

El turismo social y su lógica como servicio de interés público

R. Lanquar*

RESUMEN

La generalización de las vacaciones pagadas ha coincidido con la aparición del término «turismo social». La O.M.T. ha previsto que el número de beneficiarios de vacaciones pagadas puede llegar pronto a los 2.000 millones de personas. Pocos países se han preocupado realmente en el desarrollo del turismo social. Cinco son las características del turismo social: nivel de precios relativamente bajo, carencia de ánimo de lucro, democracia en las decisiones, carácter colectivo del consumo turístico y desarrollo humano en actividades de ocio y animación. El desarrollo del turismo social supone una política de fomento por parte de los poderes públicos y la actuación coordinada de las asociaciones surgidas de la sociedad civil.

*Doctor en Ciencias Económicas

«El turismo social es un objetivo que la sociedad debe alcanzar para los ciudadanos menos favorecidos en el ejercicio de su derecho al descanso»

«Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, 10 de Octubre de 1980 (artículo 10)».

La generalización de las vacaciones pagadas, entre 1930 y 1950, ha coincidido con la creación del término «turismo social» pero no explica su desarrollo. Hasta 1962, el turismo social se ha definido muchas veces como turismo popular, expresión nacida de la generalización social, constituida por la concesión de vacaciones pagadas en función del tiempo de trabajo ya realizado durante el año.

«Las vacaciones pagadas han hecho así que las poblaciones adquieran conciencia de la importación del tiempo libre en su vida. El trabajo, que ocupa el puesto principal en el tiempo de las poblaciones, no es hoy el único objetivo de estas últimas. El trabajo ocupa un lugar en la sociedad, supone cierto nivel social y un estilo de vida bien definido. El tiempo libre no significa el «no trabajo» y ofrece cada vez más posibilidades de actividades de ocio que permiten explorar un amplio campo capaz de convenir a todos y de permitir nuevas inversiones en el sentido psicológico y económico del término. Por ello, con mucha frecuencia, la expresión de «civilización del ocio» se ha presentado como llena de esperanza para las sociedades futuras. Pero ¿es posible una civilización del ocio?¹.

La OMT ha estudiado la evolución de las vacaciones pagadas. El análisis cuantitativo resultante de la encuesta realizada entre países y territorios así como de la compilación de datos estadísticos relativos al número de trabajadores asalariados, establece estimaciones sobre el número de beneficiarios (asalariados y sus familias) que se sitúan entre 1.500 y 1.700 millones de personas en el mundo. El Cuadro 1 presenta algunas estimaciones realizadas en este sentido por la OMT a nivel de las seis regiones pertenecientes a ella.

El análisis de este cuadro conduce a la medida del potencial de una demanda turística que puede ser, sin duda, mucho más importante en los próximos años, si se toman ciertas medidas en favor de nuevas formas de turismo y entre ellas, especialmente, el turismo social.

¹ OMT - Estudio sobre la evolución del tiempo libre y el derecho a las vacaciones. Madrid, 1983 (p. 35; párrafo 1.1).

CUADRO 1

REGION	Llegadas regionales de turismo de recreo (estimaciones)	Beneficiarios de vacaciones pagadas (est. mínimas)
Africa	12-16 millones	75 millones
América del Norte	300 millones	180 millones
América Latina y Caribe	120 millones	190 millones
Asia Meridional	10-12 millones	150 millones
Asia Oriental y Pacífico ¹	60 millones	260 millones
Europa	1.000 millones	560 millones
Oriente Medio	7-9 millones	75 millones

¹ Excepto República Popular China.

La OMT ha previsto que el número de beneficiarios de vacaciones pagadas podría alcanzar con rapidez los 2.000 millones de personas (sin contar las estadísticas de la República Popular de China); es decir, más de un tercio de la población total mundial, con variaciones según las regiones del mundo. En los países desarrollados e industrializados, excluyendo a los jubilados y a sus familiares, el porcentaje de beneficiarios alcanzaría del 90 al 95 por ciento. En los países en desarrollo, este porcentaje sería, desde ahora hasta finales de siglo y también excluyendo a los jubilados, del 40 por ciento.

