

El Turismo en la Globalización

Resumen

Primero, en este documento abordamos cinco temas claves que son puntos de encuentro entre investigadores sociales de la globalización, para tratar de entender la configuración del actual turismo internacional. Posteriormente, hacemos una reflexión sobre la respuesta de los países subdesarrollados el turismo en la globalización.

Abstract

First, in this paper we take six issues which are common points of view between the social investigators of the globalization, to try to understand the configuration of modern international tourism. After, we do a reflection about the answer of the underdevelopment countries to the tourism in the globalization.

Palabras Claves

Globalización, turismo globalizado, países subdesarrollados, competitividad del turismo, turismo sostenible.

1. GLOBALIZACIÓN Y TURISMO

La globalización es el signo distintivo de nuestra era, en esencia, como dice Wolfgang Hein (2002), en la sociedad moderna las innovaciones tecnológicas, acompañadas por cambios en la organización de la producción, ha generado nuevos y más altos estándares de productividad y profundos cambios sociales. La globalización es un proceso de interconexión y este proceso se da gracias a las tecnologías de la información y la comunicación, que relaciona a determinadas personas y organizaciones creando dinámicas complejas de relación y de exclusión financiera, económica, política, social y cultural. En este sentido, la globalización hace que existan personas y grupos más o menos globalizados en procesos complejos -que no se pueden juzgar como buenos o malos- y por tanto,

la globalización es una cuestión de grado (Mària i Serrano 2002).

La globalización presenta además algunas características que son un lugar común en los trabajos con esta temática, y estos mega cambios sociales también modifican la actividad turística, adaptándola y moldeándole sus dinámicas.

En adelante analizaremos cinco de las características generales de la globalización y su manifestación en la transformación de la actividad turística internacional.

La primera característica distintiva es que existe un crecimiento sostenido del sector terciario, llegando a constituirse en el principal motor de acumulación capitalista en las economías de los países desarrollados. Tezano (2001) afirma que ya en las postrimerías del siglo XX el sector servicios aportaba más del 60% del PIB en la estructura de la producción mundial, y por arriba del 52% en el conjunto de los países subdesarrollados.

Con estas nuevas dinámicas, el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas de mayor importancia mundial. Así lo confirma las cifras de La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2004), contrastadas contra las exportaciones totales del mundo reportadas por La Organización de Comercio Mundial (WTO, 2004) ¹.

Para el año de 1993 se contaron 691 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que representa poco más de 523 mil millones de US dólares de gastos turísticos. Por su parte, las exportaciones mundiales de alimentos llagaron a 543 mil millones de US dólares, las de combustibles a 754 mil millones de dólares, los productos químicos a 794 mil millones de dólares, y los automóviles a 724 mil millones de dólares. Además, hay que considerar que el turismo interior en los países desarrollados es superior que el turismo internacional (Bote, 1990). Las series

de cifras y las tendencias de las llegadas de turistas internacionales presentadas en la figura N° 1 muestran una innegable importancia sostenida del turismo internacional.

La tendencia del crecimiento del turismo en forma sostenida, sin que se vislumbre en el mediano ni el largo plazo un retroceso de sus tendencias, viene confirmándose desde el desarrollo del turismo de masas en buena parte del siglo XX. Los logros de los movimientos obreros en torno a la seguridad social, en el sentido de asegurar el derecho al salario mínimo, las vacaciones retribuidas, la jubilación, la edad mínima del trabajo de los niños, los gastos para la formación profesional, el trabajo remunerado de la mujer y la protección de sus condiciones – embarazo, lactancia–, entre otros, permitieron a los ciudadanos de los países industrializados euro-americanos liberar el ahorro de previsión y el subsiguiente ingreso a la sociedad de consumo (Fernández, 1991). A partir de allí, y con mucho más razón en el preámbulo de la sociedad tecnológica (Tezano, 2001), el viaje turístico internacional ha experimentado un incremento exponencial, como se muestra en la figura N° 1.

de países, en este sentido, se muestra un como proceso de integración de mercados mundiales que requiere de la formación de bloques económicos de libre comercio. En la política internacional se enfrentan tres centros económicos con algunas diferencias políticas y culturales: los EE.UU., la Unión Europea y Japón-SE asiático, y hay una serie de “coronas” concéntricas de países que pretenden conseguir más prosperidad relacionándose con estos tres centros (Mària i Serrano).

