

5

LA DEMANDA TURISTICA

Los economistas definen a la demanda como un inventario de la cantidad de cualquier producto o servicio que la gente desea y es capaz de comprar, a cada costo específico en un conjunto de posibles precios durante un período determinado. Por tanto, existe en cualquier momento una relación definitiva entre el precio en el mercado y la cantidad demandada.

CARACTERISTICAS

Una curva de la demanda describe gráficamente la relación entre las cantidades que la gente compraría a precios variables. Se puede indicar un rango de precios en el lado vertical (izquierdo) de una gráfica, con el precio cero en la parte inferior y un precio máximo en la superior. De modo similar, en el extremo izquierdo del eje horizontal se muestra una cantidad cero adquirida, y el número máximo de unidades para comprar en el extremo izquierdo. Posteriormente, puede trazarse una curva. la curva conectará los puntos de intersección donde se junta el precio y la cantidad. Casi siempre, la cantidad y el precio se relacionan de manera inversa. La cantidad comprada se elevará cuando el precio baje. Esta condición se conoce como la ley de la demanda, y es aplicable para la mayoría de los bienes. Sin embargo, hay excepciones importantes, algunas de ellas se describen en el capítulo nueve.

LA DEMANDA A UN DESTINO

En términos un tanto más específicos, la demanda para viajar a un destino particular estará en función de la propensión del individuo para

viajar, y la reciprocidad de la resistencia del vínculo entre las zonas de origen y destino. Por lo tanto:

$D = f$ (propensión, resistencia),
donde D es la demanda.

La propensión puede considerarse como la predisposición de una persona para viajar. Dicho en otras palabras, qué tanto desea el individuo viajar, qué tipos de experiencias de viajes prefiere, y qué tipo de destino toma en consideración. Resulta obvio que la propensión que tenga una persona para viajar será determinada en gran parte por su perfil psicográfico y motivación para viajar, como se explicó en el capítulo anterior. Además, el status socioeconómico de una persona también influirá mucho. Por tanto, para estimar la propensión de una persona para viajar, es necesario entender a fondo las variables psicológicas y demográficas relacionadas con la misma. La propensión se relaciona *directamente* con la demanda.

La resistencia, por otra parte, se relaciona con el atractivo relativo de varios destinos. Este factor es, a su vez, una función de otra variable, como distancia económica, distancia cultural, costo de los servicios turísticos en el destino, calidad de servicio en el destino, efectividad de la publicidad, y la promoción y su vigencia de temporada. La resistencia se relaciona *inversamente* con la demanda.

DISTANCIA ECONOMICA

La distancia económica se relaciona con el tiempo y el costo que implicaría viajar desde la zona de origen a la de destino y viceversa. Mientras más elevada sea la distancia económica, mayor será la resistencia para ese destino, y en consecuencia la demanda será menor. Por tanto, si entre cualquier punto de origen y destino puede reducirse el tiempo o el costo del viaje, la demanda se incrementará. Existen muchos ejemplos excelentes de esto, como la introducción del avión jet en 1959 y la aparición de aeronaves gigantescas a finales de la década de 1960. El primero redujo el tiempo del viaje entre California y Hawai de doce a cinco horas, y la demanda se elevó en gran medida. Un incremento similar a la demanda se experimentó con la aparición de aviones más grandes para vuelos trasatlánticos, el advenimiento de estas aeronaves hizo que el costo del viaje disminuyera casi en cincuenta por ciento entre los Estados Unidos y la mayoría de los países del continente europeo.

DISTANCIA CULTURAL

La distancia cultural se refiere al grado con el que la cultura de la zona de donde proviene el turista se diferencia de la cultura de la región

visitada. En general, mientras más grande sea la distancia cultural, mayor será la resistencia. Sin embargo, en algunos casos la relación podría ser a la inversa. Por ejemplo, mientras más grande se la distancia cultural entre el origen particular y los lugares de destino, más de seos tendrá una persona alocéntrica de viajar a ella, a fin de experimentar esta extrema diferencia.

EL COSTO DE LOS SERVICIOS

Mientras más elevados sean los costos de los servicios a un destino, más alta será la resistencia de viajar a ese lugar, y por tanto, la demanda será inferior. Esta variable capta la relación inversa familiar entre el precio de un artículo o servicio y la demanda de éste.

CALIDAD DE SERVICIO

Evidentemente, mientras más alta sea la calidad del servicio en un destino, menor será la resistencia para viajar a él. Aunque la relación entre la calidad del servicio y la demanda es lo suficientemente directa, surge una dificultad en la interpretación y evaluación de la *calidad*. La evaluación de la calidad es un asunto muy personal, y lo que significa calidad para un turista, no es forzosamente lo mismo para otro. En segundo lugar, si un turista no tiene experiencias anteriores de viaje a un destino, ¿cómo puede juzgar con exactitud la calidad de los servicios ofrecidos? En tal caso, el turista debe seleccionar un destino en base a la calidad del servicio *que recibe*. Con frecuencia, debido a la publicidad engañosa o a informes inadecuados de otras personas, es posible que la percepción que tenga el turista de la calidad del servicio no se haga realidad en el destino. Esa situación tiene implicaciones graves para establecer una clientela asidua, que es un factor importante para el éxito del comercio turístico. Por tanto, una zona de destino debe proyectar una imagen fiel.

LA TEMPORADA

El efecto de la temporada sobre la demanda es muy evidente. El atractivo relativo de un destino cualquiera dependerá de la época del año en la que se planeen las vacaciones. Por ejemplo, en un lugar para esquiar la demanda será mayor durante el invierno. En esa estación la resistencia se encuentra al mínimo.

El diagrama siguiente ilustra la relación entre la propensión, la resistencia y la demanda en términos de las variables que se han descrito.

Demanda = f (propensión, renuencia)

La prosperidad depende de:

Psicográficas
Demografía (nivel socioeconómico)

La renuencia depende de:

Distancia económica
Distancia cultural
Costo de los servicios turísticos
Calidad del servicio
Temporada

DEMANDA, OFERTA, Y MEDICION DE LA DEMANDA

La oferta limita y afecta notablemente a la demanda. Si los aspectos de oferta no se toman en cuenta cuando se utilizan las cifras de demanda o de uso, los planificadores podrían caer en la premisa falsa de que en una zona particular, la oferta debería incrementarse para satisfacer la demanda, cuando, en realidad, el incremento de la oferta podría ser necesario en otra parte. En el capítulo seis se estudiarán otros aspectos sobre la igualdad de la oferta con la demanda.

Existen varias mediciones de la demanda:

1. Llegadas de visitantes.
2. Número de días o noches por visitante.
3. Cantidades gastadas.

LLEGADAS DE VISITANTES

Esto correspondería sencillamente al número de personas que han llegado al destino particular, con excepción de los pasajeros en tránsito.

Las visitas y los visitantes no son la misma cosa. Un visitante hace una visita cuando se presenta en un momento dado en un lugar de destino. El visitante puede hacer numerosas visitas al mismo lugar en el transcurso del año o durante un período de varios años. Cada vez habrá una visita, pero del mismo visitante. Por tanto, la medición más práctica de la demanda son los *días o noches por visitante*.

NUMERO DE DIAS O NOCHES POR VISITANTE

Estos son los resultados estadísticos de multiplicar el número de visitantes por el número de días que cada visitante pasa en el destino. En la mayoría de los casos, ésta será una cifra promedio que ha sido determinada por muestreo.

Sin embargo, hay cierto valor en un simple informe del número de llegadas. Estos datos se pueden recopilar con mayor facilidad, en parti-

cular si los visitantes arriban principalmente por transporte público. Es mucho más difícil medir el número de visitantes que puedan llegar por automóvil, en especial si muchas autopistas conducen a un destino. Los informes regulares de la llegadas de visitantes, le proporciona al personal de planificación ciertas indicaciones sobre la demanda, y en particular una medición mensual de los cambios en la demanda.

También es importante un informe estadístico periódico de la duración promedio de la estancia, ya sea más larga o más corta, pueden ser muy significativas para determinar las tendencias. Otro elemento estadístico útil es el número promedio de habitaciones ocupadas en hoteles o moteles. Todos los establecimientos hoteleros bien administrados mantienen registros del número de habitaciones ocupadas, y un informe confidencial a la organización del turismo (publicado como promedio) puede suministrar datos muy significativos.

