

El Turismo e Internet, Factores de Desarrollo en Países Subdesarrollados. Caso: Venezuela*

Requena, Karen E.
Muñoz, José F.

*Este artículo forma parte de la Tesis de Maestría *Modelo de Ventas por Internet para las PyMES Turísticas del Estado Sucre, Venezuela*

Requena, Karen E.
Lic. en Matemáticas
MSc. en Ciencias Administrativas.
Profesora Agregada de la
Universidad de Oriente
mscmrek@yahoo.es

Recibido: 04-05-05
Revisado: 18-10-05
Aceptado: 16-11-05

Muñoz, José F.
Economista.
MSc. en Ciencias Administrativas
Profesor Instructor de la
Universidad de Oriente
ppi2_asenat@yahoo.es

Las características económicas del turismo en el ámbito mundial son impresionantes y sería interesante conocer cómo son sus repercusiones en los países subdesarrollados. Muchos de ellos han venido utilizando esta actividad como estrategia de desarrollo, algunos de forma planificada, y otros de forma espontánea; tal es el caso de Venezuela. Se pretende, a través de este trabajo, demostrar que el turismo resulta una valiosa herramienta para el país, que permitiría diversificar la economía, para lo cual se utilizó una metodología descriptiva y una estrategia documental, obteniendo como resultado que es necesario buscar alternativas para que este medio crezca y poder construir una economía menos dependiente del petróleo.

Palabras clave: Turismo, países subdesarrollados, economía, petróleo, internet.

RESUMEN

The economical characteristics of tourism in the world are impressive and would it be interesting to knowing how the incidences of it in the underdevelopment countries are. Most of them have being using this activity as a strategy of growth, someone in organizes way and others spontaneously, such as Venezuela. Through this paper we intend to demonstrate that tourism results a valuable tool for this country, which will allow an economical diversification. The method used was descriptive and documentary analysis was applied. The conclusion is that it is necessary to look for alternatives that allow the growth of this tool in order to build an economy less dependent of oil.

Key words: Tourism, underdeveloped countries, economy, oil, internet.

ABSTRACT

1. Introducción

Las características económicas de la actividad turística en el ámbito mundial son impresionantes y, de acuerdo al volumen de divisas que se mueven a través de esta actividad, sería interesante conocer cómo son sus repercusiones en los países desarrollados, resultando más interesante conocer las mismas en los países en vías de desarrollo; sin temor a equivocarnos, los mayores beneficios deben obtenerlos los primeros, ya que poseen una economía más sólida, mucho dinero para invertir, avances tecnológicos y la mayoría de sus residentes tienen una renta suficiente para satisfacer necesidades de todo tipo. No obstante, los atractivos escenarios naturales que poseen los países denominados 'tercermundistas', han generado una importante tendencia, alimentada por los pobladores del primer mundo, hacia el denominado *ecoturismo*, haciendo posible el desarrollo del turismo en estos países.

Los países en vías de desarrollo han venido utilizando la actividad turística como estrategia de desarrollo, muchos de ellos de una forma planificada, por considerarla necesaria para su economía; y en otros ha surgido de forma espontánea, por ciertas condiciones que estos países ofrecen (atractivos turísticos, destinos baratos, entre otras). Tal es el caso de Venezuela, García (1989, p.15) indica que "*el turismo no surge como necesidad a una realidad económica, si no más bien por circunstancias especiales como la devaluación del bolívar frente al dólar*", que en los años ochentas la convirtió en un destino barato para los turistas, ya que para ese entonces Venezuela era un país emisor de los mismos y poseía una moneda fuerte.

Sin embargo, las autoridades del país no se percataron, en ese momento, de las potencialidades de este fenómeno. Las autoridades ven en éste un potencial sólo al presentarse un declive de

la economía nacional y de su excesiva dependencia de la producción petrolera, sometida a constantes alzas y bajas de precios. El turismo surge, entonces, como una alternativa que podría ayudar a diversificar la economía nacional; hacerla más fuerte y menos dependiente del petróleo.

Venezuela tiene un sinfín de posibilidades turísticas. Es un país multideestino, con una biodiversidad verdaderamente extraordinaria, donde la actividad turística podría consolidarse como un factor estratégico de desarrollo sustentable para el mismo. Bien vale la pena repetir las palabras de la periodista Salazar (1999, p. 24), cuando señala: "*los paisajes venezolanos valen más que su oro negro*".

El turismo es un sector ideal para explotar y Venezuela debe tomar esto en cuenta, ya que éste posee gran variedad de escenarios naturales y a pocas horas de carretera o a sólo minutos en avión es factible ir de la nieve en los páramos del estado Mérida, al desierto en Coro, a las cuevas en el estado Monagas o a las excelentes playas del estado Sucre, entre otros, lo cual sería excelente destacar de una manera intensiva a nivel internacional.

Si Venezuela lograra alcanzar importantes ingresos del sector turismo, sería factible que disminuyera su dependencia casi exclusiva de los ingresos petroleros, y no estaría sometido a las consecuencias de las variaciones de precios de este rubro.