En turismo esto ha generado nuevos flujos sociales, ampliando la “periferia del placer” ² (Mazón, 2002), así como nuevos flujos de inversión y recomposición de las balanzas de pagos. Los turistas que generan los grandes flujos migratorios internacionales (de personas y dinero) provienen en su inmensa mayoría de las sociedades más desarrolladas y que están en transición de una sociedad industrial a una post-industrial, en la cual el turismo –sus emociones, sus impresiones y sus nuevos significados sociales– son cada vez más una necesidad de primer orden. En tal sentido, el turismo en los países del Sur se adapta a los patrones de sobre-consumo de sociedades del Norte (Fürst, 2000).

Tendencias de la llegada internacionales de Turistas. 1950-2020

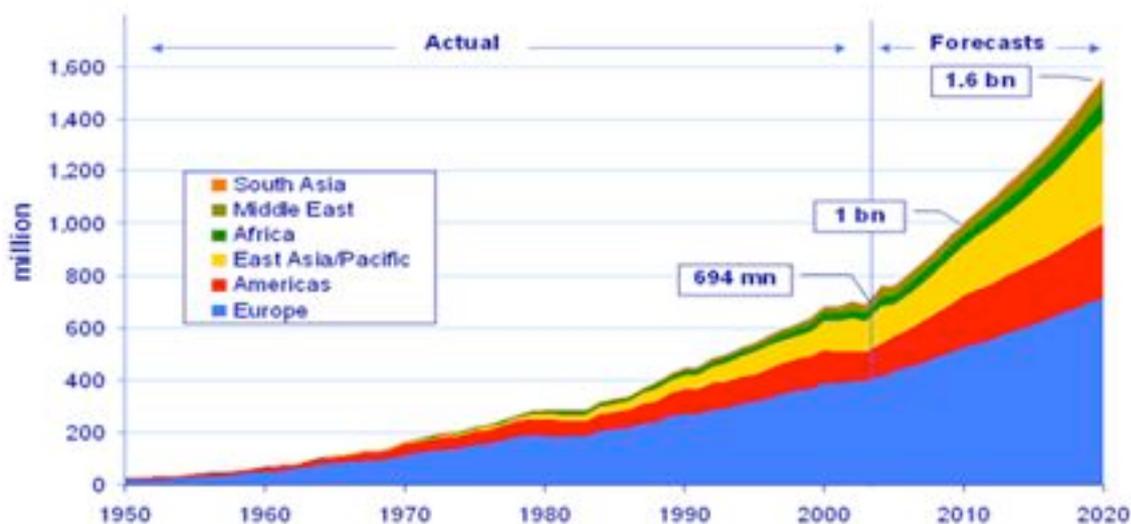


Figura N°1 (Fuente: OMT, 2004)

Una segunda característica que queremos destacar es que hay una mayor integración en grandes bloques políticos y económicos, lo que configura una globalización de regiones, más que

Principales países receptores de turistas. Ingresos por Turismo Internacional
- en miles de millones de US dolares-

Países	2002	2003	Cuota %
Estados Unidos	66,7	64,5	12,3
España	33,8	41,8	8,0
Francia	32,7	37	7,1
Italia	26,9	31,2	6,0
Alemania	19,0	23,0	4,4
Reino Unido	20,5	22,8	4,3
China	20,4	17,4	3,3
Austria	11,2	14,1	2,7
Turquía	11,9	13,2	2,5
Grecia	9,7	10,7	2,0

Cuadro N°1 (Fuente OMT, 2004)

En la actualidad se verifica que los grandes flujos turísticos se desarrollan entre países desarrollados, sea esto por las elevadas rentas anuales de sus ciudadanos, por el desarrollo de medios de comunicación y la capacidad financiera para la inversión.

De los cuadros 1 y 2 se desprende que los grandes flujos migratorios de entradas y salidas de turistas se da entre los países de la Europa Central y América del Norte, concentrando más del 50% de estos movimientos. Seis de estos países están a la vez, entre los diez principales emisores y receptores de turismo del mundo.

Sin embargo, cada vez más se están produciendo cambios de estos flujos hacia los países subdesarrollados, llegando a hablarse inclusive de nuevos destinos emergentes, gracias a procesos de pacificación en amplias áreas del planeta, el desarrollo de los medios de comunicación y a un incremento en la competitividad de estas nuevas regiones.