Para realizar un cálculo del total de visitantes y de días visitados, suele ser necesario una combinación de estadística. Los datos se obtienen con facilidad de los transportistas públicos, como aviones, ferrocarriles, y autobuses. Sin embargo, en lo que respecta al viaje por automóvil, debe hacerse un análisis del cómputo de tráfico. Según la ubicación, un análisis debería incluir los automóviles locales, los vehículos comerciales, y los de transporte público interior. Pueden tomarse muestras de los viajeros por automóvil al inspeccionar los vehículos en ciertos puntos de las autopistas.

Si el lugar dispone de un centro de recepción de visitantes, podrá determinarse una relación estadística entre el número de conductores que pasan por la estación en relación al número de los que se detienen en busca de información. Es el momento de proyectar una tabulación de los visitantes que entran al puente de recepción con número total de visitantes. Para determinar las tendencias de temporada, pueden distribuirse por meses las estadísticas relativas a diferentes medios de transporte. Asimismo, por supuesto, cada año las estadísticas son de utilidad a este respecto. Los visitantes que llegan por puertos marítimos deberán clasificarse de acuerdo a la definición de las Naciones Unidas acerca de turistas y excursionistas. Los excursionistas permanecerán en un lugar durante menos de veinticuatro horas, mientras que los turistas permanecerán veinticuatro horas o más. Las estadísticas no deberán incluir a los viajeros que entran ilegalmente al país (en el caso del turismo internacional), los viajeros por avión que no abandonan la zona de tránsito de un aeropuerto, o casos análogos.

CANTIDADES GASTADAS

Esta es la medición más significativa de la demanda, si se determina con precisión. Sin embargo, es la *más difícil* de obtener y de usar. El

viajero tiende a ocultar o a olvidar parcialmente las estadísticas de este tipo, y a menudo no son tan exactas como cabría desear.

Medición de los gastos turísticos mediante la recaudación de impuestos

Muchos estados tienen un impuesto de ventas sobre artículos de consumo, lo que proporciona un método conveniente para determinar la cantidad de dinero que el turista gasta. Si se conocen los impuestos que paga el turista, se puede capitalizar este impuesto sobre el artículo por la tasa tributaria o porcentaje, y sacar un cálculo total de los desembolsos turísticos. Por ejemplo, Michigan tiene un cuatro por ciento de impuesto en ventas al menudeo. Si se conocen las compras que hicieron los turistas y el porcentaje de estas compras dentro del gasto turístico, se podría calcular el volumen total y estimado de los gastos turísticos. Michigan tiene un impuesto de cuatro por ciento en el uso de habitaciones de hotel y motel. Si se conoce el porcentaje del dólar turístico típico que se gasta en habitaciones de hotel y motel, se podría hacer un cálculo del desembolso total. Además, se tendría que conocer el porcentaje del turismo que usa el alojamiento comercial, en relación a los que se alojan con amigos y familiares, en campamentos, o que no pernoctan en establecimiento hotelero comercial.

Medición de los gastos mediante el uso de diarios

Otro enfoque, que se usa en Utah, es el de los diarios de gastos de viajes individuales o familiares. Se tomaron muestras¹ de los viajeros por avión y automóvil. Además del diario, se utilizó un cuestionario. El estudio más reciente ha sido el de los viajeros por avión.²

MODELOS DEL COSTO DE LOS VIAJES

El centro de datos de viaje de los Estados Unidos, ha creado un modelo de gastos de viajes nacional, diseñado para producir cálculos de desembolso para los estadounidenses que viajan dentro del país. Este modelo puede considerarse como un conjunto de ecuaciones en las que las variables independientes son los niveles de ciertas actividades de viaje (kilómetros viajados por autobús, noches pasadas en establecimientos hoteleros, comerciales, etc.). Los coeficientes son los costos por unidad de cada actividad (denominados factores de costo por unidad), y las variables dependientes son los gastos de viaje totales para ciertas categorías de bienes y servicios relacionados con el viaje (categorías de gasto).³

PREDICCIÓN DE LA DEMANDA

Aunque es crucial conocer el nivel de la demanda en el momento actual para propósitos de planeación, es incluso más importante disponer de un cálculo de lo que la demanda representará en el futuro. Esto es lógico ya que cualquier empresa comercial, nueva o antigua, requiere de la asignación de recursos en el presente con la esperanza de obtener utilidades adecuadas en el futuro. Y para predecir las utilidades que habrá en el futuro, es necesario que el planificador obtenga cálculos sobre la demanda futura. Estos cálculos pueden darse en términos de una o más de las mediciones de la demanda. Todos los cálculos de la demanda son tan sólo eso, cálculos, y el planificador deberá estar consciente de las incertidumbres que los rodea.

Para obtener el pronóstico más exacto posible, deberán identificarse una serie de perfiles de la demanda. Estos pueden basarse en los segmentos reconocidos del mercado existente o potencial. Por ejemplo, en Michigan un perfil de la demanda para pescadores deportistas en los Grandes Lagos correspondería a un varón (o mujer u hombre y mujer) de ingresos superiores al promedio, mentalidad de deportista, aficionado a las actividades al aire libre, empleado como trabajador especializado, administrativo o profesional, de entre treinta a sesenta años de edad, que se dedica a la pesca principalmente durante los fines de semana, finales del verano y comienzos del otoño. La mayoría de estos pescadores serán residentes del sur de Michigan y Wisconsin y del norte de Ohio, Indiana e Illinois. Este ejemplo proporciona los detalles suficientes para los perfiles y pronósticos significativos para una parte determinada de la demanda agregada. Para cada segmento principal del mercado se identifican perfiles similares.

Para cada perfil se necesitan los siguientes datos:

1. Cálculos del número anticipado de turistas durante el año objetivo y los periodos intermedios, según los pronósticos bajo diversas alternativas de políticas de promoción y precios relacionados. El pronóstico puede seguir los caminos convencionales de extrapolación, o emplear métodos más complicados como los modelos econométricos basados en las funciones de la demanda.
2. Información cuantitativa sobre la demanda prevista para las diversas actividades turísticas en términos físicos (duración de la estancia en términos del número de días/turistas pasados en un lugar de recreo a orillas del mar, número de horas dedicadas en la visita de varias zonas de lugares turísticos), y en los requisitos mínimos para los estándares predefinidos de los servicios.
3. Análisis detallado de los gastos previstos para varios tipos de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, tiendas, excursiones, etc.).

siones, diversiones, transporte, etc.), expresado en términos monetarios, incluyendo los desembolsos directos e indirectos en moneda extranjera.

4. Distribución por temporada de la demanda a menos que el perfil de la demanda defina una temporada especial.
5. Distribución regional congruente con el perfil de la demanda o algunas indicaciones del comercio regional desde el punto de vista de la demanda.

Después de haber definido los perfiles de la demanda, su comportamiento, y las funciones asociadas de gasto, se calcularán los coeficientes de estas funciones para cada perfil de la demanda en unidades apropiadas.

METODOLOGIA DE PROYECCION

Para proyectar la demanda pueden usarse diversos métodos estadísticos o análisis econométricos. Todos ellos requieren de un grado de complejidad estadística o matemática, conocimiento de computadoras, y un entendimiento claro del propósito (y limitaciones) de tales proyecciones. Se han enumerado varios métodos con explicaciones breves. (Para una revisión más profunda se deberán consultar las referencias al final de este capítulo).

METODO DE ANALISIS DE TENDENCIA

Este método implica la interpretación de datos históricos de la demanda. Por ejemplo, si se dispone de un registro del número de llegadas turísticas en una zona sobre una base anual, puede proyectarse la demanda futura a partir de tal información.

El primer paso consiste en graficar los datos disponibles; el tiempo (en años) contra las llegadas de turistas. Después se podrá establecer una tendencia lineal, que capte de la mejor manera posible los cambios en los niveles de la demanda ocurridos en el pasado. Entonces podrán hacerse proyecciones de la demanda para los años futuros al extender la línea de tendencia hasta el año relevante y leer el cálculo de la demanda en la gráfica. La figura 5.1 ilustra este procedimiento. Los puntos representan los niveles de la demanda para el período de seis años para el cual se dispone de datos.

