes¹⁷⁷. Se estima también que durante el año punta 1929, los turistas procedentes de Estados Unidos gastaron 821.000.000 de dólares. Posteriormente el gasto descendió a una quinta parte la cantidad gastada en 1929¹⁷⁸.

Estos gastos serán pronto rebasados sin duda como consecuencia de la creciente tendencia a hacer viajes al extranjero y de las crecientes inversiones en facilitación de tales viajes.

¹⁷⁵ Cf. *Statistical Year Book of the League of Nations*, 1932 – 33, 99. 44 - 45

¹⁷⁶ Cf. *Recent Economic Changes*, Vol. I, pp. xiv – xv. También, *Strukturwandlungen der Deutschen Volkswirtschaft*, Vol. I, pp. 53 – 56; Viljoen: *The Economic Tendencies of To-day*, p. 36; y Ogilvie: *The Tourist Movement*, p. 41 y sig.

¹⁷⁷ A. E. Feavearyear: *The Economic Journal*, Vol. XLI, n° 161, p. 60

¹⁷⁸ *The Balances of International Payments of the United States*, 1932 y 1933

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

(Población total y personas ocupadas en miles)

	1920	1921	1922	1923	1924	1925	1926	1927
Pob total	106.422	108.370	109.742	111.478	113.466	115.004	116.442	117.980
P. ocup.	40.008	40.429	40.701	41.313	42.095	42.659	43.218	43.943
Incremento acumulativo en ocupaciones no agrícolas	-	112	224	336	486	608	802	861
Total ocupados en ocupaciones no agrícolas	31.137	31.681	32.382	33.024	33.909	34.621	36.491	36.372
Excluidos Empresarios	27.558	27.989	28.505	29.293	30.234	30.941	31.808	32.695
Funcionari.	2.719	2.689	2.618	2.633	2.674	2.736	2.785	2.819
Mercantil.	3.215	3.298	3.694	4.237	4.015	4.297	4.412	4.623
Otros	4.057	4.931	4.576	4.488	5.852	6.043	6.318	6.603
Ocup. en los mayores sect. indust	17.567	17.071	17.617	17.935	17.693	17.895	18.293	18.650
I. extractivas	1.217	1.234	1.250	1.254	1.196	1.182	1.278	1.285
Transp com	4.235	4.151	4.431	4.691	4.658	4.582	4.744	5.204
Construc. excluido autopistas	932	932	1.199	1.277	1.352	1.613	1.594	1.563
Manufacturas	11.183	10.754	10.737	10.713	10.487	10.488	10.677	10.598

Fuente: *Recent Economic Changes*, Vol. II, p. 474

ALEMANIA

Ocupación	1882 (A)	1882 (B)	1895 (A)	1895 (B)	1907 (A)	1915 (B)	1925 (A)	1925 (B)	1933 (A)	1933 (B)
S. Agrario	7.134	42,2	7.182	36.4	8.556	34.0	9.762	30.5	9.343	28.9
Industria	5.787	34.3	7.485	37.9	9.848	39.1	13.486	42.1	13.051	40.4
Comercio transporte y comunic.	1.444	8.6	2.152	10.9	3.496	13.9	5.236	16,4	5.931	18.4
Servicios púb + pri	958	5.7	1.327	6.7	1.652	6.6	2.131	6.7	2.701	8.4
Serv. doméstico	1.562	9.2	1.610	8.1	1.604	6.4	1.394	4.3	1.270	3.9
TOTAL OCUPADOS	16.885	100	19.765	100	25.156	100	39.009	100	32.296	100

(A) Población ocupada en miles

(B) Porcentaje sobre el total de personas ocupadas

Fuente: Suplemento a The New Report of the German Institute of Business Research, Berlín, 26 de junio, 1935

Aumento del ingreso per cápita

No solo se gasta una proporción relativamente grande del ingreso nacional y por persona en satisfacer necesidades no materiales sino que también sino también la proporción de ingresos disponibles para estos gastos aumentó por término medio durante los últimos cinco años. El salario medio y el ingreso han aumentado considerablemente en muchos países durante la pasada media centuria como muestran las tablas siguientes:

ALEMANIA

AÑO	INGRESO NACIONAL (miles de marcos)	INGRESO PER CAPITA (en marcos)
1885	15.000	320
1895	25.000	470
1913	43.000	640

Fuente: *Strukturwandlungen*, Vol. I, p.42

REINO UNIDO (Índices de Ingreso Nacional y de Salarios)

Año	Salarios	I. N.	Año	Salarios.	I. N.	Año	Salarios	I. N.
1880	100	100	1891	115	103	1902	126	118
1881	100	100	1892	115	100	1903	125	118
1882	103	103	1893	115	100	1904	123	119
1883	103	101	1894	115	101	1905	123	120
1884	103	100	1895	115	103	1906	126	124
1885	101	97	1896	115	107	1907	133	127
1886	100	97	1897	116	109	1908	131	125
1887	101	99	1898	120	111	1909	129	127
1888	104	103	1899	123	113	1910	129	131
1889	114	105	1900	128	117	1912	135	138
1890	114	105	1901	128	117	1912	135	138

Fuente: Bowley: *An Elementary Manual of Statics*, 4ª edición, 1931, p. 208

Ingreso Bruto Nacional Interior*

1911 Incluido Estado de Irlanda	1924 Excluido Estado de Irlanda
1.904 millones de libras	4.008 millones de libras (menos intereses a U.S.A)

* en territorio de la metrópolis británica

Fuente: Bowley y Stamp: *The Nacional Income*, 1924, p. 72

Ingreso Nacional Neto Interior

	1911	1924	1926	1927	1928	1929	1930	1931
Salarios	773	1413	1352	1474	1460	1482	1433	1376
Sueldos	215	741	821	821	835	838	827	808
Rentas (de la tierra y edific.)	200	258	270	282	288	293	303	313
Intereses y beneficios	624	989	1008	1035	990	1106	1117	825
TOTAL	1812	3401	3451	3612	3573	3719	3680	3322

Fuente: Clark: *The Nacional Income*, 1924, p. 50

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

Índices de Ingresos por perceptores de salarios, dividendos e intereses
pagados por las industrias, 1901 – 1913
(en dólares de cada año)

Años	(A) En todos los sectores	(A) En la industria	(B) En todos los sectores	(B) En la industria y empr. utilid. públ.	(B) Ferrocarriles	Ingresos en metálico de obligacionistas
1901	100	100	100	100	100	100
1902	102	104	96	107	81	100
1903	107	107	90	104	71	102
1904	106	105	92	105	75	103
1905	109	108	89	87	92	103
1906	112	111	115	101	134	103
1907	117	114	133	128	139	104
1908	111	104	100	93	109	104
1909	117	114	123	103	150	104
1910	124	122	120	125	112	106
1911	124	118	120	122	117	107
1912	127	121	116	123	108	107
1913	133	127	140	154	122	108

Fuente: Mills: *Economics Tendencies*, Vol. XXI, p. 154 (National Bureau of
Economic Research). Mitchell: *Business Cycles*, Vol. X, p. 142 (National Bureau of
Economic Research)

Ingresos totales entre 1913 y 1925
(miles de millones de dólares)

	1913	1914	1919	1921	1923	1925
Pagos de las empresas	13.0	12.4	25.2	23.6	28.9	31.1
Pagos de las empresas y del gobierno	15.0	14.5	31.3	29.3	34.6	37.2
Pagos en metálico	315	31.3	57.2	55.8	67.1	74.3
% empresas	41.3	39.6	44.0	42.4	43.0	41.9
% empresas y gobierno	47.5	46.3	54.7	52.5	51.6	50.2

Fuente: *Recent Economic Changes*, Vol. II, p. 776

Los análisis precedentes sobre la distribución del ingreso nacional en los tres países citados muestran un incremento sostenido de los ingresos distribuidos en diferentes formas durante los últimos cuatro o cinco años. Con el espectacular desarrollo industrial y comercial que ha tenido lugar durante desde los años cincuenta de la pasada centuria (siglo XIX) el aumento del ingreso nacional ya referido puede tener lugar en la mayor parte de los países civilizados del mundo. Este aumento del poder de compra junto con la tendencia general a gastar proporcionalmente más ingresos en la satisfacción de necesidades no materiales influye necesariamente en el volumen del tráfico turístico, lo cual le da necesariamente un impulso adicional. Una distribución más igualitaria del ingreso nacional como consecuencia de una deliberada eliminación de las desigualdades que existen en la actualidad, si va acompañada por un mejoramiento del nivel de vida, tenderá a promover el tráfico turístico entre los países más cercanos y al mismo tiempo es más que probable que no reduzca los viajes de larga distancia entre los países más alejados, como, por ejemplo, entre Europa occidental y los Estados Unidos de América, de una parte, y Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica, de otra.

Incremento de la productividad por hora de trabajo

El aumento del poder de compra y del tiempo libre son dos factores de la mayor importancia para el futuro desarrollo del tráfico turístico. Viajar exige disponer de tiempo. Cualquier factor, por consiguiente, que libere al individuo o a las masas del tiempo (de trabajo) tiene indudablemente una enorme influencia en el tráfico turístico. La jornada laboral ha tenido una duración decreciente durante el siglo pasado (el XIX) desde las doce horas o más a las ocho horas o menos. Sin embargo, el acortamiento de la jornada de trabajo ha venido acompañado por un aumento espectacular del ingreso nacional. Así, por ejemplo, en los Estados Unidos de América la productividad *per capita* ha aumentado al menos un 60 % en comparación con la de fines del siglo pasado (el XIX). Entre 1922 y 1925 la productividad *per capita* en la industria manufacturera aumentó en un 35 %. El aumento de la productividad en trabajadores de explotaciones agrícolas también alcanzó tasas antes desconocidas¹⁷⁹. Al referirse a los cambios que han tenido lugar en la producción como consecuencia del aumento de la productividad

¹⁷⁹ *Recent Economic Changes*, Vol. I, p. xv

Mr. Ewan Calgüe del United Status Labour Department afirma: “Tiene lugar hoy en Estados Unidos una nueva revolución industrial que puede rebasar en importancia económica a la vieja revolución basada en una serie de invenciones mecánicas que tuvieron lugar en Inglaterra durante el último cuarto del siglo XVIII y que, eventualmente, transformaron industrial, política y socialmente la vida de los ingleses. Mucha gente conoce los grandes avances en maquinaria, procesos industriales, gestión de los negocios y producción que tuvieron lugar; pero, excepto con respecto a unos algunos artículos de una vez a otra, muy pocos manifiestan los avances en la productividad de forma clara. Hubo quien dudó en aceptar como característico de la producción industrial e conjunto los sorprendentes datos sobre el aumento de la producción en determinadas plantas o establecimientos. Y ahora, cuando disponemos de una gran cantidad de datos, los hechos son claros e indiscutibles. Tenemos la evidencia de que lo más destacable en la actualidad es el espectacular aumento de la productividad de toda la historia del moderno sistema industrial. En la industria del automóvil la producción por trabajador en 1925 fue tres veces mayor que en 1914, lo que supone un aumento de la productividad verdaderamente increíble en una industria, incluso antes de 1914, lo cual se debe a un alto nivel de eficiencia¹⁸⁰.”