Ante la interrogante de saber dónde están las grandes reservas de la demanda turística futura, puede llegarse a dos grandes conclusiones:

— Los países desarrollados, principales emisores de turismo, pueden haber alcanzado niveles en que el crecimiento de los viajes de ocio y recreo será escaso debido a que estas poblaciones, desde hace casi 50 años, han tenido acceso a las vacaciones gracias a la medida aplicada de las vacaciones pagadas;

— En los países de las demás regiones del mundo, el turismo nacional podría alcanzar niveles de crecimiento considerable si los Estados adoptaran las medidas necesarias para favorecer el acceso a las vacaciones de las poblaciones que ya se benefician de vacaciones pagadas. Todo dependerá del desarrollo general de estos países; pero también de la importancia que se le dé al turismo social.

Pero rápidamente se comprueba que la institucionalización de las vacaciones pagadas, siendo la condición necesaria, no es suficiente para el desarrollo de las vacaciones de todos los trabajadores y sus familias. Hasta ahora pocos países se han preocupado realmente del desarrollo del turismo social. En una encuesta realizada este año por la OMT sobre las actividades y los presupuestos de las Administraciones Nacionales de Turismo, se preguntaba si las Administraciones habían emprendido en 1981, 1982 ó 1983 actividades de promoción destinadas a estimular el turismo social, es decir el turismo para los sectores menos favorecidos de la población. Veintinueve países dieron una respuesta afirmativa y treinta y tres países una respuesta negativa. Hace tres años, sólo veinte países habían respondido afirmativamente a la misma encuesta.

De los países que dieron respuesta afirmativa a la encuesta de este año, 4 pertenecen a Africa (Alto Volta, Tanzania, Zambia y Zimbabue), 9 a América (Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, El Salvador,

Ecuador, Guatemala y México), 6 a Asia (Malasia, Corea del Sur, Tailandia, Bangladesh, India, Sri Lanka) y 10 a Europa (Bélgica, España, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Italia, Noruega, Suiza y Checoslovaquia).

¿Por qué esta falta de interés?

Quizás el término «turismo social» no conseguía imponerse con facilidad, por lo que se intentó sustituirlo por «turismo popular». Como lo ha subrayado Manuel Ortuño²: «lo que no gustaba no eran las palabras, sino la realidad que estaba detrás de ellas. Se llamaba social porque era un turismo de trabajadores, de obreros, y porque buscaba unas finalidades de convivencia y de mutualidad en la alegría y en el descanso. Por eso había quienes querían convertirlo en popular, es decir, en turismo de masas, de gentes con ingresos menores, pero no necesariamente un turismo de clase, sino un turismo de mayorías».

Otras dificultades, especialmente para los países en desarrollo, han sido señaladas por la Oficina Internacional del Turismo Social (BITS), tales como:

- La participación deficiente de los propios nativos en la vida turística del país, a la que consideran un lujo permitido tan sólo a los extranjeros.
- La difícil aceptación del hecho turístico en sí mismo.
- El conocimiento superficial del marco nacional y en él, una apreciación poco clara de las ventajas y desventajas eventuales del turismo.
- La actitud poco equilibrada ante el visitante extranjero que, la mayor parte de las veces, es considerado como un intruso y otras como un ser super-privilegiado.
- La participación poco efectiva de los nacionales en la animación de los centros turísticos.
- La apreciación anómala del carácter de dignidad y de servicio que conllevan las profesiones turísticas³.

Paradójicamente, hace 30 años resultaba más fácil que hoy definir el turismo social. ¿Por qué? Tenemos al menos cuatro conceptos que permiten definir el turismo social:

- a) Entre las dos guerras mundiales, habían ido apareciendo en Europa ciertas organizaciones que tenían, por lo general, el carácter de secciones especializadas de los sindicatos obreros, o que por lo menos recibían de ellos su inspiración y su apoyo (R. Lanquar). Estas organizaciones surgieron en países de regímenes socialistas o socializantes, siendo las más importantes las de los países escandinavos, Reino Unido, Francia, Bélgica, Países Bajos, Austria y Suiza. Sus actividades fueron muy limitadas, pero establecieron las bases de un desarrollo posterior. En algunas ocasiones se confundía con frecuencia turismo social y vacaciones pagadas. Pero pasados esos años, después de la segunda guerra mundial, las asociaciones europeas pudieron elaborar una doctrina del turismo social más ajustada a la realidad.

² Manuel Ortuño Martínez: Introducción al estudio del turismo. Textos Universitarios, S. A. 3ª ed. p. 217.

