
CURSO DE TURISMO

Dr. Miguel Arnaud Mont.

INTRODUCCIÓN

El turismo es como la noticia en la prensa. Envejecen sus tácticas y técnicas de manera casi precipitada. Se trata de algo muy reciente, (el turismo masivo) que no tiene aún pautas estables y que al presentar una oferta cada vez más diversificada, auto-elimina las metodologías y los conocimientos generales que se daban por buenos sólo hace diez años. Por ello no es posible que exista una estabilización ni del producto ni de su mercado y mucho menos de una bibliografía actualizada.

Los años que he pasado en la OMT yendo por el mundo estructurando cursos y seminarios en países ávidos de implantar ese impacto económico en sus estructuras, me han dado sólo conocimientos experimentales y comparativos y como en una carrera de obstáculos, hemos tenido que abandonar teorías y, conceptos que apenas estaban comenzando a considerarse aceptando el rechazo a teorías aún jóvenes pero ya obsoletas.

I. HISTORIA DEL TURISMO MUNDIAL.

El turismo es un fenómeno contemporáneo en el mundo, aunque podemos decir que el desplazamiento humano es tan antiguo como el hombre.

El Sedentarismo hace cambiar la forma de vida del hombre y sus hábitos y costumbres se adaptarán a otros patrones de conducta, acorde con el nuevo tipo de vida del grupo social.

Los fenicios y griegos fueron viajeros impulsados por su vocación de comerciantes, quienes surcaron la cuenca del Mediterráneo hacia el siglo XXIV antes de Jesucristo.

En la antigüedad ya se promocionaba el turismo, como lo demuestra una lápida esculpida con caracteres asirios, situada a la salida de una ciudad, la actual Bagdad, en la que se invitaba a visitar Babilonia, a conocer sus dioses, sus templos y sus atracciones.

En la antigua Babilonia, hace más de 6,000 años, existían

personas que se dedicaban al servicio de comidas para la venta pública, y para la misma habían elaborado lo que hoy se llamaría un “MENÚ”.

También existe un documento egipcio que data del año 512 antes de Cristo, en el que se habla sobre comerciantes viajeros que pudieron comer en albergues públicos.

Los romanos heredaron de los griegos el culto a la buena mesa. Ya en el año 40 antes de Cristo se había fundado el primer establecimiento de “Comidas para Hombres de Negocio”, personas a quienes sus ocupaciones no les permitían comer en sus casas.

Estos establecimientos recibieron el nombre de “Tabernas”. Durante la Edad Media, los monasterios y conventos cumplieron las funciones de los actuales hoteles. Así se crearon las Órdenes Hospitalarias (de Malta, etc.), las cuales proporcionaban hospitalidad a los peregrinos, por lo que ese fue el origen de las hostelerías llamadas más tarde hospitales para los viajeros enfermos.

En 1794 se inauguró en Nueva York, Estados Unidos, el primer edificio con fines netamente hoteleros al cual se le dio el nombre de City Hotel. Este establecimiento fue considerado como un albergue de inmenso tamaño, por ofrecer al público el fabuloso número, para aquel tiempo de setenta y tres (73) habitaciones. A partir de ese momento se desató la competencia en la construcción de hoteles, ya que ciudades como Boston, Baltimore y Filadelfia para no verse superadas por Nueva York, inauguraron rápidamente establecimientos similares.

La evolución de los derechos sociales trajo consigo una serie de cambios que iban a afectar el comportamiento del hombre, sobre todo en el aspecto laboral. A partir de 1920 se encuentra la base que brindó a los trabajadores el descanso dominical y la regulación del trabajo de menores. La semana de 60 horas laborables, la semana inglesa y por último el derecho a vacaciones pagadas cada vez por un mayor espacio de tiempo. Con la aparición del tiempo libre de la gente que trabaja, surge el turismo.

Otras causas que dan surgimiento a este tipo de actividad son la disponibilidad de crédito para las personas; el aumento creciente de los índices de longevidad y el hecho de que las personas que encajan dentro de la categoría de la “tercera edad” disponen de tiempo y

dinero para su recreación.

II. HISTORIA DEL TURISMO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

Uno de los aspectos más importantes para el surgimiento del turismo ha sido la convivencia pacífica de los pueblos y el respeto a los derechos humanos.

En la República Dominicana, a partir de 1844, año en que se declara la independencia de la República, reinaba un clima de inestabilidad política, económica y social, como producto de la lucha por el control del poder de los grupos existentes. Esta situación se mantuvo hasta el año 1916, ya que a partir de este año y hasta el 1924, nuestro país estuvo intervenido por los Estados Unidos de América, quienes implantaron en el país muchas de sus instituciones. Es en este período cuando se inicia la construcción de las principales carreteras del país, que sirvieron de base al posterior desarrollo del Estado.

Para esta época el tipo de alojamiento que existía era el alquiler de habitaciones en casas familiares, teniendo su mayor desarrollo alrededor de las plazas o mercados, las cuales eran usadas por personas que venían de otros lugares a vender productos a la ciudad de Santo Domingo. A ese tipo de alojamiento se le llamaba "Las Ventas".

En 1924 se funda el Hotel "Colón", considerado primero y mejor de la época; contaba con 32 habitaciones, y estaba localizado frente al Parque Colón, en la ciudad de Santo Domingo.

En 1932 el señor Ernesto Benito construye en las afueras de la ciudad, un conjunto de ocho (8) cabañas con estilo Victoriano; de las cuales tres (3) eran de concreto y cinco (5) de madera.

Con el ascenso al poder del General Rafael Trujillo Molina, en el año de 1930 se inició un nuevo capítulo de la historia republicana. Es a Trujillo a quien le toca aplicar un modelo económico sobre el desarrollo del país, que afectó en lo concerniente a la infraestructura hotelera.

A partir del año 1937 el turismo comienza a ser regulado y se trata de organizar como actividad generadora de ingresos para el Estado. Con la creación de la ley 1281 de ese año, se transfieren su dirección y organización de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas a la

Secretaría de Estado de Industria y Comercio. Pero esta regulación no se hace tomando en cuenta el criterio económico que representa el turismo en la actualidad.

La organización y dirección del turismo pasó de una dirección a otra quizá por desconocimiento del fenómeno turístico como factor de desarrollo para nuestra sociedad.

