



EL TURISMO: ¿PERDIDAS O GANANCIAS?

BOB STANLEY

Al salir de la gran pirámide en Giza, el pequeño grupo de turistas se encandila con la luz brillante del desierto y respira con placer el aire relativamente puro. De regreso a la arena les sale al paso un anciano que por su aspecto podría haber estado allí cuando las pirámides eran nuevas.

El viejo desdentado les ofrece un balde plástico donde flota en agua fría media docena de coca colas. Algunos le compran, dejándole en la mano unas cuantas piastras, antes de prepararse a tomar el minibus que los lleva de vuelta al Cairo Holiday Inn.

Al día siguiente habrá tal vez la visita

al mercado para comprar reproducciones de los antiguos frisos, o un crucero por el Nilo en barcos que recuerdan la época faraónica. Después a la costa, a Alejandría, a tomar sol en las playas mediterráneas.

Lo que este grupo hace es lo que los turistas siempre han hecho: un poco

Servicio con una sonrisa — y un precio. El turismo trae las necesitadas divisas extranjeras y crea empleos en los países en desarrollo. Pero, a qué precio?

de paseo, un poco de historia, comprar recuerdos o *souvenirs*, y tomar el sol. Y eso es lo que hacen los turistas en todo el mundo con algunas variaciones —se va a África por los animales, a Tailandia por los templos, al Caribe por el calipso— pero siempre hay sol y playas en algún lugar cercano.

Lo que hoy es diferente es el número de personas —talvez 1500 millones! Y el número sigue en aumento. El crecimiento del turismo en los últimos 25 años ha sido fenomenal. Es el tercer sector comercial mas grande del mundo, sobrepasado solo por el petróleo y las armas.

Las solas ganancias por el turismo internacional llegaron a una cantidad calculada en us\$ 75 mil millones en 1979, y en las últimas dos décadas han aumentado a una tasa estable del 7 al 8 por ciento. Incluso la crisis energética y la siguiente recesión solo fueron un dique momentáneo a la industria líder en crecimiento del mundo.

Este apogeo de los viajes beneficia a un número creciente de países en desarrollo que, con excepción del Medio Oriente, han visto aumentar continuamente su cuota en el mercado mundial desde 1950. Son países que tienen los prerequisites: sol, mar, arena, tierra y mano de obra barata, y gobiernos dispuestos a hacer concesiones con tal de lograr una fuente continua de las divisas extranjeras que tan desesperadamente necesitan.

Todo esto no ha sido accidental. Los países en desarrollo han sido activamente estimulados y ayudados a establecer y expandir sus instalaciones turísticas como medios de desarrollo económico. Los organismos de las Naciones Unidas han sido particularmente activos en este sentido.

El Banco Mundial y sus afiliados han tomado la iniciativa de proveer ayuda monetaria para desarrollar nuevas instalaciones de turismo. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) tiene programas de educación y capacitación en industrias relacionadas con el turismo, financiados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). La UNESCO estudia los lugares históricos en los países en desarrollo con miras a su potencial turístico.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) también da apoyo. En un informe sobre políticas de turismo establece que "la expansión de los viajes mundiales puede traer beneficios significativos a las economías de los países en desarrollo", y añade: "En muchos aspectos el mercado de los viajes es además uno de aquellos que los países en desarrollo pueden aprovechar mas fácilmente que muchos otros mercados de exportación, especialmente por cuanto involucra el comercio de servicios".

La Organización Mundial del Turismo (WTO) es elocuente, aunque idealista, al describir el turismo como un medio de contribuir a "la comprensión, la paz, la prosperidad internacional, el respeto y observancia universal de los derechos humanos y la libertad fundamental para todos".

El turismo, sin embargo, siempre ha sido tema de controversia acalorada, particularmente en cuanto a los efectos que sobre la vida social y cultural de los países hospederos ejercen, quieran o no, las hordas de turistas que en busca de emociones descienden sobre ellos en época de vacaciones. Hay quienes dudan sobre cuántos son los dólares de turistas que permanecen en el país hospederero, y quienes insisten en que los costos superan a los beneficios.

No sorprende, pues, la gran divergencia de opiniones dada la complejidad de los aspectos involucrados. Un estudio de la WTO, por ejemplo, menciona no menos de 133 factores que influyen sobre la demanda de viaje. Cada país o región enfrenta problemas

El aumento en los ingresos puede gastarse en bienes importados, como imitación del estilo de vida de los turistas.

diferentes. Es imposible comparar países tan distintos como Nepal y Barbados. Sin embargo, ambos tienen una buena industria turística.

Un factor común en la ecuación económica es, sin embargo, lo que los economistas denominan "filtraciones". Se trata de los costos en divisa extranjera de la industria del turismo, que deben ser pesados contra el dinero que los turistas traen. Estos costos van desde la importación de materiales de construcción, equipos y decoraciones para los hoteles de lujo de nivel internacional, hasta la de vino francés y whisky escocés.