Entonces se podrá determinar una tendencia lineal en los niveles de la demanda (es decir, la línea AB). Si se necesitara una proyección de la demanda para el año 10, la línea de tendencia AB podría extenderse hasta un punto C. Por último, el nivel proyectado de la demanda en el

ANÁLISIS DE TENDENCIA

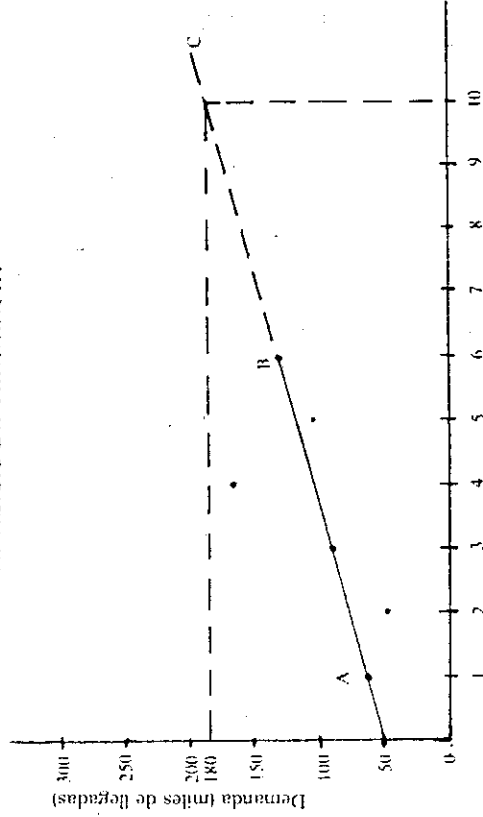


Figura 5.1

año 10 puede determinarse en aproximadamente 180,000 llegadas, como se muestra en la figura.

La ventaja de usar análisis de tendencia es que los datos necesarios son bastante básicos y se pueden obtener con facilidad. Sólo se requiere una serie de datos: llegadas de visitantes, o alguna otra medición de la demanda sobre una base anual o trimestral para los últimos años transcurridos. Además, el método es sencillo y no requiere de una gran complejidad matemática. Sin embargo, característicamente, la sencillez del modelo conduce a ciertas dificultades en cuanto a la utilidad de los resultados. Por ejemplo, los cálculos de la demanda futura obtenidos de esta forma deberán interpretarse con muchísima precaución. Existen varias razones para ello. Primero, el análisis de tendencia no "explica" la demanda en ninguna manera. En otras palabras, si la demanda cambia de un año al siguiente, cabría esperar que esto fuera debido a los cambios en los componentes de la demanda (propensión y renovación, como se explicó en una sección anterior de este capítulo). El análisis de tendencia no toma en consideración la influencia que ejercen estas variables sobre los niveles de la demanda y en consecuencia no puede explicar por qué cambió. En segundo lugar, *extrapolar* a partir de una tendencia lineal (extender la línea de tendencia AB hasta el punto C) equivale a presuponer que las tendencias de crecimiento pasadas continuarán sin cambios. Esa premisa es sólo tentativa. Los cálculos basados en una tasa de crecimiento constante

tienden a volverse muy irreal en períodos bantante cortos, debido a la naturaleza de la combinación.

REGRESION SIMPLE: EL METODO DE LOS CUADRADOS MINIMOS LINEALES

En este método la información acerca de niveles de demanda para años anteriores, se traza contra una determinante importante de la misma; por ejemplo, los ingresos o los precios. Por tanto, mediante la aplicación de una técnica estadística denominada regresión de cuadrados mínimos se usa una línea recta para explicar la relación entre la demanda y la variable particular que se considere (como los niveles de ingresos de los turistas). Por ejemplo, considérense los datos hipotéticos de la tabla siguiente como niveles de la demanda para 10 años, y los niveles de los turistas para ese mismo número de años.

Al trazar los pares de llegadas (datos de ingresos en una gráfica) se obtiene un relación entre los ingresos y la demanda de viaje, que puede verse en la figura 5.2. Los puntos representan a las observaciones anuales, y la línea AB representa la línea del "mejor ajuste". Se obtiene mediante el método de los cuadrados mínimos. Ahora se pueden obtener proyecciones de la demanda con este método con base en lo que se *espera* que sean los niveles de ingresos en el futuro. Supóngase que se desea calcular la demanda para el año 15. El pronóstico de ingresos para este año será de 8300 dólares per capita. Como se muestra en la figura, el cálculo de la demanda para este nivel de ingresos es de 118,000.

Como los ingresos son una de las determinantes más importantes de la demanda, la regresión simple "explica" la demanda hasta cierto grado. Por esta razón, es superior al análisis de tendencia. Además, la metodología todavía es relativamente sencilla y puede presentarse en forma visual. Los datos necesarios para este método se pueden recopi-

DATOS DE LA DEMANDA Y DE LOS INGRESOS

Año	Número de llegadas de turistas (miles)	Ingresos per cápita de los turistas \$
1	75	6,300
2	90	7,200
3	100	7,000
4	105	7,400
5	95	6,800
6	110	7,500
7	105	7,500
8	100	7,200
9	110	7,600
10	120	7,900

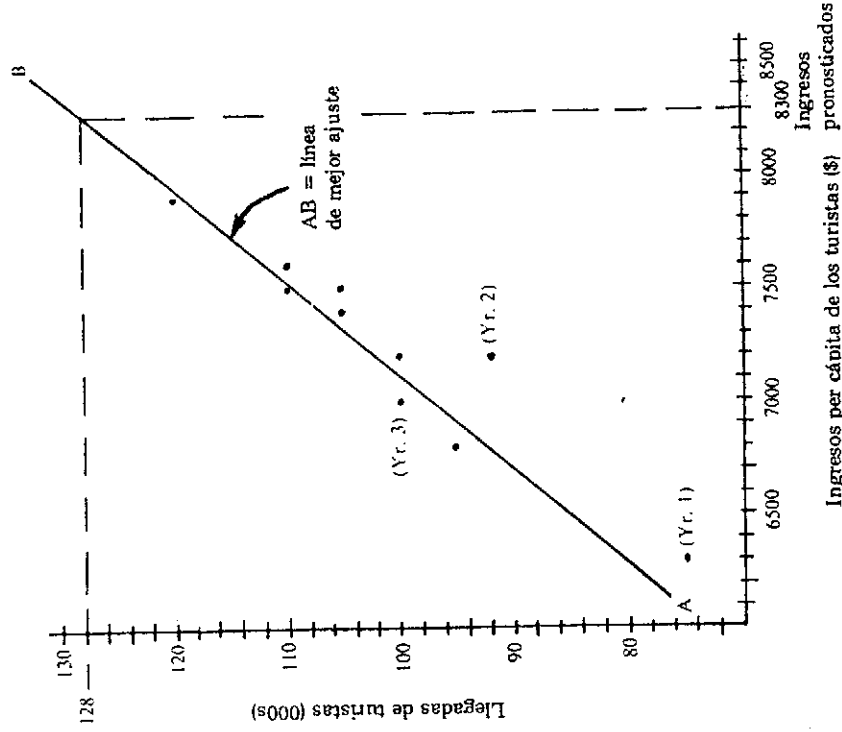


Figura 5.2

lar con relativa facilidad, en comparación con los datos requeridos en los dos métodos de proyección siguientes.

REGRESION MULTIPLE: EL METODO DE LOS CUADRADOS MINIMOS LINEALES

La mayor desventaja de la regresión simple es que sólo puede considerarse una variable a la vez. En realidad, la demanda es afectada por todos los factores que influyen en la propensión y la renuncia, tal como se explicó. Puede que no resulte factible incluir todas estas variables de una vez, pero ciertamente es práctico aislar unas cuantas que tengan pertinencia particular para la determinación de la demanda, e incluirlo en un modelo. La regresión múltiple es una forma de hacer esto. En

síntesis es lo mismo que la regresión simple, a excepción de que en la actualidad se puede usar más de una variable para explicar la demanda. Mediante una fórmula matemática, se establece una relación entre la demanda y las variables que se han escogido para considerar en el modelo. Por ejemplo, supóngase que se tienen datos sobre los precios de los servicios turísticos en un lugar, aparte de los ingresos de los turistas. Entonces se podría hacer regresar a la demanda en esas dos variables (ingresos y precios), y obtener una relación matemática entre ellas. Para calcular la demanda futura, los niveles proyectados de ingresos y precios para el año pueden sustituirse fácil y sencillamente en la fórmula matemática. El cálculo resultante de la demanda será más confiable que el obtenido con el método de la regresión simple, ya que ésta incorpora el efecto *combinado* que tienen los ingresos y los precios sobre la misma demanda.