Trujillo, impulsado por un criterio más político que económico, promueve la entrada de extranjeros a territorio dominicano; por eso el 14 de abril del año 1939 promulga la ley No.95 de migración y el 12 de mayo de ese mismo año, el Reglamento de Migración.

Es en el año 1940 cuando el país inicia propiamente su desarrollo hotelero promovido por el Estado en la persona de Trujillo. Se inicia en esta fecha el desplazamiento de la hotelería familiar por una de lujo que tiene como máxima representación al Hotel Jaragua, el cual contaba con 212 habitaciones. Fue inaugurado en el año 1944.

El 2 de diciembre del año 1946 se promulgó la ley No.1302, que regula el registro de extranjeros.

En el año 1948 se creó la ley 1819 para colocar al turismo bajo la dependencia de la Secretaría de Estado de Economía Nacional. Pero en el año 1950 se promulgó la ley No.2650 y la dirección de turismo pasó a cargo de la entonces Gobernación Civil del Distrito de Santo Domingo.

Es importante señalar que en el año 1948, ya Trujillo había contemplado la construcción del Faro a Colón.

El 20 de junio del año 1952, se creó la Dirección General de Turismo, la cual dependía de la Gobernación Civil del Distrito de Santo Domingo y tenía a su cargo el estudio y resolución de los asuntos relativos a la materia de turismo en el país.

En ese mismo año Trujillo aplicó una serie de medidas que le dieron un cambio significativo al turismo; como es el caso de la ley No.3319, la cual especifica las atribuciones referentes a la Dirección Administrativa y de los servidores turísticos de entonces.

El 20 de septiembre del año 1954 se promulga la ley No.3935 que exonera de cualquier impuesto o contribución a los sacerdotes,

religiosos y religiosas extranjeros que ejerzan su ministerio en el país.

Trujillo, con el interés de mejorar sus relaciones internacionales con el mundo exterior y de demostrar que en la República Dominicana imperaba un clima democrático, planificó uno de los eventos más importantes de su gobierno, ya que era de carácter internacional, la llamada "Feria de la Paz y Confraternidad del Mundo Libre". Para este fin se construyeron numerosos hoteles, entre ellos el Hotel Continental con 75 habitaciones, El Provisional con 150 habitaciones, el De La Paz (actual Hispaniola) con 165 habitaciones y El Embajador, de capital privado.

Trujillo también ordenó la construcción de alojamientos en el interior del país, destacándose los siguientes: La Nueva Suiza, en Constanza; el Montaña, en Jarabacoa; el Matún, en Santiago; el Caoba, en Valverde, Mao; el Guarocuya, en Barahona; el Marién, en Santiago Rodríguez; el Maguana, en San Juan de la Maguana, el San Cristóbal, el Naranjo, en Higüey; el Guaricano, en La Vega y el Hamaca, en Boca Chica.

En el año 1958 se dictó el decreto 3740, que crea una Comisión Nacional de Turismo adscrita a la Secretaría de Estado de Industria y Comercio.

En el año 1962 se promulgó la ley 6004, que dispone que los servicios de la Dirección General de Turismo fueran pagados por la Corporación de Fomento Industrial de la República Dominicana. Este organismo quedó encargado, además, de recibir los ingresos provenientes de la venta de tarjetas de turistas.

Es en el año 1963 el Gobierno se percata de la necesidad de crear un ordenamiento jurídico-administrativo capaz de trazar los lineamientos adecuados para fomentar el turismo, al otorgarle, a través de la ley 28, la personalidad jurídica a la Dirección General de Turismo; pero esta disposición fue derogada ese mismo año por la ley 18, al pasar la referida Dirección a la Secretaría de Estado de Industria y Comercio.

Un año después el Triunvirato promulgó la ley 316, que creó la Corporación Hotelera de la República Dominicana, lo que constituyó un aporte significativo al ordenamiento de la actividad turística. (INFRATUR).

Después de las vicisitudes atravesadas por el turismo en la República Dominicana desde sus inicios, se promulga en 1979 la ley 84 que crea la Secretaría de Estado de Turismo, y en el año 1980 el Reglamento No.1889 para la aplicación de la ley 153 de promoción e incentivo del Desarrollo Turístico.

En 1984, con el fin de clasificar y reglamentar los servicios prestados por las empresas turísticas, se pusieron en vigencia varios reglamentos, tales como el No.2115 de clasificación y normas para los establecimientos hoteleros, el No.2116 de clasificación y normas para los restaurantes; 2117, para el negocio de alquileres de carros; 2118, para el transporte terrestre turístico de pasajeros, aplicable en Puerto Plata; 2121, sobre tarifas para los guías de Santo Domingo; 2122, sobre Agencias de Viajes; 2123 para las tiendas de regalo; y el decreto 2119 que establece la tarifa de transporte turístico de pasajeros, para ser aplicada en Santo Domingo.

En el año 1987, se dictó el Reglamento No.340, sobre tarifas para los operadores de turismo de Santo Domingo.

En 1988, se dicta el Reglamento No.407 de inversión de utilidades de la ley 153 de Promoción e Incentivo del Desarrollo del Turismo.

Podemos concluir sin temor a equivocarnos que en los últimos diez años es cuando el Turismo en la República Dominicana ha adquirido su máximo desarrollo, al pasar de una actividad casi subestimada a la principal actividad económica creciente en el país.

III. ESTUDIO DEL FENÓMENO TURÍSTICO

Las personas son turistas, desde la prehistoria y durante toda la historia; el horizonte ha sido siempre irresistible.

Los individuos tienen que ver lo que se encuentra al final de esa línea, al otro lado de nuestro hábitat.

Las personas viajan. La gente visita. Los seres humanos poseen lo que parece una curiosidad insaciable respecto a los otros lugares.

IV. ESTUDIO DEL FENÓMENO TURÍSTICO

El Turismo, considerado como el único fenómeno económico positivo de nuestro siglo, como generador de divisas, de empleos, de ingresos fiscales, de inversión y de desarrollo, produce en las economías de los países con destino turístico, los efectos multiplicadores del dinero, con la inmensa ventaja de que no hay que volver el capital, ni pagar intereses. No es de extrañar, pues, que los gobiernos estén dando un trato prioritario a las actividades turísticas, con el fin de atraer el máximo flujo posible hacia sus respectivos países.

