

Metodología cuantitativa para evaluar el bienestar individual en los destinos turísticos y construir una visión de turismo humano

Quantitative method to evaluate the individual well being in touristic destinations and build a human tourism perception

Jiménez Jiménez, Félix y Muñoz Mazon, Ana Isabel

Doctorando por la Universidad Antonio de Nebrija de Madrid y Doctora en Turismo

Email: felixjn@hotmail.com

Recibido: 05/08/15 / Aceptado: 16/09/15

Resumen

El objetivo central es derivar un Índice de Desarrollo Humano Turístico (IDHT) individual para las agencias turísticas y posibilitar la construcción de un nuevo paradigma al que denominamos turismo humano; lo cual es posible mediante la oportunidad que brinda el método científico a través de la lógica empírica analítica, que hace posible realizar un análisis teórico y metodológico del desarrollo humano; concluyéndose que su perspectiva cuantitativa expresada en un índice de valoración de vida se considera válida y oportuna para estudiar la realidad turística. Así se da respuesta a la carencia de una metodología cuantitativa sobre calidad de vida a partir del turismo, a las dudas recurrentes sobre las posibilidades de la actividad turística para propiciar bienestar humano y a lo inapropiado de las técnicas de la economía positiva, racional-funcionalista para realizar valoraciones de vida. El IDHT en el turismo humano debe convertirse en el indicador principal de calidad de los destinos turísticos, favoreciendo una demanda que aboga cada vez más por el bienestar humano de los lugares que visita.

Palabras claves: Turismo humano, bienestar humano, agencia turística.

Abstract

The primary goal is to provide a Touristic Human Development Index (THDI) specifically for the tourist agency and facilitate the construction of a new paradigm which is denominated as human tourism; that is possible through an opportunity that the scientific method provides over analytic and empirical logics, which makes it conceivable to create a theoretical and methodological dissertation of the Human Development; concluding that its quantitative perspective conveyed in an index that values life is considered valid and convenient to study the touristic reality. This way it is provided an answer to the lack of a quantitative methodology on the quality of life in tourism, to the recurring doubts on the possibility of the tourist activities providing wellbeing and to the unappropriated technics of positive economy, rational and functionalist to fulfill life assessments. THDI in human tourism should become the primary sign of quality in tourist destinations, boosting demand which advocates evermore for human wellbeing in the inbound destinations.

Key Words: human tourism, wellbeing, tourist agency.

1. Introducción

Actualmente no existe contundencia para saber sí el turismo genera o no desarrollo humano (DH), sí genera calidad de vida o una buena vida, existen dudas sobre los beneficios que la actividad turística pueda proporcionar a las personas que radican en los destinos turísticos, trátase de grandes emporios o de pequeñas localidades; tampoco existe un método que respueste a tales interrogantes. Sin embargo, según la OMT (2014: 2) no existe duda sobre el crecimiento económico del turismo en generación de ingresos del 9% del PIB mundial y el desplazamiento de visitantes en todos los continentes del mundo estimado en 1.800 millones para el 2030.

En concreto, existe claridad sobre las bondades del turismo para propiciar crecimiento económico y sobre sus métodos deterministas; pero no existe evidencia para valorar la vida de las personas que se desempeñan en las actividades turísticas, ni para los residentes locales; lo cual se explica por la falta de teoría y método para explicar la calidad de vida que puede generar el turismo. Ante tal problemática, la respuesta la encontramos en el DH como modelo y paradigma que interpreta la realidad

social y económica a partir de principios humanistas.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) define el DH como aquel que consiste en la libertad que gozan los individuos para elegir entre distintas opciones y formas de vida. Los factores fundamentales que permiten a las personas ser libres en ese sentido, son la posibilidad de alcanzar una vida larga y saludable, poder adquirir conocimientos individual y socialmente valiosos, y tener la oportunidad de obtener los recursos necesarios para disfrutar un nivel de vida decoroso (PNUDa, 2014: 4-14; PNUD, 1990: 34).

Amartya Sen, Premio Nobel de Economía 1998 y máximo exponente del DH, considera que “el desarrollo humano se le puede concebir como un proceso por el que la gente mejora sus condiciones de vida a través de un incremento de los bienes y servicios de los que puede cubrir sus carencias básicas complementarias, y de la creación de un entorno en el que se respeten los derechos humanos de todos ellos” (Sen, 2000: 57).