Los datos siguientes se refieren al año 1925 y expresan en porcentaje con respecto al año 1914¹⁸¹:

Objetos metálicos ..	153
Automóviles.....	310
Zapatos.....	116,5
Papel y pasta para papel.....	125,7
Cemento.....	157,8
Cuero.....	128,2
Harina.....	139
Azúcar refinada de caña.....	127,3
Petróleo refinado.....	177,3
Carne y productos cárnicos envasados.....	110,7
Caucho sintético.....	311

Los datos anteriores reflejan, por ejemplo, que los trabajadores de las industrias metálicas produjeron más, empleando las mismas horas, en 1925 que en 1914, y lo mismo puede decirse de los demás sectores. Semejante aumento de la productividad por hora de trabajo tiene necesariamente que llevar a más tiempo libre para dedicarlo a actividades no relacionadas con la producción gracias a una más racional utilización de las fuerza laboral, lo que permitirá a los trabajadores liberarse del trabajo de una quincena o tener la remuneración de un mes completo. El desarrollo del interés por las bellas artes y la ciencia, la literatura, los viajes y la formación es la consecuencia del aumento del tiempo libre¹⁸². El tiempo libre de obligaciones es un factor que experimenta un desarrollo significativo en la vida de las naciones que solo conseguirá manifestar todas sus potencialidades si somos capaces de cambiar nuestra inclinación por las cosas materiales y nuestras actuales actitudes vitales. En nuestra época, vivimos una etapa en la que las cosas no son poseídas por nosotros sino que somos nosotros los que somos poseídos por las cosas. Los millonarios no poseen los millones, son los millones los que les poseen a ellos. La producción debe tener como fin el aumento de la

¹⁸⁰ Tugwell: *Industry's Comino of Age*, pp. 2 y 3

¹⁸¹ Ibid. P. 3

¹⁸² *Recent Economic Changes*, Vol. I, p. xvi

felicidad humana y para eso nuestros recursos han de orientarse y usarse de forma que se encaminen hacia el bienestar de la humanidad, lo que solo puede conseguirse liberando nuestra mente del poder de las cosas materiales. Para liberarnos de este poder y convertirnos a nosotros mismos en parte de un todo hay que disponer de más tiempo para utilizarlo en actividades de disfrute entre las que los viajes ocupan un lugar prominente. Hay muchos indicios de que la humanidad se está moviendo en una dirección que está llevando al mundo a una revolución espiritual más que industrial, y por doquier está apareciendo una nueva escala de valores gracias a la cual se dará más importancia a la felicidad individual que a las máquinas y sus productos.

La coyuntura

Variaciones en la actividad económica como las que han tenido lugar durante la última centuria como consecuencia de la alternancia de periodos de prosperidad y depresión tienen por su propia naturaleza una considerable influencia en el volumen del tráfico turístico como pone de manifiesto el aumento que experimentó durante los años inmediatamente precedentes al año 1929 y la contracción de los años posteriores. Aunque los viajes están siendo considerados cada vez más como una necesidad biológica o vital¹⁸³, sigue siendo todavía teniendo carácter de un lujo para una gran parte de turistas, y, como tal, participa de las características de toda industria de lujo. Los hombres satisfacen primeramente sus necesidades más perentorias y después las que menos les urgen y de esta forma se va desplazando a lo largo de la escala de sus deseos satisfaciéndolos uno después de otro de acuerdo como sus recursos les permiten hasta llegar a la satisfacción de los que menos les apremian. E, inversamente, las necesidades a cuya satisfacción primero deja de atender son las que considera de lujo. Como para un gran número de turistas el viaje es todavía un lujo, es lo primero que ellos eliminan de la lista de sus requerimientos cuando llegan las adversidades económicas. Dado que la industria de los viajes depende tan estrechamente de la situación general de la actividad económica tiende a expandirse y a contraerse con las expansiones y las contracciones de la actividad económica en general y probablemente después de cada ciclo alcanzará un nivel máximo¹⁸⁴. Los periodos de depresión o recesión que invariablemente siguen a cada ola de prosperidad deben ser vistos como periodos de limpieza y regeneración. Durante estos periodos el stock hay que verlo no solo desde la situación nacional sino también desde la situación internacional. Las naciones deben afanarse en la remoción de los obstáculos que impiden la libre circulación de bienes y servicios así como del tráfico turístico. La Sección Económica de la Sociedad de Naciones ha hecho un excelente trabajo durante los años recientes recolectando datos sobre la situación económica del mundo y combatiendo la ignorancia existente en el mundo sobre los desastrosos efectos de las medidas adoptadas por las naciones para proteger la economía nacional. La Sección económica de la Sociedad de Naciones puede ser usada en el futuro como un poderoso instrumento en manos del mundo para “determinar donde, cuando y con qué medidas”¹⁸⁵ combatir las devastadoras depresiones periódicamente recurrentes y para reunir y presentar el

¹⁸³ Haussler: *Der Fremdenverkehr*, p. 18

¹⁸⁴ Véase Spiethoff: *Krisen*, artículo publicado en el *Händwörtenbuch der Staatswissenschaften*, Vol. VI, p. 13. Para la influencia de los movimiento de la coyuntura en el tráfico turístico en general, cf. Haussler: *Der Fremdenverkehr*, pp. 41 – 54, y Borman: *Die Lhere vom Fremdenverkehr*, pp. 13 – 21.

¹⁸⁵ Prof. Ernsts Wagemann: *Fundamental Principles of Economic Policy*. Supplement to the Weekly Report of the German Institute for Bussines Research, 2 de octubre, 1935

material necesario para la formulación de una “adecuada política de relaciones económicas internacionales bien planificada”

Agencias de viajes internacionales¹⁸⁶

No es fácil evaluar toda la importancia que tiene el trabajo que realizan las agencias de viajes internacionales, pero es, sin embargo, evidente que estas oficinas ejercen una enorme influencia en el mundo de los viajes y que se comportan como una de las más poderosas fuerzas en la estimulación y en la realización de los deseos de personas de diferentes nacionalidades de visitar países extranjeros. El movimiento turístico existe en gran parte gracias al esfuerzo, a la visión y a la capacidad de organización de hombres como Thomas Cook. Sin sus iniciativas, sus acciones y sus persistentes esfuerzos para llevar el ferrocarril al continente europeo haciendo posible la significación económica internacional del tráfico turístico¹⁸⁷, este nunca se habría desarrollado en la forma en la que lo ha hecho desde mediados del siglo pasado, y el mundo sería más pobre de lo que es. El movimiento masivo de turistas, tan característico del periodo posterior a la Gran Guerra, se debe en gran medida a la organización y promoción de baratos viajes colectivos a y desde los países del continente europeo que llevó a cabo Thomas Cook y otras agencias de viajes que operan de forma similar. Con agencias y sucursales por todas partes del mundo, estas empresas han conseguido en nuestros días han aportado muchas de las más poderosas fuerzas que han conseguido aumentar de un modo espectacular en volumen del tráfico turístico como consecuencia del dominio que tienen de las condiciones nacionales e internacionales, su atractiva publicidad, su estimulación y sus servicios de apoyo a desplazamientos de turistas de un país a otro libres y expeditos por medio de la organización de viajes de ida y vuelta (*tours* en inglés) procurándoles pasaportes con *visa*, pasajes de medios de transporte, reservas de plazas de hotel, servicios *en route*, “traveler’s cheques” por medio de los cuales disponer de fondos para ir de un país a otro sin problemas monetarios y, en general, asesorándolos sobre el sin fin de tasa y gravámenes y de este modo evitando a los turistas un número infinito de las pequeñas molestias que siempre se presentan en los viajes a países extranjeros en condiciones desconocidas¹⁸⁸. Los servicios que prestan las agencias de viajes al mundo no son desgraciadamente estimados en su verdadero valor. Hay quien cree que las agencias de viajes son meros intrusos que intentan llevarse fuera el trabajo que podría haber sido realizado igualmente bien por las organizaciones nacionales. Los países que tienen esta consideración tan negativa deberían reflexionar sobre el hecho de que la existencia del movimiento turístico se debe casi enteramente al trabajo de las agencias de viajes y que el mundo en general y cada país en particular están recogiendo hoy los frutos de la iniciativa, el emprendimiento y el capital que las agencias de viajes apostaron y que sin su continuo esfuerzo el movimiento turístico se resentiría considerablemente con toda seguridad. Ellas son las principales arterias que aportan savia al movimiento turístico.

