



Title	TURISMO : En llamar la Nueva Clientela de Industria turística : Sobre el Texto de la Asamblea Hispano-Luso Americano Filipina de Turismo, Madrid-1966, Esquema V.
Author(s)	山崎, 俊夫
Citation	Estudios Hispánicos. 1968, 1, p. 30-42
Version Type	VoR
URL	<a href="https://hdl.handle.net/11094/97871">https://hdl.handle.net/11094/97871</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

# TURISMO : En llamar la Nueva Clientela de Industria turística

...Sobre el Texto de la Asamblea Hispano-Luso Americano  
Filipina de Turismo, Madrid-1966, Esquema V.

Toshio YAMASAKI

## I. Proemio problemático e Introducción

Que se halla el turismo dividido en dos vertientes: económica, la una, y social y cultural, la otra; y de esta otra, añadirá el autor: ... Hemos pasado del turismo minoritario de la "belle époque" a este otro, de grandes clases medias. ...

En otro lugar referirá también a esto, denominándolo la "revolución turística". Dirá: ... La corriente turística no puede dejarse al arbitrio caprichoso de una voluntad o de un sector interesado... Los Gobiernos no pueden quedarse indiferentes ante esto que se ha llamado también la "revolución turística". ...

Es verdad que amplificándose el campo de turismo, se ha dado una gran transformación de funcionamiento turístico en nuestra vida cultural y social. El autor indicará, sin embargo, este aspecto turístico, sólo como problema derivado del lado de clientela. No podrá dejar de encontrarse alguna duda de eso, puesto que sea la clientela un aspecto turístico y también económico, un lado, y ¿cómo fuese todo el turismo minoritario de belle époque antes de ir caído a la mano de grandes clases medias, el otro? ¿Quién será el dueño de turismo? ¿El dueño de industria turística será el de turismo? ¿Será el de turismo la clientela? Tendrá que mostrarse todo esto que se daría de la falta de la suficiente analización clara en el problema del dueño turístico. La verdad es que el principal derecho de turismo, lo tiene el propietario industrial, y luego la clientela tiene que comprarlo...

y esto será del sistema capitalista, o ¿no? Entonces, habríamos de contar en aquella clientela de grandes clases medias, de ser económica la cual no sólo sería de problema social y cultural.

Me recuerdo que es la mina sujeta al derecho nacional a pesar de dividirse al otro lado el derecho propietario de terreno al particular. Si fuese la nación socialista, permanecería el derecho de industria turística al país. Aquel criterio de planificación turística del autor estará tratándose de este problema.

Desde el punto de vista de autor, el criterio de la planificación turística se divide en tres: libre, intervencionista y mixto. Se podrá reconocer ello, sin embargo, sólo en tendencia concreta y relativa de la mayoría, y de respectivas, pues que lógicamente hubiese sólo dos: libre e intervencionista. Este caso, naturalmente en uno tendrá el país, ese derecho de planificación turística y la industria en otro. Sobre el liberal, el autor dirá: ... Los poderes públicos no ejercen ninguna función ordenadora, dejando la actividad turística a la libre iniciativa de los particulares y de sus asociaciones. ...

Aquí, sin embargo, tendremos que entender la actividad turística perteneciente a la mano de clientela, pero la iniciativa sola dejada a la de industria, como el punto de vista del autor. La planificación turística quedará en la mano de industria, pero será la propia clientela el que realizase la actividad turística de viaje. El autor sigue: ... La planificación turística se realiza a través de asociaciones, que si bien tienen carácter privado no por eso dejan de tener contactos con sus gobiernos, de los que, directa o indirectamente, reciben ayuda y protección. ...