Si se analiza el futuro inmediato, nos daríamos cuenta de que lo que está por venir es un mundo conectado mediante comunicación rápida y barata, un mundo donde la velocidad es la clave. Tomando en cuenta lo anterior, se podría decir que la utilización de la red para la promoción y venta de paquetes turísticos, sería un importante aliado para el sector turístico. Tal es el caso del Parque

Nacional Los Roques, ubicado en pleno mar Caribe, al norte de la costa central de Venezuela, donde ha quedado demostrado que el turismo es una actividad rentable y que permite que las comunidades sean autosustentables. La Autoridad Única de este parque cuenta con un presupuesto anual de novecientos millones de bolívares, los cuales, casi en su totalidad, provienen de las concesiones otorgadas a los operadores turísticos del parque y sólo cinco por ciento (5%) lo aporta el gobierno.

Si el sector turístico está considerado actualmente como un factor estratégico de desarrollo, entonces ¿por qué no buscar las alternativas para que este medio crezca? Es del conocimiento de todos que el país está lleno de maravillosos escenarios naturales; sin embargo, estos grandes dotes contrastan con su población, que muchas veces no tiene los recursos para promover y darse a conocer a través de revistas o diarios especializados. Para ello, está el uso de la tecnología (Internet), la cual podría proyectarnos a nivel internacional, y sería más fácil y menos costoso vender nuestra imagen a través de esta herramienta. Por esto, el sector turístico debe considerar esta opción y crear estrategias de mercadeo a través de Internet, ya que, de lo contrario, pensar en el Salto Ángel, Los Roques, Canaima, Mochima o cualquier otra belleza natural del país, significa caer en cuenta que se desprecia la oportunidad de construir una economía menos dependiente del petróleo.

2. Generalidades del turismo

2.1. Breve reseña histórica

El origen turístico es tan antiguo como la propia Historia. Los viajes han sido consustanciales al ser humano. El hombre, al inicio del tiempo, necesitaba desplazarse para sobrevivir; era la única forma

de obtener su comida y su cobijo. Con el paso del tiempo, el viaje le abrió nuevas y maravillosas perspectivas, por supuesto, a la sociedad, al comercio, a la conquista, a la libertad, a la huida, a la peregrinación y a la aventura.

El viaje de placer, de aventura o de descanso era una costumbre común entre los reyes y faraones del antiguo Egipto y también en la vieja China. Sócrates conversaba con sus discípulos sobre la necesidad de viajar para acrecentar el acervo de conocimientos. También es conocida la afición de muchos eruditos helenos y romanos por los viajes, atraídos por visitas a los santuarios y templos, las termas o la celebración de diversos acontecimientos de carácter deportivo o religioso (Vogeler, 1995).

El turismo puede ser reconocido desde el momento en que se empezó a viajar; la narrativa de Marco Polo en el siglo XIII; el grand tour de la aristocracia británica a Europa en el siglo XVIII, expresión de la cual al parecer se derivan los términos *turista* y *turismo*, y los viajes de David Livingstone por África en el siglo XIX, son ejemplos del turismo temprano.

Antes de 1950, el turismo europeo era sobre todo una actividad nacional, exceptuando algunos viajes internacionales, en particular dentro de Europa Continental. En el periodo de recuperación que siguió a la II Guerra Mundial, una mezcla de circunstancias dio ímpetu a los viajes internacionales. Los factores que más contribuyeron fueron: el número creciente de personas empleadas, el aumento de ingresos reales y tiempo libre disponible y el cambio de la actitud social con respecto a la diversión y al trabajo. Esos factores se combinaron para estimular la demanda de los viajes y vacaciones al extranjero. La aparición de agencias de viajes especializadas que ofrecían viajes organizados que incluían el transporte, el alojamiento y los servicios en un precio global, posibilitó los

viajes al extranjero a un nuevo grupo de consumidores cada vez más creciente. El 'paquete' o viaje 'organizado democratizó los viajes; las vacaciones en el extranjero dejaron de ser exclusivas de las clases sociales ricas y elitistas

Después de los hechos anteriores, señala Walls (1996, p.15), se pueden identificar cinco grandes etapas del turismo:

- *La aparición de la máquina a vapor, al inicio de la Primera Guerra Mundial: los rudimentos de la industria turística.*
- *Desde el final de la Primera Guerra Mundial hasta el final de la Segunda Guerra Mundial: el factor fundamental, el automóvil.*
- *Desde finales de la Segunda Guerra Mundial hasta 1960: las bases del turismo masivo.*
- *Desde 1960 a 1980: el turismo masivo.*
- *Desde los años 80: internacionalización y turistización de la sociedad, la presencia de destinos emergentes; y*
- *Desde los años 90 hasta nuestros días: turismo orientado hacia la naturaleza, mejor conocido como 'ecoturismo'.*

En el caso específico de Venezuela, la actividad turística se divide fundamentalmente en dos etapas: una antes de la gran devaluación de la moneda nacional, el viernes 28 de febrero de 1983 (famoso 'viernes negro'), y la otra después de la fecha señalada.

La primera etapa se destaca por el inmenso poder adquisitivo que tenía el venezolano, el cual propiciaba la salida de éstos hacia el exterior, donde, debido a la paridad del bolívar con respecto a las principales divisas del mundo, eran considerados por la mayoría de los extranjeros, como 'pequeños sauditas'. Cabe destacar que aunque la preferencia del venezolano era hacia el sur de los

Estados Unidos, sólo la imaginación y el respectivo ingreso en bolívares para aquella época, eran el límite del destino seleccionado. Era, pues, la época de "todo está barato".