Según el PNUD(1990: 34) el núcleo del DH son las personas y sus oportunidades, no la riqueza que poseen, el ingreso que devengan, o las mercancías y servicios que consumen. Con lo cual se manifiesta su visión antropocéntrica y contraposición con la perspectiva biocéntrica de la economía positivista, racional-funcionalista. Así la técnica esencial para evaluar el DH se concreta al proceso de expansión de las capacidades de las agencias valorada cuantitativa y cualitativamente.

Ibrahim y Alkire (2011: 2); González, Giménez y Rodríguez (2010: 77); Cejudo (2007: 14, 15) citando a (Sen, 2002), señalan que agencias es lo que una persona es libre de hacer y alcanzar en la búsqueda de la realización de las metas o los valores que esa persona considere como importantes, es actuar libremente y ser capaz de elegir, el procedimiento de decisión libre de una persona es un requerimiento importante de la libertad, un agente es alguien que actúa y produce cambios, los agentes generan beneficio social, cuyas acciones pueden transformar la sociedad. El sujeto no sólo persiguen el bienestar, sino también objetivos de agencia (agencygoals) más amplios, dado que como agente racional pueden juzgar

qué tiene valor aparte de su propio bienestar, fijar objetivos al respecto y esforzarse por alcanzarlos.

De acuerdo a Sen (1980: 1), las capacidades se refieren a las habilitaciones (entitlements) que tienen las personas para hacer actos valiosos y representar las combinaciones alternativas que una persona puede hacer o ser: los distintos funcionamientos (functionings) que puede lograr. Cejudo (2007: 12) al referir a Sen y Drèze (1989: 20), señala que las habilitaciones hacen posible la sobrevivencia de las personas, pertenecer a un grupo social e incursionar con éxito en el intercambio de bienes y servicios; por lo tanto, constituyen derechos sociales y económicos que deben ser garantizados por el Estado de bienestar, propugnando por el DH, los principios democráticos y la descentralización de recursos y oportunidades.

De forma analítica se pueden distinguir tres niveles en el proceso de expansión de las agencias. La capacidad simple, consiste en como poder lograr efectivamente algo; la capacidad para funcionar es la posibilidad real de escoger a partir de los recursos oportunos; y por último la noción de conjunto capacidad (Pérez, Macías y Morales, 2010: 94; Cejudo, 2007: 15).

Cuantitativamente la calidad de vida se mide mediante el Índice de Desarrollo Humano (IDH) con la finalidad de reflejar el verdadero cambio en las condiciones de vida de las personas, lo que representa una de las mayores contraposición teórica y conceptual respecto a la forma de evaluar las metas económicas de la economía positivista, racional-funcionalista, trascendiendo así más de doscientos años de preeminencia única del Producto Nacional Bruto (PNB).

El IDH global se construye con indicadores de ingreso, educación y salud, las tres dimensiones consideradas como principales en el DH, sin las cuales muchas otras suelen ser inalcanzables. Permite medir el nivel de DH de un país o región evaluando la distancia relativa que separa a sus habitantes de un nivel de vida ideal. En el tiempo, también muestra los efectos de políticas económicas y sociales en los países del mundo

y ofrece una visión más amplia y detallada de las sociedades humanas (Rincón y Labarca, 2013: 109, 110).

Lo que se revela como ausente son las experiencias empíricas para generar un índice de bienestar individual a partir de las actividades económicas que realizan las personas, lo cual abre la oportunidad para proponer un Índice de Desarrollo Humano Turístico (IDHT) como herramienta de análisis individual que muestre sí realmente el turismo es capaz de expandir las capacidades humanas.

Mediante la posibilidad que nos permite el método científico a través de la lógica empírica tomamos el IDH universal o global para adaptarlo al IDHT en su posición individual, con lo cual se puede saber el bienestar personal que el turismo genera y la situación que guardan empresas, organizaciones y destinos turísticos, pudiéndose convertir el IDHT en un indicador de calidad, con lo cual la demanda turística mundial y local pudiera priorizar desplazarse hacia las regiones donde su visita representa o se traduce en bienestar humano para el residente, es decir, donde en la praxis se cristaliza un turismo humano.