De aquí, también tenemos otra duda en la palabra de carácter privado. No se excluirá la palabra 'el privado', de ser social, y en especial el caso de las asociaciones, se lo amplificará mucho más. Así, se hará confundido el criterio del autor, pese a su muestra bien clara, cuando se trata de la autonomía. El control autónomo de industria será éste mismo privado, pero también social, y entonces, habrá allí la intervención del estado, es decir, a través de las leyes y aun administra-

ción. De modo que, el autor sigue:... El turismo está dirigido por órganos de gobierno o entidades públicas.... el Estado planifica y dirige, coordinando los intereses de la industria turística con los generales de la nación, y en los demás, el 'dirigismo' no va más allá de la ordenación de la actividad y de las empresas turísticas, respetando la autonomía de éstas y sus planes comerciales de desarrollo. ...

Como así, tendremos que contar en los elementos de ambos lados respectivos : Planificación estatal y de industria; Actividades de viaje de industria y de clientela. Entonces, podremos coordinar estos elementos, respectivamente para los estados, industrias y clientelas. Dividiéndose en estos tres, podremos entender mucho más mejor lo que dice el autor.

Hasta aquí quedará el tema de autor, sólo en el marco de aquel "dirigismo" de turismo y no significará nada más. Además, para hacerlo claro, tendremos que acudir a las ayudas, cuando menos, del método de analización de ciencia económica de empresa. Especialmente de este quinto esquema, será menester analizarlo del ángulo de esta ciencia. No será nuestro problema de la esfera de derecho, sino económico. Claro es que es este de carácter social y cultural, pero tenemos que reconocerlo más bien como problema económico.

Dirá también el autor, citando al profesor Magnoni:... la realidad impone a los unos... gobernantes y entidades públicas nacionales o internacionales..., así como a los otros... empresarios turísticos privados de los varios países..., el coordinar y potenciar sus respectivas acciones y sus esfuerzos, en el interés común, que es, sobre todo, político-social para los primeros y económico para los otros. No puede haber una verdadera política del turismo sin la eficaz colaboración de los Gobiernos y de las entidades públicas, por una parte, y la actividad de los empresarios privados, por otra parte: la primera sirve para sostener, estimular y defender a la segunda y ésta colabora a su vez para alcanzar las finalidades, no sólo económicas, de aquélla. ...

Y naturalmente realizará el turismo alguna influencia económica en el campo de desarrollo económico nacional, o más bien, será el mismo que haga un importante papel en formación de la economía nacional e internacional. Será ello más claro al hablar el autor de liberalismo, poniendo acentuación en el planeamiento de colaboración internacional, aunque todavía hubiese alguna duda problemática.

## II. Evolución de la clientela y planificación del Turismo

Se encontrará encabezado en su opinión del autor lo que se ha convenido en llamar “turismo” como conjunto fenomenológico de proyecciones humanas, individuales y colectivas. Analizándose estas proyecciones humanas, al principio, parecerá el mismo turismo convertido en el problema tradicional de ciencia económica de empresas: la oferta y la demanda.

Haciendo asequibles en modernización del mundo, como diría el autor, a las masas el disfrute de bienes otrora muy lejanos a sus posibilidades, el turismo, de natural será en una vertiente económico, y la otra, social y cultural, y también el autor pondrá la acentuación más fuerte en el aserto anterior. De modo que habrá alguna duda muy importante, viendo que diría el autor, como ya hemos visto,... del turismo minoritario de la “belle époque” hemos pasado a este otro, de grandes clases medias, de nuestros días..., puesto que entre viaje, excursionismo y turismo todavía haya muchos puntos de distinguirse retroactivos, y sin embargo, que sí como dirían muchos españoles eruditos (por ejemplo, la Enciclopedia “VOX” también), actualmente se hubiera desarrollado el turismo en Inglaterra. Respecto al turismo, “VOX” dirá:...puede situarse la generalización del turismo a últimos del S. XIX, y fue Inglaterra el país que lo propulsó... (Vol. III, p. 1016). Aun aparte de la etimología, siendo esto analizado también desde el punto de vista de la económica, deberíamos juzgarlo justo. Y aquí además, pensando en Viaje y Turismo, denunciaremos que hemos leído este año ceremonial turístico de los países internacio-

nales, con nuestros alumnos de mi Universidad, aunque sólo las primeras páginas, como texto, de una de las distinguidas obras del Ilustrísimo Doctor Catedrático de Madrid, Don José Ignacio de Arri-llaga, cuyas altas instrucciones me favorecieron mucho en mi paso de Curso doctorado de Madrid el año pasado. De modo que aquí el autor también dirá seguidamente:...No es del caso señalar aquí los antecedentes y la motivación del fenómeno turístico. Pero sí es obligado dejar constancia del hecho, pues en él se asienta el desarrollo gigantesco de la economía turística, poniendo en activo una demanda de permanente fuerza expansiva. ... (p. 8)