Ahora bien, después de aquel fatal viernes negro (segunda etapa), se produjeron diversas devaluaciones de la moneda nacional frente a las principales divisas del mundo, obligando a ese viajero venezolano, acostumbrado a recorrer el mundo, a vivir sólo de los recuerdos de la época de bonanza. Situación ésta que permitió que pudiésemos admirar, apreciar y proyectar o vender las bondades de las cuales nos había provisto la madre naturaleza: excelente y variado clima (para todos los gustos), hermosos paisajes (montañas, playas, ríos, entre otros), destacada flora y fauna, y una envidiable herencia cultural, demostrando así que tanto los turista nacionales como internacionales pueden llegar a constituir una importante fuente de recursos casi inagotables, si se utilizan adecuadamente y se sustentan en sus ventajas competitivas.

2.2. Turismo y Turista

El fenómeno turístico ha sido abordado desde diferentes disciplinas, siendo los economistas y los geógrafos los principales protagonistas de estos estudios. El turismo es una de las pocas actividades humanas capaz de dar lugar a campos de investigación tan variados como la economía, la ecología, la psicología, la sociología, las ciencias políticas y las ciencias empresariales.

Algunos autores, entre ellos Muñoz de Escalona (1992, p. 19), señalan que:

el turismo es un concepto impreciso; y un concepto impreciso no es científico, ni puede desarrollarse como fundamento para desarrollar una disciplina científica, estatus al que aspira la doctrina del turismo, pero al cual no ha llegado todavía.

La ambigüedad del concepto radica, sin duda, en el carácter interdisciplinario del fenómeno turístico, por lo que éste admite múltiples definiciones, en virtud de los diversos matices que lo caracterizan y, también, a las diferentes consideraciones a las que puede estar sometido.

En el año 1942, Hunzinker y Krapf (1963, p. 65) señalaban que esta actividad se define como:

el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por los desplazamientos y permanencia de los viajeros fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal .

Dicha definición es aceptada por la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST); y, a través de la misma, es posible visualizar al turista como la persona que viaja por curiosidad o placer; y al turismo como un concepto basado solamente en la demanda.

En la Conferencia de Ottawa, realizada en junio 1991, la OMT (1991, p.138) define al turismo como:

las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias, en lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

Se observa entonces que son diversos los matices que puede tomar el concepto de turismo, pero para esta investigación se considera la definición señalada por la OMT, en la Conferencia de Ottawa de 1991, ya que son las actividades realizadas por los turistas las que han generado el fenómeno turístico, puesto que el turismo no puede ser identificado con la oferta de un determinado número de bienes y servicios, sino por las circunstancias de los consumidores, en este caso los turistas.

2.3. La oferta turística como parte del mercado turístico

No se puede entender el turismo en toda su extensión, si no se considera la oferta turística, otro de los elementos presentes en el sistema turístico. El acto de ofertar requiere que una empresa tenga la voluntad y la capacidad de adquirir recursos, incluidos los bienes y servicios producidos por otras empresas, así como de transformar estos recursos en un producto para venderlo a los consumidores. En el sector turístico los productos ofertados son los productos turísticos, los cuales son demandados por los turistas, para su disfrute y consumo.

2.3.1. Oferta turística

En un destino turístico, la oferta puesta a la disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene: ella representa un todo integrado de los servicios netamente turísticos y los no turísticos.

Los productos turísticos se presentan como un conglomerado de elementos tangibles e intangibles, en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los bienes, los recursos, la infraestructura y el equipamiento; entre los intangibles se cuentan los servicios, la gestión, la imagen de marca, el precio, entre otros.

Middleton (1974, p. 22), señala que:

La oferta turística es la suma de componentes tangibles e intangibles, basada en una serie de actividades en el destino, que es percibida por los visitantes como una experiencia y que es valorada a un cierto precio.

Mientras que Sancho (1992, p. 49) define al turismo como:

el conjunto de productos turísticos y servicios puesto a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

Se puede decir, entonces, que la oferta turística es la suma de productos y servicios utilizados por los turistas para llegar a un destino y disfrutar de él, y se debe pagar un cierto precio por parte de quienes demandan estos productos y servicios.

2.3.2. Componentes de la oferta turística

La OMT se apoya en la definición del gasto turístico para identificar diferentes categorías de oferta turística, según donde se realice el gasto. Ahora bien, si se agrupan los diferentes conceptos del gasto turístico, se tendría: alojamiento; alimentación; transporte; ocio, cultura y actividades deportivas; compras, entre otros. Estas actividades son desarrolladas en el país de destino, puesto que es en él donde se realiza el gasto turístico.

Dentro de la oferta turística existen algunos elementos que se pueden identificar claramente como sus componentes; éstos son:

- *La hostelería*, la cual, según Bustillo (1997, p. 8), puede definirse como: *el sistema comercial compuesto de bienes materiales e intangibles, dispuestos para satisfacer las necesidades básicas de descanso y alimentación de los usuarios fuera de su domicilio.*
- *El transporte*. Históricamente el desarrollo del turismo ha estado íntimamente ligado al desarrollo del transporte, puesto que, por definición, el turismo implica viajar fuera del lugar de residencia. Éste puede ser aéreo, marítimo, terrestre.
- *Las atracciones*. Los viajeros se desplazan hacia un destino determinado, porque allí se encuentran las atracciones que desean conocer. No se deben confundir los recursos con las atracciones.