Las causas principales de los movimientos turísticos, se encuentran en la evolución de los derechos sociales conseguidos durante nuestro siglo, que han permitido a una gran parte de la humanidad, disponer de mayor tiempo para sí misma, de mayor disponibilidad de dinero (en salario y crédito) y de la posibilidad de utilizar las nuevas tecnologías del transporte, reduciendo las distancias en tiempo y en precio, al usar los medios masivos de comunicación aérea, los cuales, a su vez, han creado el llamado turismo masivo, base económica actual del fenómeno.

Las motivaciones de retorno al espacio abierto del hombre-ciudadano, y de disfrute de su nuevo tiempo libre, son los impulsos que automáticamente acrecientan el número anual de personas que viajan.

También el enorme avance en las tasas de longevidad, es decir, el aumento de los límites de edad de vida, alcanzado por el ser humano y el hecho de que hoy día, esa masa de la llamada "tercera edad" dispone de tiempo y de dinero, es otro de los factores emisores de turismo, convirtiéndose en otro importante afluente en el crecimiento de la masa viajera. En Estados Unidos ya se ha alcanzado la cifra de 30 millones de personas mayores de 65 años, cantidad que supera por primera vez la cifra de adolescentes.

Es muy importante considerar que todas las causas enumeradas, son irreversibles y por consiguiente, la existencia del turismo y sus tasas de crecimiento, son función del aumento de la población humana y de los cada vez mayores, medios de comunicación social y física.

De todo lo anterior se desprende que los flujos turísticos serán cada vez mayores y que dependerán de los factores de planificación de cada destino turístico, la mayor o menor participación en los mismos.

Aunque la mayor parte de los movimientos turísticos corresponden a Europa, cuyos tour operadores o mayoristas manejan el 70% del flujo turístico mundial: al tratarse de viajes cercanos y por el uso intensivo del automóvil como transporte, el ingreso por turista, es inferior en promedio para el turismo en Europa que para el americano.

Como dato de interés comparativo, el pasado año, España recibió 46 millones de turistas que le aportaron unos 220 millones de dólares, cantidades difíciles de ponderar a primera vista. La República Dominicana con 1,200.000 turistas, recibió unos 900 millones de dólares sin contar los ingresos de valor indirecto y agregado.

V. LA ACTUALIZACIÓN DEL TURISMO EN 1993

Aunque la historia del Turismo mundial y regional es muy interesante, nos vemos precisados a concretar lo que entendemos por Turismo, en 1993. Las motivaciones, la promoción generalizada, los tipos de oferta y los conceptos que han constituido la base de la actividad turística, están cada vez más constreñidos a las nuevas normas del producto de 1993, en una batalla para concretar nuevas dimensiones de la demanda y nuevas técnicas de venta de los destinos turísticos ante la cambiante necesidad de establecer los más actualizados marcos de referencia.

Actualmente, los esfuerzos para captar flujos turísticos se concretan en nuevos incentivos con técnicas continuamente cambiantes y con motivaciones en estado de "prueba".

La mayor concentración de las nuevas metodologías de venta está demostrada en los siguientes aspectos:

En primer lugar se encuentra el paquete turístico que ya no es un sistema más de ventas de viajes, sino el sistema que ha demostrado su solidez y ha pasado a ocupar el primer puesto en las estrategias de mercadeo turístico. Será necesario estudiar profundamente el paquete turístico, todas sus posibles variantes y el enriquecimiento que pueden aportar lo que podríamos llamar motivaciones secundarias de apoyo que están aumentando la demanda en forma aún confusa, pero con fuerza creciente.

Estas motivaciones secundarias son en orden de prioridades:

- a) El multi destino
- b) El Turismo nacional o interno
- c) El Turismo ecológico
- d) El Turismo histórico y de mensaje cultural

EL MULTI DESTINO: Se ha convertido ya en un elemento que representa un fuerte apoyo al producto turístico y que precisamente para destinos turísticos como el nuestro, se está perfilando ya como muy adecuado especialmente para viajes procedentes del emisor europeo.

EL TURISMO NACIONAL O INTERNO: Que hasta hace poco no era considerado prácticamente por los agentes intermediarios, se está destacando muy fuertemente como recurso muy importante de apoyo económico y social.

EL TURISMO ECOLÓGICO: Se encuentra aún en todo el mundo en una fase confusa sin pautas concretas de desarrollo. Sin embargo, representa una demanda cada vez mayor a la que debe destinarse tiempo y recursos para establecer instrumentos y técnicas de implantación.

EL TURISMO HISTÓRICO Y DE MENSAJE CULTURAL: Es asimismo una motivación de demanda no prioritaria, pero sí imprescindible en el abanico de opciones del paquete turístico. La riqueza de recursos de República Dominicana y la labor de las autoridades están aumentando la importancia del mensaje, aunque falta una clasificación ordenada que establezca las prioridades de cada recurso para no mezclar las distintas calidades de la opción. No podemos dar el mismo trato al monumentalismo que a las carreras de sacos de las fiestas patronales.

Debemos rendir aquí un homenaje sincero a Thomas Cook, el inglés que fue no sólo el inventor del Turismo moderno, (el charter, el paquete todo incluido, la agencia de viajes, el voucher, el traveller check) si no, y lo que es más importante para este curso, el diseñador del GUIA TURÍSTICO.

Desde el 5 de julio de 1841, los cimientos de casi todos los

instrumentos de los intermediarios turísticos estaban ya en funcionamiento. La firma Thomas Cook e Hijo en 1838 ya cubría todas las posibilidades de transporte y visita a los lugares más lejanos del mundo, incluyendo su famosa compañía de los Wagon-Lits.

Sin embargo, Cook fue muy discreto con la figura del guía turístico que no sólo acompañaba a los turistas, si no que era su protector, administrador y jefe de grupo. La imagen del GUIA fue tan importante para Cook que hasta que no tuvo la seguridad de su calidad, no quiso ni siquiera realizar viajes fuera de Inglaterra, y hasta 1865, veinticuatro años después, cubierto de experiencia y seguro de sus guías, no se atrevió a llevar su primer grupo a Europa (Roma y Nápoles).

Hoy día la agencia de viajes Wagon/lits Cook o Thomas Cook Inc., es la primera del mundo en calidad y seguridad.