Será el hecho de la evolución turística, el de desarrollo derivado de las planificaciones turísticas y tendremos que afirmarlo aunque siendo el hecho de transformación, el cual antes hubiese practicado el mismo turista y ahora nosotros los turistas tuviéramos que comprar las planifi-caciones mercantilizadas para satisfacernos nuestra gana de hacer un turismo.

El autor presentará este problema como “revolución turística” de triangulares ; es decir, divididas tres vertientes (clientela, empresa y arbitrio estatal) alrededor de la oferta y demanda, querrá tratarlo especialmente desde el punto de vista de clientela. El autor acentuará, sin embargo, la necesidad de planificación por mediante de su tercera vertiente, y dirá (ya lo hemos citado arriba, pero aquí, de nuevo, puesto en más detalle):...La corriente turística no puede dejarse al arbitrio caprichoso de una voluntad o de un sector interesado. Hoy es necesario encauzar, estimar, favorecer y reglamentar esta actividad para que alcance su adecuado desarrollo. Los Gobiernos no pueden quedarse indiferentes ante esto que se ha llamado también la “revo-lución turística”. ... (p.8) Por lo tanto, ya que véase el autor, un lado, la revolución de demanda aumentada como hemos visto, es decir, transformante del turismo de la “belle époque” otrora minoritario al de grandes masas medias de nuestros días, otro lado, concebirá el autor necesaria la ajena de planificación por mediante de Gobiernos

y empresas, y colaboración de estos ambos dos como oferta.

De esta colaboración del lado de oferta, el autor dirá: ... La multiplicidad de factores que directa o tangencialmente influyen y determinan el fenómeno que estudiamos, potenciando al máximo los motivos de atracción y conformando los medios para su realización, obligan a un orden, a una planificación, a un planteamiento técnico, que exige, la colaboración de todos, ya no sólo dentro de cada país, sino también en el ámbito internacional. ... (p.8)

Y citando al profesor Magnoni, distinguirá también el autor las planificaciones estatales como acciones del carácter político-social y las empresarias como del económico. Dirá: ... Recientemente, el profesor Magnoni decía: "la realidad impone a los unos (Gobernantes y entidades públicas nacionales e internacionales), así como a los otros (empresarios turísticos privados de los varios países), el coordinar y potenciar sus respectivas acciones y sus esfuerzos, en el interés común, que es, sobre todo, político-social para los primeros y económico para los otros. No puede haber una verdadera política del turismo sin la eficaz colaboración de los Gobiernos y de las entidades públicas, por una parte, y la actividad de los empresarios privados, por otra parte, cuando menos en el sentido de que la primera sirva para sostener, estimular y defender a la segunda y que ésta colabore a su vez para alcanzar las finalidades, no sólo económicas, de aquélla".... (p.8) Citado ya todo arriba, de nuevo.

Y detallando los criterios de planificación en tres tipos: 1. liberal, 2. intervencionista y 3. mixto, (aunque también como hemos dicho, lógicamente habrá sólo los dos antecedentes), dirá el autor: ... Resumiendo, podemos decir que la misión de toda política turística es la mejor reglamentación del sector, en el marco de la política económica general del país. ... (p.9)