De hecho, el análisis no está restringido a esas dos variables. Conceptualmente, puede usarse cualquier número de variables para explicar y predecir los niveles de la demanda. Pero hay algunas limitaciones prácticas. Conforme se incrementa el número de variables "explicativas", los cálculos se hacen cada vez más complejos. Además, los costos de recopilar los datos adicionales y de resolver el aspecto matemático de la técnica son considerables. En algunos casos, la confiabilidad incrementada de los cálculos tal vez no justifique esos gastos, pues los cálculos después de todo son cálculos, y no es seguro que se hagan realidad, no importa la exactitud con la que se hallan lo grado.

Aparte de los gastos implícitos, otra desventaja de la regresión múltiple es que las relaciones no pueden describirse en forma gráfica, como sucede con los resultados de los métodos anteriores. La razón es, por supuesto, que en este caso se obtienen planos de dimensión múltiple. Visualmente se pueden describir hasta tres dimensiones, pero más resulta imposible.

METODO DE SIMULACION CON SISTEMAS DE COMPUTADORAS

Es más prometedor un método de la proyección de la demanda que se base en un método de simulación con sistemas de computadoras.⁵ En este enfoque hay dos aspectos muy importantes. Primero, la predicción de la demanda turística en el destino se divide en dos fases. La primera implica el utilizar las tasas de participación *observada en el origen* correlacionada con los datos socioeconómicos para producir cálculos de la futura demanda *en el origen*. La segunda fase consiste en la proyección de la probable distribución futura de esta demanda en los *destinos*, al simular las corrientes de visitantes en la computadora con

el modelo apropiadamente modificado para que represente las condiciones futuras. Muchos enfoques complejos de la predicción de la distribución de la demanda tienen el problema de que se complican demasiado cuando se intenta el proceso total en un solo paso.

La segunda característica notable de este método es que la simulación por computadora toma en cuenta la totalidad de la demanda simultáneamente en todos los orígenes y la distribuye a los destinos. Constituye un modelo dinámico de una situación dinámica.

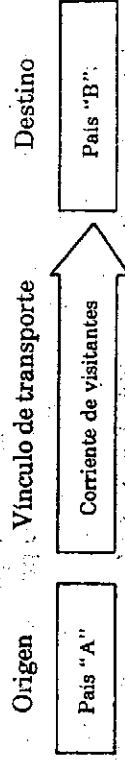
A continuación se examina el procedimiento completo para observar cómo funciona.

La demanda en el origen

En los centros de origen importantes se hace un muestreo para evaluar el número de visitantes que pasaron tantos días en el destino (s). Esto dará entonces el número total calculado de visitantes de ese punto de origen.

Estructura del modelo

El modelo consiste en tres grupos básicos de componentes: 1. países de origen, 2. países de destino, y 3. el vínculo de transporte entre ellos.



Al establecer el modelo, los centros de población de un país pueden tratarse como *odos* de los cuales emana la corriente de visitantes. De igual manera, los destinos principales en un país pueden designarse como *odos de destino*. las rutas de transporte más directas entre esos nodos se convierten en "eslabones de transporte" para esos orígenes y destinos particulares.

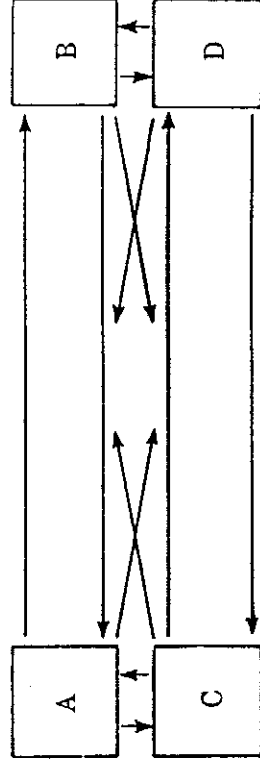
Deberá medirse la distancia de cada uno de los eslabones de transporte, y también asignarles una velocidad y costo promedio, cuando éstos sean aplicables.

Al construir el modelo de sistemas de computadora, las ecuaciones de simulación se formulan en base al principio de que:

Demanda (para cualquier eslabón) = $f(P \times \text{Resistencia del eslabón})$

En donde P es la propensión a participar en el origen. La resistencia de un eslabón está en función de la distancia y el costo, como se explicó con anterioridad.

Se verá de inmediato que el número de cálculos necesario para simular esta corriente durante un modelo llevado a cabo en la computadora, puede basarse imaginariamente en el número de lugares que pueden alimentar visitantes a cada uno de los diversos destinos por medio de una variedad de combinaciones de eslabones. Considerense cuatro países a fin de observar las combinaciones posibles:



Aquí hay un total de doce posibles rutas de corriente directa. Esto significa doce ecuaciones que habrán de resolverse en el modelo.

Afinación del modelo

Una vez que se hayan recopilado los datos de origen y que se haya escrito el programa del modelo, puede hacerse una prueba inicial de si la *demanda conocida* en el origen se "distribuye" en los destinos. Una subrutina en el programa puede comparar la distribución pronosticada con la distribución medida real de esta demanda en los lugares de destino. La diferencia entre el valor pronosticado y el valor real se expresa como un error de porcentaje en la impresión de la computadora. Entonces puede seguirse un procedimiento de "afinación", por medio del cual se ajustan ciertas constantes en el programa, hasta que los errores individuales y grandes se reduzcan al límite aceptable. En otras palabras, el modelo puede afinarse hasta que represente la realidad dentro de los límites razonables.

La predicción de la demanda futura.

Cuando se haya demostrado que el modelo proporciona distribuciones razonablemente exactas para el año base conocido, se podría utilizarlo para la predicción de probables distribuciones. Por ejemplo, podría computarse la demanda de 1980 en los orígenes con el uso de las tasas de participación observada en la población de 1970, y aplicarlas a las proyecciones estatales oficiales de la población de 1980. También puede existir una premisa implícita de que la *composición* de las poblaciones

de origen sería básicamente la misma en 1980 que en 1970, ya que un cambio sustancial en la estructura socioeconómica de las poblaciones de origen probablemente daría lugar a un cambio en las tasas de participación.

Otra podría consistir en las simulaciones para 1980 de ciertos cambios en los aspectos de la oferta del modelo. Podría incrementarse la capacidad turística del país. Podría ser posible lograr un incremento en la capacidad debido al mayor acceso de desarrollo público y privado. La información sobre las mejoras planeadas para el sistema de carreteras o las instalaciones de los aeropuertos, aviones, y el tiempo de viaje del aeropuerto a la ciudad, se podría usar como base para el cambio de distancia, velocidades, y costos.

Las distribuciones de la demanda para 1980 que fueron el resultado de esas simulaciones, se podría relacionar entonces numéricamente con la oferta calculada para 1980 de la instalaciones turísticas en cada lugar de destino. Así podrían calcularse los valores resultantes para un excedente o déficit proyectado.

El método de simulación por sistema de computadoras para producir la demanda es una técnica muy prometedora. Sus ventajas principales son las siguientes:

1. Es una representación básicamente simple pero razonable del mundo realístico.
2. Mediante este enfoque se puede predecir la demanda turística para todas las principales actividades turísticas.
3. Las zonas de destino pueden y deberán ser razonablemente pequeñas.
4. Las zonas de origen también deberán ser pequeñas. Sin embargo, por equipo se entiende que hay datos demográficos disponibles para dicha zona. Por ejemplo, en los Estados Unidos, una gran ciudad o un condado es la unidad estándar para los informes del censo.
5. El cálculo de la demanda para el año base descansa en las mediciones actuales, en vez de la aplicación de datos de la demanda nacional o regional que no sean confiables.
6. El problema sobre cómo pronosticar la probable distribución de la demanda prevista en el origen hacia los destinos se ha resuelto mediante un procedimiento mecánico. No se basa por completo en las interpretaciones y juicios del planificador individual. Debido a esto, y como es correcto usar relaciones medidas, resulta razonable creer que la técnica tiene un grado aceptable de confiabilidad.
7. La interacción entre los componentes es una característica básica del enfoque, de modo que se le usa apropiadamente para

- simular la conducta de una situación dinámica compleja que abarque un alto grado de interacción.
8. La demanda se expresa en las mismas unidades que la oferta, de modo que a las dos se les pueda relacionar numéricamente.
 9. El proceso es relativamente rápido y repetible, por lo que pueden modelarse un número de situaciones o soluciones opcionales.
 10. El grado de juicio personal que interviene en el proceso se identifica y controla.
 11. Una vez que el programa queda establecido y ha sido comprobado de manera satisfactoria, gran parte de la aplicación rutinaria puede estar a cargo de técnicos que sigan un manual, con lo cual se dispone de más planificadores turísticos capacitados para el análisis de los resultados y la formulación de un plan.