Cuando queremos encerrar al Turismo en definiciones y conceptos como una ciencia cualquiera, vemos que desde el inicio de la UIOOT precursora de la OMT, hemos establecido tantas definiciones como si hubiéramos intentado encerrar un pájaro invisible en una jaula. Sin darnos cuenta se habría marchado pero, subsistiendo en nuestra formación académica, volveríamos a las definiciones. Un turista era alguien que hacía un TOUR (una vuelta) es decir, salía de un punto determinado y regresaba al mismo. Esta es la única definición que persiste. Las demás no son más que confusión en la necesidad de establecer estadísticas y comparaciones, pero eso es como sumar manzanas, peras y aguacates. El resultado no es verdadera estadística y mucho menos comparativa entre destinos turísticos.

Hemos clasificado oficialmente los siguientes tipos de turistas:

| | | | | |
|---------------|------------|---------------|------------|---------------|
| Comercial | Interno | Receptivo | De masas | |
| Visitante | Económico | Internacional | Emisivo | Popular |
| Excursionista | Jurídico | Individual | Itinerante | De 3era. edad |
| Viajeros | De negocio | De grupo | De estadia | |

Turismo de clases tan variadas que nos llenan de confusión (porque el turismo no es una ciencia aunque las use casi todas) es sólo un fenómeno económico experimental. Sus postulados no son rígidos,

ni siquiera clasificables, sino evolutivos porque se trata de algo que necesita revisión continua y cuya actualización, mérito y uso debemos forjarlo, nosotros mismos, sin rigorismo científico si no con visión casi diaria de la enseñanza experimental que el mismo devenir del sector y su enorme diversificación nos entrega continuamente.

Finalmente, en la convención de la O.M.T. de junio de 1991, se declara que un turista es cualquier viajero que no se queda al final del viaje, si no que regresa al punto de origen, no importan los motivos de su tour (la primera de las definiciones es la única que ha permanecido en la O.M.T.).

VI. DECLARACIÓN DE ACAPULCO SOBRE EL TURISMO MUNDIAL

Entre los diferentes principios enunciados en la declaración de Manila a los que hay que dar aplicación prioritaria, la libertad de viaje y de movimiento de las personas ocupan naturalmente el primer lugar.

Esta libertad no puede ejercerse plenamente si no a través de condiciones esenciales: Un mundo en paz y un mejor orden económico mundial.

La reunión de Acapulco hace, pues, un llamamiento a todos los estados del mundo para que renuncien en el presente y en el futuro, a toda la intervención armada; se esfuercen por establecer una paz duradera, y traten de asegurar una repartición más equitativa de la riqueza mundial.

Pero la cuestión de la libertad de movimiento y de la libertad de viajar reviste también aspectos más técnicos y presentan problemas más sencillos cuyas soluciones pueden y deben encontrarse rápidamente.

Sin perjuicio de la soberanía de los estados ni de sus sistemas económicos y sociales, la reunión de Acapulco estima, en consecuencia, que la libertad del movimiento turístico puede promoverse prioritariamente en los siguientes aspectos:

- Libertad de circulación dentro del territorio nacional;
- Acceso al territorio nacional de turistas extranjeros;
- Libre entrada y salida del territorio nacional para los turistas nacionales;

- Libertad de elección del destino turístico, de las modalidades y de la organización del viaje;
- Libertad de información y promoción turística.

LA REUNIÓN RECOMIENDA ASIMISMO A LOS ESTADOS:

- Que aseguren la mejor recepción y trato posibles a los turistas sin discriminación alguna;
- Que faciliten y protejan la circulación de automóviles, aeronaves y barcos dentro de los circuitos autorizados;
- Que de acuerdo con sus posibilidades económicas, se permita a los turistas disponer de la suficiente cantidad de divisas convertibles, para cubrir sus necesidades durante sus viajes;
- Permitan que los turistas extranjeros puedan cambiar a su salida el saldo de la moneda nacional que posean, de acuerdo con el reglamento en vigor.
- Finalmente, la Reunión de Acapulco invita a los Estados a tomar las medidas necesarias para garantizar, en sus territorios el respeto a los principios y recomendaciones antes formuladas.

VII. CARTA DEL TURISMO. Sofía, 1985

Artículo I

1. Se reconoce universalmente a toda persona el derecho al descanso y al tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo, a vacaciones periódicas pagadas y a la libertad de movimiento, sin limitaciones, dentro de los límites legales.
2. El ejercicio de este derecho constituye un factor de equilibrio social y de intensificación de la conciencia nacional y universal.

Artículo II

Como consecuencia de ese derecho, los Estados deberían formular y aplicar políticas que tiendan al desarrollo armonioso de las actividades nacionales e internacionales del turismo y de tiempo libre, para el beneficio de todos los que participan en ellas.

Artículo III

A estos efectos los estados deberían:

- a) Favorecer el crecimiento ordenado y armonioso de la actividad turística, tanto nacional como internacional.
- b) Integrar su política turística en su política global de desarrollo a sus diversos niveles local, regional, nacional e internacional- y ampliar la cooperación turística en un marco bilateral, como en uno multilateral, así como el marco de la Organización Mundial del Turismo.
- c) Prestar la debida atención a los principios enunciados en la Declaración de Manila y en el Documento de Acapulco sobre el turismo mundial “cuando formulen o apliquen, según proceda, sus políticas, planes y programas de turismo, con arreglo a sus prioridades nacionales y en el marco del programa de trabajo de la Organización Mundial del Turismo.
- d) Estimular la adopción de medidas que permiten la participación de todos en el turismo nacional e internacional, especialmente mediante la ordenación del tiempo libre, la creación o la ampliación del sistema de vacaciones anuales pagadas y el escalonamiento de las fechas de vacaciones y concediendo una atención especial al turismo de los jóvenes, de las personas de edad y de los minusválidos, y,
- e) Proteger, en interés de las generaciones presentes y futuras, el medio ambiente turístico, que por ser al mismo tiempo un medio humano, natural, social y cultural, constituye el patrimonio de la humanidad entera.

Artículo IV

Los estados deberían:

- a) Favorecer el acceso de los turistas nacionales e internacionales al patrimonio de las comunidades visitadas, en aplicación de las disposiciones de los instrumentos de facilitación existentes concluidos en el marco de las Naciones Unidas, de la Organización Marítima Internacional, del Consejo de Cooperación Aduanera y de cualquier otra instancia, especialmente de Organización Mundial del Turismo, que tienden a liberar cada vez más los desplazamientos de personas.
- b) Fomentar la conciencia turística y facilitar los contactos de los

visitantes con las comunidades visitadas, con un objetivo de comprensión y enriquecimiento mutuos.