³ BITS - El turismo social y los países en vía de desarrollo. Bruselas 1974, citado por la Universidad de Colombia. 1982.

b) El objetivo de vacaciones para todos no ha sido alcanzado todavía. Cada vez hay más beneficiarios del turismo social y estos son principalmente obreros, empleados con rentas bajas o medias. Algunos reciben ayuda de los comités de empresas, de la seguridad social o de otros organismos. Son los llamados «fondos de pensiones» o «ayuda a la persona».

c) Hay otra forma de ayuda, la «ayuda a la piedra» es decir la creación de infraestructuras y equipamientos del turismo social. El Estado ayuda a las mútuas, cooperativas y asociaciones de turismo social sin fin lucrativo alguno.

d) Aquí es donde se puede hacer la definición más amplia del sector «turismo social» con respecto al sector «comercial». En primer lugar, el nivel de precio del sector social es mucho más bajo que el nivel de precio del sector comercial, en general un 25% a un 40% menos para las mismas prestaciones con el mismo nivel de confort e instalaciones. En segundo lugar, el turismo social ofrece un concepto diferente del turismo y de la emigración porque el turismo social es una consecuencia lógica del progreso social para todos los ciudadanos y en particular los menos favorecidos en el ejercicio de su derecho al descanso.

¿Cuáles son las causas anteriores que permiten analizar el contenido del turismo social a las que se remiten los responsables para justificar o basar una escala de valores o ética? Jean Claude Daniel ha definido así estos fundamentos:⁴

- Nivel de precios relativamente bajo.
- Sin ánimo de lucro.
- Democracia en las decisiones.
- Carácter colectivo del consumo turístico.
- Desarrollo humano en actividades de ocio y animación.

Estos son, por ejemplo, los objetivos de la mayor organización del turismo social en Francia (V.V.F., Village Vacances Famille):

- Fijación de precios diferenciados en función de los ingresos familiares para provocar una solidaridad efectiva entre los miembros.
- Prioridad para las familias numerosas y de bajo nivel socio-económico.

— Rigor de la gestión para obtener precios de coste lo más bajos posible en un marco de equilibrio financiero y respecto a los intereses laborales de sus empleados.

— Animación importante para permitir una participación directa de los usuarios en la vida del centro de vacaciones, tanto como la propia asociación.

— Diversificación de orígenes geográficos y socio-profesionales evitando toda segregación corporativa o de otras clases⁵.

Es importante precisar estos conceptos para llegar a comprender mejor la lógica de servicio de interés público del turismo social. La economía del turismo social es una economía de servicio de naturaleza más colectiva que individual. La naturaleza colectiva de un objeto proviene tanto de su consumo como de su producción. El consumo de un servicio es colectivo de dos maneras:

- Por naturaleza: juegos recreativos colectivos.

⁴ Jean Claude Daniel dit Hamelet, *Loisirs et tourisme: logique de profit ou logique de service? L'alternative des mouvements sociaux: coopératives, mutuelles et associations*, thèse de Doctorat d'Etat, Université de Paris-Panthéon-Sorbonne, Paris, 1974.

⁵ Ramón Bosh «Un buen ejemplo de turismo social: la Organización Francesa VVF», in Technotel, febrero 1980 n^o 183 año XVII, p. 63.

— Porque el recurso es, en sí mismo, indivisible: es el disfrute del sol, del espacio marítimo. La apropiación del disfrute se realiza siempre en un espacio y durante cierto tiempo, no es la posesión del recurso.

La producción colectiva, por su lado, no sigue la misma lógica que el consumo, en una economía donde se tiene posibilidad de elección. El problema consiste en racionalizar las selecciones cuando hay escasez. El reparto armonioso de la escasez en general en una sociedad voluntarista con una tendencia a la justicia social, releva de un mecanismo de economía colectiva. En una economía de servicio de interés público, el beneficio no puede existir como única finalidad porque es destructor de socialidad y contribuye a crear una frustración. La economía del ocio y del turismo social no puede aceptar esa frustración, porque las relaciones colectivas de producción del turismo social están protegidas por la naturaleza misma de la actividad del ocio y del turismo social y por la presencia de un fuerte militanismo.

La llamada a las fuerzas sociales: el militanismo

Frente a la tendencia natural elitista de una economía del ocio, esta economía tiene que vigilar el contenido colectivo de su consumo y producción. Aunque sea sólo para dar al usuario el sentimiento de una libertad de elección entre las actividades del ocio, se tiene que ir buscando un equilibrio en el proceso productivo, entre los procedimientos estatales, sin objetivos lucrativos, y los procedimientos privados de interés general.