La OMT (2004) advierte que aunque en el año 2003 la tendencia se ha invertido, en

circunstancias normales, los viajes entre regiones tienden a crecer a un ritmo más rápido que los viajes intra-regionales, y que espera que para el año 2020 el desglose de llegadas turísticas por regiones indicará que las tres receptoras más importantes serán Europa (717 millones), Asia Oriental y el Pacífico (397 millones) y las Américas (282 millones); incrementándose con mayor velocidad los viajes de larga distancia (5,4% anual) que los viajes intra-regionales (3,8% anual).

En el continente americano EEUU, Canadá y México son los destinos más importantes, aunque muestran tasas de decrecimiento en sus llegadas de turistas internacionales; así EEUU decreció un 5,3%, Canadá un 12,6% y México un 5,1%. Por el contrario, otros destinos de relativa importancia son Brasil, Puerto Rico, y República Dominicana (ver cuadro N° 3), que junto con los países de América Central y del Sur, están creciendo muy rápidamente, a tasas que van de entre un 5% a un 16,8%. Es el caso de Costa Rica, donde las llegadas de turistas internacionales crecieron más del 11% en el 2003.

Principales países emisores de turistas.
Egresos por Turismo Internacional
-en miles de millones de US dolares-

Países	2002	2003	Cuota %
Alemania	52,5	64,7	12,4
Estados Unidos	58	56,6	10,8
Reino Unido	41,7	48,5	9,3
Japón	26,7	29,0	5,5
Francia	19,7	23,6	4,5
Italia	16,9	20,5	3,9
China	15,4	15,2	2,9
Países Bajos	13,1	14,6	2,8
Canadá	11,7	13,3	2,5
Federación Rusa	11,3	12,9	2,5

Llegadas de Turistas e Ingresos de US Dólares por Turismo
En los destinos turísticos más importantes de América Latina

Principales destinos Series ¹	Llegadas de turistas internacionales					Ingresos por turismo internacional				
	(1000)		Variación (%)		Cuota (%)	(millones \$EEUU)		Variación (%)		Cuota (%)
	2002	2003*	2002/01	2003*/02	2003*	2002	2003*	2002/01	2003*/02	2003*
Américas	116.637	112.975	-4,5	-3,1	100	113.773	114.433	-5,2	0,6	100
Argentina TF	2.820	2.995	7,6	6,2	2,7	1.535	2.097	-41,9	36,6	1,8
Bahamas TF	1.513	1.510	-1,6	-0,2	1,3	1.762	1.782	6,9	1,1	1,6
Brazil TF	3.783	4.091	-20,7	8,1	3,6	1.998	2.479	15,5	24,1	2,2
Canadá TF	20.057	17.534	1,9	-12,6	15,5	10.691	10.579	0,8	-1,0	9,2
Chile TF	1.412	1.614	-18,0	14,3	1,4	898	860	12,4	-4,2	0,8
Costa Rica TF	1.113	1.239	-1,6	11,3	1,1	1.161	1.293	-1,0	11,4	1,1
Cuba TF	1.656	1.847	-4,6	11,5	1,6	1.633	-	-3,5	-	-
Rep. Dominicana TF	2.811	3.282	-2,5	16,8	2,9	2.730	3.110	-2,4	13,9	2,7
Jamaica TF	1.266	1.350	-0,9	6,6	1,2	1.209	1.355	-1,9	12,1	1,2
México TF	19.667	18.665	-0,7	-5,1	16,5	8.858	9.457	5,4	6,8	8,3
Perú TF	862	931	8,2	8,0	0,8	801	932	1,6	16,4	0,8
Puerto Rico TF	3.087	3.238	-13,1	4,9	2,9	2.486	2.677	-8,9	7,7	2,3
Estados Unidos TF	43.525	41.212	-7,2	-5,3	36,5	66.728	64.509	-7,2	-3,3	56,4
Uruguay TF	1.258	1.420	-33,5	12,9	1,3	351	345	-42,6	-1,7	0,3

Cuadro N°3 (Fuente OMT, 2004)

Una tercer característica es que a partir de la imposición de políticas de desregulación económica, flexibilización y liberalización, la globalización ha traído como consecuencia, por una parte, la pérdida de importancia de las relaciones entre lugares para la formación del espacio económico por un flujo de factores; y por otro lado, se ha facilitado la aglomeración de actividades económicas de importancia global en algunos lugares y capas sociales, con lo que los lugares y capas sociales no incorporadas a la dinámica económica y social globalizadas están en riesgo de entrar en procesos de marginalización absoluta.