Junto con las agencias de viajes hay que citar una cierta clase de organizaciones internacionales de agendas nacionales federadas orientadas internacionalmente. En primer lugar se encuentra la Alliance International de Tourisme (A. I. T.) fundada en París en 1919 con sede en Bruselas y que tiene por objeto la investigación y la resolución de los problemas turísticos internacionales. La A. I. T. cuenta entre sus

¹⁸⁶ Ver Bormann, op. cit., pp. 128 – 131; Haussler, op. cit. pp. 68 – 70, y Glüksmann: *Fremdenverkserkude*, pp. 78 - 70

¹⁸⁷ *Dictionary of Nacional Biography*, Vol. II, pp. 55 - 58

¹⁸⁸ Bormann: *Die Lehre vom Fremdenverkehr*, p. 130

miembros a la Office Nacional Suisse de Tourisme, el Touring – Club de Turquía; el Touring – Club de Portugal, el Ente Nazionale per la Industria Turistica (E. N. I. T.) de Italia, el Touring – Club de Rumanía, la Office National du Tourisme de Francia, el Conseil Nacional de Tourisme de Grecia, la Office du Tourisme de Polonia, la Societé d’Initiative Touristique et d’Embellissement de Luxemburgo, el Landslaget for Reiselivet de Noruega, la Office de Propagande et de Tourisme de Mónaco, el Conseil Supérieur du Tourisme de Bruselas, el Allgemeene Nederlandsche Vereeniging voor Vreemdelingenverkeer de Holanda, el Svenska Trafikförbundet de Suecia, el Conseil Nacional du Tourisme de Hungría, y la S. D. N. Comisión de Circulation. Debemos añadir el Conseil Central du Tourisme International fundado en 1925 que tiene por objeto la investigación de todos los asuntos relacionados con la promoción internacional del tráfico turístico y las recomendaciones a los respectivos gobiernos que tienen representación en él sobre las materias que investigadas y discutidas. La mayor parte de los gobiernos europeos están representados en este organismo y también los gobiernos de países no europeos. Finalmente, existe la Union Internationale des Organes Officiels de Propaganda Touristique en el que están representadas las organizaciones nacionales para la promoción del tráfico turístico de la mayor parte de los países de Europa. En sus reuniones anuales se tratan los asuntos de interés común y constituyen un frente común para la promoción del tráfico turístico hacia Europa¹⁸⁹. Esta organización internacional tiene por objeto la promoción del tráfico turístico hacia y en Europa. En el Lejano Oriente ha sido organizada la Oriental Tourist Conference que se reúne anualmente. La Conferencia, que se reunió por primera vez en mayo de 1935, tiene por objeto el desarrollo de la industria turística de los países orientales y de las Islas de los Mares del Sur y también tratar sus intereses comunes y promocionar relaciones amistosas entre estos países por medio del turismo internacional. Los países participantes han acordado llevar a cabo publicidad conjunta en Europa y en América participando, teniendo en cuenta las circunstancias de cada país, en los fondos destinados a la publicidad por medio del cine, folletos y carteles. Se han determinado rutas oficiales oportunas a través de Oriente así como en los Mares del Sur y tickets combinados para ser usados en los ferrocarriles y en las líneas marítimas y aéreas. Se han elaborado y publicado programas conjuntos de todos los países concernidos para que los turistas interesados puedan darle la vuelta al mundo. Estos países, por especial conveniencia de *bona fide*, han acordado dar el visé de los pasaportes libres de cargas e incluso abolir más adelante el sistema de pasaporte. Los impuestos sobre las entradas y las salidas serán eliminados y finalmente se ha decidido establecer zonas de caza, tiro y pesca en los países de Oriente especialmente para uso de los turistas¹⁹⁰. Una referencia final debe hacerse al World Travel Club fundado en 1929 por la General Kincaid con el propósito de: estimular los intereses por todas las cosas bellas de los diferentes países; profundizar en el conocimiento geográfico, etnográfico e histórico así como de las costumbres y hábitos de las diferentes naciones del mundo; informar por medio de publicaciones y proyección de películas sobre cuales son los preparativos más aconsejables que tienen que hacer quienes se propongan visitar un país; editar publicaciones periódicas y folletos con información relativa a los países extranjeros; controlar los medios de información sobre viajes en países extranjeros consistentes en datos, ilustraciones y películas – mudas o sonoras – radio, etc.; la organización de los pagos; y exhibiciones temporales que hagan referencia al mundo de los viajes¹⁹¹.

¹⁸⁹ Ver Klafkowsky: *Organisationsgrundsätze der Fremdenverkehrsplege in Europa*, pp. 225 – 234; Ver también Bormann: *Die Lehre vom Fremdenverkehr*, pp. 156 y 157

¹⁹⁰ *Travel Japan*, Vol. I, nº 2, p. 44

¹⁹¹ Bormann, op. cit. pp. 157 y 158

La radiodifusión

La radio es incuestionablemente una de las invenciones más revolucionarias de los tiempos recientes. Su influencia sobre las relaciones nacionales e internacionales y en el mundo cultural, intelectual, espiritual y político no puede ser prevista todavía. La radio ha eliminado el espacio y el tiempo en lo que se refiere a la comunicación de las ideas y el pensamiento. La radiodifusión es hoy “el modo más barato, más rápido y más generalizado” de comunicaciones nacionales e internacionales que se conoce en la historia de la humanidad¹⁹². Constituye el más poderoso medio de influencia cultural y social y el medio más eficaz de propaganda que se conoce¹⁹³. Su importancia internacional, al margen de consideraciones puramente comerciales, radica en el hecho de que puede ser una de los más eficaces procedimientos para la difusión del conocimiento entre las naciones del mundo y para eliminar gran parte del desconocimiento mutuo, el cual es la raíz de sus odios, temores y prejuicios. A través de programas radiofónicos bien concebidos y equilibrados dedicados a aspectos nacionales como la música, la literatura, la poesía y otras conquistas culturales así como la historia y la política son difundidos extraordinariamente y estimulado el deseo de viajar. Las emisiones radiofónicas son ahora muy apreciadas y cada vez más empleadas como medio para estimular el tráfico turístico¹⁹⁴. La influencia de las emisiones de radio en el tráfico turístico depende en última instancia del número de hogares a los que lleguen en los diferentes países. Aunque aun no se dispone de estadísticas completas sobre el número de hogares que poseen aparatos receptores, lo cierto es que, como muestran los siguientes datos, la radio se utiliza cada vez más.

Ventas anuales de receptores de radio en U. S. A.
1920 – 31

Año	Ventas en mil US \$	Año	Ventas en mil US \$
1920	2.000	1926	506.000
1921	5.000	1927	425.600
1922	60.000	1928	650.550
1923	136.000	1929	842.548
1924	358.000	1930	500.932
1925	430.000	1931	309.270

Fuente: *Encyclopaedia of Social Sciences*, Vol. XIII, p. 56

Se estima que en 1932 no menos de 16 millones de familias en los Estados Unidos tenían un aparato de radio y que, considerando una media de 3.3 personas por familia, las emisiones radiofónicas llegaron a más de 50 millones de personas en dicho año¹⁹⁵.

¹⁹² *Encyclopaedia of Social Sciences*, Vol. XIII, p. 59

¹⁹³ Ibid. Pp. 59 – 62; ver también *Recent Economic Changes*, Vol. I p. 410, y al artículo de E. Rotschiedt, director de Transradio Ltd., Berlin, “*The Importance of Nauen in International Radio Communication*, en German Commerce Year Book, 1929, pp. 74 y sig.

¹⁹⁴ Véase A. Bormann: *Die Lehre vom Fremdenverkehr*, pp. 29 y 30. También Annual Report of the Department of Tourist and Health Resorts for Committee of Travel Association of Great Britain, 1933 - 34

¹⁹⁵ Datos facilitados por el Sr. Samuel H. Day, Adjunto Comercial a la Embajada de USA en Johannesburgo

Las exportaciones de aparatos de radio de Estados Unidos a diferentes partes del mundo durante los años 1930 – 1934 fueron las siguientes:

	1930	1931	1932	1933	1934
Número	245.192	471.263	290.673	509.786	625.667
V.mill US \$	11.249,6	14.357,0	7.321,8	9.323,5	15.877,6

El tremendo incremento en las exportaciones desde 1932 se atribuye al desarrollo de las emisiones en onda corta gracias a las cuales es posible oír las emisiones de radio en cualquier parte del mundo

Alemania Aparatos de radio en uso

	Aparatos en uso	Aparatos por 100 hogares
1 agosto 1931	3.736.760	21
1 agosto 1932	4.081.152	23
1 agosto 1933	4.483.278	25
1 agosto 1934	5.357.819	30
1 agosto 1935	6.516.732	36

Fuente: 2nd Supplement to the Weekly Report of the German Institute for Business Research. 22 de agosto, 1935

El desarrollo de la industria de la radio alemana durante los años 1931-32 a 1934-35 fue el siguiente:

	1931-32	1932-33	1933-34	1934-35
Aparatos fabric	953.921	992.049	1.829.913	1.995.000
Aparatos vend.	1.057.357	1.043.052	1.687.757	1.952.000

(advertencia del traductor: da la impresión de que la primera fila se refiere a los aparatos vendidos y la segunda a los aparatos fabricados)

Reino Unido Aparatos de radio sin gramófono exportados

	1931	1932	1933	1934
Número	11.915	20.838	39.319	58.368
Valor en libras	95.972	158.640	240.956	324.808

Fuente: H. M. Senior Trade Commissioner, Johannesburgo

A 30 de junio de 1934 había 6.333.802 aparatos de radio en el Reino Unido y en base a los cálculos basados en el incremento experimentado durante los últimos años, se estima que el número de licencias concedidas durante el año 1935 fue del orden de los siete millones (datos facilitados por H. M. Senior Trade Commissioner, Johannesburgo)

Se estima que en la actualidad el 36 por ciento de los hogares alemanes tienen aparato de radio; en el Reino Unido, el 55 por ciento; en Dinamarca, el 61 por ciento y el 69 por ciento en Estados Unidos, según el Supplement al Weekly Report of the German Institute for Business Research del 22 de agosto de 1935. Con los grandes avances en la fabricación de receptores de los últimos años y con la sensible disminución de los precios un gran número de hogares del mundo civilizado dispondrán muy pronto de receptores de radio con lo que una gran parte de la población del mundo quedará bajo su influencia, se estimularán los intereses mutuos de las diferentes naciones y de esta forma tendrá que aumentar en todo el mundo el tráfico turístico.

Estabilidad social y política y paz mundial

Aunque es cierto que la estabilidad política y social de los países y las relaciones internacionales de paz no estimulan por sí mismas el tráfico turístico, es evidente que la inestabilidad social y política y las tensiones internacionales afectan sin duda al volumen del tráfico turístico de un modo adverso¹⁹⁶. Es lo que aconteció con los disturbios de París a principios del año 1934 y los de Alemania de julio del mismo año, la huelga del carbón en Inglaterra de 1926, acontecimientos todos ellos que afectaron adversamente al tráfico turístico¹⁹⁷. Lo mismo pasa con la actual guerra entre Italia y Abisinia y la tensión internacional que resulta de la misma, la cual está afectando no solo al tráfico turístico sino también al comercio en general. Bajo estas anormales condiciones nacionales e internacionales la gente prefiere permanecer en su casa por temor a los que pueda ocurrir durante su ausencia. En tales condiciones no son solo el país o países en los que se dan las condiciones anormales los que sufren sino también los demás países aunque en intensidad menor.