- c) Garantizar la seguridad de los visitantes y de sus bienes por una acción de prevención y de protección.
- d) Ofrecer a los visitantes en toda la medida posible las mejores condiciones de higiene y de acceso a los servicios de salud, así como de prevención de enfermedades contagiosas y de accidentes.
- e) Impedir toda posibilidad de utilización del turismo para la explotación de la prostitución de otros.
- f) Reforzar, para la protección de los turistas y de la población de las comunidades visitadas, las medidas destinadas a prevenir e impedir la utilización ilegal de estupefacientes.

Artículo V

Por último, los estados deberían:

- a) Permitir la libertad de desplazamiento de los turistas nacionales e internacionales en el interior del país, sin perjuicio de medidas limitativas adoptadas en beneficio del interés nacional en ciertas zonas del territorio.
- b) No permitir la aplicación de ninguna medida de discriminación respecto de los turistas.
- c) Permitir a los turistas un acceso rápido a los servicios administrativos y judiciales y a las representaciones consulares y hacer que se pueda disponer de comunicaciones públicas interiores, y
- d) Contribuir a la información de los turistas para ayudarlos a comprender las costumbres de las poblaciones que constituyen las comunidades visitadas en los lugares de tránsito y de estancia.

Artículo VI

- 1. Las poblaciones que constituyen las comunidades visitadas en los lugares de tránsito o de estancia tienen derecho al libre acceso a sus propios recursos turísticos, sin dejar de velar, con su actitud y comportamiento, por el respeto de su medio ambiente natural y cultural.

2. Esas poblaciones tienen también derecho a la comprensión y al respeto por parte de los turistas de sus costumbres, de sus religiones y de otras formas de su cultura, que constituyen parte integrante del patrimonio de la humanidad.
3. Para facilitar esta comprensión y este respeto por parte de los turistas, convendría estimular la difusión de informaciones adecuadas sobre:
 - a) Las costumbres de las comunidades visitadas, sus prácticas tradicionales y religiosas, los usos prohibidos por la costumbre local, los parajes y lugares sagrados, que deben respetarse,
 - b) Sus riquezas artísticas, arqueológicas y culturales, que deben preservarse, y,
 - c) La fauna, la flora y los demás recursos naturales, que deben protegerse.

Artículo VII

Se invita a las poblaciones que constituyen las comunidades visitadas en los lugares de tránsito y de estancia a ofrecer a los turistas las mejores condiciones de hospitalidad, cortesía y respeto, necesarias para el establecimiento de relaciones humanas y sociales armoniosas.

Artículo VIII

1. Los profesionales y gestores de los servicios de turismo y de viaje pueden aportar una contribución positiva al desarrollo del turismo y a la aplicación de las disposiciones de la presente Carta.
2. Esos profesionales y gestores deberían actuar de conformidad con los principios de la presente Carta y respetar las obligaciones de cualquier clase que hayan contraído en el marco de sus actividades profesionales, para contribuir a asegurar al turismo su carácter humanista, al respetar la calidad de los productos ofrecidos.
3. Dichos profesionales y gestores deberían abstenerse de todo lo que pueda fomentar la utilización del turismo con el fin de explotar, de cualquier forma, a otras personas.

Artículo IX

Los profesionales y gestores de los servicios de turismo y de viajes, por medio de una legislación apropiada, a los niveles nacional e internacional, deberían ser estimulados y deberían disponer de

facilidades que les permitan:

- a) Ejercer sus actividades en condiciones favorables, sin obstáculos especiales y sin discriminación.
- b) Recibir una formación general y técnica, tanto en su propio país como en el extranjero, a fin de que se disponga de recursos humanos calificados y,
- c) Cooperar entre ellos, así como con los poderes públicos, en el seno de organizaciones nacionales e internacionales, con el fin de mejorar la coordinación de sus actividades y la calidad de sus prestaciones.

CÓDIGO DEL TURISTA

Artículo X

Los turistas deberían favorecer, con su comportamiento, la comprensión y la amistad entre los hombres, en las esferas nacional e internacional, y contribuir así al mantenimiento de la paz.

Artículo XI

1. En los lugares de tránsito y de estancia, los turistas deben respetar el orden establecido en las esferas políticas, social, moral y religiosa las leyes y reglamentos en vigor.
2. En esos mismos lugares, los turistas también deben:
 - a) Mostrar la mayor comprensión con respecto a las costumbres, creencias y comportamientos de las comunidades visitadas, y el mayor respeto por el patrimonio natural y cultural de esas comunidades.
 - b) Evitar que se pongan de relieve las diferencias económicas, sociales y culturales que existen entre ellos y la población local.
 - c) Abstenerse de toda explotación de la prostitución de otro, y
 - d) Abstenerse de comerciar, transportar o utilizar estupefacientes y/u otras drogas prohibidas.

Artículo XII

Los turistas, en el curso de sus desplazamientos, tanto de un país a

otro como en el interior del país visitado, deberían poder beneficiarse de medidas apropiadas por los poderes públicos, a fin de disponer:

- a) De una reducción de los controles de carácter administrativo y económico, y
- b) De las mejores condiciones posibles de transporte y de estancia que ofrezcan los gestores de los diferentes servicios turísticos.

Artículo XIII

1. Debería permitirse a los turistas, a reserva de los reglamentos y limitaciones en vigor, tanto en su país como fuera de él, el libre acceso a los lugares y localidades de interés turísticos y circular libremente por los lugares de tránsito y estancia.
2. Con ocasión de un acceso a los lugares y localidades de interés turístico y durante su tránsito y estancia, debería asegurarse también a los turistas:
 - a) Una información objetiva, exacta y completa sobre las condiciones y facilidades que les ofrecen durante su viaje y estancia los servicios oficiales de turismo y los gestores de los servicios turísticos,
 - b) La seguridad de su persona y sus bienes, así como la protección de sus derechos en calidad de consumidores.
 - c) Una higiene pública satisfactoria especialmente en materia de alojamiento y de servicios de restaurante y transporte, una información para la prevención eficaz de enfermedades contagiosas y de accidentes así como el libre acceso a los servicios de salud.
 - d) El acceso a comunicaciones públicas rápidas y eficaces, tanto interiores como exteriores,
 - e) Los procedimientos y garantías administrativas y judiciales necesarios para la protección de sus derechos, y
 - f) La posibilidad de practicar su propia religión, utilizando las facilidades disponibles a estos efectos.