Ante estas exigencias y dificultades suscitadas, por qué no recurrir al militanismo⁶ para obtener:

1. Una mejor distribución de la escasez en la óptica de enseñar a todos a dirigir su propio destino.
2. Constatación de una primera necesidad, ya sea por sistemas igualatorios de constricciones y de abonos o bien por esfuerzos productivos comunes, igualmente distribuidos.
3. Respuesta a una obligación que necesita emplear recursos colectivos.
4. Finalmente, respuesta a una obligación que no es rentable en su expresión de valor de cambio o que no está suficientemente satisfecha por el sistema establecido.

Estas cuatro misiones parecen corresponder a las exigencias adaptadas a una economía del ocio turístico, especialmente para:

— Preocuparse de la distribución de algunos recursos escasos y de su gestión económica, objetivo por el cual en otros sectores se han especializado las cooperativas, mútuas y algunas asociaciones.

— Enseñar al hombre a elegir y asegurarle esta sociabilidad en las relaciones humanas carentes en la vida cotidiana.

En la actualidad, todos los apoyos se desmoronan por razón de las mutaciones industriales y urbanísticas y evoluciones rápidas que afectan a las clases sociales.

⁶ Sobre esta llamada ver: *Tourisme et travail, Contributions à l'élaboration d'une politique sociale du tourisme, des vacances et des loisirs*, sin data, Chapitre V. «Défense du fait associatif», p. 69-82.

Así pues, hay que buscar otras soluciones de apoyo en tres direcciones:

- Modificar la realidad (a)
- Renovar ciertas formas clásicas de apoyo (b)
- Utilizar los efectos de sinergias y racionalización (c).

a) En el turismo social, los centros de vacaciones sociales deben evolucionar hacia una red de recepción y de animación con una capacidad cada vez mayor (por ejemplo, el complejo de Carcans-Maubuisson (Gironde-Francia) tiene más de 3.500 plazas-camas en 360 hectáreas) y mejor coordinada tanto más cuanto que las inversiones del turismo social tienen un carácter muy diverso y poco relacionados entre sí. En efecto «el turismo social, si es unitario en la expresión de su filosofía y pluralista en sus aplicaciones, esta diversidad, lejos de ser una deficiencia, crea una saludable emulación y favorece el militatismo que constituye su riqueza»⁷.

Esta diversidad tiene una consecuencia negativa sobre las estadísticas del turismo social que están, en general, dispersas e incompletas.

b) Se deben buscar nuevas formas de financiación o nuevas fuentes de militancia como el consumerismo para mover a la gente⁸; por ejemplo, VVF en Francia, acaba de realizar una convergencia de fondos públicos, semipúblicos y privados para conseguir un sistema financiero eficaz para los centros de vacaciones dentro del marco de estructuras jurídicas aproximadas⁹. Es también por eso por lo que el cheque-vacaciones fue creado en Francia en 1982 y se constata una multiplicación de las instituciones de fomento del ahorro para utilizar los depósitos de los trabajadores con el exclusivo objeto de viajes y vacaciones, dejando una cierta libertad para el uso de las cantidades en caso de necesidad: la «Gesorei» en la Rep. Federal de Alemania, la Caja nacional de vacaciones en Francia, la Caja de viajes y vacaciones en Italia, la Caja suiza de viajes (REKA).

c) La tercera dirección es la más adecuada para un mejor futuro: es la que partiendo de un análisis y de una acción económica asegura el desarrollo del sector fundado sobre un esfuerzo de racionalización interna y por la puesta en marcha de un efecto de sinergia. El apoyo es aquí de naturaleza interna, efectuado por un esfuerzo sobre sí mismo.

⁷ UCEL, *Economie du Tourisme social*, Paris, mai 1980, p. 3.

⁸ Ver G. Fresco: *Le mouvement associatif pour la défense du consommateur touristique*. Boletín de Estudios Turísticos, OMT, Madrid, Ed. 1978/1, pp. 15-21. En este artículo, después de analizar los antecedentes y las motivaciones del movimiento asociativo, el autor señala los diversos criterios adoptados por las asociaciones de consumidores que tienen un papel determinante para que el turista sea el auténtico protagonista de sus propias vacaciones.

⁹ Ver A. Guignand y Y. Singer, *Villages Vacances Familles, Que sais je n° 1825*, Presses Universitaires de France, Paris 1980, p. 82-89.