2.4. Costos económicos del turismo

Son muchos los beneficios económicos que el turismo puede aportar a los países en vías de desarrollo, entre los cuales se pueden citar:

generación de divisas, efecto multiplicador del gasto turístico, generación de empleo, desarrollo regional y local, generación de ingresos fiscales, entre otros.

A pesar de los beneficios que puede generar el desarrollo turístico, los cuales fueron señalados en el apartado anterior, y que sirven de argumento a muchos autores para presentar al turismo como una estrategia de desarrollo, para aquellos países subdesarrollados, existen también autores que no lo consideran así, ya que el costo que ha generado el turismo en muchos de esos países, ha sido tan significativo que no se vislumbran por ninguna parte sus bondades.

1967 fue declarado por las Naciones Unidas como el Año Internacional del Turismo, pues fue valorada su trascendencia en la economía de muchos países como determinante (Graña, 1994). Se consideraba que el turismo era una opción fácil y poco costosa de desarrollo para el conjunto de los países pobres. En ese momento se emprendieron obras de infraestructura y de diversas instalaciones turísticas, así como altas inversiones en complejos hoteleros, pero sin profundizar sobre la rentabilidad real de la misma, ya que parecía obvia la viabilidad de desarrollo.

Desde entonces, se han realizado estudios para conocer el impacto del desarrollo turístico sobre el crecimiento económico, y sus conclusiones, en un sinnúmero de casos, demuestran que el fomento de la actividad no resulta conveniente; por ello es poco habitual encontrar ahora afirmaciones que defiendan que el turismo garantice un crecimiento seguro (Turner, 1999, pp. 24-25).

En ese sentido, los estudios ofrecidos por los organismos internacionales han profundizado en dos aspectos básicos:

- *La identificación de las consecuencias económicas del fomento de la actividad turística, donde se enfatiza en los efectos netos provocados por el desarrollo del sector, y*

tanto sus beneficios como sus costos, que en algunos casos son muy significativos.

- *Las consecuencias que la actividad tiene sobre el bienestar de la población receptora; es decir, no sólo se valora el efecto estrictamente económico, sino las implicaciones del turismo desde el punto de vista extra económico, como pueden ser los daños medioambientales o las transformaciones culturales locales.*

Es importante destacar que el impacto negativo que pueda tener el turismo, dependerá de las medidas que se tomen en cada nación y de cómo sea la explotación del mismo, sobre todo en lo que respecta al medio ambiente.

Por otra parte, el mundo vive un proceso de apertura de eliminación de fronteras que tarde o temprano incidirán sobre el aspecto cultural de los pueblos, es por ello, que el mantenimiento o sobrevivencia de los aspectos más tradicionales de cada uno, dependerá en gran medida de cómo están arraigados, así como de las distintas medidas que se tomen para garantizar su continuidad en el tiempo.

3. El turismo como factor de desarrollo en Venezuela

El turismo, declara Pellejero (1999), se ha considerado, tradicionalmente, como una variable estratégica para incentivar el desarrollo de las naciones subdesarrolladas, motivado por las experiencias vividas por varios países de Europa Occidental, después de la Segunda Guerra Mundial, los cuales vieron en el turismo una estrategia de desarrollo que les permitiría avanzar por la senda de la recuperación.

En efecto, el papel de la actividad turística como fuente de divisas fue destacado, hasta volverse indispensable para el proceso de crecimiento de estos países.; por lo que Torres (1994, p.

95) señala: “*el turismo ha operado como un factor de crecimiento estratégico para determinados países (España, Italia, Francia, etc.); las experiencias de éstos permiten sintetizar la conclusión de que sus resultados son francamente positivos*”.

Las ventajas de utilizar el sector turístico como sector estratégico de desarrollo, por parte de los países subdesarrollados, frente a otros sectores como la agricultura o la industria, provienen de las características bien diferenciadas del turismo: se trabaja con un intangible; el producto no se desplaza, se desplaza la demanda o consumidor y el consumo del producto no determina su desaparición.

Estas características especiales del turismo son muy importantes a la hora de considerar la aportación real que éste puede realizar a los procesos de desarrollo económico nacional o regional de los países en vías de desarrollo, ya que no implica la movilización de un bien tangible a otros lugares, con la consecuente fuga de divisas.

Los gobiernos, tanto locales como nacionales, deben apreciar la posibilidad de obtener, por esta vía, las divisas fuertes traídas directamente por los visitantes extranjeros, para así poder realizar importaciones imprescindibles para el proceso de industrialización.

La apertura de los países subdesarrollados al turismo tanto nacional como internacional, tal como lo indica Lanfant (1991, p. 14):

conduce a que la actividad turística, que ya formaba parte del intercambio económico internacional, pase, así mismo, a ocupar un lugar en el contexto del dialogo Norte-Sur; y a ser considerada como una variable del nuevo orden económico internacional.