Artículo XIV

Toda persona tiene derecho a exponer a los legisladores y a los

poderes públicos sus necesidades, con miras a poder ejercer su derecho al descanso y al recreo, a fin de gozar de los beneficios del turismo en las condiciones más favorables y, cuando sea apropiado y en la medida en que sea posible según la ley, a asociarse con otros a estos efectos.

VIII. UIOT Y OMT

A finales de los años 50 las Naciones Unidas se dieron cuenta de que el turismo tenía una importancia creciente y que representaba un impacto en el desarrollo de las naciones unidas que pudieran encauzarlo.

A través de una serie de instituciones, no especialmente turísticas, aglutinaron sus experiencias y crearon una Agencia dependiente de la ONU que se llamó UIOT con sede en Ginebra y especialmente dedicada a reunir datos, métodos y enseñanzas para conseguir un avance ordenado del impacto turístico.

En 1976 el UIOT se convirtió en una dependencia directa de la ONU con la creación de la O.M.T. (Organización Mundial del Turismo) con sede principal en Madrid y que reúne, clasifica, planifica y rige todos los aspectos relativos al turismo. Su novena Asamblea General, primera fue la que se celebró en América. Actualmente 109 países son Estados miembros que colaboran con la O.M.T. en todas sus recomendaciones. La diversificación del turismo y sus continuas modificaciones ayudan a través de la O.M.T., no son ejecutivas, pero sus recomendaciones en solamente dos décadas han conseguido mucho más que si hubieran sido apoyadas por un ejército. Nos referimos a los problemas de libre circulación, de derechos del turista y del país anfitrión entre los más importantes.

Existen hoy día muchísimas instituciones más o menos eficaces de ámbito internacional que contribuyen en distintas formas a unir asociaciones privadas o siendo internacionales, las cuales, en su mayoría están demasiado vinculadas a esquemas burocráticos que les impiden una gestión fructífera. Este es el caso de COTAL (Confederación de Organizaciones Turísticas de América Latina) que después de 35 años de existencia se encuentra estancada en sus actividades.

Otras instituciones especialmente caribeñas (CHA) realizan labores muy eficientes.

No podemos enumerar todas las existentes de ámbito internacional. Es mejor considerar a la OMT como un organismo GLOBAL que abarca las funciones generales y evita la diversificación.

Un aspecto muy interesante que demuestra la necesidad del contacto y mercadeo turístico ha sido la aparición de las llamadas "FERIAS DE TURISMO" crecientes en número e importancia y que realizan una especial actividad comercial imprescindible si se quiere que la oferta y la demanda turística se encuentren en un mercado abierto cada vez más importante.

Entre las más importantes se encuentran (1993) la ITB (Feria del Turismo de Berlín) la que cada año ofrece, no solamente contactos comerciales de millones de US\$, sino también inquietudes y aspectos actualizados de la evolución social, recursos humanos y medio ambiente.

La segunda en importancia, es FITUR que se celebra todos los años en enero en Madrid y que asimismo establece contactos de ventas que compensan las deficiencias promocionales de los países que ofertan.

La lista de las ferias según el calendario anual, empieza ya a estar copadas en sus fechas. Algunas siguen siendo muy importantes, otras han empezado el año pasado.

IX. FERIAS Y EVENTOS TURÍSTICOS DE AMBITO MUNDIAL

- BERLIN. ITB
- La Valetta-Malta. Tonia Muscat
- Helsimks-Finlandia. MAIKA
- Suiza. IAPCO
- Fitur. Madrid. España
- Cartagena de Indias. Colombia
- Las Vegas. USA
- Birmingham. Inglaterra
- Gothemburg. Suecia

- Miami, Florida. USA
- Milan. Italia
- PATA. Hong Kong
- AIT. Jerez. España
- Euro Disneyland. Villiers su Marne. Francia
- Brisbane. Australia
- IRU. Barcelona. España
- MTJ. Jerusalén. Israel
- ICAT. Tokio. Japón
- Walt Disney Worlds. Orlando USA
- TTRA. Minneapolis M.N. USA
- ELRA. Bilbao. España
- UNCED. Río de Janeiro. Brazil
- TIA. San Francisco. USA

y otros cuya programación no tenemos por ser recientes pero que incluyen Canadá, COTAL, etc.

X. INSTITUCIONES DOMINICANAS

Las instituciones dominicanas que históricamente empiezan con la visión aguda, perseverante, convencida e inteligentísima de D. Angel Miolán, se han multiplicado en forma impresionante. Unas, han conseguido muchos créditos para el desarrollo turístico, otras, viven sin pena ni gloria y muchas han desaparecido aunque no pasa un mes en que no aparezca otra fundación, asociación o como se llame dispuesta a aportar su contribución al desarrollo turístico.

Actualmente, la más importante es la Secretaría de Estado de Turismo, la cual, con la planificación serena y preocupada de su actual incumbente y de su cuerpo de asesores, están realizando un esfuerzo masivo para el normal desarrollo de los planes turísticos, evitando las repetidas presiones políticas o intereses que continuamente intentan modificar la metodología del sector público en su favor personal.

Entre las instituciones del sector privado, la más importante es la Cámara Dominicana del Turismo, la cual comprende toda las

asociaciones privadas de turismo, reconocidas como tales.

Sin embargo, por múltiples razones CADOTUR no está controlando sus asociaciones y algunas de ellas aparecen como estrellas con luz propia, entre las cuales se encuentran como más importantes ADAVI (Asociación de Agentes de Viajes) la decana de las asociaciones, con programas de desarrollo propios y una larga lista de ejecutivos privados de turismo que han realizado una labor ejemplar.

Otra de estas asociaciones que luce con luz propia (muchas gente ignora que es un miembro de CADOTUR) es ASONAHORESA, la Asociación Nacional de Hoteles y Restaurantes, que a la hora de aportar lo necesario para el desarrollo turístico está siempre en primer lugar por su capacidad económica y su organización ejecutiva.

A CADOTUR pertenece también la Asociación de los tour operadores (ADOTUR) que siempre ha realizado una labor positiva y actualmente tiene proyectos muy importantes (que interesan especialmente a los guías).

Otras instituciones amparadas por CADOTUR son:

- La Asociación Nacional de Guías de Turismo
- La Asociación de Empresarios de Rent a Car y otras.