Desde luego la mayoría de los hoteles pertenece a cadenas internacionales, así que en su mayoría las ganancias salen del país. Un cálculo conservador da a los materiales importados un costo de 25 por ciento durante la operación normal, pero según la ubicación y el estado de la economía local la cifra puede ser mucho mas alta.

Están además los costos auxiliares para la construcción de aeropuertos,

vías, alcantarillado y demás servicios que ofrezcan fácil acceso y comodidad a los turistas. Esta infraestructura puede costarle al país en desarrollo tanto como el 80 por ciento del costo de capital del nuevo hotel, y a veces se trata de países donde la mayoría de la población no tiene agua corriente ni sanitarios.

Hay también costos escondidos. Los gobiernos proveen a menudo incentivos para quienes se ubican en su país. Estos incluyen exenciones o reducciones de impuestos, importaciones libres, permisos de trabajo para extranjeros y construcción de instalaciones recreativas adicionales para atraer a los turistas. También está el costo de la propaganda y la promoción que en casos extremos llega hasta 10 dólares por turista.

En cuanto al crédito, el turismo provee empleo directo e indirecto y ayuda a estimular, e incluso a crear, industrias locales —construcción, muebles, artesanías, agricultura— para las necesidades de los turistas. En Gambia, uno de los lugares africanos donde el turismo crece mas rápidamente, se dice que por cada mil "camas de turistas" hay cinco mil empleos.

UNCTAD tiene pocas reservas sobre la rentabilidad del turismo. Su informe establece: "Incluso allí donde las importaciones de bienes de capital son altas en relación con los recibos actuales del turismo, el costo en divisas extranjeras puede ser recuperado relativamente en poco tiempo. La evidencia sugiere que el turismo puede ser no solo un ganador importante, sino eficiente, de divisas extranjeras en términos de los recursos que necesitan serle destinados.

El informe señala, sin embargo, que el aumento de ingresos resultante de una industria turística en crecimiento puede tender a gastarse en bienes de consumo importados, como imitación del estilo de vida de los turistas. Es decir otra filtración escondida!

Otro tema delicado son las aerolíneas. Ninguna de las 30 mayores aerolíneas del mundo tiene su base en un país en desarrollo. La mayor parte de las líneas europeas y norteamericanas tiene vínculos con las cadenas hoteleras internacionales y algunas incluso las poseen. El resultado es que ellas pueden organizar paquetes turísticos en que dejan por fuera a los gobiernos y a las aerolíneas del país hospederero —con apenas algo más que los impuestos de aeropuerto para recuperar los costos de expansión o de construcción de instalaciones.

A menudo los intentos oficiales por proteger las aerolíneas nacionales mediante la restricción de la competencia terminan en que los organizadores de las excursiones turísticas simplemente no incluyen al país. Los hoteleros de Nepal, por ejemplo, se encontraron el año pasado en un fuerte debate público sobre una propuesta que permitía viajes fletados desde Europa y Japón. La propuesta fue objetada por las Aerolíneas Reales de

Nepal que la consideraba una "competencia ruinosa". Los hoteles, al experimentar una disminución en las tasas de ocupación de las habitaciones, culparon al monopolio de la aerolínea y sostuvieron que las normas políticas estaban destruyendo la industria de turismo simplemente para proteger la aerolínea.

Un estudio a cargo de la Unidad de Investigación del *Economist* sugiere dos soluciones posibles a ese tipo de problema: o solicitar a los organizadores turísticos usar la aerolínea nacional en una proporción sustancial del itinerario, o exigir el pago de regalías por parte de la aerolínea extranjera que haga los viajes fletados con permiso del país. Estas y otras medidas, dice el estudio, ayudarán a que "la ecuación suministro-demanda esté en favor de los países menos desarrollados".

Para complicar más el aspecto económico, está la falta de estadísticas fidedignas cruciales para la formulación de políticas efectivas. Las cifras sobre cuánta gente viaja, de dónde vienen, cuánto gastan, no pasan a menudo de ser adivinanzas. Y como señala el estudio del *Economist*: aquellos que formulan las políticas no saben con frecuencia cuán poco saben.

La mayor parte de los países receptores de turistas están conscientes del problema. El CIID ha recibido solicitudes de asistencia para estudios sobre aspectos económicos del turismo. En cooperación con el Centro Caribe de Investigación en Turismo, el CIID apoyó un estudio de dos años con partici-

pación de siete países. El objetivo de este esfuerzo coordinado, primero en su género, era proveer un análisis fidedigno del impacto económico del turismo en las islas, con énfasis particular en el empleo, las ganancias en divisas extranjeras y los vínculos con otros sectores de la economía.

El resumen de los hallazgos y recomendaciones del proyecto fue presentado a la cuarta Conferencia de Turismo Caribe y los delegados solicitaron su amplia disseminación en la región. Actualmente se prepara un informe final que será publicado por el CIID.