En concreto, nuestra tarea consiste en demostrar y proponer un proceso mediante el cual se puede obtener el IDHT para las personas que realizan actividades turísticas, el cual puede ser nutrido o mejorado mediante la experiencia empírica. Sí en realidad los actores del desarrollo constituidos en agencias turísticas; es decir, las personas, los visitantes, las empresas, las organizaciones sociales, los gobiernos que procuran el bienestar humano y la gestión descentralizada, y los que puedan incluirse, pretenden tomar decisiones para que las actividades económicas realmente generen bienestar humano; es impostergable empezar a generar índices de bienestar individual, en la tarea que nos ocupa, abonar para hacer trascender nuestra visión para un turismo humano.

2. Desarrollo

El turismo humano es aquel que hace posible que las personas logren una buena vida a partir de las actividades turísticas como proceso eco-

nómico y social, que hagan posible la ampliación de capacidades turísticas y el logro de metas de la agencia turística. Por lo tanto, un turismo humano es aquel que tiene fincado sus bases en los principios y postulados del desarrollo humano (DH), que propicia una buena vida para el visitante y a los residentes.

La agencia turística son las personas, los visitantes, las empresas, las organizaciones sociales, los gobiernos que procuran el bienestar humano y la gestión descentralizada, en general, todos los actores del desarrollo turístico que participan en el proceso de intercambio de bienes y servicios turísticos. Por lo tanto, la agencia turística constituye el motor de cambio y transformación que puede mejorar las condiciones de vida y hacer trascender a la actividad turística como actividad económica suficiente y sostenible en el entorno local y su contexto. No obstante en nuestra propuesta metodológica nos referimos a la agencia turística en términos individuales, es decir, personas o sujetos.

Las capacidades turísticas de una agencia turística pueden expandirse mediante capacidades turísticas básicas o simples, capacidades turísticas de funcionamiento y capacidades turísticas de conjunto. Las primeras son condiciones básicas del bienestar expresadas por el ingreso, la salud y la educación; las segundas están relacionadas con el acceso a la economía de mercado; las terceras con la posibilidad de alcanzar metas de agencia, asumir riesgos y transmitir una cultura para la paz. Nuestra propuesta de análisis cuantitativo se centra en las capacidades turísticas básicas.

Las metas de agencia deben centrarse siempre en la generación de bienestar humano, sustituyendo la mera idea de generar rentabilidad financiera, ganancias o utilidades económicas. Cobra sentido un turismo humano sí el resultado del proceso de intercambio de bienes y servicios tiene como fin último generar calidad de vida.

La técnica expresada como expansión de las capacidades turísticas puede ser de carácter cuantitativo y cualitativo. La expresión cuantitativa se expresaría en términos de un índice de bienestar humano, importante

pero no determinante ni lineal ni sustituto de la realidad misma que puede expresar un diagnóstico cualitativo de las agencias turísticas.

Tradicionalmente el análisis cuantitativo se enmarca desde el estudio de las matemáticas como una ciencia cuyas bases teóricas consiste en interpretar los fenómenos de la realidad mediante procedimientos numéricos, donde la explicación y el entendimiento de la naturaleza y la sociedad queda expresado en variables e indicadores numerales. Así la visión racional-funcionalista de la ciencia permite hacer representaciones mediante la abstracción fáctica de la realidad, la conducta universal emanada de la naturaleza .

Con la transformación que implica un cambio de paradigma, la prueba racional de la lógica y de la filosofía tiene que subordinarse a la tarea primordial de ampliar el conocimiento científico de tipo empírico desde la mirada de lo holístico. En la era moderna, con el nacimiento y emancipación de las ciencias fácticas, los conocimientos de la lógica y de las matemáticas dejan de ser el objetivo fundamental del conocimiento científico y se convierten en un instrumento para la investigación empírica (Chirinos, 2013: 127; al aludir a Damiani, 1997: 38). Cuya idea central es abandonar la búsqueda infructuosa de certeza y determinismo acuñada en una representación numérica o indicador numérico en tanto que la realidad es multidimensional.