EL «CECOREL» (Centre de Coopération pour la réalisation d'Equipements de Loisirs)

Los métodos de gestión modernos se emplean cada vez más por los operadores de centros de vacaciones del turismo social. Además, hay que utilizar la noción de sinergia con agrupaciones acompañadas de organismos técnicos.

Por esto se fundó en 1971 el CECOREL, centro de cooperación para la realización de equipamientos de ocio. Según los fundadores del CECOREL, la única manera de hacer bajar los costos de realización y de gestión de las instalaciones y servicios era que los militantes se agruparan para dar servicios de estudios y técnicos a esas cooperativas, mútuas y asociaciones, además de conseguir a lo largo del año el

RESUME

La généralisation des congés payés apparaît en même temps que le terme «tourisme social». L'O.M.T. a prévu que le nombre de bénéficiaires des congés payés pourra bientôt arriver à deux milliards d'individus. Ce sont ceux les pays qui se soient vraiment préoccupés du développement du tourisme social. Les caractéristiques du tourisme social sont cinq: niveaux des prix relativement bas, esprit non lucratif, démocratie dans les décisions, caractère collectif de la consommation touristique et développement humain dans les activités de loisir et d'animation le développement du tourisme social suppose une politique de promotion de la part des pouvoirs publics et l'action coordonnée des associations que surgissent comme conséquence de la guerre civile.

¹⁰ Sobre este concepto ver Yves Raynouard, La multifectación (o polivalencia) para un buen uso del equipamiento, en Boletín de estudios turísticos, Ed. 1982/2, OMT, Madrid, p. 41-46. Así, cada vez más asociaciones administrando centros de turismo social aprovechan sus instalaciones fuera de los periodos vacacionales para el turismo de la tercera edad, tanto de grupos como aislados, para el turismo de carácter social, educativo o cultural destinados a sesiones, congresos, seminarios...

pleno empleo de estos equipamientos, sobre todo por su «multi-afectación»¹⁰.

Para llegar a este resultado, debería poder conseguirse la participación de los organismos que representan a los futuros usuarios de las instalaciones proyectadas. Sobre este principio se fundamenta en parte la originalidad del CECOREL, cuya estructura está hecha por tres colegios:

- Los representantes de los usuarios de los que van, o quisieran irse, de vacaciones: confederaciones sindicales, asociaciones familiares, cooperativas, mútuas, asociaciones de educación popular;
- Los representantes de los que administran y animan los equipamientos de vacaciones;
- Los técnicos, los especialistas tales como arquitectos, sociólogos, animadores y urbanistas.

Desde la creación de CECOREL, usuarios, administradores y técnicos aúnan de esta forma sus esfuerzos para evitar la pérdida de energía de todos los que actúan y para contribuir a la elaboración de una verdadera política de ocios permanentes, de acuerdo con las necesidades nacionales.

Además de estas misiones de «reivindicación», de concertación, de experimentación, de estudios y de investigación, el CECOREL ha puesto en marcha una comisión permanente que recoge todas las informaciones sobre los proyectos de las organizaciones adheridas. El objetivo es el de realizar una planificación de los programas que hacen complementarios la mayoría de los equipamientos y que responde a las necesidades locales, regionales y nacionales. Algunos promotores de estos proyectos pueden solicitar al UCEL (Unión Cooperativa Equipamientos de Ocio), entidad financiera de carácter social con el cual el CECOREL trabaja en estrecha colaboración).

En definitiva, el turismo social con su lógica de servicio de interés público debe utilizar por lo menos tres formas de *unidad económica* empresarial:

- *La cooperativa*: dar servicio a sus socios equiparándoles y ayudándoles a organizarse para la realización de los objetivos económicos según el principio de que la potencia de intervención económica emana de un grupo y no de un individuo aislado. Como cada miembro del grupo es una parte implicada y activa, el mecanismo de la decisión debe necesariamente proceder de los principios de la democracia.
- *La mutualidad*: concentrar los esfuerzos de ayuda mútua para tender a colectivizar el riesgo social. Esta forma de acción se sitúa siempre en un cuadro de organización de flujos financieros (como sistema bancario o de seguro).
- *La asociación*: facilitar el acceso a los bienes y servicios de ocio, de cultura, de defensa de los derechos humanos o de información a miembros que se aúnan para conseguir sus deseos. Incluso un club de fútbol o una asociación familiar o una casa de cultura pueden ser considerados bajo un punto de vista económico sin perder su propia identidad humana, si queremos que nos den servicio con una lógica racional

SUMMARY

Practically the use of the word «Social Tourism», has appeared simultaneously with the fact of becoming general, in many countries, the payed holidays.