Para ello debería hacerse una intensa campaña de promoción, para que estos países abran sus fronteras al turismo internacional y a las inversiones en ese sector. Este hecho trae consigo una

lucha entre los países de todos los continentes por ampliar la participación de mercado en el mismo; y comienzan a disponer de recursos financieros para invertir en la construcción de la infraestructura, equipamiento e instalaciones destinadas a atraer a los turistas internacionales, por lo que Venezuela debería tener una participación más activa dentro de los países en vía de desarrollo que compiten por este mercado.

En el caso venezolano, la economía de ésta se basa principalmente en la explotación del petróleo y sus derivados. En las últimas décadas se ha diversificado con exportaciones de mineral de hierro, aluminio, carbón y cemento, y productos no tradicionales como materias petroquímicas, manufacturas metálicas de acero y otras; sin embargo, todo sigue siendo exportación de materia prima. Hasta comienzos de la década de 1980, Venezuela disfrutó de una alta renta petrolera de origen externo, que permitió al Estado elevar constantemente su gasto sin aumentar la tributación interna, disfrutando la población de un alto nivel de vida, con una notable mejora de los servicios de salud pública y educación.

Luego, señala Encarta (2004), se produjo una caída sostenida del ingreso petrolero, el cual se redujo a un tercio en 1993, acompañado con altos pagos de la deuda pública externa y una sostenida presión financiera por la salida de recursos monetarios internacionales, la cual culminó en 1994 con una grave crisis bancaria, altos niveles de corrupción y un descenso en la calidad de vida. En este tiempo se implantó una nueva política económica con la unificación y flotación cambiaria, la liberalización de los precios internos y de las tasas de interés, el inicio de la privatización de empresas públicas y la renegociación de la deuda externa. En este marco se inició, en 1996, un cambio económico en el que se acentuó la privatización de empresas públicas deficitarias, el estímulo a la

inversión extranjera en varias industrias, entre las que se destacan: petroquímica, minería del oro y turismo; todo con la finalidad de tratar de diversificar sus fuentes de ingreso.

3.1. Aspectos generales

Las naciones latinoamericanas son países cuyas economías se encuentran en vías de desarrollo. Las mismas están poco diversificadas, pues, en su mayoría, dependen de un solo producto, ya sea caña de azúcar, café, petróleo, entre otros; pero, en su mayoría, son productos con muy poco valor agregado, y por lo tanto con unos precios internacionales sumamente bajos.

Venezuela es uno de estos países; su economía depende casi en su totalidad de la industria petrolera, la cual aporta más del 70% del total de los ingresos del presupuesto nacional (CEPAL, 1998, p. 118).

El turismo ha venido a significar una esperanza para poder levantar sus deprimidas economías regionales, generar empleos y mejorar la distribución de las rentas fiscales y, con ello, la situación social que se vive en las mismas.

En los años 70, el turismo fue una fuente potencial de actividad económica y divisas para Venezuela, pero, según señala García (1989, pp. 21-22), su desarrollo fue frenado por la marcada sobrevaluación experimentada por el bolívar desde 1976 hasta 1983.

Así mismo, García afirma que, a partir del año 1984, la actividad turística en Venezuela comenzó a experimentar nuevamente un repunte, y en el año 1987, los ingresos por gastos de visitantes llegados al país, pasaron a ser la segunda fuente generadora de divisas distintas de las provenientes del petróleo, sólo superada por la exportación del aluminio.

Vale la pena resaltar que ese crecimiento

experimentado por la actividad turística, se sustentó sobre una coyuntura monetaria; su auge se produce sin la existencia de una política de Estado, destinada a la promoción y apoyo de esta actividad, dejada a la iniciativa privada.

En los años siguientes, la inestabilidad política del país, tres intentonas de golpe, la inseguridad y una política económica desacertada, condujeron a una disminución de la demanda de Venezuela como destino turístico. De igual forma, se vieron afectadas las inversiones hacia el país, ya que, según los medios especializados, se consideraba como un país de alto riesgo. La inversión nacional y extranjera en el sector turístico tuvo una caída del 80% durante el período comprendido entre 1992-1994 (Corpoturismo, 1999), lo cual se ha acentuado durante el primer cuatrimestre del año 2002.

De esa forma, y dadas las circunstancias, señala Corpoturismo (1999), la llegada de turistas fue reduciéndose hasta el año 1994, punto en el que comienza a crecer nuevamente, quizás debido a las nuevas líneas de acción del IX Plan de la Nación, denominado: "Un Proyecto de País 1994-1998", que proponía una transformación económica del país. Además, en el año 1996, se aplica la Agenda Venezuela, la cual constituía un conjunto de políticas públicas, cuyo principal objetivo era diversificar la economía, promoviendo la inversión privada nacional y extranjera, en aquellas áreas donde el país poseía ventajas competitivas, y dentro de estas áreas estaba considerado el turismo, lo cual a su vez disminuiría la alta dependencia de nuestro país, de los casi exclusivos ingresos petroleros.