A continuación, pensando ¿a quién? perteneciera la planificación turística, escucharemos en lo que dice el autor especialmente desde el punto de vista del lado de oferta, y sin embargo, se aparecerá otra

vez la nueva clientela turística; el autor dirá: ... El fenómeno turístico ha sufrido un cambio radical de orientación, trasladando su enfoque de una clientela minoritaria (aristocracia, banca, alta burguesía) a una clientela democrática, de grandes clases medias. El ritmo trepidante de esta evolución no tendrá su límite, pero sí estamos seguros de que se trata de un fenómeno social irreversible. No contemplamos aquí lo que se ha dado en llamar "turismo social", cuya problemática es hoy, todavía más de naturaleza ético-social que de otro orden. Contemplamos esas ya grandes masas, con medios económicos suficientes aunque limitados, dispuestas a disfrutar de nuevos horizontes, otros climas y paisajes, en alas de un deseo irrefrenable de curiosidad o bien ganado descanso. ... (p.10)

Aquel "turismo social" que tal se ha nombrado de naturaleza ético-social, sería hoy efectivamente planificado en la mano de empresas turísticas, y cada turismo inocente individual, sería formado como colectivo social por mediante de la mercantilización en cuanta órbita de turismo.

Ahora bien, dividiéndose en los siguientes seis artículos, se tratará de aquella problemática evolución de nueva clientela turística. El autor dirá: ... Esta evolución constante, que pone en activo una nueva clientela, lleva parejas varias consideraciones:

(1) Los servicios deben adecuarse a las exigencias y peculiaridades de esta nueva clientela. ... (p.10)

Antes, hubiese hecho estos servicios provisionados el propio dueño turístico por sí mismo, los cuales ahora serían mercantilizados por medio de la planificación, que hemos visto.

Y el autor dirá: ... (2) Al presionar la demanda debe favorecerse el desarrollo de las estructuras turísticas a fin de absorber aquélla, dentro de unos márgenes comerciales no abusivos. ... (p.10)

La demanda sería el fruto explotado por medio de la mercantilización turística, es decir, la actual planificación turística que se exigiese de natural muchas garantías, sería amplificada por la mano de inver-



tidos grandes. Entonces, el autor dirá:... (3) Hay que establecer las garantías suficientes para tutelar los legítimos intereses de los turistas, máxime, al irrumpir en este sector la agresividad operativa de las grandes empresas. ... (p.10)

Así, se aparecerá el turismo como problema social. Esto será derivado de razón que se exijan las grandes escalas de actividad social. El autor dirá:... (4) El Estado debe adoptar las medidas oportunas a fin de evitar todo acontecimiento que pueda perturbar a la clientela, con su consiguiente retraimiento, ya que las empresas no podrían sostenerse con unos índices de utilización por debajo de una genuina rentabilidad. ... (p.10)

Una vez antecedente, aumentada la evolucionaria clientela, y entonces, podrá al otro lado mantenerse el rendimiento empresario. Aparte de que fuese o no la actual evolución de clientela turística, como decía el autor, de minoritario a masa, cuando menos habría aumentado la oferta empresaria. De modo que dirá el autor:... (5) Es preciso disciplinar, en lo posible, la fuerza expansiva de esta nueva clientela, a fin de evitar los problemas que se derivan de una acusada estacionalidad.... (p.10)

Y por último, concerniéndose al instrumento turístico, se exigirá la oferta turística bajo la administración estatal, para el desarrollo económico internacional. El autor dirá:... (6) El Estado se sumará a todos aquellos acuerdos internacionales que tiendan a facilitar el tráfico, esto es la libertad de viajar. ... (p.10)

Luego, concluyendo el autor dirá:... Todas estas consideraciones, y otras más que podríamos formular, no son más que el corolario que se deduce fácilmente de la necesidad de una puesta a punto de la oferta, frente a la nueva demanda, lo que exige una transformación de los medios de explotación más tradicionales. ... (p.10, p.11)

Aconteciendo la transformación de demanda aumentada, por medio del desarrollo de oferta, o más bien, por medio del planeamiento empresario irá la nueva demanda creciendo cada vez más. El autor

dirá: ...El nuevo cliente puede buscar la hospitalidad y el confort de un gran hotel ; pero también puede desear el ambiente deportivo y desenfadado del camping o el más recogido y familiar del apartamento. Muchos turistas se lanzan a la aventura del viaje individual, que ellos mismos se han programado, pero son mayoría los que se acogen al impacto comercial de los viajes colectivos. De aquí el que toda planificación turística, con visión de futuro, deba conformar sus presupuestos a esta realidad de la nueva clientela. ... (p.11)