Existen algunos problemas obvios con esta técnica. Se requiere que un personal especialmente capacitado establezca el modelo original y los programas de procesamiento de datos, aparte de una gran cantidad de datos especiales. Estos son problemas graves a los que debe enfrentarse cualquier organización turística que desee utilizar el método de simulación por sistemas de computadoras.

METODO DEL JUICIO EJECUTIVO (DELFO)

Los modelos matemáticos y estadísticos son de gran utilidad, y con frecuencia producen resultados exactos. Sin embargo, la experiencia combinada de los ejecutivos turísticos también es valiosa. El método DELFOS consiste en esencia en una encuesta sistemática de tales expertos. Se formula una serie de preguntas y así los resultados se obtienen como un consenso.

Los instrumentos estadístico-matemáticos son de gran utilidad, y con influencias de las variables que no se incluyan explícitamente en el modelo. Por ejemplo, bajo la regresión múltiple, los ingresos y los precios de viaje eran las únicas dos variables que se usaban para pronosticar la demanda. Sin embargo, hay otros factores como el costo de los combustibles, los cambios de gusto, la cantidad de tiempo libre, y la efectividad de las campañas de promoción, que sin lugar a dudas tienen un impacto sobre los niveles de la demanda. Con el método Delfi, los efectos combinados de todos esos factores se consideran cuidadosamente desde la base de la experiencia ejecutiva.

De modo que se cree que, para calcular la demanda turística, una combinación de varios métodos estadístico-matemáticos y del método Delfos, producirá los cálculos más confiables de la demanda en cualquier situación dada.

UN ESTUDIO DE LA DEMANDA PARA LOS VIAJES INTERNACIONALES HACIA Y DESDE LOS ESTADOS UNIDOS

Este artículo, escrito por Rita M. Keintz, fue galardonado en 1968 con el premio de Wesley Ballaine Travel Research Western Council for Travel Research.

El propósito general de este estudio es analizar el sector de los viajes internacionales de la balanza de pago de los Estados Unidos. Se han sugerido que los viajes internacionales pueden ser un factor temporal que agrava la posición de la balanza de pagos de los Estados Unidos y, en consecuencia, una posible fuente para la reducción del flujo consecutivo de oro y dólares. Sin embargo, antes de que pueda hacerse cualquier vínculo significativo entre la cuenta de viajes y el déficit total, debe disponerse de más información sobre las relaciones que definen al sector de viajes. Sólo entonces podrán considerarse las retroalimentaciones a otros sectores y examinar las posibles medidas políticas. La naturaleza estática del estudio también sugiere la posibilidad de su uso como un instrumento básico de investigación para los diversos miembros de la industria de los viajes, al permitirle analizar mercados específicos de viaje en el presente y en el futuro.

La estructura de este estudio se basa en el hecho fundamental de que el sector de los viajes se compone de dos entradas: 1. el factor de exportación o de crédito, es decir, las recaudaciones turísticas de los extranjeros que viajan en los Estados Unidos, y 2. el factor de importación o de débito, es decir, los desembolsos turísticos de los ciudadanos estadounidenses que viajan a países extranjeros. Con esta corriente de turistas "de dos sentidos", el estudio se concentra específicamente en el aspecto de la demanda de los mercados particulares de viaje al examinar la demanda del viaje internacional, tanto hacia como desde los Estados Unidos, y variables económicas, financieras, y demográficas.

PRIMERA PARTE: UNA TEORIA DE LA DEMANDA PARA EL VIAJE INTERNACIONAL

La estructuración de una teoría de la demanda para los viajes internacionales incluye muchos problemas, principalmente debido al número de factores potenciales a considerar y, en segundo lugar, debido a la necesidad de aislar y examinar las interrelaciones de estos factores. La confrontación inicial reside en la independencia de las dos decisiones básicas a las que se enfrenta un consumidor: 1. La decisión de viajar o no al extranjero, y 2. La decisión sobre cuánto dinero gastará.

La demanda de un individuo para los viajes internacionales

Con base en la premisa "a priori" de que el turismo es un artículo de lujo, el tipo de producto asequible sólo al consumidor, cuyos ingresos son superiores al nivel mínimo, la primera decisión sería una expresión de la función utilitaria del individuo en relación con el viaje al extranjero. La decisión entre viajar o no al extranjero se basa en gran parte en sus gustos, alguna propensión para viajar, o la medición del atractivo, ya sea afectado por las actitudes, el status, los vínculos nacionales o la publicidad y promoción. Sin embargo, si el turismo es un artículo de lujo, se supone que la demanda por los viajes internacionales es sensible no sólo a los cambios en los ingresos, sino también a los cambios en el precio, es decir, el costo de los bienes y servicios turísticos y el costo de transporte. Por lo tanto, la primera decisión también depende de la elasticidad de sustitución del consumidor en lo que respecta a los viajes domésticos, bienes duraderos, etc.² El problema económico para el consumidor es elevar al máximo su utilidad, sometida a algunas restricciones de presupuesto.

Como la segunda decisión (cuál será el costo total del viaje o el precio del "producto") está directamente relacionada con el efecto de sustitución, la interdependencia de las decisiones fundamentales se hace evidente. Los factores de costo le permiten al consumidor calcular cuánto gastaría al viajar a países opcionales, lo cual sugiere que cierta parte del efecto total de sustitución implica la elección del viaje al extranjero a un país en particular. Con esta posibilidad de elección del país o destino, la restricción del precio o del costo es "flexible" en relación a los viajes al extranjero.³

El factor del costo más importante es el del transporte, que se relaciona directamente con la distancia recorrida desde el país de origen al de destino. Por ejemplo, en 1965, casi 64,000 o cuarenta por ciento de los pasaportes estadounidenses se emitieron o renovaron para viajes a destino en el Pacífico para los residentes de los "estados del Pacífico", una zona que sólo representa al trece por ciento de la población de los Estados Unidos. Durante ese mismo año, 34,000, o treinta y cuatro por ciento, de los pasaportes emitidos o renovados para viajar a Europa eran para residentes de los "estados del Atlántico medio", una zona que representa 19 por ciento de la población total.⁴ La decisión del consumidor entre viajar o no al extranjero, depende de su elasticidad de la demanda en lo que respecta a la tarifa del viaje redondo. Su decisión implica examinar las diferentes tarifas opcionales, no sólo en relación a la forma de transporte, sino también respecto al tipo de alojamiento. Otros factores de costo también pueden influenciar su decisión, por ejemplo, un factor de velocidad o de tiempo, un estándar de servicio, y

algún concepto de conveniencia, tal vez los vuelos directos al punto de destino, el acceso a puertos y aeropuertos, etc.

El tiempo puede ser una restricción adicional sobre el consumo de viajes al extranjero. Sin embargo, es verdad que hay más gente con el suficiente tiempo libre para viajar grandes distancias debido a un período de vacaciones más largos y la significativa reducción de tiempo debido a los aviones a retroimpulso.