The W.T.O. has foreseen that the number of people enjoying payed holidays may reach pretty soon to two billions of persons. Few countries have really devoted themselves to develop the social tourism.

Social tourism has five characteristics: a relative low level of prices, lack of profit, democratic decisions, collective tourism consumption and human development in animation and entertaining activities. The development of social tourism means a promotion by the public institutions and a coordinated action of private associations.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Verallgemeinerung einer bezahlten Urlaubszeit hat dazu geführt, dass der Ausdruck «sozialer Tourismus» im Sprachgebrauch erschien. Die Weltorganisation des Tourismus schätzt, dass bald 2.000 Millionen von Personen den Vorteil eines bezahlten Urlaubs genießen werden. Wenige Länder haben sich wirklich um die Entwicklung eines Sozial-Tourismus bemüht. Dieser Sozial-Tourismus hat fünf Eigenschaften: ein verhältnismäßig niedriges Preisgefüge, Ausschluss einer Gewinnsucht, demokratische Entscheidungen, Kollektiv-Karakter des Touristen-Konsums, Entwicklung menschlicher Freizeit-Tätigkeiten und Unterhaltung. Die Entwicklung des sozialen Tourismus benötigt eine fördernde Politik von Seiten der öffentlichen Kräfte her und die koordinierte Aktion von zivilen Gruppen.

y social. Además, gracias a esta extensión, la economía encuentra su verdadero paradigma como ciencia humana.

Conclusiones

El 27 de Septiembre de 1980 tuvo lugar en Manila la Conferencia Mundial del Turismo, organizada por iniciativa de la OMT. Por primera vez, 107 países se reunieron para declarar que el turismo no era solamente un fenómeno económico, sino que también «el turismo moderno nace de la aplicación de esa política social que condujo a la obtención por los trabajadores de vacaciones anuales pagadas, lo cual equivale a la vez al reconocimiento de un derecho fundamental del ser humano al descanso y al ocio. Ha llegado a ser un factor de equilibrio social, de conocimiento mútuo entre los hombres y los pueblos, y de perfeccionamiento individual. El turismo ha adquirido además de sus conocidas dimensiones cuantitativas, una dimensión cultural y moral que es necesario favorecer y proteger contra los desajustes negativos debidos a factores económicos. Por consiguiente, los poderes públicos y los operadores técnicos deberían participar en el desarrollo del turismo con la formulación de líneas directrices que tiendan a estimular las inversiones apropiadas».

En este marco, «el derecho al uso del tiempo libre y especialmente el derecho de acceso a las vacaciones y a la libertad de viaje y de turismo, consecuencia natural del derecho al trabajo, están reconocidos, por pertenecer al desarrollo de la misma personalidad humana, en la Declaración Universal de Derechos Humanos así como acogidos en la legislación de muchos Estados. Implica para la sociedad el deber de crear para el conjunto de los ciudadanos las mejores condiciones prácticas de acceso efectivo y sin discriminación a este tipo de actividad. Tal esfuerzo debe concebirse en armonía con las prioridades, las instituciones y las tradiciones de cada país».

Este reconocimiento del turismo social por los Estados y las Organizaciones internacionales es ciertamente un éxito. A término, esto debería desembocar, a pesar de la crisis que existe en todas partes y que pone en cuestión los fundamentos del desarrollo social, en realizaciones concretas: políticas de turismo social, estrategias de inversiones de infraestructuras y equipamientos bilaterales o multilaterales para el desarrollo de un turismo social internacional.

Por lo tanto, para conseguir el desarrollo del turismo social en el mundo, con una verdadera lógica de un servicio de interés público, es necesario:

— Por una parte, que los poderes públicos (Estados o colectividades territoriales) tengan políticas voluntaristas que permitan el surgimiento de un turismo de masas sin contratiempos, sin rechazos y sin desigualdades sociales,

— Y, por otra parte, que los actores sociales de los sectores asociativos, mutualistas o cooperativistas, al ver entonces sus medios reforzados por los poderes públicos, coordinen sus fuerzas para intervenir de una manera coherente e innovadora sobre el conjunto del sector turístico y de ocio.