Además, como institución privada con la colaboración del sector público está funcionando desde hace dos años, el CPT (Consejo de Promoción Turística) quien está realizando con fondos propios, una campaña de recuperación de flujos turísticos especialmente enfocada hacia el mercado norteamericano USA.

XI. POLÍTICAS DE INCENTIVOS

El gobierno dominicano ha realizado muchos esfuerzos para incentivar la inversión privada en varios sectores y en especial en el de turismo. Entre varios atractivos destaca la Ley 153 la cual ha sido sin lugar a dudas hasta su práctica anulación actual, el motor de desarrollo de la inversión hotelera, la cual en más del 70% se ha acogido a sus beneficios de exoneraciones y reinversión.

Queremos aquí señalar que dicha ley ha sido muy beneficiosa para la República Dominicana. Quizás sin proponerse su alcance, la

realidad es que ha actuado de moderador y unificador del ordenamiento turístico nacional. En muchos países con boom turístico, (España por ejemplo) a pesar de disponer de una legislación turística pionera, no han aglutinado los índices en calidad de construcción y en distribución del espacio físico de las zonas escogidas como polos turísticos como lo ha hecho indirectamente la Ley 153.

Al ser necesario presentar un proyecto condicionado a una serie de componentes de primera calidad, las construcciones hoteleras y su ubicación en el espacio nacional turístico, ofrecen unas características de calidad que no tienen por ejemplo las de otros países en los que el sector privado (y a veces el público) se han dedicado a construir complejos turísticos sin trabas de ninguna clase; sometidos a la única regla de la especulación del suelo, creando verdaderos monstruos arquitectónicos y arruinando ecológica y socialmente la imagen turística de zonas incapaces de sostener la carga a que fueron sometidas por abuso de la capacidad de soporte del recurso turístico. El Mediterráneo está lleno de estos ejemplos y Brasil y Colombia también han sufrido el problema.

XII. TURISMO INTERNACIONAL

El movimiento del turismo internacional durante 1992 reportó ingresos de 279 mil millones de dólares, con la llegada de 476 millones de viajeros que se desplazaron a nivel mundial. Las estadísticas no incluyen los gastos de transportación aérea.

Los datos están consignados en el informe de la Secretaría General de la Organización Mundial del Turismo, presentados en FITUR y en la ITB-93.

Los resultados regionales establecen que Europa sigue liderando el mercado internacional con la mayor afluencia de viajeros en 1992. Como centro receptor Europa recibió la llegada de 287.5 millones de visitantes que dejaron ingresos de 147 mil 205 millones de dólares.

En segundo lugar figuran las Américas con 102.1 millones de llegadas que dejaron ingresos de 76 mil 567 millones de dólares.

Asia Oriental y el Pacífico recibieron 58.3 millones de visitantes

con ingresos estimados en 43 mil 291 millones de dólares.

Oriente Medio registró una entrada de viajeros de 2.7 millones, con ingresos de 4 mil 356 millones de dólares y Asia Meridional recibió 3.5 millones de visitantes que dejaron ingresos de 2,119 millones de dólares.

IMPACTO SOCIO ECONÓMICO DEL TURISMO

Actualización del impacto económico-social que el sector turismo representa para el desarrollo de la República Dominicana.

Impacto Económico

Existe una gran dificultad para el análisis económico del Turismo. La única manera, o por lo menos, la más práctica, de contabilizar, cuantificar y comparar sus valores en la Balanza de Pagos, es considerándolo como una actividad exportadora aunque los servicios que ofrecen no sean "realmente exportables".

Entre las limitaciones más importantes, se encuentra la imprecisa conceptualización de la heterogénea demanda turística y la de la oferta que satisface sus necesidades. Como sector económico no es uniformemente definible para todos los países. Ello es una de las causas por las que no figura aún como sector independiente internacional y tenga problemas para clasificarse en los sistemas de contabilidad nacional.

También existen limitaciones de seguimiento estadístico, la escasez de instrumentos de análisis para ciertos aspectos generadores de dinero como las externalidades que la actividad genera y los bienes y servicios que desde el punto de vista de mercado, no tienen valor definido, etc.

Por ello nos limitaremos a los conceptos comparativos y proyecciones de crecimiento como función exportadora.

Al introducirnos en el estudio del Turismo en la República Dominicana, podemos ver como su crecimiento e impacto no empieza prácticamente hasta 1970 y que hasta aproximadamente en 1976, la balanza de pagos turística es aún deficitaria, es decir, que el turismo dominicano hacia el exterior tiene valores más altos en egresos de

divisas, que el correspondiente a los ingresos por turismo.

Cuando la balanza de pagos turística empieza a ser positiva, ya nuestros competidores en el Caribe, hacía tiempo que estaban asentados con fuertes planificadores de desarrollo y promoción turística. Es a partir de 1980 cuando la República Dominicana se convierte en un destino turístico como se refleja en los aumentos de ingresos del sector que crecieron a una tasa en millones de dólares de más del 20% anual promedio (1970-1989), estableciendo efectos económicos y sociales impactantes y al mismo tiempo incorporando a la República Dominicana en uno de los primeros lugares como destino turístico caribeño entre los 32 principales destinos turísticos de la Región.

El sector turístico se está manifestando como un sector vital de la economía dominicana. No sólo es el principal generador de divisas (62% del total) sino que los ingresos por turismo superan las exportaciones de bienes en un casi 100%. Además, contribuye de manera importante al PBI en un 13.7% (1992).

Por todo ello, es lógico que los sectores económicos públicos y privados, se aboquen a estudiar la mejor manera de aumentar el flujo del turismo internacional hacia nuestro país, tratando de equilibrar aunque sea parcialmente, el decrecimiento de los otros sectores.

Por otra parte, el valor del turismo egresivo, es decir, el que emite la República Dominicana hacia el exterior, no ha variado en los últimos años en forma apreciable, ni en números de turistas dominicanos hacia el exterior (manteniendo alrededor de 200.00 anuales) ni en valor US\$, lo que demuestra que es un turismo que mayoritariamente regresa a sus puntos de trabajo, (sólo los dominicanos ausentes, en Navidad, constituyen más de 70.000 movimientos) habiendo disminuido el turismo de alto gasto hacia Europa o a las Américas con itinerarios costosos en divisas para el país, aumentando el número de simples pagos de boletos de viaje para personas que producen en el exterior sus propias divisas.