Otras restricciones diferentes al costo y al tiempo también pueden dificultar los viajes internacionales, por ejemplo, los requisitos para visas y pasaportes, las restricciones monetarias, las barreras del idioma, etc, aunque estas restricciones están relacionadas en la mayoría con los casos de los viajes internacionales entre determinados países.⁶ La facilidad en el cumplimiento de algunas de estas restricciones que se basan en inconveniencias pueden ocurrir sencillamente debido a las experiencias anteriores de viaje. El "repetidor" está más familiarizado con los procedimientos de entrada y salida en un país extranjero, con el cambio de moneda extranjera, y con el idioma y las costumbres de esa nación. Ya se han hecho progresos mediante la legislación para simplificar la emisión de visas para visitantes a los Estados Unidos, y la emisión de pasaportes para los ciudadanos estadounidenses. Los requisitos de entrada y salida de los turistas en muchos otros países se han reducido en gran medida por el comité de turismo de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.⁶

Aun cuando la gran mayoría de los ciudadanos de algunos países no pueden costear viajes al extranjero, aquellos que sí tienen los ingresos y el deseo de viajar pueden verse desalentados por las restricciones monetarias impuestas por sus propios gobiernos. Por ejemplo, el número de turistas del Japón a los Estados Unidos se incrementó de 6,687 en 1962 a 11,539 en 1963, cuando las restricciones monetarias cambiaron de 55 dólares a 500 dólares en los años respectivos.⁷ Según un informe para 1966, sólo doce de los 24 países miembros de la Organización para la Cooperación del Desarrollo Económico le permitían a sus ciudadanos sacar cantidades ilimitadas de dinero para viajes de placer.⁸

Otros posibles obstáculos para viajar pueden ser motivos de salud, tener hijos pequeños y otras personas dependientes, o el hecho de que otro miembro de la familia no tenga deseo de viajar. Este grupo de factores imposibilitan los viajes incluso a nivel doméstico y, en consecuencia, es más que un obstáculo en lo que se refiere a los desplazamientos internacionales.⁹

La decisión para viajar al extranjero también puede verse influenciada de manera positiva por el cambio de los gustos o de las actitudes. El viajero internacional en potencia recibe el efecto de la campaña de publicidad y promoción que emprenden el gobierno o las agencias de

en los gustos también pueden motivarse por un efecto de "demostración", por ejemplo, la información proporcionada por aquellas personas que ya han viajado al extranjero, o por el efecto de la "vecindad" o "mantenerse al mismo nivel que los Pérez", donde el deseo de alcanzar o conservar el status provoca cambios positivos en las costumbres.

UNA DEMANDA ADICIONAL PARA EL VIAJE INTERNACIONAL

La presente exposición se ha centrado en los procesos de toma de decisiones en lo que respecta al consumo de viajes internacionales que efectúa un consumidor típico o medio. A continuación se pasará a un análisis de la teoría de la función de la demanda adicional para los viajes internacionales.

La primera interrogante se refiere a cuál es la probabilidad de que un consumidor individual sea incluido en la demanda total adicional de todos los viajeros de su país de residencia a una nación extranjera. La respuesta a esta pregunta reside en un análisis de los "compradores" de viajes internacionales, el grupo de individuos que puede describirse mediante una variedad de características y que, de acuerdo a esto, realiza un deseo de viajar al extranjero de una manera particular.

A partir de la primera exposición, cuando el viaje internacional se postuló como un artículo de lujo para el consumidor típico, surge una segunda pregunta que se refiere a si *todos* los consumidores consideraran al viaje internacional como este tipo de artículo económico. El aspecto pertinente referente a la naturaleza del producto, también debe considerarse en el compartimento de subdivisiones o subcategorías de viajeros.

Si la demanda adicional de los viajes internacionales se analiza en términos del *número de viajeros*, una lista de los factores *económicos* que son importantes para la teoría, incluye los diversos niveles de ingresos del consumidor y las posiciones relativas en la distribución de los ingresos, el propósito del viaje, y también algunas mediciones de cómo reaccionan los grupos particulares de consumidores a los cambios de precio. Estos últimos factores podrían indicarse por la elección del país o países de destino, el tipo de transporte, y el tipo de alojamiento. Las características *sociales* podrían ser la edad o la etapa en el ciclo de vida, el nivel educativo, el país de origen, y las experiencias anteriores de viaje.¹⁰

Teóricamente, es la interrelación actual entre esas diversas características, lo que proporciona una descripción del agregado de viajeros.¹¹ A fin de medir la manera en que estas características influyen en la demanda promedio para los viajes internacionales, en un

sentido estadístico, es necesario examinar cualquier categoría de viaje con las restantes variables de características constantes. Por ejemplo, el factor de la elección del país de destino estará vinculado directamente con el propósito del viaje. El hombre de negocios que viaja a la subsidiaria extranjera de una empresa estadounidense, puede que sólo visite el país donde está localizada la filial extranjera. O, hay una gran probabilidad de que el ciudadano estadounidense nacido en el extranjero regrese a su país de origen por motivos familiares.

Si la demanda agregada para los viajes internacionales se analiza en términos de los *desembolsos totales*, el número de viajeros multiplicado por los desembolsos del viajero, dos temas adicionales intervienen en el análisis de la demanda. Primero, el "producto" que los viajeros compran y, segundo, el "precio" que pagan por la adquisición del turismo, es decir, el desembolso promedio por viajero. De nueva cuenta, la teoría de la demanda para el viaje al extranjero debe establecerse a partir de una interrelación. Debido al vínculo directo entre el producto y el costo, el precio del turismo habrá de variar con los mismos parámetros fundamentales descritos en la sección anterior.

SEGUNDA PARTE: UN MODELO DEL AGREGADO

Esta sección utiliza las conclusiones de la primera parte para formular un modelo de una sola ecuación agregada de la demanda para viajes internacionales.

La demanda para viajes internacionales

La expresión más sencilla de la función de la demanda a largo plazo para los viajes internacionales, sería la siguiente:

$$D_x = f(y, p_x)$$

En donde:

D_x es alguna cantidad medida del producto,

" x ", es decir, corriente de los viajes al extranjero.

Y es una medición del precio del producto.

P_x es alguna medición del precio del producto.

(Ecuación 1)

Con el propósito de relacionar la demanda de los viajes internacionales con un mercado bien definido, la expresión debe referirse al viaje a un solo país de destino de una adición de residentes de una nación particular de origen. Entonces:

$$D_{ij} = f(Y_j, p_i)$$

i indica país de destino
j indica país de origen

(Ecuación 2)

El interés inicial es la medición de la demanda. Las dos mediciones posibles de D_{ij} son: 1. La cantidad demandada expresada en unidades, es decir, el número de viajeros, y 2. La cantidad demandada expresada en dólares, es decir, los gastos totales de todos los viajeros.¹² Además, si la demanda para los viajes se mide en una base per cápita, se sugiere otras dos especificaciones de D_{ij} . Primero, una razón entre el número total de viajeros con las población total en el país de origen se ha denominado "tasa de visitantes".¹³ Se supone que este concepto elimina cualquier cambio en la demanda de los viajes que pudiera explicarse sólo por los cambios en la población. Segundo, la razón entre los gastos totales con el número total de viajeros corresponde exactamente al gasto medio. En teoría, esta medición alude al precio del producto, más que a la cantidad demandada. En términos estadísticos, el problema con el uso de desembolsos medios como una medición de la demanda, es un resultado del hecho de que los desembolsos medios en materias de viajes por los residentes de los países más desarrollados, han disminuido a últimas fechas, cuando la hipótesis más razonable es que la demanda se incrementara a medida que aumentan los niveles de ingresos.

Es importante saber qué medición de los ingresos se debe utilizar en el análisis de la demanda para los viajes internacionales. Si la función de la demanda debe definirse para *todos* los consumidores, la elección de los ingresos familiares, los ingresos per cápita, o los ingresos agregados, no es clara, y el uso de mediciones opcionales puede producir disparidades en las conclusiones básicas.¹⁴

La elección más obvia de una variable de ingresos corresponde a los ingresos per cápita, un medición del estándar de vida en el país de residencia. Sin embargo, si la demanda de mercado está especificada para viajes de placer y de negocios, entonces alguna variable agregada, como el producto nacional bruto o el ingreso nacional, puede postularse como una variable de ingresos más pertinente. Es aquí donde los argumentos sugerirían que, a pesar del propósito del viaje, el incentivo o las motivaciones se basan en la situación económica doméstica *general*. Además, puede suponerse que quienes viajan con familiares fundamentan sus decisiones de consumo en los ingresos totales de la familia.

Como el factor costo relevante total en el consumo de los viajes internacionales incluye un costo de transporte y un costo total para el período de estancia en el país de destino, el precio del turismo, P_i , se convierte en dos variables de precio separadas en la función de la demanda. Que sería:

(Ecuación 3)

$$D_{ij} = f(Y_j, F_{ij}, p_i/p_j)$$

La variable de tarifa, F_{ij} , es una medición directa de la distancia desde el país de origen al destino. Puesto que para el viaje transcontinental se dispone de transporte marítimo y aéreo, esta medición de la tarifa puede que incluya o no la influencia de cada tipo de transporte. También existe el problema adicional de la importancia del tipo de alojamiento.¹⁵

Si la demanda, D_{ij} , puede especificarse separadamente para los viajes aéreos y para los marítimos, la tarifa, F_{ij} , es una medición del costo del transporte, de acuerdo a la manera respectiva de viajar. Si la demanda se especifica para un agregado de viajes aéreos y marítimos, la tarifa podría ser representativa, y sugerir alguna medición media con un valor asignado, donde los valores serían los números de viajeros asociados a cada tipo de transporte. Sin embargo, si el consumidor es indiferente al tipo de transporte, y la tarifa es una medición de restricción de costo, la fuerza de la restricción tal vez sólo dependa de la tarifa más baja asequible. Esta razón fundamental justificaría el uso de la tarifa aérea de viaje redondo en clase económica.