Mejoras en los medios de alojamiento y de transporte y reducción de los costes de viaje

Las mejoras generalizadas en los medios de transporte y comunicaciones y en los de alojamiento hotelero así como la progresiva reducción de los costes de viaje han dado un espectacular impulso a la industria turística durante los últimos 75 años¹⁹⁸. Las previsiones que se hacen sobre el abaratamiento de los viajes colectivos desde la guerra, los precios especiales ofrecidos por varias empresas de líneas marítimas para viajes en clase turista visitando países como Austria, Alemania, Italia y otros ha estimulado los viajes entre las masas. Los esfuerzos que se hagan en esta dirección tanto por los gobiernos como por las empresas de líneas marítimas, ferrocarriles y transporte por carretera en buses, asociaciones hoteleras, fondistas y similares han de aumentar el volumen del tráfico turístico en todo el mundo.

Supresión de los obstáculos internacionales al tráfico turístico

En un gran número de países establecieron una serie de medidas de carácter fiscal, relacionadas con el servicio aduanero o relativas a la inmigración o sobre otros aspectos que, aunque no constituyen obstáculos serios o amenazas para el tráfico turístico constituyen molestias y vejaciones para los turistas que son a veces injustificadas. Son medidas que pueden disuadir a los turistas de visitar los países en los que se aplican lo que sin duda pueden obstaculizar los viajes. Estas medidas son entre otras las tasas que gravan la estancia en países extranjeros y los métodos empleados para recaudarlas, requisitos a cumplir para la entrada, cuestionarios con preguntas que son absolutamente irrelevantes y fuera de lugar, compulsas de pasaportes y visas y otras semejantes, complicaciones aduaneras, el sometimiento del equipaje de los turistas a innecesarios controles y a la obligación de pagar impuestos a la importación por la ropa

¹⁹⁶ Véase A. Bormann: *Die Lehre von Fremdenverkehr*, p. 21, y R. Glücksmann : *Fremdenverkehrskunde*, pp. 119

¹⁹⁷ Véase A. Bormann: *Die Lehre von Fremdenverkehr*, p. 21 y R. Glücksmann: *Fremdenverkehrskunde*, p. 68

¹⁹⁸ Cf. W. Sombart: *Der Moderne Kapitalismus*, Vol. III, pp. 278 y sig.

adquirida para uso personal, formalidades que entorpecen al paso de las fronteras con vehículos de motor y la ausencia de la necesaria coordinación entre los diferentes medios de transporte, por ejemplo, los servicios por vía férrea, carretera, mar, río y canal¹⁹⁹

FACTORES DETERMINANTES PARTICULARES

La tendencia hacia la uniformidad y la estandarización de los deseos humanos y su satisfacción, la fuerza de las costumbres, los hábitos y las modas influyen en el movimiento turístico como influyen en el campo de los deseos humanos y de su satisfacción. Los movimientos masivos de turistas entre países vecinos es en gran parte un movimiento influenciado por la costumbre o por circunstancias externas; en realidad hay muy poca idiosincrasia individual o personal en este movimiento. Dentro de ciertos límites, el turismo de masas puede ser influenciado para que se dirija en una u otra dirección pero también es cierto que cuando sigue una no es fácil conseguir que la cambie por otra. Así, por ejemplo, hacia el año 1933, la inmensa mayoría de los turistas alemanes visitaba Austria y los Alpes austriacos mientras que los que visitaban Suiza mostraban una especial predilección por el Canton de Grisson. Por otra parte, los turistas ingleses que visitaban Suiza mostraban una especial preferencia por el Oberland bernés y los franceses preferían el Jura y los lagos de Ginebra. Ciudades como Lugano, Davos y Arosa atraen especialmente a los alemanes pero Montana, Lucerna y las localizadas entre los lagos son visitadas preferentemente por los turistas ingleses²⁰⁰. Aunque parece haber algo mecánico en el movimiento de estas grandes corrientes de turistas, si se realiza un análisis cuidadoso se observará que los países citados tienen ciertas características que atraen más a unos turistas que a otros. Precisamente estas características concretas son los factores determinantes particulares del movimiento turístico, los cuales de una vital importancia cuando se consideran los grupos de turistas cuyos movimientos son más selectivos que los de las masas. Estos turistas saben muy bien que es lo que quieren y por esta razón visitan los países que tienen lo que ellos desean. Sin embargo, a menos que un país tenga algo peculiar que ofrecerles que no se encuentre en otro con menos costes no es probable que tenga alguna influencia en sus movimientos. Así, por ejemplo, es la alegría y la vida nocturna de París lo que atrae a los miles de turistas que buscan el placer; la música, la ópera, los museos y la vida cultural es lo que constituye la principal atracción en Alemania; la tranquilidad social y política de Suiza y sus impresionantemente inspiradores lagos y montañas ofrecen a todo el mundo una estancia de descanso; el oculto misticismo y el amenazante enigma de Egipto atraen a los visitantes sin comunicarles ninguno de sus ocultos secretos; la asociación con la Biblia es lo que atrae a los turistas a palestina y Siria; la vieja cultura de Japón que emana del alma de sus habitantes así como el reciente despertar de este país lo que atrae a un número creciente de visitantes; los asombrosos experimentos económicos y sociales que están teniendo lugar en la Rusia Soviética atraen a miles de observadores procedentes de todas las partes del mundo, unos simpatizando y otros hostiles, con unos experimentos que intentan cambiar la historia de la humanidad; y así podríamos seguir en cada uno de los países en los que el movimiento turístico tiene alguna importancia.

El desarrollo de la industria turística en cualquier país exige hacer tres consideraciones: (a) conocer de un modo profundo que peculiaridades del país pueden

¹⁹⁹ Informe del Economic Comité of de League of Nations. Agosto, 1934. Ver también Haussler: *Der Fremdenverkehr*, pp. 77

²⁰⁰ Robert Glücksmann: *Fremdenverkehrskunde*, pp. 119 - 120

ser ofrecidas como atracción a los turistas; (b) presentar estas atracciones de una forma aceptable y accesible a los turistas; (c) crear la demanda de estas atracciones con futuro turístico. Sudáfrica puede servir como un ejemplo concreto para ilustrar satisfactoriamente estas tres consideraciones.

NOTA DEL TRADUCTOR

Este capítulo termina, pues, desarrollando las tres consideraciones citadas en general y referidas a Sudáfrica. Son veinte páginas que se inician con un epígrafe genérico dedicado a hacer una introducción a “las atracciones turísticas” del país en el que el autor trabajaba como catedrático de la Universidad de Pretoria. Sus apartados son los siguientes:

- (a) Clima
- (b) Naturaleza y paisajes
- (c) Formas de vida primitiva y natural
 - Fauna
 - Flora

Creación o fomento de la demanda

Oferta de atracciones turísticas

Hoteles (anunciando el contenido de dos capítulos, el capítulo VI, dedicado a los hoteles en general que figura aquí, y el capítulo VII, dedicado a la situación de los hoteles en Sudáfrica, omitido en esta versión)

Desarrollo de las actividades turísticas (anunciando el contenido de dos últimos capítulos, omitidos en esta versión castellana, el capítulo VIII, dedicado a la promoción y a la organización turística en sus aspectos generales, y el capítulo IX, dedicado a los citados asuntos pero con relación a Sudáfrica.

CAPÍTULO V

LA INDUSTRIA HOTELERA: GENERALIDADES

Orígenes y breve historia de los hoteles

El origen y la historia de la hospitalidad es de gran interés y resulta fascinante. Posiblemente, los viajes y la hospitalidad comercial tienen su origen y su *raison d'être* en las necesidades del comercio y del transporte en la Antigüedad. Mientras en la antigüedad más remota no había alojamientos abiertos al público en sentido moderno para ofrecer acomodación a los viajeros a cambio del precio estipulado. A los extranjeros se les ofrecía hospitalidad de un modo generalizado por ser una obligación social y un gravamen público que obligaba a los súbditos. Quienes realizaban un viaje al extranjero no estaban seguros de encontrar un recibimiento agradable. Los extranjeros eran recibidos en el establecimiento y, al partir, se les preguntaba el nombre, el domicilio permanente y el objeto de la estancia (Ver K. Lange: *Die Geschichte des Gasthausgewerbes im Altertum*, en Stehle: *Der Hotel- Restauration- und Kaffeehausbetrieb*. Tomo 1. Heinrich Killinger Verlagsgesellschaft m.b.H. Nordhausen am Harz.) Muchos ricos de la Antigüedad competían entre sí ofreciendo libre hospitalidad a los extranjeros. En Grecia, entre el año 1000 y el 500 a. de C. se hicieron acuerdos entre estados para realizar intercambios comerciales en los que se contempló la apertura de alojamientos libres para los comerciantes. Algunos de estos antiguos estado griegos construyeron hospederías estatales en los que los peregrinos comían y se alojaban libremente. Olimpia, por ejemplo, tenía una posada que fue construida por los lacedemonios en la que se ofrecía hospitalidad a los reyes y a los embajadores de los estados amigos con origen griego. Así también en la Isla de Delos y en Delphi había posadas en las que se alojaban los extranjeros a expensas del estado.

En los primeros tiempos del Imperio Romano las posadas se construían y gestionaban a expensas del Estado y se destinaban a las necesidades de los funcionarios estatales y de los embajadores de los países extranjeros. Nerón ordenó al procurador de Tracia dedicar el edificio pretoriano para el uso de los funcionarios. Adriano tuvo que construir una calzada en el litoral del Mar Rojo, debidamente fortificada y dotada de posadas que eran mantenidas a expensas del estado. Estas posadas eran en primer lugar para los funcionarios pero que tenían suficientemente habitaciones para ofrecer a los viajeros ordinarios de paso. (Ver Friedländer: *Roman Life and Manners under the Early Roman Empire*, pag. 291. Routledge & Sons. Londres). Es obvio que las cosas no permanecieron invariables durante largos periodos de tiempo, sobre todo por el desarrollo del transporte y el comercio entre el próximo y el lejano Oriente. Sabemos por Rostovtzeff que “Tan pronto como aparecieron las primeras civilizaciones en los deltas del Tigris, el Eufrates y el Nilo y se desarrollaron, las caravanas de diferentes procedencias empezaron a viajar a Babilonia y Egipto. Primero llegaron los vecinos más próximos: los árabes del desierto y los habitantes de las montañas iraníes. Las caravanas de camellos. Les siguieron las caravanas de los elegantes dromedarios de Arabia que llevaban mercaderías de las montañas de Irán. Caravanas de asnos cargados procedentes de Siria y de Asia Menor, en el norte, transitaban por los valles del Tigris y el Eufrates. Al mismo tiempo, las primeras embarcaciones atravesaban los mares procedentes de Egipto y del las playas del golfo Pérsico, del sur de Arabia y de la costa de la India. Las caravanas iban cargadas con objetos que escaseaban en Babilonia y en Egipto, cosas que eran algo más que una necesidad y algo menos que un lujo en la vida cotidiana de los