Aquí, discutiremos otra vez, que la realidad de nueva clientela de masas medias, será crecentada en la mano de planificación empresarial. Y aún en cuanto al proceso de mercantilización turística, dirá el autor dividiendo el fenómeno entre directo e indirecto: ... El dilatado campo de las actividades que están directamente relacionadas con el turismo ofrece posibilidades y atractivos que no han escapado nunca a la perspicacia de los hombres de empresas. Podríamos escapado nunca el viaje mesonero o a las antiguas compañías de transporte, para dar asentamiento histórico inmediato a esta afirmación. Pero no es aquí el momento de hacer disquisiciones sobre el artesanado. Precisamente lo que exige la nueva clientela no es el minifundio industrial, sino la empresa científicamente concebida. ... (p.11)

Sin detenernos aquí a ensartar nada, apresuraré monos a oír más allá: ... Al lado de esas actividades propias del fenómeno turístico existen otras que, indirectamente, inciden en la órbita de aquél, tales como las deportivas, las artísticas y las recreativas. También aquí el mundo de los negocios tiene algo que hacer y que decir. ... (p.11)

El fenómeno turístico, sin embargo, será en efecto, todo el contrario, a pesar de su panorama histórico y fenomenológico del autor, ya que hubiera nacido la nueva clientela bajo el motivo o a la iniciativa del impulso empresarial para el desarrollo revolucionario de nueva clientela que muchas veces insistiría el autor. Aparte del relacionar directo o indirecto, una vez introducido el planeamiento empresarial, se encontrarán allí todas aquellas actividades sujetas bajo

a la iniciativa empresaria, apareciéndose en el fenómeno turístico, y desde luego, convertirá esta división, completamente en otra cosa ajena lejana de la iniciativa empresaria. Y además, se promoverá el nacimiento de nueva clientela colectiva por mediante de planificación empresaria. El autor también dirá: ... Si apurásemos un tanto nuestro pensamiento, alcanzaríamos las actividades comerciales que se derivan de las urbanizaciones turísticas, nuevas ciudades, nacidas bajo el estímulo y el impulso de la nueva clientela. ... (p.11)

Aunque estamos en otro punto de consideración discutiendo sobre la iniciativa, como dirá el propio autor a continuación, así la mercantilización habría explotado el nuevo fenómeno social de clientela turística; es decir: ... En cualquiera de los casos (esto es, sea cualquier, relacionado el turismo directa o indirectamente), consideramos que la médula del tráfico turístico no está en manos del pequeño comerciante. Son las grandes empresas las que determinan, en cierto modo, la política del turismo, influenciando y orientando la clientela, poniendo en activo zonas antes ignoradas, tomando el pulso a los posibles mercados y analizándolas raíces psicológicas del comportamiento individual. ... (p.11)

Respecto a la "gobernética del turismo" aunque sea particularmente para la española, dirá además el autor: ... Cualquiera que sea el criterio o sistema que se siga, lo cierto es que hoy existe conciencia, en gran número de países sobre la importancia que tiene o puede tener el sector turístico dentro de sus economías, advirtiéndose una cierta tendencia hacia el criterio intervencionista, aunque sólo en la esfera de la planificación. En algunos se contempla con interés la experiencia española, que ha seguido un "dirigismo" templado, si bien no han dudado los poderes públicos en ejercer incluso la propia actividad industrial, en zonas o lugares potencialmente de sumo interés turístico, pero a los que las empresas privadas no encuentran todavía suficientes atractivos comerciales, es decir, que se mantiene, a este respecto, el principio de subsidiaridad. ... (p.9)

Es cierto que lógicamente habría de existir la antecendencia evolucionaria de clientela, pero aún tendríamos que insistir en el actual fenómeno contrario de prioridad, introducida la iniciativa empresarial al campo de negocios turísticos de los países capitalistas, por mediante de la planificación industrial.