Dice Rivera (2000), citando a Norbert Lechner, que en el contexto de los procesos globalizantes de América Latina, y por extensión otras importantes regiones del Tercer Mundo, estas sociedades se encuentran ante el dilema de optar por la modernización, aceptando la exclusión y la polarización social o privilegiar la integración social y correr el riesgo de quedarse fuera de la lógica de funcionamiento de economía mundial. Y es que la globalización no es sólo obra de las empresas o de políticas de organismos internacionales, la sociedad también puede inducir procesos de globalización como fruto de la interacción de dinámicas globales con las locales (Pérez, 2001).

En las comunidades pobres de los países subdesarrollados, el desarrollo de agendas políticas de desregulación y liberalización han configurado el gran reto de la viabilidad global de estas comunidades, exigiendo de ellas la conformación concreta de una estrategia social donde se resuelve la forma particular en que esa comunidad se integra a la globalización. Tal propuesta de integración tendría que responder a los graves problemas de desigualdad social creciente y marginalización social, integración dependiente de la economía local a los intereses de las grandes transnacionales, la adopción de nuevas tecnologías, y las prerrogativas de un traslado de las competencias de los estados nacionales a los gobiernos locales.

En Centroamérica, la reorganización hacia afuera del crecimiento se expresa, fundamentalmente, en el desarrollo de

cuatro actividades: la nueva agro-exportación, la industria orientada a la exportación, la migración laboral internacional y el turismo. Como dice Hein (2002), parece que para muchas regiones casi no hay alternativa a una modernización socioeconómica basada en el turismo posfordista, si se tiene en cuenta las alternativas, y que por eso el turismo abre posibilidades para las regiones periféricas. El turismo es, entonces, un nuevo eje de acumulación en muchos países del Sur, desplazando por su importancia económica a las actividades económicas tradicionales (Hiernaux-Nicolas, 2002).

Por otra parte, y siguiendo con el análisis de las características de la globalización y el turismo, encontramos que la posesión del conocimiento técnico y científico determina el poder económico.

Con respecto al avance de la Internet y de la sociedad red, Castells (1999) considera que la Internet está creando un mundo dividido entre los que tienen y los que no tienen Internet., donde las grandes diferencias de conectividad hace que las personas que no tienen acceso a Internet tengan una desventaja cada vez más considerable en el mercado de trabajo y que algunos territorios no conectados a Internet pierdan competitividad económica internacional y tiendan a ser bolsas crecientes de pobreza incapaces de sumarse al nuevo modelo de desarrollo.

Siendo el turista internacional, en términos generales, un representante de las sociedades más desarrolladas del planeta, o en su defecto, miembro de las elites sociales de los países subdesarrollados, el perfil del turista ha cambiado radicalmente, pudiéndose observar un turista con mayor valoración del viaje turístico dentro de su gasto corriente y portador de conocimiento y nuevos valores, que se exigen en los destinos turísticos.

El mundo del trabajo y del tiempo libre ha tenido muchos cambios, con un incremento anual sostenido de la cantidad y frecuencia de los viajes turísticos. Esto se debe a que, como dice Mazón (2002), el turismo es una de las principales formas en que la sociedad cubre la demanda de ocio de los individuos y

que es de esperar que los cambios sociales que estamos observando produzcan, a su vez, transformaciones en los modelos de ocio y, por tanto, surjan nuevas modalidades de consumo turístico, tal y como se viene constatando desde hace unos años.

La constitución de las sociedades de opulencia, marcadas por una valoración muy positiva hacia el ocio y el disfrute del tiempo libre, la diversificación y particularización se convierten en el nuevo estilo de desarrollo de los destinos turísticos, alimentando la oferta con espacios locales plenos de imágenes y sensaciones especializadas, para una gran variedad de segmentos en la demanda turística. Bordas (2003) estima que cada año los europeos producen 220 millones de viajes turísticos de placer y que sólo un veinticinco por ciento, es decir unos 50 ó 60 millones ya serían viajes de placer con un fuerte componente de sociedad de ensueño: de emociones, sensaciones, experiencias, etc. Piensa que en los próximos cinco años ya será del cincuenta por ciento.