pueblos civilizados: piedras para erigir los templos, los palacios y las ciudades, cobre para fabricar armas, aperos de labranza y herramientas para la industria. Oro y plata, marfil, maderas nobles, piedras preciosas, perlas, incienso para los dioses y para la cocina. En Siria y Capadocia, en la meseta iraní y en la India, en el sur y en el centro de Africa, estos productos eran abundantes y, a cambio de ellos, las sociedades civilizadas les enviaban productos elaborados de metal como armas para la caza y la guerra, colorantes artificiales, vasos, vino, dátiles, aceite y pastelería. Los alimentos eran especialmente aceptados por los mal alimentados beduinos del desierto. Más tarde surgió un comercio similar entre países civilizados, pues era imposible para ellos evitar el comercio de sus productos más novedosos. De este modo, Babilonia enviaría sus últimas novedades a Egipto, y Egipto las suyas a la India. Es evidente que debió contemplarse la necesidad de atender el alojamiento y la protección de aquellos auténticos ejércitos de mercaderes con sus animales de carga y sus costosas mercancías, y por eso encontramos a lo largo de las antiguas rutas comerciales cómo surgían los refugios, amplias plazas de edificios que parecían fuertes desde lejos (Stehle, Sarkis). Estos refugios de caravanas eran contruidos por los reyes, sátrapas, caudillos o filántropos con el fin de fomentar el comercio y defender las caravanas de los ladrones, o bien para que sirvieran de lugares de descanso para los correos o para fines militares. En algunos casos, se construían para conseguir la gratitud de los hombres y la bendición de los dioses (Sarkis).

Inevitablemente con la mejora generalizada de las condiciones económicas y con la expansión del comercio, la hospitalidad privada y la hostelería pública se demostró que eran inadecuadas. Los alojamientos públicos comenzaron a aparecer durante el Imperio Romano, localizándose a lo largo de las rutas comerciales y de las principales vías públicas. (Sthele, Friedländer, Sarkis). La mayor parte de estos alojamientos eran de tercera clase puesto que en ellos se atendían solo a las clases más pobres. Los alojadores tenían una muy mala reputación; para la policía estaban considerados al mismo nivel que los ladrones y los jugadores profesionales pues eran mentirosos y tramposos, adulteraban el vino y robaban la avena del pienso de las caballerías de los huéspedes. Los alojamientos no eran a menudo más que prostíbulos (Friedländer, Sarkis, Stehle). en los ligares comerciales más concurridos y en los centros de recreo del litoral había sin embargo hoteles bastante buenos. Por ejemplo, en Bernice, en el Alto Egipto, en el Mar Rojo, el mercado más importante para productos de la India y de Arabia, en el canal en Canopus y en Carura, en la frontera de Frigia y Caria, donde la primavera era cálida se podían encontrar hoteles de lujo para ricos (Friedländer, Stehle).

Con la decadencia y caída del Imperio Romano y con la consiguiente disminución del comercio, la demanda de alojamientos también disminuyó. Fue entonces cuando la hospitalidad privada volvió a imponerse, pero ahora lo hizo con un carácter diferente. Se basó en la ética cristiana y se centró en las instituciones monásticas, que llegaron a convertirse en el columna vertebral de la civilización, el comercio y la industria. Se consideraba como parte de las obligaciones de quienes se habían adherido al cristianismo el tomar la iniciativa de ofrecer a todos los extranjeros libre e indiscriminada hospitalidad (Ver Sarkis, pág. 32; Glücksmann: *Das Gaststättenwesen*, pp. 4-6; Dra. Johanna Kachel: *Herberger und Gastwirtschaft in Deutschland bis zum 17. Jahrhundert*. Vierteljahrschrift für Sazial und Wirtschaftsgeschifte Band, 18-1, 1925, pp. 19 y sig.)

Desde la caída del Imperio Romano hasta los siglos X-XI, la caridad asumió diferentes formas “y cada monasterio se convirtió en el centro desde el que se irradiaba. Los monjes respetaban a los nobles, protegían a los pobres, cuidaban a los enfermos,

redimían a los cautivos y consolaban a los que sufrían estuvieran donde estuvieran (Ver Lecky: *History of European Morals*, Vol. II, pag. 84)

Durante este periodo, la hospitalidad privada estaba protegida por los estatutos y se practicaba voluntariamente (Ver Glücksmann: *Das Gaststättenwesen*, p.6; Sarkis; Kachel, op. cit. pp. 6-19). Junto a esta hospitalidad privada y religiosa estaban también los establecimientos que prestaban sus servicios mediante el pago de un precio a quienes lo desearan (Kachel, ob. cit. pag. 26).

Las Cruzadas dieron un fuerte impulso al comercio, y la decadencia de las instituciones religiosas estimuló la aparición de establecimientos que daban servicio de alojamiento mediante el pago de un precio. Desde los siglos XII y XIII vemos como la función hospitalaria de la iglesia pasa a manos seculares y, debido a la fuerte demanda (Kachel, pp. 33-34 y 43; Sarkis, pp. 60-61) unida a los abusos generalizados por parte de la nobleza, comerciantes, lisiados, mendigos, vagabundos y otros huéspedes, los monasterios y los particulares fueron gradualmente exonerados de la obligación de ser hospitalarios con unos y con otros (Johanna Kachel pp.43 y s.). Con el crecimiento de las ciudades y con el desarrollo de centros comerciales, culturales y religiosos se asiste a la apertura generalizada de alojamientos. Ya en el siglo XV las posadas eran un sector bien diferenciado de los establecimientos mercantiles (Kachel, pp. 48 y 68; ver también la voz “Hotel de la Enciclopedia de las Ciencias Sociales). Durante las centurias XVI XVII y XVIII, las posadas surgieron por doquier como consecuencia del desarrollo de la actividad comercial y de la industria bajo el sistema mercantilista. A fines del siglo XVIII, ya había posadas en todas las ciudades, pero tenían un nivel de calidad muy bajo. Keynes Moryson (*Travels*, Parte I, pp. 43 y 169) cita diferentes ocasiones en las que se vio obligado a compartir la cama con otros huéspedes. Mientras Keysler encontró buenas posadas en Suiza y en Milán, las que encontró en Turín y en Génova fueron muy malas (Keysler, ob. cit. vol. Y, pp. 145, 269, 349 y 387). Los comentarios de Arthur Young sobre las posadas de Francia no son muy favorables. Habiendo atravesado el Reino Unido, y habiendo estado en muchas posadas francesas, observó que, en general, éstas son bastante mejores en dos aspectos y peores en todos los demás que las de Inglaterra. “Hemos estado”, escribe, “mejor en lo que se refiere a comer y beber pues nosotros hemos ido de Londres a las tierras altas de Escocia gastando el doble. Pero en Inglaterra reconocemos que, si no tenemos en cuenta el gasto, pagando el doble, hemos estado mejor atendidos que en Francia; la comida francesa, en general, tiene grandes ventajas. Es verdad que ellos suelen pasar la carne si no se está al cuidado de ello, pero ponen tal cantidad de platos que si a uno no le gusta alguno es seguro que otros le agradarán. El postre en las posadas francesas no tiene rival en Inglaterra, pero los licores son despreciables. A veces comimos con mal vino, pero en general peor es el que ponen en Inglaterra. Las camas son peores en Francia; en Inglaterra son buenas solo en las buenas posadas aunque parece mentira que en Inglaterra les resulte tan cuesta arriba airear las sábanas, sin duda habrá que atribuirlo al clima. Aparte de estos aspectos, todo lo demás está por hacer. Usted no encontrará salas de comer en ellas; solo una habitación con dos, tres o cuatro camas. Los apartamentos están muy mal amueblados; las paredes encaladas o con papel de diferentes clases en la misma habitación; la tapicería está ajada, como si fuera un nido de polillas y de arañas; y los muebles son tan malos que en Inglaterra el posadero podría alimentar el fuego con ellos. Haciendo las veces de mesa, usted encontrará siempre una tabla sobre unos travesaños convenientemente pensada para que tenga espacio para las piernas al final (Ver Arthur Young: *Travels in France during the Years 1787, 1788 y 1789*, pp. 35 y 36; ver también Glücksmann: *Das Gaststättenwesen*, pp. 40-41 y Starkis, p. 69).

Parece que, en general, en las posadas inglesas había bastantes cosas buenas en aquellos tiempos. Comercial e industrialmente, Inglaterra iba por delante del continente (Ver Glücksman, pp. 41-42, y Sarkis, p.69) Las posadas eran el centro de la vida social, política y comercial y llenaban bastante bien el vacío creado por la decadencia de la autoridad de los curas párrocos como consecuencia de la Reforma. Las posadas no eran solo frecuentadas por viajeros, eran también los lugares donde se hacían los negocios, se dispensaba justicia, se elegían a los miembros del parlamento, se reunía el concejo eclesiástico y donde los directores de las escuelas y de las organizaciones benéficas llevaban a cabo sus tareas (Ver Sarkis, pp. 61-62; ver también Richardson and Eberlin: *The English Inn, Past and Present*, pág. 75)

Gracias a las mejoras de los medios de transporte y de comunicaciones y al aumento de los viajes, las viejas posadas, las que existieron entre los siglos XIV y XVIII, se transformaron en establecimientos nuevos, es decir, en los hoteles de los siglos XIX y XX (Ver “Hoteles” en Enciclopedia de las Ciencias Sociales). El primer hotel de moderna concepción fue el “badische Hof”, construido en Daden, Alemania a comienzos de siglo XIX. Comparado con las antiguas posadas era un edificio bastante lujoso con columnatas en el hall de entrada. Tenía salones grandes y pequeños, unos para la música y las diversiones con escenario y piso móvil, un elegante comedor, biblioteca y sala de lectura, numerosas habitaciones bien ventiladas y un elegante baño de estilo romano con cabinas individuales. En un edificio anejo estaban las caballerizas y un hermoso jardín con terrazas, para el verano, fuentes de agua caliente y fría y muchas otras atracciones. Este hotel ofrecía a todos lo que el más exigente de los clientes pudiera desear; fue la transición de lo viejo a lo nuevo, de las posadas del siglo XVIII a los hoteles del los siglos XIX y XX. Con el desarrollo del ferrocarril durante el siglo pasado aparecieron los llamados hoteles “término” en las estaciones, y en los empalmes otros establecimientos parecidos, como las casas de postas que habían sido construidas anteriormente en las estaciones terminales de los coches de ruta. (Ver Enciclopedia de las Ciencias Sociales), vol. 7, p. 474, voz “hoteles”). Otros hoteles de propiedad corporativa y controlada aparecieron durante los años cincuenta del siglo XIX. El primer hotel de este tipo de propiedad y controlado por una empresa fue el Grand Hotel construido en París en 1850. Más tarde apareció el Hotel du Louvre, construido por iniciativa de Napoleón III en 1855. Después le siguió el Kaizerhof en Berlín, en 1874 y el Frankfurter Hof en Frankfurt del Main en 1876 (Ver Glücksman) En 1880 se inauguró el Ritz y su cadena de hoteles. Después de 1900 este sistema fue seguido por la organización de hoteles alemanes y de los Estados Unidos. Hacia la década de los cincuenta del siglo XIX Francia ejerció una influencia clara en las empresas hoteleras y desde la década de los ochenta, Estados Unidos, con sus hoteles gigantes de 500 habitaciones y más, llegó a ejercer el liderazgo. (Ver Glücksman). Mientras hoy un hotel europeo de 500 habitaciones se considera grande, el tamaño medio ha venido aumentando continuamente hasta conseguir que un hotel de 1.000 habitaciones o más no resulte inusual (Ver Enciclopedia de las Ciencias Sociales). La industria hotelera es hoy una de las industrias del billón de dólares y en muchos países europeos ocupa ya el primer puesto de la industria nacional como, por ejemplo, en Austria, Francia, Italia y Suiza (Ver Enciclopedia de las Ciencias Sociales).