A pesar del crecimiento experimentado por la actividad turística en estos últimos años, se puede decir que el turismo es todavía un sector inexplorado; y ante la crisis económica y social que vive Venezuela, se vuelve la mirada hacia el turismo, no como algo coyuntural sino como un elemento

estructural de la economía del país, destinado a ser fuente de crecimiento. Venezuela tiene pendiente la consolidación de este sector, el cual se asoma con timidez y esperanza en el horizonte de la deprimida economía venezolana, altamente dependiente de los volátiles ingresos petroleros. Es por ello que el actual Presidente de la República, Hugo Chávez, ha mostrado interés en convertir a la actividad turística en punta del plan de desarrollo de su Gobierno, como una de las prioridades nacionales para sostener el crecimiento y desarrollo económico del país (Salazar, 1999), para lo cual se cuenta con las bondades naturales del país.

3.2. Dotación de recursos turísticos naturales

Se puede afirmar, sin temor a exagerar, que pocos destinos del mundo pueden ofrecer la riqueza y, sobre todo, la variedad de atractivos naturales, culturales e históricos que posee Venezuela. Resultaría difícil encontrar y disfrutar en un solo viaje paisajes tan diferentes, con sólo cambiar de región; por eso, es considerada por muchos como la síntesis de Sur América.

- La variedad paisajista y climática que caracteriza a Venezuela, le confiere una singular potencialidad como destino turístico. Entre esos múltiples recursos, los autores Asuri y Aguilar (1992, pp. 42-43), señalan los siguientes:
- *Más de 3500 kms. de costas, de los cuales 1700 kms. corresponden a playas cristalinas y arenosas. En ellas se encuentra el lago de Maracaibo, el más extenso de América del Sur, con 13.280 kms² en la cuenca de Maracaibo, y sobre él se asienta gran parte de la explotación petrolera del país.*
- *430.000 km² de selva, cuyos principales atractivos lo constituye lo diverso del*

relieve: tepuyes, mesetas aplanadas en su parte superior y cortadas por paredes casi verticales, características del Macizo Guayanés venezolano. Entre los numerosos ejemplos de esta forma de relieve destaca el Auyan Tepuy, en el Estado Bolívar, con una altitud de 2.450 m, donde se encuentra el espectacular Salto Ángel (catarata del sureste de Venezuela, situada en el río Churún; es la catarata ininterrumpida más alta del mundo, con una caída de 979 mts. aproximadamente) y el Kukenán, con 610 mts de altura, el cuarto más grande; una imponente vegetación; especies únicas en flora y fauna, y la presencia milenaria de culturas aborígenes, donde el turista podría practicar el ecoturismo y el turismo aventura.

- *Posee 72 islas, islotes, cayos; y el único atolón del Caribe, el Archipiélago de los Roques (Parque Nacional, localizado a 120 kms al norte del litoral de Venezuela. Allí el turista puede practicar todo tipo de deportes acuáticos y el submarinismo.*
- *La cadena litoral que forma parte de la cordillera montañosa más larga del mundo -Los Andes-, en la cual se destaca la Cordillera de Mérida, de origen terciario, con 460 kms. de longitud, 100 kms. de ancho y una altura media de 4.000 mts; nace en el nudo de Santurbán, con dirección noreste, y conforma el tramo final de la Cordillera de los Andes. Una fosa por donde fluye el río Chama, derivada de los movimientos de la corteza terrestre y con la misma dirección de la cordillera, la divide en dos sierras mayores: la Sierra Nevada de Mérida, que alberga la cumbre máxima de Venezuela, el Pico Bolívar, con 5.007 mts. de altura, y que se continúa en la Sierra de Santo Domingo; y la Sierra del Norte o Cordillera de La Culata. Ambos ramales se unen en el Páramo de Mucuchíes. Además, en la ciudad de*

Mérida se encuentra el teleférico más alto y más largo del mundo (4.765 mts. de altura y 12,5 kms. de longitud.

- *300.000 km² de llanuras surcadas de ríos y con una diversidad de fauna, en la que se incluyen especies en extinción.*
- *Por sus tierras transita la cuenca fluvial más larga del mundo, Amazonas-Uyayoli, de 7.050.000 kms de ríos navegables; en ella se encuentra el Orinoco, el río más importante del país y el tercero de América del Sur.*
- *39 parques nacionales y 41 monumentos naturales, que abarcan un área igual al 16,04% del territorio nacional. También existen 2 reservas y 7 refugios, creados con la finalidad de proteger y preservar especies únicas en el mundo.*

Venezuela tiene un conjunto de paisajes que lo caracterizan como país caribeño, atlántico, andino, guayanés y amazónico; esto le permite ofrecer un producto multidesestino, donde el turista puede pasar de playas a cordilleras, a ríos caudalosos y selvas tropicales en un mismo día. Además, está ubicada en la región neotropical de la biogeografía mundial, y los organismos que la habitan lo hacen uno de los países con mayor heterogeneidad en el planeta.

3.3. La oferta turística venezolana

Las estadísticas sobre la oferta turística lamentablemente recogen sólo información relativa al sector de alojamiento. Con respecto a la restauración, servicio de transporte, entre otros, no se tiene información alguna. El Cuadro 1 muestra el total de alojamiento turístico registrados por Corpoturismo durante el período 1988-1998, y se puede observar que el número de establecimientos ha crecido a razón de una tasa promedio anual del 3,14%.