En la globalización la fragmentación social hace que el cuerpo social se segmente en una multitud de grupos socio-profesionales, con características demográficas, sociales, económicas y culturales diferentes; cada grupo socio-profesional posee su propio estilo de ocio y una capacidad económica distinta. Mazón (2002) dice que por tal razón, el turismo en esta nueva sociedad se caracteriza por ser más heterogéneo, más fragmentado y menos estandarizado que el de los años sesenta y setenta y que parece que, en los segmentos sociales de mayores rentas y en los más cultos, se está originando una reacción contra la masificación generalizada, presente en buena parte de la oferta turística actual; y que es innegable que la sociedad se está haciendo cada vez mucho más compleja y comienza a vislumbrarse un turismo donde priman la calidad sobre la cantidad y el respeto por el entorno, como elementos principales de la oferta de calidad.

En este mismo sentido, hay una mayor valoración por la sostenibilidad ambiental, que ha evolucionado hacia una necesidad de incorporar a los procesos productivos y de consumo una dimensión de desarrollo humano sostenible. Esto ha hecho que el turismo experimente un giro cada vez más

fuerte hacia la diversificación e incorporación de la variable ambiental y de conciencia social.

Mazón (2002), citando a Muñoz (1994) dice que la sociedad del bienestar que comienza a consolidarse en los países más desarrollados significa la garantía de una ordenación de instituciones que permiten una cierta seguridad y protección de los ciudadanos a partir de la creación de nuevas estructuras administrativas, nuevos servicios sociales y culturales y, sobre todo, un sistema político que intervenía en el incremento de las prestaciones como forma estable de la acción estatal. Agrega además, citando a Salcedo y Sanchís (1991), que a partir de finales de los años sesenta del siglo XX comienza a detectarse que los países más desarrollados, económica y socialmente, alcanzan un punto de inflexión en el que se perciben nuevas actitudes ante la vida, y que algunos estudiosos han denominado como "post-modernización". Desde entonces comienzan a surgir nuevos valores post-modernos que promueven una amplia variedad de cambios sustanciales en estas sociedades. Es esta una etapa en la historia del hombre en la que la gente sigue aspirando a conseguir un cada vez más elevado bienestar económico, al tiempo de que se congratula con el progreso y las posibilidades de consumir y de elevar su nivel y su calidad de vida. Pero, paralelamente, se advierte en esta nueva sociedad una pérdida de fe en el cómo ha sido posible que las políticas gubernamentales hayan instrumentado el proceso de modernización, generando un gran crecimiento económico, a costa del deterioro del medio ambiente, con alteraciones ecológicas irreversibles -de despliegues armamentísticos espectaculares- y de ensanchar cada vez más los abismos de la desigualdad entre los países ricos y los países pobres.

Unido al creciente carácter competitivo en el que se encuentra sumido el turismo a escala mundial, la característica más significativa del turismo contemporáneo no es sólo la incorporación de nuevos lugares como destinos turísticos o la ampliación de la periferia del placer, también hay que contar con la creciente demanda de nuevas experiencias y espacios singulares, que ha propiciado que todos los rincones del planeta

sean potencialmente turísticos, sobre la base de su especificidad. En este sentido, se comparte plenamente la idea con el Dr. Manuel Figuerola, en el sentido de que turismo con contenido ecológico y social – entendido como desarrollo humanos sostenible en turismo- ya no es una moda, es una modalidad en el turismo. Por último, el desarrollo de un capitalismo controlado por las grandes corporaciones deja espacios que no puede controlar, con lo que se articula con una enorme incidencia de pequeñas y medianas empresas.

2. LA PERIFERIA DEL PLACER Y LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA EN LOS PAÍSES SUBDESARROLLADOS

Mientras tanto las sociedades subdesarrolladas, constituidas en la periferia del placer (Turner y Ash, 1991), están en fuertes procesos de polarización social, que permite a las clases dominantes ser parte de esa sociedad global del conocimiento y el ensueño, mientras que la otra parte, cada vez mayor y más pobre, es condenada a lo inmediato de su pobreza y al horror de su pesadilla cotidiana. Existen aún enormes brechas entre los países desarrollados y los subdesarrollados, marcados por crisis estructurales que abarcan más de dos décadas, generando problemas serios en los ciclos de desempleo y falta de oportunidades, de miseria y pobreza endémica, de desigualdad social y de ensanchamiento en las brechas internas entre ricos y pobres. Así lo expresa el Informe sobre Desarrollo Humano del año 2002 del PNUD, que afirma que no obstante, en un mundo que evoluciona hacia la mundialización, la creciente interrelación de países y personas ha hecho resaltar más las diferencias entre ellos. Una niña nacida hoy en el Japón, afirma el citado informe, tiene un 50% de posibilidades de vivir hasta el siglo XXII, y un recién nacido en Afganistán tiene una posibilidad entre cuatro de morir antes de cumplir cinco años de vida. Además, los ingresos del 5% más rico del mundo son 114 veces mayores que los del 5% más pobre. Cada día, más de 30.000 niños mueren en el mundo a causa de enfermedades que se