La industria turística y los hoteles

Es indiscutible que los hoteles constituyen uno de los elementos más importantes de la industria turística de un país. Un país puede tener en su territorio el máximo número de atracciones turísticas de las clases más diversas, pero sin buenos y

confortables hoteles no es posible que aumente su turismo. Junto a las diversiones y a las atracciones al aire libre, los turistas demandan instalaciones bajo cubierta de nivel aceptable. Es más, es frecuente que los turistas no juzguen los países de estancia temporal más que por sus hoteles. En este sentido se expresan dos expertos alemanes de nuestro tiempo: Haussler y Stradner. Los párrafos que siguen se refieren a la relación que existe entre hoteles e industria turística:

“La base de un turismo próspero es la industria hotelera eficiente ya que unos buenos alojamientos y una excelente gastronomía satisfacen las necesidades básicas de los turistas. Ni siquiera aquellos lugares que tienen abundancia de recursos naturales y culturales pero no cuentan con establecimientos en los que comer y alojarse consiguen desarrollar un turismo importante. Su aparición tiene lugar en relación muy estrecha con la aparición de estos establecimientos” (Xaver Häussler: *Der Fremdenverkehr. Eine Studie über seine volkswirtschaftliche Bedeutung und seine Förderung unter besonderer Berücksichtigung der Vorhältnisse im bayerischen Hochland*. Universitätsverlag von Robert Noske. Leipzig, 1930)

A continuación consideramos el punto de vista de Joseph Stradner:

“El alojamiento y la comida juega en el turismo un importante papel. Así como la población de cada Land vive en él porque tiene donde hospedarse, del mismo modo los forasteros cuentan en su patria con idénticos servicios y tendrán pocos motivos para quejarse (...)

La buena voluntad se encuentra en cualquier parte, pero todavía falta en muchos sitios la comprensión de las necesidades de los forasteros” (Josef Stradner: *Der Fremdenverkehr*. 2ª edic., Legkam Verlag. Graz, 1917)

Con respecto a la provisión de alojamiento hotelero es bueno darse cuenta de que en absoluto existe un criterio estándar con el que los hoteles puedan adaptarse a todos los países, mientras que la demanda de los turistas varía por una serie de circunstancias de un lugar a otro, aunque existen estándares mínimos a los que los hoteles y restaurantes para turistas deben adaptarse, como confort, limpieza y buena cocina. En lo que concierne al nivel del hotel en relación con el turismo procede citar la opinión del Conde Max Wickenburg de Austria, quien escribe lo siguiente:

“Cuando los forasteros tienen que solicitar un alojamiento reservado debe ante todo exigir, y lo mismo da que se trate de un hotel o de una casa de veraneo, que sea limpio y de precio ajustado. El lujo en las instalaciones es innecesario como también lo es en los locales, y en habitaciones que, en efecto, pueden estar equipados con espejos dorados y muebles tallados y tapizados de terciopelo, y, sin embargo, tener camas cortas y estrechas, como para razas de poca talla, razón por la cual de ningún modo cumplen sus objetivos”. (Ver Stradner, 1917)

En último análisis, cantidad y calidad en los alojamientos hoteleros vienen determinadas por la demanda. La demanda y la oferta de alojamiento hotelero de cualquier lugar son, como la demanda y la oferta de cualquier otro agente de producción o mercancía, fenómenos mutuamente interdependientes que inciden la una sobre la otra. O, como dice Alfred Marshall, el eminente economista inglés: “La producción de cualquier cosa, sea un agente de producción o una mercancía llega hasta el límite o el margen en el que se equilibran las fuerzas de la oferta y la demanda (A. Marshall: *Principles of Economics*. 8ª de. p. 526). La cantidad y su precio, la cantidad de diferentes factores y agentes de producción utilizados para obtenerla, y sus precios se influyen mutuamente entre sí, de forma que si uno de ellos se altera por una causa externa, la perturbación se extiende a los demás”. La actividad hotelera puede compararse con cualquier otra actividad productiva que necesite una inversión relativamente grande y que, además, el ajuste de la capacidad de producción a las

variaciones descendentes o contracciones de la demanda sea económicamente imposible. Esta actividad difiere de la mayoría de las actividades productivas tanto en la rigidez de la oferta como en el hecho de que por ser un servicio ha de ser consumida en el lugar de producción. El hotelero no puede seguir a los consumidores con su mercancía como hacen otros productores sino que tiene que esperar pacientemente a los consumidores. Este es el problema central de la industria hotelera, es decir, la incapacidad para ajustar la capacidad de producción a las variaciones de la demanda y, en segundo lugar, la incapacidad para seguir al consumidor con sus productos de un lugar a otro, trasladándose a otro lugar que tenga una demanda más conveniente por estar de moda en el turismo. Por ejemplo, después de que unos años antes de su enfermedad el último rey de Inglaterra visitara Bognor, en el sur de Inglaterra, por consejo de sus médicos, se dijo que el número de visitantes en dicho lugar se multiplicó por cinco (Bormann: *Die Lhere vom Fremdenverkehr*, p'43, Verlag der Verkehrswissenschaftlichen Lhermittelgesellschaft m.b. H., bei der Deurschen Reischsbahn, Berlin, 1931). Esto significa sencillamente que los visitantes que estaban acostumbrados a ir a otros lugares del litoral desearon ir a Bognor. Los hoteles de los núcleos existentes no pueden ser levantados y transplantados por sí mismos a Bognor Regis, como se llama ahora este lugar. este es el problema fundamental de la industria hotelera, que se agranda enormemente como consecuencia del hecho de que aproximadamente el 90% del capital invertido en una actividad hotelera es invertido en activos como edificios y equipamientos y mobiliario, como se desprende de la tabla siguiente, en la que se refleja la inversión de capital en 124 hoteles suizos (Ver *Trangott Münch: Das Betriebswirtschaftlicher. Lehre und Praxis*. Orell Füssli Verlag. Zurich/Leipzig, 1930. pág. 226):

<u>tipos de activos</u>	<u>inversión de capital</u>	<u>% del total</u>
1. capital fijo	(francos suizos)	
a) edif., suelo y equipamiento	57.238.000	
b) Mobiliario	10.614.000	
subtotal	67.852.000	92,78
2. capital variable		
a) almacenes	1.935.000	2,65
b) act. corrientes	3.127.000	4,28
c) miscelánea	212.000	0,29
T O T A L	73.126.000	100,00

De la tabla anterior se desprende que cerca del 93 % del capital se invierte en edificios, suelo y mobiliario, cuyos intereses tienen que ser pagados e imputados a la partida de amortización haya o no clientes en el hotel. Por eso, cada noche de una habitación de hotel no ocupada equivale a un aumento de los gastos fijos que han de ser amortizados con los ingresos obtenidos por las habitaciones ocupadas, o, alternativamente, por medio de un incremento de los costes del servicio por noche. El porcentaje de los gastos fijos en los gastos de funcionamiento del hotel por visitante varía en proporción inversa a la frecuencia de la ocupación, como muestra la tabla siguiente (Ver Glücksmann: *Das Gaststättenwesen*, pág. 144):

Coste del servicio hotelero por noche en función de la ocupación

tasa de ocupación en %	Pro rata participac. costes adm	Pro rata participac. intereses	Pro rata participac. amortizac.	Pro rata Total 1, 2 y 3	Gastos variables	Total 1 a 5
	1	2	3	4	5	
	francos	francos	francos	francos	francos	francos
100	1,51	0,83	0,72	3,06	4,98	8,04
90	1,67	0,92	0,80	3,39	4,98	8,37
80	1,88	1,04	0,90	3,82	4,98	8,80
70	2,15	1,20	1,03	4,38	4,98	9,36
60	2,51	1,38	1,20	5,09	4,98	10,07
50	3,01	1,66	1,44	6,11	4,98	11,09
40	3,76	2,08	1,80	7,64	4,98	12,62
30	5,02	2,77	2,40	10,19	4,98	15,17
20	7,53	4,15	3,60	15,28	4,98	20,26
10	15,06	8,30	7,18	30,54	4,98	35,52
31,5	4,78	2,64	2,28	9,70	4,98	14,68

El incremento en la participación de los gastos fijos en los gastos de funcionamiento del hotel que ha de ser soportado por cada cliente se verá mejor si se considera que muy pocos hoteles tienen una tasa de ocupación superior al 50% anual. En 1912, cuando los cálculos de la tabla se hicieron, los hoteles suizos a los que se refieren los datos, tenían una tasa media de ocupación del 35 %. Los costes por cliente y día que corresponden al hotel fueron de 14,68 francos. Los ingresos medios por persona fueron, sin embargo, de solo 12,94 francos, lo que equivale a un déficit de 1,74 francos por día (Glücksman, ob. cit. p. 144). La tasa de ocupación de todas las clases de hoteles, tanto de temporada como de todo tiempo para el conjunto de Suiza fue del 26,6 % en 1934. Si nos referimos a los hoteles de temporada, se obtienen tasas de ocupación mucho más bajas. Por tanto, la participación de los costes fijos es mucho más alta. Así, por ejemplo, en el caso de algunos núcleos de litoral en Sudáfrica, donde la temporada no supera los cuatro meses al año y solo dos de ellos pueden considerarse que estaban llenos, la tasa de ocupación para esos meses raramente supera el 60 %, lo que significa que tomando el año completo la tasa es solo de un 20 %. En tales circunstancias, es realmente difícil que la explotación de un hotel llegue a dar beneficios. Hablando en términos generales, solo cuando se tienen en cuenta los gastos fijos en la explotación del hotel y la baja tasa de ocupación que se presenta se pone de manifiesto que la industria hotelera no es el lucrativo negocio que muchos erróneamente se creen que es. Los siguientes resultados referidos a la explotación de hoteles en Suiza, que es el país mejor situado con relación al turismo, y, en consecuencia, el país que tiene la más alta especialización en industria hotelera, disiparán cualquier idea errónea concerniente a la rentabilidad de la industria hotelera en general. (Ver Münch, *Das Hotelunternehmen*, p. 124)