Cuadro 1. Alojamientos turísticos

AÑOS	ESTABLECIMIENTOS	% VARIACIÓN ANUAL	HABITACIONES	% VARIACIÓN ANUAL	CAMAS/ PLAZAS	% VARIACIÓN ANUAL
1988	1.937	-	56.723	-	102.101	-
1989	1.959	1,10	63.729	11,23	128.468	25,8
1990	1.988	1,40	67.228	5,40	139.080	8,50
1991	2.021	1,60	68.522	1,90	141.994	2,10
1992	2.031	0,40	69.344	1,10	143.516	1,10
1993	1.669	-8,20	59.009	-8,50	122.126	-8,50
1994	1.880	12,60	61.422	4,10	126.281	3,40
1995	2.130	13,20	64.816	5,50	138.399	9,50
1996	2.195	3,00	67.210	4,30	143.693	3,80
1997	2.289	4,20	71.737	6,70	154.547	7,50

Fuente: Corpoturismo. Dirección de Servicios Turísticos, 1998

La oferta turística, tal y como se mencionó anteriormente, incluye muchos aspectos, tanto tangibles (bienes) como intangibles (servicios), que inciden en la calidad del servicio; por lo cual, Venezuela no debería limitarse a promocionar sólo al sector de alojamiento, ya que muchas de las bellezas naturales que ofrece el país no se encuentran en las zonas donde están ubicados los principales hoteles y/o aeropuertos, teniendo que hacer uso de otros medios de transporte, los cuales son poco conocidos por el turista extranjero.

A través del Cuadro 2 (siguiente página), se pueden observar las cifras sobre las distintas agencias de viajes y turismo registradas en Corpoturismo, según el Estado, durante el período 1994-1998. Estas agencias no ofrecen paquetes atractivos y económicos al turista, tal y como lo hacen las agencias internacionales, por lo que se hace más difícil vender la imagen del país.

3.4. Impacto en el desarrollo regional

A pesar de no contar con estadísticas precisas que describan de forma detallada cada uno de los aspectos que conciernen al entorno turístico, es

posible observar la capacidad generadora de divisas y empleos por parte del turismo en la economía; sin embargo, sus bondades aún no se sienten de forma significativa en el país.

Es innegable el efecto beneficioso que puede tener el turismo en la economía nacional, sobre todo porque Venezuela es un país lleno de innumerables recursos naturales. Entre ellos es posible citar el Parque Nacional Los Roques, ubicado en pleno mar Caribe, al norte de la costa central de Venezuela, y el cual requiere de un presupuesto anual de aproximadamente mil millones de bolívares para su manutención, de los cuales novecientos millones de bolívares son aportados por los operadores turísticos de la isla.

El Parque Nacional Mochima es otra de las bellezas naturales del país, y se encuentra ubicado al noroeste de Venezuela, entre las ciudades de Puerto La Cruz y Cumaná. Sin embargo, por razones de espacio, no pueden señalarse todos los destinos turísticos que ofrece Venezuela; pero el solo ejemplo de Los Roques, es un indicativo de cómo una comunidad puede autogestionar sus ingresos y depender cada vez

Cuadro 2. Agencias de Viajes y Turismo 1994-1998 (cifras acumuladas)

Estado	1994	1995	1996	1997	1998
<i>Dtto. Federal</i>	972	1.029	1.078	1.133	1.209
<i>Amazonas</i>	5	7	8	9	11
<i>Anzoátegui</i>	68	75	82	91	104
<i>Apure</i>	4	4	4	4	5
<i>Aragua</i>	58	63	74	80	86
<i>Barinas</i>	4	7	7	7	9
<i>Bolívar</i>	43	45	50	54	62
<i>Carabobo</i>	88	93	101	110	121
<i>Cojedes</i>	2	2	2	2	2
<i>Delta Amacuro</i>	5	7	7	8	8
<i>Falcón</i>	14	18	25	27	30
<i>Guárico</i>	3	5	6	6	6
<i>Lara</i>	39	42	45	51	55
<i>Mérida</i>	52	59	76	88	104
<i>Monagas</i>	10	12	14	21	24
<i>Nueva Esparta</i>	103	128	174	219	250
<i>Portuguesa</i>	6	8	8	10	10
<i>Sucre</i>	16	17	20	23	24
<i>Táchira</i>	25	27	31	37	43
<i>Trujillo</i>	5	5	6	6	6
<i>Vargas</i>	12	20	23	27	27
<i>Yaracuy</i>	2	2	3	4	4
<i>Zulia</i>	66	70	77	84	92
Total	1.602	1.745	1.921	2.101	2.293

Fuente: Corpoturismo. Dirección de Servicios Turísticos, 1998

menos de los rígidos y limitados recursos que provienen de la administración central que, a su vez, depende casi exclusivamente de la exportación de un sólo rubro, como lo es el petróleo.

En caso de que el país adopte un modelo de desarrollo turístico, el mismo debe tener presente las necesidades y las condiciones de la nación, sin dejar a un lado los avances de la tecnología (Internet). Éste debe estar muy bien planificado y en continua supervisión, a fin de que permita lograr beneficios para el desarrollo de la actividad turística y la sustentabilidad en el tiempo.