pueden prevenir, y a unas 14.000 personas se les diagnostica VIH/SIDA. Si no se consigue controlar la tuberculosis, alrededor de mil millones de personas la contraerán para el año 2020, y de ellas, 35 millones morirán de esa enfermedad. El porcentaje de personas que viven con un dólar de los Estados Unidos al día sigue siendo la misma al final del decenio de 1990 (47%) que al principio del mismo (PNUD, 2003).

Las tendencias de América Latina, reflejadas en el informe del PNUD de 2004, que afirma que los países de América Latina y el Caribe se enfrentan con dos dilemas básicos del desarrollo que están profundamente entrelazados en la trama de sus sociedades: la pobreza y la desigualdad. Las tasas de pobreza vienen aumentando desde hace tres décadas. Los países de América Latina y el Caribe son un claro ejemplo de lo que sucede cuando el desarrollo favorece a unos pocos. En Costa Rica, la sinopsis del Octavo Informe del Estado Nación (2003) señala una tendencia constante al deterioro de la equidad, base de la paz social y, en gran medida, del desarrollo de Costa Rica, y aunque no se agravó significativamente, esa tendencia se estacionó en el 2002 en uno de los niveles más altos de la historia reciente. Afirma el informe, además, que el estilo de desarrollo que el país viene practicando, heterodoxo y desarticulado, no ha logrado resolver los grandes problemas nacionales, varios de ellos heredados de épocas anteriores. Aunque haya indudables progresos en algunos ámbitos, especialmente en la apertura comercial y la diversificación productiva, la falta de articulación de estos con el resto del sistema mantiene al país caminando a paso muy lento, insuficiente para reducir la pobreza, mejorar la equidad y avanzar hacia tasas de crecimiento más altas. En esto pesa la progresiva renuncia del Estado a jugar un papel activo como gestor del desarrollo. Las políticas de estabilidad y de apertura parecen haber consumido sus mejores esfuerzos. En efecto, el crecimiento de los últimos tiempos sigue todavía los rumbos abiertos hace veinte años: maquila, zonas francas, diversificación de las exportaciones y fomento del turismo.

En este contexto de incertidumbre, el desarrollo de un turismo nacional, que precede a la instalación de empresas

turísticas con orientación internacional, dice Hein (2002), puede facilitar el proceso de cambio social de una forma gradual, pues la competitividad del turismo internacional exige niveles de calificación de empleados, la calidad de servicios turísticos y la compra local y nacional de insumos, que benefician a la comunidad y que a la vez ofrece mejores perspectivas para el proceso de modernización local y regional. El desarrollo del turismo en los países subdesarrollados presenta un doble reto, por un lado la necesidad de aumentar su competitividad turística, para atraer al turista internacional y apropiarse de los beneficios económicos del avance y crecimiento de esa actividad económica; y por el otro, enfrentar y convertir los impactos socioculturales del encuentro entre el turista internacional y las comunidades locales en impactos significativamente positivos.

Hein (2002) resume los cambios que se han producido en el turismo, hacia un turismo posfordista, como la capacidad que ha dado el desarrollo de tecnología, principalmente las de comunicación, y la organización económica que han facilitado la organización de programas adaptados a los intereses diferenciados de pequeños grupos de turistas, que a la vez son fruto de la diferenciación de ingresos en los países desarrollados y de nuevos estilos de vida posmoderna. La naturaleza virgen (o su mito), enfatiza Hein, construyen un nuevo tipo de turismo de sol y playa, colmada de nuevas atracciones, y del turismo de aventura, basadas en los imperativos de una vida competitiva, sana y orientada al disfrute; lo cual también se exigen del turismo.