Y por último al cogerse todas las actividades del turismo como todo conjunto, el autor dirá citando al profesor Mariotti: ... Hoy no se concibe una actividad turística aislada. Como dice el profesor Mariotti, "el movimiento de los forasteros se inclina hacia aquellas localidades que resultan particularmente favorecidas por una feliz combinación de elementos naturales, de tipo climático, geográfico, panorámico, sanitario, arqueológico, artístico, ético, con otros elementos supraestructurales, de comodidad, confort, organización. "... (p. 11)

Y aquí veremos la industria turística que pensara el autor como un orden total; dirá: ... Estos últimos (es decir, sería en llamar la feliz combinación de los elementos naturales y supraestructurales), a los que denomina "atractivos derivados o receptivos", caen de lleno en el campo de actuación del hombre y es a él a quien corresponde la responsabilidad de su eficacia. Serán los hombres con ingenio, con imaginación creadora, con vocación empresarial, los que impulsarán la máquina del turismo, y, al utilizar este término, pensamos en ese "agregado de diversas partes, ordenadas entre sí y dirigidas a la formación de un todo", que no otra cosa es, en definitiva, la empresa turística. ... (p.11)

Una vez formada esta agregación social de los hombres, alcanzándose los elementos supraestructurales, y por lo tanto, abarcando hoy casi todos los contratos turísticos en esfera de la planificación, que será compuesta como actividad humana en orden de empresa, comercial, profesional o también habitual, a través del lugar y tiempo, es decir, en llamar el tráfico turístico, y se aparecerá la exigencia de clientela turística compuesta como otra vertiente de esta planificación industrial,

especialmente en la órbita internacional de grandes invertidos que tenderán a convertirse en gran asociaciones monopolísticas de natural.

De modo que el autor concluirá esta parte de su proemio como sigue:... Por su específico peso en el mundo turístico, por su cualificada posición en el orden nacional a internacional, por la singular importancia de su cometido, vamos a fijar nuestra atención (siguiendo el enunciado del esquema... porque este esquema V. se trata de las Empresas y Actividades turísticas, con especial consideración de las de Alojamientos y Agencias de Viajes) en las empresas de alojamiento y en las agencias de viajes, pilares ambas del tráfico turístico, en el que la nueva clientela exige una insensible industrialización de la hospitalidad y de la condición humana de la sociabilidad. ... (pp. 11, 12)

Tanto en llamar esta insensible industrialización, como la mano invisible de Adam Smith, sería muy problemático realizar en eficacia aún nuestros días el equilibrio entre oferta y demanda de turismo, y por eso, deberíamos reconocer que mereciese discutirnos sobre este esquema V., hablando del problema nuclear, cómo concebirse sus confundidos caracteres en llamar la nueva clientela de Industria turística.

### III. Conclusión

El autor cogerá por último el tráfico turístico como un agregado total de planificación turística, e indicará, por ejemplo, que en las actividades empresarias de alojamiento y de las agencias de viajes, principalmente se aparece la exigencia de la Nueva Clientela. Se analiza como así en este esquema V., la planificación turística, en especial, por mediante de los negocios de tráfico turístico, desde el punto de vista de sostener la exigencia del lado de la clientela.

El fenómeno efectivo turístico, sin embargo, sería todo el contrario. El motivo o la iniciativa del impulso para el desarrollo o la

evolución en llamar la nueva clientela, se encontrará en la mano del lado de empresa. El planeamiento de empresa creará la clientela, haciéndola colectiva. La nueva clientela de industria turística habría nacido bajo el motivo de iniciativa empresaria.

Con todo, estimamos mucho su muy alto nivel de analización científica del autor, y sin embargo, pese a las muchas enseñanzas muy preciosas, no podemos dejar de abarcar algunas dudas como hemos dicho arriba, en unos puntos de su vista metodológica.

Tengo el intento de referirme a mi opinión propia muy humilde en otra ocasión más próxima.