Dividendos hoteleros medios

1917	1918	1919	1920	1921	1922	1923	1924	1925	1926	1927
0,56	0,35	0,26	0,24	0,50	0,59	0,64	1,25	1,56	2,41	2,42

El porcentaje del capital total invertido en hoteles que no repartieron dividendos durante los años respectivos se ofrece en la tabla siguiente:

1920	1921	1922	1923	1924	1926	1927	1928
95,99	92,48	92,13	89,57	71,56	54,49	61,72	56,32

A continuación figuran los dividendos repartidos por las empresas que los pagaron en porcentajes:

1920	1921	1923	1924	1925	1926	1927	1928
5,92	6,67	7,49	6,14	4,39	5,67	6,39	5,54

Sería difícil encontrar cualquier otra rama industrial sobre la que haya tan gran ignorancia y sobre la que el público en general, así como quienes deberían estar mejor informados, se comporten bajo el predominio de un malentendido más profundo. La rentabilidad de la industria hotelera es juzgada por la mayor parte de la gente, incluyendo las empresas de prospección de negocios, por el hecho de que cuando se intenta encontrar alojamiento en un hotel es difícil conseguirlo, olvidando por completo el hecho de que esto sucede solo en temporada alta (Glücksman, *Das Gaststättenwesen*, p. 145). En todo el mundo existe una tendencia general hacia el exceso de oferta hotelera en relación con la demanda. Las empresas de prospectiva de negocios estiman la demanda de alojamiento hotelero en la temporada alta y teniendo en cuenta la opinión uniformemente expresada relativa a una supuesta insuficiencia de plazas, lo que conduce a un incremento en el número de hoteles con el resultado de la sobrecapitalización tan característica de la industria hotelera en tantos países. Este fenómeno, tan característico en la industria hotelera, ha existido siempre. Vemos, por ejemplo, que en países como Suiza se formulan quejas una y otra vez por la inadecuación del alojamiento hotelero a pesar de que relativamente hablando existe un exceso de oferta por la sencilla razón de que media docena de personas, que no tomaron la precaución de reservar habitación a tiempo, son incapaces de encontrar una solución alternativa en el último momento.

La sobreproducción relativa y la hipercapitalización son, pues, los problemas centrales que se han presentado en la industria hotelera en diferentes países. En Partenkirchen, un pequeño núcleo turístico del sur de Alemania, el número de hoteles aumentó de 22 a 36 entre 1921 y 1925, el 64 % de aumento en cuatro años, mientras el número de pernoctaciones por cliente disminuyó de 12,84 a 4,87, el 62 % (Glücksman, *Das Gaststättenwesen*, p. 145)

En una encuesta de ámbito nacional, realizada en 1929 por la Engineering-Economics Foundation de Boston, antes de la crisis económica mundial de dicho año, por encargo del Presidente de la American Hotel Association, se analiza la situación hotelera como sigue: “Como en muchos otros sectores de negocios, la sobreproducción continua siendo el más grave problema de la industria hotelera en la actualidad. La

sobreproducción es particularmente grave en el negocio hotelero debido al carácter perecedero del más importante producto de la misma, las habitaciones. Cada hotel se enfrenta con el problema de la venta de sus habitaciones *esta misma noche*. Si no lo consigue, esta noche nunca vuelve... Entre otros hechos significativos, la Engineering-Economics Fundation ha descubierto que el número de habitaciones de hotel ha mantenido un crecimiento continuo desde 1929 -el 47% exactamente. En 1920 había 1.070.000 habitaciones de hotel en los Estados Unidos mientras que en 1929 se estimaba que había 1.578.000. Durante este periodo, el número de huéspedes ha pasado de 1.097.820 a 1.233.385. Se advierte, por tanto, que en 1920 había 345.000 más habitaciones que huéspedes... Otro método utilizado por la Foundation para estudiar la situación consiste en calcular la tendencia de la tasa de ocupación hotelera. En 1918, la tasa era del 77,5 %, aumentó al 85 % en 1919 y al 85,5 % en 1920. Desde esta fecha, con la excepción de incrementos menores en dos años (1922 y 1926), la tasa disminuye regularmente hasta 1928, año en el que se llega al 67,6 %. La Foundation estima las deudas a los hoteles durante los últimos seis años en niveles muy altos. De 1921 a 1926, las deudas por impagos fluctuaron anualmente de \$ 2.234.104 a \$ 7.128.900. En 1927 se alcanzaron los \$10.982.263 y en 1928 los 13.153.899. Agregando las cifras de 1927 y 1928, las deudas resultan ser más altas que las de los seis años precedentes juntas (Ver *The Present Economic Status of the Industry*. Hotel Management, junio, 1929).

La situación de la industria hotelera en países como Suiza, Francia, Italia y España es más insatisfactoria aún, como consecuencia de la no deseada aparición de nuevos países competidores en turismo; las condiciones derivadas de la crisis de 1929 han hecho aun más difícil la situación. En Suiza, el estado ha prohibido el crecimiento de cualquier forma de industria turística. Italia ha legislado contra el alquiler de habitaciones en casas particulares por un periodo menor a una semana. También ha intervenido el estado regulando los precios para evitar una competencia desaforada a través de rebajas tarifarias. En Austria la posición de la industria hotelera, según se afirma, es más aguda por la desviación del turismo de Alemania a Austria.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias citadas

Archiv für den Fremdenverkehr, Cuarto trimestre. Forschungsinstituts für Fremdenverkehr, Berlin

Bormann, Arthur

Die Lehre vom Fremdenverkehr, Edición del Verkehrswissenschaftlichen Lehrmittelgesellschaft m.b.H. para la Deutschen Reichsbahn. Berlin, 1931

Bowley, A. L.

An Elementary Manual Statistics. 4ª edic. MacDonald & Evans. Londres, 1931

Bowley, A. L. y Stamp, J.

The National Income, 1924. Clarendon Press. Oxford, 1927

Bratter, H. M.

The Promotion of Tourist Travel by Foreign Countries, U. S. Department of Commerce, Washington, 1931

Bücher, K.

Die Entstehung der Volkswirtschaft, H. Laupp'schen Buchhandlung, Tbinga, 1922

Buckle, H. T.

History of Civilization in England, Vol. I, Londres, 1894

Cary, M. y Warmington, E. H.

The Ancient Explorers, Methuen & Co. Ltd. Londres,

Charlesworth, M. P.

Trade. Routes and Commerce of the Roman Empires, University Press, Cambridge

Chisholm, Geo. G.

Handbook of Commercial Geography, Longmans, Green & Co., 1925

Clark, C.

The National Income, 1924 – 31, Macmillan & Co. Londres, 1932

Cleveland – Stevens, E.

English Railways. Their Development and Their Relation to the State, George Routledge & Sons, Londres, 1915

Cunningham, W.

The Industrial Revolution, reimpresión de *The Growth of English Industry and Commerce in Modern Times*. University Press, Cambridge, 1922

Dauidsen, H. C.

Germanuy's Tourist Traffic, Germann Commerce Yearbook, 1929

Day, Clive

A History of Commerce, Longmans, Geen & Co., Nueva York, 1929

Den, M.

Tourist Industry is Polygonal, "Kokusai Kwanko, Commemoration Number, 1939 – 35"

Dietel, E.

Fremdenverkehr und Zahlungsbilanz, Gebr. Arnhold, Desde y Berlin, 1929

Duncan, S. T.

Journal of a Voyage to and Australia amongst Emigrants, Edimburgo, 1869

Engländer, O.

Thaorie des Gütervekhers und der Frachtsätze, Gustav Fisher, Jena, 1924

Fleavearyear, A. E.

Alfred Weber's Theory of Locations of Industries, THE University of Chicago Press, Chicago, Illinois, 1929

Gelbert, E.

Die steurechtliche Behandlung vom Hotelinvestitionen in Österreich, Archiv für den Fremdenverkehr, 1930 – 31

Gibbon, E.

Miscelaneuous Works, Londres, 1814

Glücksman, Robert

Allgemeine Fremdenverkehrskunde, Verlag von Stämpfli & Cie., Berna, 1935

Green, T. D.

The Present Economic Status of the Industry, Hotel Management, Junio, 1929

Grünthal, A.

Probleme der Fremdenverkehrsgeographie, edición del Forschungsinstitut für den Fremdenverkehr, Berlin, 1934

Gruntzel, Josef

Economic Protectionism, The Clarendon Press, Oxford, 1916

System der Handelspolitik, 3ª edic. Julius Springer. Viena, 1928

Haussler, Xavier

Der Fremdenverkehr: Eine Studie über seine volkswirtschaftliche Bedeutung und seine Förderung, unter besonderer Berücksichtigung der Verhältnisse im bayrischen Hochland. Universitätsverlag von Robert Noske, Leipzig, 1930

Helander, Sven y Haslinger, Frans

Seeschifffahrt, *Handwörterbuch der Staatswissenschaften*, 4ª edic. Tomo VII

Hoover, Herbert

Recent Economic Changes in the United States. Report of the Committee on Recent Economic Changes of the President's Conference on Unemployment, Herbert Hoover, Chairman. National Bureau of Economic Research

Johnson, John

A Journey from India to England through Persia, Georgia, Russia, Poland and Prussia in the Year 1817, Londres, 1818

Jones, E. D.

The Administration of Industrial Enterprises, Longmans, Green & Co., 1925

Kachel, Dr. Johanna

Herberge und Gastwirtschaft in Deutschland bis zum 17. Jahrhundert, Vierteljahrschrift für Sozial und Wirtschaftsgeschichte, Tomo 18 – 19, 1925 – 26

Kerr, Robert

Voyages and Travels, 18 volúmenes, Edimburgo, 1811

Keysler, John G.