La segunda variable del precio, p_i/p_j , es alguna medición de los precios relativos en el país de destino y en el de origen. La aplicación de la teoría más amplia del comportamiento del consumidor a la teoría de la demanda de los viajes internacionales, indicaría la necesidad de una medición del precio del turismo con el costo de algún elemento sustituto. El último precio debe reflejar los precios de un grupo completo de artículos de lujo, que podría representarse por el nivel de precios generales domésticos. El primer precio podría representarse mediante un índice de los costos de los servicios turísticos o, de suponerse que esos precios van hacia la misma dirección y con las mismas cantidades relativas que los precios de todos los artículos y servicios, mediante el índice del costo de la vida en el país de destino. Por tanto, $p_i/p_j = C_i/C_j$, en donde C es el respectivo índice de precios del consumidor.

Este sencillo modelo puede ampliarse para que incluya las dos variables adicionales, es decir, una variable de distribución de ingresos y una variable de población. El uso de una medición de distribución de ingresos, implica la necesidad de tomar en cuenta dos características de los ingresos, no sólo su nivel medio, sino también su dispersión. Este último término es la desviación cuadrada media asignada a los ingresos per cápita. Al construir la variable de población para la función de la demanda de los viajes internacionales, puede ser importante colocar valores de más peso en categorías cronológicas específicas dentro de la población total y el país de origen. Al incorporar la distribución de ingresos, K_j , y la población, P_j , en la teoría, la función de la demanda se convierte en:

$$D_{ij} = f(Y_j, F_{ij}, C_i/C_j, K_j, P_j)$$

(Ecuación 4)

Una de las restricciones más significativas sobre el consumo real de los viajes al extranjero, corresponde a las limitaciones que establecen los gobiernos nacionales sobre la cantidad de dinero que se le permite a un turista llevar consigo cuando salga de su país. Cuando esta restricción sea aplicable a la demanda de viajes de un país a otro, se incluirá en la función de la demanda como la variable explicativa R_j . Hay diversas formas para medir las restricciones monetarias: 1. mediante la cantidad real de moneda permitida, 2. por la posición en la reserva de divisas del país de origen, 3. por algún volumen de los viajes internacionales del pasado, y 4. indirectamente, con el uso de una variable sustituta o nominal.

Uno de los factores de motivación más significativo al considerar la estructuración de esta teoría particular de la demanda, son las campañas de publicidad en el país de origen realizadas por las agencias privadas o gubernamentales del país de destino. Un agente para los esfuerzos de publicidad y promoción, A_{ij} , podría ser un valor dólar combinado de los desembolsos presupuestales apropiados sería razonable. Cuando los cambios en estos esfuerzos adopten la forma de influencias bastantes grandes e interrumpidas, un enfoque de variable nominal.

En la práctica, cualquiera o todas las variables explicativas pueden adoptar una estructura "de intervalo". Puesto que normalmente hay un período de la planeación antes de un viaje al extranjero, la relación relevante de la demanda puede necesitar del uso del intervalo para las variables de ingresos y de precios, a fin de indicar el lapso de entre la decisión de consumir y el gasto real. Sin duda, la variable de publicidad requerirá un intervalo de uno o más períodos temporales para responder por el tiempo de reacción. Otras justificaciones para el uso de las variables independientes con intervalo son el grado del desembolso general en relación a los ingresos y al factor de temporada, que puede enlazar el desembolso de consumo actual a un período de vacaciones o atractivos únicos. Debido a la importancia de la experiencia previa y de la comunicación en la teoría de la demanda para los viajes, una estructura de intervalo distribuido puede ser una versión razonable de la función de la demanda. La variable dependiente con intervalo se convertirá de ese modo en una variable explicativa.

Otras dos extensiones del modelo dependen de la clasificación de los viajeros por país de nacimiento y por la finalidad del viaje. Aquella función de la demanda que se relaciona con los residentes nacidos en el país y con los nacidos en el extranjero, o alternativamente, que sólo se relacionan a los residentes nacidos en el extranjero, deberá incluir alguna medición de emigración, L_{ij} . Se ha comprobado que existe un fuerte deseo o propensión del residente nacido en el extranjero a regresar a su país de origen debido a vínculos familiares, propiedades, razones

culturales, etc. La medición exacta deberá reflejar el tipo de "efecto multiplicador", que puede ocurrir cuando las generaciones futuras reciben información y se les comunique el deseo de viajar. En este caso, alguna de las otras variables explicativas podrían tener menos importancia, pues los gastos totales o el costo global de un viaje es notablemente menor por el viajero nacido en el extranjero, debido a que dispone de alojamiento con sus familiares en el otro país.

En teoría, la demanda de los viajes de negocios implica el consumo de un artículo de inversión, no de un artículo de consumo. En consecuencia, se ha comprobado que la función pertinente a viajes internacionales por motivos de negocios, incorpora un grupo de variables explicativas distintas a las descritas antes para los viajes de placer. La hipótesis es que el viaje de negocios al extranjero está en función de las transacciones comerciales internacionales entre dos países. Dentro de la hipótesis general, las variables explicativas explícitas son el valor del comercio total en dólares, T_{ij} , o el valor de las exportaciones, X_{ij} , e importaciones, M_{ij} , de bienes como dos variables independientes, y también los desembolsos de inversión extranjera directa, I_{ij} . Con una clasificación dada en cualquier medición de la demanda, es decir, el número de viajeros o los desembolsos totales, por el propósito del viaje, debe hacerse una segunda ecuación de la demanda para el viaje de negocios. La relación funcional para la demanda de viajes de negocios se obtiene así:

$$D_{BUS} = f(X_{ij}, M_{ij}, I_{ij}) \quad (\text{Ecuación 5})$$

En donde:

D = una medición del viaje de negocios.

T = volumen del comercio total en dólares.

I = desembolsos de inversión extranjera directa.

O, la corriente de exportación e importación de bienes y servicios puede intervenir en la relación por separado. Por lo que:

$$D_{BUS} = f(X_{ij}, M_{ij}, I_{ij}) \quad (\text{Ecuación 6})$$

En donde:

X = volumen de exportación total en dólares.

M = importación total en dólares.

I = desembolsos de inversión extranjera directa.

Si las observaciones de la cantidad demandada se añaden a los viajes de placer y de negocios, cualquiera o todas las variables indepen-

dientes dadas en cualquiera de las ecuaciones anteriores se incorporarán en la relación de la demanda.

Debido a las limitaciones de los datos en el área de los viajes internacionales, se dan las siguientes especificaciones para estimar las corrientes de la demanda, en base por país, con el uso del método de los cuadrados mínimos del análisis de regresión multivariable y las observaciones anuales para una serie temporal de 1950 a 1965.

La demanda de los viajes
a los Estados Unidos

El cálculo de la demanda de viajes a los Estados Unidos se realiza por separado para los viajes de placer y de negocios, al usar el número de viajeros como la medición de la demanda. La relación funcional para la demanda de los viajes de placer es:

$$D_{ij} = f(Y_j, F_{ij}, R_j, C_j, A_{ij}, P_j)$$

Las relaciones funcionales para dos especificaciones alternativas de la demanda de los viajes de placer son:

$$D_{ij} = f(T_{ij}) \text{ y} \\ D_{ij} = f(X_{ij}, M_{ij})$$

Pueden hacerse más pruebas para examinar la importancia de K_j , la distribución de los ingresos, e I_{ij} , inversiones extranjeras directas en los Estados Unidos en el análisis de la demanda para las exportaciones de viaje.