En este sentido, la cuestión de la competitividad del destino turístico es cada vez más importante, basada en los nuevos destinos de los países subdesarrollados – aunque no exclusivamente– en la especialización y la individualización. Como dice Bordas (2002) “Hay dos formas de gestionar la competitividad: o bien siguiendo la estrategia verde o bien siguiendo la estrategia roja. La estrategia roja, que es la que hemos utilizado durante los últimos treinta años, consiste en inyectar cada año más calidad a los procesos de servicio, lo que incrementa el coste y, al mismo tiempo, hace

bajar cada vez más el precio. Ambas cosas tienen una repercusión descomunal en la cuota de explotación, por no hablar de otros temas. La estrategia verde de gestión de la competitividad consiste en entender mejor cuáles son los resultados que busca el señor Smith, entender mejor cuáles son las sensaciones que aprecia y cuáles son las incomodidades y las inseguridades que no quiere aceptar. Tenemos que dedicarnos a aumentar resultados y sensaciones y a reducir incomodidades e inseguridades con objeto de dar al señor Smith más valor por menos esfuerzo, en comparación con los competidores, y así ya habremos llegado a la competitividad... A partir de ahora ser competitivo quiere decir ofrecer un abanico más rico de experiencias a nuestros clientes y, por lo tanto, las experiencias ya no pueden suceder por sí solas y por casualidad.” Lo que plantea Bordas es que hay un nuevo tipo de consumidor, un nuevo turista que tiene unas motivaciones y unas necesidades, unos hábitos de información, de compra y de utilización de los destinos de los que se sabe muy pocas cosas; y considera que el éxito de los destinos turísticos en el futuro dependerá de la capacidad de aprender rápidamente y comprender bien todo el sistema psicológico de lo que pasa por el cerebro del turista de la sociedad de ensueño. Lo que significa esto es que el nuevo turismo, que antes buscaba los servicios por el valor económico, ahora debe satisfacer nuevos deseos, que ya no son los del descanso, sino satisfacer la pirámide emocional de un nuevo tipo de turista. La tendencia que observa es de la "personalización", para un turista que exige un servicio hecho a la medida. Para ellos, según Bordas, “...debe realizarse una buena gestión del valor, aunque la gestión de los sentimientos es cada vez más importante. El cliente quiere que se le "acaricie" la pirámide emocional. Por una parte, eso incluye seguridad: en un complejo turístico el cliente entiende el entorno, sabe cuáles son sus derechos, sabe lo que pasa, sabe dónde están las cosas. Por otra, cuando quiere variedad, pueden sorprenderlo continuamente y pueden darle muchas opciones de cosas que puede hacer. Es un servicio personalizado y no masificado. Además, recibe el estado emocional de sentirse conectado, sentirse parte de un grupo y sentirse aceptado. Tiene la sensación de que está creciendo y de que acabará las vacaciones mejor de como las ha

empezado porque siente que ha aprendido, porque ha mejorado su carácter, su manera de ser. Finalmente, encontramos el estado emocional de sentir que se contribuye a algo, que se hace algo útil, que se sirve para algo.”

La base material de una mejor vida y la protección de los recursos naturales para las comunidades locales debe estar cimentada en la necesaria generación de riqueza. Michael Porter, sostiene que: “La cercanía geográfica de competidores, proveedores y compradores tiende a propiciar la eficiencia y la especialización. Los altos niveles de competencia y las exigencias de los consumidores locales estimulan fuertemente la productividad de las empresas... Sin embargo, el impacto más importante de la concentración geográfica sobre la ventaja competitiva reside en la creación de condiciones propicias para la innovación. Esto ocurre, porque la creación de centros de investigación o de enseñanza que se especialicen en apoyar la mejora tecnológica constante de esas empresas, estimula la competencia entre empresas por diferenciar sus productos mediante la innovación, promueve un clima de innovación en las industrias proveedoras, y atrae recursos humanos talentosos.” (Dorian, 2002). Esta idea general del desarrollo proveniente de la teoría de la competitividad de Porter no es contradictoria con la idea del desarrollo de un turismo sostenible, todo lo contrario, las propuestas como las de la OMT podrían tener muchos puntos de encuentro con esta posición. Si se parte de la definición de Turismo Sostenible que difunde y promueve este organismo internacional, ésta definición del desarrollo turístico basado en la competitividad recoge la necesidad de reorientar la lógica de la generación y acumulación de capital, para que sean atendidas razones y necesidades allende la fronteras de la empresa turística, ubicándola no en un vacío geográfico social, sino en un contexto local de carácter económico, obviamente, ambiental, social, cultural, político, etc.; y que este contexto, en vez de ser hostil a la empresa turística y viceversa, debe ser considerado la verdadera ventaja comparativa del desarrollo turístico sostenible. En esencia, hay que buscar otras formas de desarrollo del turismo que gestionan la competitividad de la empresa, pero con ella la viabilidad ecológica de la

región y la posibilidad de mantener a las comunidades locales dentro del sistema económico globalizado.