Travel through Germany, Bohemia, Hungary Switzerland Italy and Lorraine, 4 volúmenes, Londres, 1760

Klafkowski, M.

Organisationsgrundsätze der Fremdenverkehrsplege in Europa, Autoedición del Forschungsinstituts für Fremdenverkehr, Berlin, 1931

König, R.

Fremdenverkehr und Landwirtschaft, Der Fremdenverkehr in der Schwiz, Reden, Vorträge und Diskussionsvoten gehalten am Schweizerischen Verkekrskongress, Berna, 1934

Lacan, M. R. A.

Der Einfluss des Crédit Hôtelier auf das Hotelwesen und den Fremdenverkehr Frankreichs, Archive für den Fremdenverkehr, 1931 – 32

Lange, K.

Der Geschichte des Gatshausgewerbes im Altertum, Stehle, Die Geschichte des Hotels-Restaurations- und Kaffeehausgewerbes. Primer tomo. Einrich Killinger, Nordhausen am Harz

Lavington, F.

The English Capital Market, Methuen & Co., Londres, 1929

Lecky, W. E. H.

History of European Morals from Augustus to Charlemagne, Longmans, Green & Co., 1910

Lederer, E.

Umschichtung del Einkommen und der Bedarf, Strukturwandlungen der Deutschen Volkwirtschaft, Prólogo de Bernard Harms. Edición de Reinard Hobbing, Berlín

Lee, R.

Stories of Strange Lands and Fragments from the Notes o a Traveller, Londres, 1835

Lestrade, G. P.

Some Reflections on the Possibilities of a Native Industry, The Social and Industrial Review, vol. 5, nº. 3, marzo, 1928

Macoulay, Lord

History of England, Everyman's Library

MacMurray, John

Freedom in the Modern World, Faber & Faber, Ltd., Londres

Mariotti, Angelo

Die Statisk des Fremdenverkehrs in Italien, Archiv für den Fremdenverkehr, 1931 – 32

Marshall, Alfred

Industry and Trade, A Study of Industrial Technique and Bussiines Organisation; and their Influences on the Conditions of various Classes and Nations, MacMillan & Co., 1921

Principles of Economics, MacMillan & Co., 1922

Mayr, Richard

Lehrbuch der Handelsgechichte auf Grundlage der Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, 5ª edic. Alfred Hölder, Viena, 1921

Mills, F. C.

Economics Tendencies in the United States, Aspects of the Pre-War and Post-Ward Changes, National Bureau of Economic Research, U.S.A.

Mises, Ludwig von

Liberalismus, Gustav Fisher, Jena, 1927

Mitchell, W. C.

Bussines Cycles. The Problem and its Setting, National Bureau of Economic Research, U. S. A.

Morgenroth, W.

Fremdenverkehr, Handwörterbuch der Staatswissenschaft, 4ª edic., IV tomo

Moryson, Fynes

An Itinerary containing his Ten yeeres Travel thorow Twelvw Dominions, 1617

Münch, Traugott

Das Hotelunternehmen im Lichte Betriegswirtschaftlicher Lehre und Praxis, Orell Füssli Verlag, Zurich/Leipzig, 1930

Ogg, F. A.

Economic Development of Modern Europe, MacMillan & Co., Nueva York, 1921

Ogilvie, F. W.

The Tourist Movement, An Economic Study, P. S. King & Sons Ltd., Londres, 1933

Oppenheimer, Franz

Zur Soziologie des Fremdenverkehrs, Archiv für den Fremdenverkehr, 1932 – 33

Philippovich, E. von

Grundriss der Politischen Oeconomie, Tomo I, 8ª edic., Mhor, Tubinga, 1923

Pirath, Carl

Die Naturschutzparks der Vereinigten Staaten von Amerika als Faktoren des Fremdenververkehrs, Archiv für Fremdenverkehr, 1931 – 32

Richardson, A. E. and Eberlein, H. D.

The English Inn Past and Present, a Review of History and Social Life, B. T. Batsford Ltd., Londres, 1925

Robertson, D. H.

The Control of Industry, University Press, Cambridge, 1926

Rogers, A. W.

The Geological Structures of Union, Guide Book International Geological Congress, XV Session, South Africa, 1929

Rostovtzeff, M.

Caravan Cities, Taducción de D. and T. Talbot Rice, The Clarendon Press, Oxford, 1932

Rostchiedt, E.

The Importance of Nauen in Internationa Rasio Communication, German Commerce Yearbook, 1929

Sarkies, E. L.
The Importance of the Hotel Industry, Tesis doctoral, Leyden N. V. Book, en Steendrukkerry Eduarfs Ijdo, 1933

Sax, Emile
Die Verkehrsmittel in Volks- und Staatwissenschaft, Tomo 3, Lulius Springer, Berlin, 1920

Schmidt, C. E.
Fremdenverkehrsprobleme, Kritishe Betrachtungen, 5ª edic., Berlin, 1924

Schultz, Bruno
Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Eisenbhanen, eine Studie zur Systemfrage, Gustav Fisher, Jena, 1922

Shand, A. I.
Old Time Travel, Personal Reminiscences of the Continent Forty Years Ago compared with Experiences of the Present Day, John Murray, Londres, 1903

Smith, Adam
An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, Notas de J. R. MacCulloch, Ward, Lock & Co., Londres,

Sommbart Werner
Der Moderne Kapitalismus, Duncker und Humbolt, Munich/Leipzig, 1928

Spiethoff, Arthur
Krisen, Handelswörterbuch der Staatwissenschaften, 4ª edic. Tomo VI

Stehele, J.
Der Hotel- Restaurations- und Keffeehausbetrieb, Tomo I, Heirich Killinger, Verlagsgesellschaft, m. b. H., Hordhausen am Harz

Swiss Bank Cpororation
Outline of Economic and Financial Condiions in Switzeerland, Basilea, 1933

Taussig, F. W.
International Trade, MacMillan & Co., Nueva York, 1927

Taylor, Kenneth W.
Report on the Tourist Trade in Canada with Special Reference to the Royal Bank Proposals, Report and Proceedings of the Especial Committee on Tourist Traffic, Ottawa, 1934

Teodorowic, Dr.
Organisations des Fremdenverkehrs in Jogoslawien Archiv für Fremfenkerkehr, 1934 – 35

Töndury, H.
Finanzierungs- und Sanierungspraxis im Schwwizerischen Hotelgewerbe, Archiv für Fremdenverkehr, nº 3, 1930

Treub, M. W. F.
Hoofdstukken uit de Geschiedenis der Staatshushoudkunde, 4ª edic., H. D. Tjeenk illink & Zoon, Haarlem, 1919

Tugwell, Rexford G.
Industry's Coming of Age, Hardcourt, Brace & Co., Nueva York, 1927

Viljoen, Stephan
The Economic Tendencies of To-day, P. S. King & Son, Ltd., Londres, 1933

Volney, M. C. F.

Travel through Syria and Egypt in the Years 1783, 1784 and 1785, 2 vols., Londres, 1787

Wagemann, Ernsts

Fundamental Principles of Economic Policy, Supplement to the Weekly Report of the German Institute for Business Research, Berlin, 2 de octubre, 1935

Weber, Alfred

Über den Standort der Industrien, Edición de J. C. B. Mohr, Tübingen, 1920

Webster, W. G.

A General History of Commerce, Ginn & Co., Nueva York, 1903

Wiese, L. von

Fremdenverkehr als zwischenmenschliche Beziehungen, Archiv für Fremdenverkehr, nº 1, 1930

Young, Arthur

Travels in France during the Years 1787, 1788 and 1789, Belles & Sons, Ltd., Londres 1924

Zachariah, O.

Travel in South Africa, 3ª edic. Publicada por South African Railways and Harbours, 1927

Enciclopedias y Diccionarios especializados

Bybelsch Woordenboek, Schuurman en Westhoff

Chalmers' Encyclopedia

Dictionary of National Biography

Dictionary of the Bible, Hastings

Encyclopedia Biblica

Encyclopedia Britannica

Encyclopedia of Social Sciences

Publicaciones de la Sociedad de Naciones

Balances of Payments

Enquiry into Clearing Agreements, Economic and Financial Series, 1935

Report of the Economic Committee on Tourist Traffic, 1934

Review of World Trade

Statistical Yearbooks

World Economic Survey

Publicaciones Oficiales y Leyes (solo se transcriben en esta versión las que el autor cita relacionadas con el turismo)

The Tourist Trade in Canada, Dominion Bureau of Statistics, Department of Trade and Commerce and the Report and Proceedings of the select Comité on Tourist Trade, Ottawa, 1934

Rapports d'Ensemble du Conseil National Economique: le Tourisme, le Thermalisme et le Climatisme, y *Journal Officiel de la Republique Française*

Hotel Industry Financing Act, Italia

Development of Tourist Industry in Japan, Board of Tourist Development, Japanese Government Railways

Report on the Proceedings of the Oriental Congress, 1935, publicado por Board of Tourist Industry

Statics of Foreign Visitors, publicado por Board of Tourist Industry

An Extract from the Public Acts of New Zealand, 1908 – 31

Reports on the External Migration of the Dominion of New Zealand

Annual Reports of the General Manager of the Department of Tourist and Health Resorts and Publicity

Der Fremdenverkehr in der Schweiz im Jahre 1934

Der Fremdenverkehr in der Schweiz im Winter 1934 – 35

Estatutos, Informes anuales y otras publicaciones de las organizaciones turísticas en diferentes países

The Constitution of the Australian Nacional Travel Association
Annual Reports of the Australian National Travel Association *What it is and What it is Doing*
(folleto)
Memorandum and Articles of the Association of the Travel and Industrial Development
Association og Great Britain and Irland
Annual Reports of the Executive Committee of the Asociation
Statisca del Movimento Turistico in Italia de los años 1924 a 1931publicado por ENIT (Ente
Nazionale per le Industria Turistiche)
Relations sull' Attivita Svolta nell' Anno 1932 publicada por ENIT, Roma, Italia
The Japan Tourist Bureau: Brief History, Present Activities and Articles of Association, 1935
Landsläget för Reiselivet I Norge Turisttaldistikken, Oslo
Status de l'Association Nationales por le Developpmen du Tourisme
Der Fremdenverkehr in der Schweiz, publicado por Scheizerische Verkehrszentrale, Suiza

Otras publicaciones

The Economist, *The Sphere* y *The Times*, Londres
Travel Japan, Vol. 1, nº, 2
Rand Daily Mail