El saldo de la Balanza Turística, es pues, extraordinariamente positivo.

Somos un país pequeño, cuyo mercado limitado, no favorece la instalación de ciertos tipos de industrias, cuyos productos tenemos que

importar debido a las ventajas comparativas y para ello necesitamos divisas.

GENERACIÓN DE DIVISAS

El aspecto más importante del turismo dominicano, es la capacidad que tiene para generar divisas. Por eso es una actividad que juega un papel decisivo en el desarrollo económico del país, no sólo porque se ha sumado a los demás sectores de exportación, sino porque se ha convertido en el sector más dinámico de la economía.

Los cuadros siguientes son elocuentes y aunque los (%) presentan oscilaciones, las tendencias en valores globales son de un marcado crecimiento.

Esta realidad es demostrable y observamos que para 1992 el sector turismo le produjo al país más de US\$1,100 millones convirtiéndolo en uno de los principales generadores de divisas de la nación.

En un estudio de febrero de 1988, realizado por el Instituto de Estudios Económicos de Israel en Tel-Aviv, computando datos con respecto a los precios del diseño, se señala que el dólar turístico de entre los dólares/exportadores, es el menos caro y el de más rápida recuperación.

Siguiendo el estudio de índices económicos, vemos que el turismo ha hecho repercutir sus efectos en más de ocho sectores distintos del país, y que los porcentajes estimados de valor agregado inducido por el turismo alcanzó un monto total para 1992 de 1,200 millones de pesos dominicanos.

El turismo sigue siendo un importante sector en crecimiento desde los últimos ejercicios y dentro de la cuenta de servicios. Es la única partida con superávit dentro de nuestra Balanza de Pagos.

El rápido crecimiento económico y del sector, en la República Dominicana en los últimos años, demuestra que el país puede competir con los demás destinos del Caribe, aunque evidentemente, todos los estamentos públicos y privados deberán abocarse prioritariamente a la corrección de los principales desajustes.

Otro aspecto a considerar competitivamente es el de ser un destino más barato que los de la mayoría de la región.

El gasto por turista es inferior, no solamente porque nuestros mercados son de nivel medio económicamente considerados (en promedio) sino también y precisamente porque obtienen lo mismo por mejor precio, lo que constituye en sí una motivación. Por supuesto, hay que reconocer la diferencia de calidad de servicio con algunos, respecto a otros destinos caribeños y especialmente con Bermudas, quienes han cambiado su política promocional, no construyendo más hoteles por creer que la falta de Recursos Humanos, podría bajar la calidad de su oferta al no poder atender un volumen excesivo de turistas, y que al crecer el número, automáticamente rebajaría el nivel económico promedio de sus visitantes. Prefieren ofrecer un cupo limitado pero de gran calidad de servicio internacional, con precios altos.

Sin embargo, el gasto promedio por turista ha ascendido en forma espectacular en 1990 y 1992, años en que los turistas Europeos han gastado un promedio de US\$110.00 por día contra los US\$70.00 del año 1989.

XIII. IMPACTO SOCIAL

Generación de empleo:

La O.M.T. y la O.I.T. consideran que se otorgan títulos en tecnología y ciencia turística desde la óptica del empleo y de la mejora del trabajador y no con la óptica integral de la actividad turística y sus objetivos de calidad y satisfacción plena del turista.

En la conferencia de la Organización Mundial del Turismo, celebrada en Nairobi (Kenya) en 1972, se enfatizó el hecho de que solamente podrá aprovecharse plenamente el potencial de las inversiones en oportunidades y en instalaciones turísticas, si van emparejadas con las necesarias inversiones humanas.

Para considerar el aspecto de la generación de empleo en el sector turístico y su influencia en la Fuerza de Trabajo Nacional, hay que tener en cuenta de que si las estadísticas turísticas son siempre aproximadas y poca confiables en exactitud hablando en términos

generales, las de generación de empleo, en cualquier sector, lo son específicamente por motivos interesados de quienes las publican.

Se usan fórmulas variadas, todas ellas empíricas e indemostrables, como por ejemplo la de cada US\$10.00 invertidos en el sector, producen un empleo directo y tres indirectos, o la de la OEA estimando 1.3 empleos por habitación hotelera y 1.87 de empleos indirectos por cada empleo directo.

La OIT estimó en 1987 la participación de un 57% de empleos en el sector hotelero y la del 43% restante para los otros subsectores sin tener en cuenta los empleos indirectos, ni tampoco los inducidos.

Los empleos directos son los generadores por empresas que dan servicio directo al turista. Los indirectos, aún dentro de un poco delimitada concepción, son los de las empresas que siendo turísticas, tienen componentes no específicos en turismo, como por ejemplo, tiendas de artesanías, casinos, etc.

Los inducidos igual que los valores económicos de la demanda inducida, son los de empresas cuyo crecimiento es debido al turismo como por ejemplo, carnicerías, construcción, suministros, etc.

Es una forma grosera de cálculo imparcial, podemos establecer que si sostenemos la tasa de 1.3 empleos por habitación hotelera, como promedio, para las 26,000.00 habitaciones de que dispone la República Dominicana existirían casi 40.000 empleos directos *sólo en hotelería*.

Si ello representa el 57% de la empleomanía del sector, habrán aproximadamente 22,000 empleos del resto de subsectores, lo cual suma 60.000 trabajadores, cifra que coincide aproximadamente con las actuales bases de fuerza laboral del sector necesarias para atender el número de visitantes actuales.

Su crecimiento, sigue al de la oferta habitacional y al del número de visitantes.

Insistimos en las dificultades de cuantificar la generación de empleo que provoca el turismo y cómo afecta a las estadísticas de la Fuerza de trabajo de la Nación, aparentemente en menor medida de la esperada y de la verdadera. Sin embargo, es una capacidad que tiene el turismo importantísima, a la hora de detener, aunque parcialmente, el

pavoroso aumento del desempleo.

Finalmente queremos destacar el crecimiento espectacular de visitantes que ha tenido lugar en el primer semestre de 1993 superando el total del año pasado y enfatizar que ahora es el momento del esfuerzo en la coordinación de los sectores, público y privado para que no haya una equivocada actitud de dormirse en los laureles porque esta cosecha podría no repetirse en su magnitud de crecimiento y debemos estar preparados para compensar posibles descensos o aumentos incontrolables.