En turismo, más que en cualquier otra actividad económica, la competitividad está centrada en el capital humano. Ante toda esta suerte de cambios, la respuesta de avanzados empresarios ha sido el que últimamente hayan surgido numerosas empresas turísticas de pequeña escala, que han encontrado su nicho especializándose en ciertos segmentos del mercado acordes con turismos temáticos o específicos, o concentrando sus esfuerzos sobre destinos o mercados nacionales concretos y de cara a los grupos de la demanda más exigente y, generalmente, más rentables (Mazón: 2002).

BIBLIOGRAFÍA

BORDAS, Eulogio. (2003): Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado, en UOC:Inauguración del primer semestre del curso 2002-2003 de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC (España: Bellaterra.UOC.

BOTE, Venancio. (1990): Planificación económica del turismo. De una estrategia masiva a una artesanal. (México, Trillas).

CASTELLES, Manuel. (1999) Internet y sociedad red. Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento. (España, Universitat Oberta de Catalunya) (www.sociologia.de).

CÉSAR D., Alfredo y Stella Maris Arnaiz. Globalización, turismo y sostenibilidad. (Universidad de Guadalajara, México).

DORIAN, Eduardo et. al. (2001): La competitividad genuina y el bienestar sostenible, en Alberto Trejos y Arturo Condo (eds): Competitividad Empresarial en Centroamérica. (Costa Rica, INCAE, CLACDS).

ESTADO de la Nación. (2003): Octavo Informe del Estado de la Nación para el Desarrollo Humano Sostenible. (San José, Proyecto Estado de la

Nación).

ESADE. (2003): Ociotipos europeos: Packs de actividades. (España, ESADE)

FERNADEZ Fuster, Luis. (1991). Historia general del turismo de masas. Madrid, Alianza Universitaria.

FIGUEROLA, Manuel. (1990): Teoría económica del turismo. Madrid, Alianza Editorial.

HEIN, Wolfgang. (2002): Posfordismo y desarrollo regional sostenible con base en el turismo: Visión de Conjunto, en Edgar Fürst y Wolfgang Hein, (eds): Turismo de larga distancia y desarrollo regional en Costa Rica: Estudios sobre las relaciones económicas-ecológicas entre el turismo y el desarrollo sostenible en los ámbitos globales, nacionales y micro-regionales. (San José, DEI).

INMAN, Crist y Gustavo Segura. (2002): Turismo en Centroamérica: El reto de la competitividad”, en: Alberto Trejos y Arturo Condo (eds). Competitividad empresarial en Centroamérica. (Costa Rica: INCAE, CLACDS).

MÁRIA i Serrano, Joseph F. (Sin año) La globalización. (<http://www.fespinal.com/espinal/castellano/visua/es103.htm#2.1>)

OMT. (2003): Turismo y atenuación de la pobreza. (Madrid: Organización Mundial del Turismo).

OMT. (2004): Datos esenciales. Edición 2004. (Madrid: Organización Mundial del Turismo)

PÉREZ, Juan Pablo. (2000): Lo local en la globalización: Algunas reflexiones, en: Juan Pablo Pérez Sainz et al. Encuentros inciertos: Globalización y territorios locales en Centroamérica. (San José, FLACSO).

PNUD, 2003. Informe sobre el Desarrollo Humano 2002

PNUD. (2004). Reporte Anual. PNUD

TEZANO, José Félix. 2001. La sociedad dividida. Madrid, Editorial Biblioteca Nueva.

WTO. (2004): World merchandise exports by product, 2003, en: WTO. International Trade Statistics. (World Trade Organization).

1- El turismo se considera como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (OMT, 1998) Lo interesante de este tipo de exportación es que no se mueven mercancías entre fronteras, sino los flujos son de consumidores.

2- Desde las teorías de la dependencia, Truner y Sah consideran el desarrollo del turismo de masas en la época moderna y su relación con los nuevos destinos turísticos en los países subdesarrollados, denominando a los últimos la periferia del placer, con el objeto de remarcar la dependencia que muestran estos países con respecto a los primeros.