4. Conclusión

El flujo de divisas que normalmente

proporciona la industria petrolera a nuestro país, casi siempre ha dejado de lado determinados planes alternativos de desarrollo, basados en otras áreas que permitan diversificar la actividad económica, como en algunos casos lo han hecho con la actividad agrícola, manufacturera, entre otras, que más bien parecen planes coyunturales y no estructurales, de acuerdo a su permanencia en el tiempo.

Ante la realidad socioeconómica que vive Venezuela en los tiempos actuales, es imperativo desarrollar nuevas fuentes de divisas que permitan diversificar sus fuentes de ingresos, ya que constantemente la nación está sometida a las fluctuaciones de los precios petroleros, sobre los cuales casi no tiene influencia.

Hoy en día, según datos suministrados por el

Instituto Nacional de Estadísticas (INE) (2003) y bajo ciertos estándares de la CEPAL, 80% de la población vive en situación de pobreza, de los cuales 40% se ubica dentro de la denominada pobreza extrema; lo cual resulta totalmente contradictorio, si se toma en consideración no solamente los grandes recursos petroleros (quinto exportador a nivel mundial), gasíferos (octavo en reservas probadas) e hidrológicos, entre otros; sino, también, las inmensas bondades naturales que le ha brindado la madre naturaleza.

Sin embargo, tal como se indicó a lo largo del artículo, el turismo no sólo depende de los maravillosos escenarios naturales, sino también del clima político y de la seguridad que puedan percibir los turistas en un momento dado. Lo que sí ha quedado claro, es que ante innumerables mecanismos que existen en la actualidad (como la tecnología, Internet) para promocionar esta actividad, la misma puede convertirse en una importante fuente de ingresos que permitan a las comunidades regionales organizadas alcanzar mejores niveles de vida, sin tener que depender de un presupuesto cada vez más rígido del gobierno central, y para ello basta con recordar el ejemplo citado de la Isla de Los Roques, donde quedó evidenciado el importante apalancamiento que puede resultar la actividad turística, no sólo del tan nombrado nivel de vida, sino del resto de la actividad económica en su conjunto.

De allí que, si el turismo está considerado como un factor estratégico de desarrollo, entonces cabe la interrogante: ¿por qué no buscar las alternativas necesarias para que este sector crezca debidamente?, lo cual significaría caer en cuenta que estamos despreciando la oportunidad de construir una economía independiente de la materia prima.

Referencias bibliográficas

- Asuri y Aguilar (1992). **Visitando el mundo: América 2**. Editorial Asuri, Bilbao.
- Bustillo, S. (1997). **Estudio de la Federación Española de Restauración: situación de los sectores de la restauración en 1995**. Industrias de Hotelería, 25 de febrero de 1997.
- Cepal (1998). **La Inversión extranjera en América Latina y el Caribe**. Santiago de Chile.
- Corpoturismo (1998). **Estadísticas Básicas 1998**. Caracas, Venezuela.
- Corpoturismo. (1999). **Tendencia de la inversión turística en Venezuela 1989-1998**. Caracas, Venezuela.
- Enciclopedia Microsoft Encarta. (2004). Microsoft Office.
- Instituto Nacional de Estadísticas, INE (2003). **Censo General de Población y Vivienda**. [On-line]. Disponible en: <http://www.ine.gov.-ve/ine/censo/fichascenso/fichaceso.asp>. Consulta: 10 de enero de 2005
- García, G. (1989). **Potencialidades y limitaciones del turismo en Venezuela: Un enfoque económico**. Ediciones IESA, Caracas.
- Graña, R. (1998). **Economía del Turismo**. Editorial Hispalmk, Galicia.
- Hunziquer y Krapt. (1963). **Consideraciones para la investigación y ciencias turísticas**. *Estudios turísticos* N° 0, Madrid, p. 65.
- Lanfant, J. (1991). **Tourisme International reconsidereté: mille exclu, tires exclu?**, *Les Cahiers du Tourisme*, serie C, N° 165, Centre des Hautés Études Touristiques, Aix en

- Provence, pp. 14-15.
- Middleton, V. (1974). **Tourism trends in the next decade: Product implications. III Simposi International of Tourism.** ESADE, Barcelona.
- Muñoz de Escalona, F. (1992). **Turismo y Desarrollo.** Estudios Turísticos. N° 115. Madrid, p. 19
- Organización Mundial del Turismo - OMT. (1991). **Resoluciones de la conferencia internacional sobre estadísticas de viajes y turismo.** Ottawa, Madrid.
- Pellejero, C. (1999). **Historia de la economía del turismo en España.** Chivatas, Madrid.
- Salazar, N. (1999). **El paisaje de Venezuela vale más que su oro negro.** Revista Imagen de Venezuela, N° 1, Julio agosto, Ministerio de Relaciones Exteriores de Venezuela, Caracas, pp.24-25.
- Sancho, A. (1988). **Introducción al turismo.** Ediciones Egraf, Madrid.
- Torres, E. (1994). **Turismo y desarrollo regional.** Papers de Tourism, N° 14-15, Valencia, pp. 95-102.
- Turner, L. (1991). **La horda dorada.** Editorial Endymon, Madrid.
- Vogeler, C. (1995). **Estructura y organización del mercado turístico.** Editorial Centro de Estudios Turísticos Ramón Arece. Madrid.
- Walls, J. (1996). **Las claves del mercadeo turístico.** Editorial Deusto. Bilbao.