Otro proyecto en curso apoyado por el CIID es el que estudia la economía del turismo en cinco países asiáticos. Debido a la diversificada economía de la región, el énfasis está en comparar el turismo con otras industrias ganadoras de divisas extranjeras, y en encontrar la forma de maximizar los beneficios económicos de la industria turística.

Sin embargo, no siempre es fácil o posible separar la economía del impacto social y cultural. Los ambientalistas del mundo admiran con razón las famosas reservas de Kenia, y no hay duda de que son una atracción turística mayor. Pero, ¿cómo se evalúa el impacto sobre los agricultores que fueron sacados de sus tierras, o los estragos que para otros, cuyas tierras bordean los parques, representa el frecuente pisoteo de antílopes y elefantes?

¿Qué decir de la influencia política

inherentemente conservadora de una industria tan dependiente de una imagen de estabilidad? A la primera señal de desorden, los turistas no llegan. Luego de las manifestaciones y disturbios de 1977, el gobierno de Bermuda señaló: "El turismo es muy frágil. Aquellos que están arrojando bombas incendiarias desde los automóviles deben entender que muy pronto no tendrán un carro desde el cual tirar bombas". Tal fragilidad es un talón de Aquiles fácilmente explotable en la economía de una nación.

La disponibilidad universal de coca cola helada no es apenas un fenómeno económico sino también cultural que crea una demanda y una actitud. El estudio del *Economist* concluye: "Sea que el desarrollo de una industria turística cambie o no los valores de una sociedad (y ya sea esto bueno o malo) no hay duda de que el impacto socio-económico puede traer cambios profundos en la estructura de la sociedad receptora. Cambios y tensiones importantes".

Las mayores preocupaciones de los países receptores de turismo son las de poder enfrentar los cambios y las tensiones, integrar el turismo con otras industrias y asegurar una cuota justa de las ganancias. Para muchos países no hay realmente escogencia. El Primer Ministro encargado de Barbados, Bernard St. John, señala abiertamente que "El turismo es vital para la sobrevivencia económica y social de todos los territorios del Caribe. En muchos casos, la única alternativa". □

SEXO Y TURISMO

ROWAN SHIRKIE

Uno de los lados más oscuros del turismo internacional son las exóticas "tours" sexuales, especialmente por involucrar la explotación de mujeres en los países en desarrollo.

Los anuncios en los países de Europa occidental ofrecen sorpresas glamorosas en el Oriente. En Corea del Sur, Filipinas y Tailandia, destinos principales de tales excursiones, han brotado hoteles, clubes nocturnos, bares, discotecas y salas de masajes al servicio de los turistas.

"En Japón, todas las grandes agencias de turismo organizan excursiones, especialmente a Corea del Sur, en las que grupos de *Kisaeng* (prostitutas) están automáticamente incluidos en el precio", dice Jane Cottingham del ISIS, un grupo de derechos femeninos con base en Ginebra que compila información sobre el tema.

La disponibilidad de mujeres como artículo barato es uno de los principales incentivos para el crecimiento de esta industria. El aumento de la pobreza y los masivos

desplazamientos de gente en las áreas rurales del Sudeste Asiático (y otras regiones en desarrollo) han hecho migrar contingentes femeninos a las ciudades. Con poca educación o dinero, ellas no tienen más opción que convertirse en obreras, empleadas domésticas o prostitutas. "Cada una está asombrosamente mal pagada e insegura, pero la última (prostitución) es probablemente la más lucrativa y algunas veces la única alternativa", dice Cottingham.

"Yo me gano 25 *baht* (us \$1,25) al día en una fábrica de baterías", dijo Noi, de 20 años, al *Bangkok Post* recientemente, "pero esto no es suficiente para cubrir mis gastos. ¿Cómo puede esto ser suficiente para pagar arriendo, comida, transporte y otros gastos?" Noi sostiene además a sus padres y a ocho hermanos. Ella complementa sus ingresos con la prostitución, pero con lo que le quitan los hoteles, los clubes, los guías o "pimps" y los organizadores de las giras, no queda mucho.

Ninguno de los gobiernos de los países en cuestión admite la existencia de un floreciente turismo sexual. La

prostitución es ilegal, dicen, por tanto no puede ser parte de la industria turística.

Grupos eclesíasticos y femeninos han iniciado acciones para tratar de detener este comercio carnal. En 1973, turistas japoneses que desembarcaban en Corea del Sur fueron recibidos por mujeres surcoreanas que los amenazaron con echarlos al mar. Más recientemente, la Conferencia Cristiana de Asia auspició un seminario sobre turismo internacional en Filipinas y renovó un proceso de presión internacional para que los países "remitentes" prohíban las excursiones sexuales.

Pero como Cottingham señala, el turismo es lucrativo, y las "tours" sexuales lo son de manera especial para algunos países en desarrollo. Prohibir la prostitución puede solamente crear dificultades mayores para las mujeres empobrecidas que la ejercen. Mientras la economía de los países pobres siga siendo tan dependiente de la de los ricos, los más pobres de los pobres tendrán poco control sobre sus vidas.