La demanda para los viajes desde
los Estados Unidos

Hay dos tipos de cálculo para la demanda de los viajes al extranjero de los ciudadanos estadounidenses sobre una adición de viajes de placer y de negocios, que serían posibles al utilizar dos medidas alternativas de la demanda, es decir, el número de viajeros y los desembolsos totales. La relación funcional para la demanda de los viajes desde los Estados Unidos es la siguiente:

$$D_{ij} = f(Y_j, F_{ij}, C_j, P_j, T_{ij}, I_{ij})$$

En el caso de la demanda para importaciones de viaje, se hacen pruebas adicionales para investigar la significancia de Y_j , distribución de ingresos, A_{ij} , publicidad, y L_{ij} , emigración. Asimismo, la especificación

debe extenderse para que se explique el hecho de que las variables no son lineales.

NOTAS FINALES DE LECTURA

1. La utilidad *total* del consumidor, su nivel de satisfacción en los que respecta a todos los bienes, puede definirse como una función de las cantidades de bienes en su presupuesto.
2. El consumidor siempre tendrá una elección entre diferentes necesidades que han de exponer al turismo a la competencia de artículos de consumo durables: pieles, joyería, una casa nueva, el último modelo de automóvil, etc.
3. El efecto de sustitución se complica aun más por el hecho de que la cantidad de dinero que el turista gasta por viaje depende también de la duración de la estancia, entre otros factores. Esta relación presenta un problema pues, en realidad, la dirección de causa y efecto no siempre es clara.
4. Vease: "A Five Year Study of Travel from the U.S.A. to Europe"; y: "A Five Year Study of Traffic to the Pacific", publicados ambos en *New Yorker Magazine*, Inc. Nueva York (1966).
5. La tasa más alta del crecimiento de los viajes al Reino Unido realizados por ciudadanos de los Estados Unidos desde 1950, en relación a las tasas de crecimiento comparables en lo que respecta a otros países europeos, explica en parte por la ausencia de una barrera idiomática.
6. Para la situación actual de los requisitos de pasaportes y de visados entre los países miembros de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, consúltese la tabla VIII de la publicación anual: *Tourism in O.E.C.D. Member Countries* (1966), pág. 59.
7. Esta declaración no indica que el cambio en las restricciones monetarias sea el *único* factor a considerar para explicar el incremento al doble del número de viajeros en viajes de placer del Japón de 1962 a 1963. Sin embargo, el efecto de los cambios de las restricciones monetarias sobre la demanda por los viajes internacionales es una importante variable explicativa para comprobarlo empíricamente.
8. *Tourism in O.E.C.D. Member Countries* (1966), pág. 34.
9. *The Changing Travel Market*, John B. Lansing y Dwight M. Blood, Instituto de Investigación Social, Universidad de Michigan, Ann Arbor, Michigan (marzo de 1964), pág. 31.
10. Aunque la lista de características proporcionadas aquí no es completa, cualquier selección arbitraria de clasificación específica

- fica de los viajes al extranjero, realizada con una base teórica o práctica, incluiría la mayor parte de los factores que aparecen en dicha lista.
11. Existen diversas interrelaciones que complican el análisis, por ejemplo, el nivel de ingresos estaría directamente correlacionado con el nivel de educación y, tal vez, con la etapa del ciclo de vida.
 12. Las dos mediciones directas siguen al proceso de la toma de decisiones que se explicó en la primera parte. El consumidor se enfrenta a la decisión sobre si viajar o no al extranjero y cuánto debe gastar.
 13. La "tasa de visitantes" se utilizó como una medición de la demanda en el estudio: "Economics and Tourism", preparado por Arthur D. Little Inc; para el servicio de viajes de los Estados Unidos.
 14. Cualquiera o todas estas mediciones de los ingresos pueden disminuir por el nivel general de precios para indicar los niveles de ingresos "reales".
 15. Desde el comienzo, los sistemas públicos de transporte ofrecían diferentes tarifas relativas a distintos tipos de servicio. La distribución de los pasajeros entre las diversas clases se relaciona principalmente con las diferencias relativas de precio, pero también le afectan las diferencias en el estándar de servicio.

PARA REVISION Y DISCUSION

1. ¿Qué significa la elasticidad de la demanda en relación con el precio de una experiencia de viaje?
2. ¿La reducción del precio de un viaje incrementará automáticamente la demanda?
3. ¿Qué significa la propensión en relación con el viaje y cómo se le puede acrecentar? ¿Cómo se puede avaluar?
4. Cuando nos referimos a la demanda por los viajes, ¿a qué nos referimos en realidad?
5. Explique el concepto "días visitantes" y su aplicación en las estadísticas de viaje.
6. Supóngase que la comunidad donde usted vive es un destino turístico popular, seleccione varias ciudades importantes de orígenes turísticos en relación con su comunidad como destino, y describa el método de simulación por sistemas de computadora para la proyección de la demanda.
7. Es probable que la semana laboral de cuatro días sea común en unos cuantos años. Si se usa esto como un factor socioeconómico de gran importancia, ¿cómo afectaría a los cálculos para la

- proyección de la demanda futura en una zona apropiada de vacaciones?
8. ¿Cuáles son los factores socioeconómicos significantes en una zona de mercado de origen industrial que afectan la demanda turística?
 9. ¿Cuáles son los factores que afectan la demanda de los viajes internacionales?
 10. ¿Cómo se calcula la demanda para los viajes internacionales? ¿Dónde podrían obtenerse los datos necesarios? Calcule la demanda de los viajes a los Estados Unidos con el uso de cifras calculadas.
 11. De modo similar, calcule la demanda de los viajes desde los Estados Unidos con cifras hipotéticas.
 12. ¿Cuáles son las implicaciones de la demanda futura respecto a las teorías de Plog, Cohen y Abrams?

PROBLEMA DE CASO

William D. es el vicepresidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de esta ciudad. John A, representante de una gran cadena hotelera visitó al Sr. D y declaró que su compañía planeaba construir en la ciudad un motel de lujo con 140 habitaciones. Pero, antes de proceder, la compañía necesitaba cálculos de los viajes y de la demanda hotelera. ¿Qué podría hacer el Sr. D para proporcionar dichos datos?

NOTAS FINALES

1. Perry J. Brown, "Tourist Spending patterns in Utah *Utah Science*, Vol. 30. No. 2. Junio 1969, Utah State University, Logan. (This study has been continued through early 1972.)
2. John D. Hunt, "Three Years of Nonresident Commercial Air Traveler Study in Utah," *Utah Tourism and Recreation Review*, Vol. 3. No. 4, Noviembre, 1974.
3. For reports on the results, see U.S. Travel Data Center, Washington, D.C., 1973, and the same study for 1974.
4. Jonah Bargur y Avner Arbel, "A Comprehensive Approach to the Planning of the Tourism Industry," *Journal of Travel Research*, Vol. XIV, No. 2, Otoño 1975, pág. 12.
5. An experimental, not-throughly tested modeling. This material concerning the systems simulation approach is taken from "RECSYS-SYMAP" Michigan's Computerized Systems Simulation Approach to Demand Distribution Prediction, "by

Michael Chubb, Departamental of Park and Recreation Resources, Michigan State University, Which appeared in *Predicting Recreation Demand* (East Lansing: Recreation and Planning Unit., Michigan State University, Septiembre 1969), Págs. 23-33. Word were changed appropriate to make the text apply to a country-to country tourism model.

REFERENCIAS

- Clawson, Marion y Knetsch, Jack L. *Economics of Outdoor Recreation. Baltimore: The Johns Hopkins Press, 1966 (capítulos 4-7).*
- Corsi, Thomas M. y Milton E. Harvey, "Changes in Vacation Travel in Response to Motor Fuel Shortages and Higher Prices," *Journal of Travel Research*, Vol.XVII, No. 4, primavera, 1979, págs. 7-11.
- Patterson, William D. y Waters, Somerset R. *The Big Picture* (publicación anual). Nueva York: ASTA Travel News, 488 Madison Ave., Nueva York, N.Y. 10022.
- Quant, Richard E. (Ed.). *The Demand for Travel, Theory and Measurement*. Lexington: Health Lexington Books, 1970
- Travel Printout* (publicación mensual). Washington, D.C.: U.S. Travel Data Center, Suite 610, 1899 L. St. NW. Washington, D.C. 20036.
- 1977 National Travel Expenditure Study*. Washington, D.C.: U.S. Travel Data Center. *1973 IACVB Convention Delegate Expenditure Survey*, Analytical Report. Washington, D.C.: Travel Data Center.
- Upper Great Lakes Regional Recreation Planning Study, Part 2: Recreation Demand Survey and Forecasts*. Madison: Recreation Resources Center, University of Wisconsin Extension, 1974.