Los estudios cuantitativos del turismo , tales como, estadística descriptiva e inferencial, análisis descriptivos, correlaciones, series de tiempo, regresiones lineales, regresiones múltiples, predicciones, proyecciones, análisis multivariante, modelos econométricos del turismo, análisis factorial, análisis de cluster , análisis costo-beneficio, impactos económicos del turismo, modelos input-output, cuentas satélites del turismo, indicadores cuantitativos de turismo sostenible e impactos ambientales del turismo (Dwyer, Gill y Seetaram, 2012: 13-323; Hernández, Fernández y Baptista, 2010: 33-359; Alegre, Cladera y Juaneda, 2003: 15-300; OMT, 2001: 21-223, 251-330; Tribe, 1999: 429-470), por referir los principales; se consideran no apropiados para generar saberes científicos sobre el desarrollo humano propiciado por el turismo humano. Cualquier preten-

sión racional-funcionalista para explicar la realidad pasada, presente y futura, como un indicador numérico, para el turismo humano no es más que un instrumento que puede ayudar a la comprensión de los hechos en el momento temporal en que ocurren, pero que por sí mismo no puede generar conocimiento científico sobre calidad de vida humana.

La economía fue la primera ciencia social en erigir un método de decisión racional e intentar aproximarse a las ciencias naturales. Actualmente, la economía neoclásica, conductiva, racional y universal se encuentra amenazada; el análisis macroeconómico no está actualmente en boga, sus manifestaciones más sofisticadas, incluyen variables institucionales y geográficas relativamente genéricas; las estadísticas de regresión y los indicadores nacionales o estudios de país, son obsoletos. El análisis microeconómico de moda, muestra despreocupación por los problemas humanos actuales y trata de implementar modelos cuyas conclusiones son *ex ante*. La utilidad de la economía en el ámbito de las políticas públicas se encuentra cada vez más en tela de juicio (Ranis, 2009: 8, 9, 13).

Ranis (2009: 13) pregunta ¿Podemos esperar que el desarrollo humano (DH) y el enfoque de capacidades vengan al rescate de la ciencia económica o, al menos, resulten de cierta ayuda? Para lograr el bienestar humano necesitamos buscar un equilibrio entre la teoría económica ampliada al DH y el conocimiento exhaustivo derivados de los estudios de área, donde el eje central son las investigaciones con sentido holístico.

Desde la perspectiva holística no hay necesidad de apelar a una supuesta representación del mundo del turismo y obliga a abandonar cualquier propósito que se mantenga separado de (que se justifique con independencia de..., y que pueda evaluar a...) la realidad multidimensional de la actividad turística. La ciencia, la economía del DH en los estudios turísticos debe responder como un todo a la experiencia turística y no a partir de los enunciados particulares que la conforman (Chirinos, 2013: 145, 146).

Las dimensiones del bienestar del DH, a partir de la actividad turística que son más o menos cuantificables, son aquellas ponderadas en

el índice de Desarrollo Humano (IDH); siendo la salud, la educación, el ingreso, el empleo, las relaciones sociales y la participación política, campos de estudios que se pueden abordar desde una perspectiva integral, combinación cuantitativa y de estudios de área (Ranis, 2009: 10). Es preciso aclarar, que no debe confundirse el estudio del turismo humano de carácter holístico, donde la dimensión cuantitativa es solo un instrumento que posibilita indicadores de bienestar humano; con los llamados métodos tradicionales que combinan o mezclan aspectos cuantitativos y cualitativos bajo la concepción racional-funcionalista o el pragmatismo al que refieren Dwyer, Gill y Seetaram (2012: 443-490) y Hernández, Fernández y Baptista (2010: 544-601), cuestionados por el DH y sus exponentes, al considerarlos como arcaicos y añosos.

El pragmatismo adopta una posición cómoda, simplemente utilizar el método más apropiado para un estudio específico, sin cuestionar el carácter cuantitativo, cualitativo o mixto de los enfoques, ni su origen epistémico, lo esencial es alcanzarla mejor comprensión del fenómeno estudiado. Así se abre un abanico para dar cabida a todo tipo de corrientes teóricas y métodos de estudio. El problema central estriba que al adoptar una postura simple y neutral, tal fragilidad la convierte en promotora de un enfoque más racional que humano, más biocéntrica que antropocéntrica.

Una vez descartados los procesos numéricos tradicionales para representar la realidad turística, el indicador numérico universalmente válido para evaluar el bienestar humano es el Índice de Desarrollo Humano (IDH) elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), con las críticas que ellos mismos le refieren, principalmente su improvisación y limitación expresada en tres variables (ingreso, salud y educación), siendo el DH una visión multidimensional y holística.

Es significativo para el DH la distribución del ingreso que impacta a otras capacidades básicas como la salud y la educación, respondiendo el IDH en su cálculo global a tal exigencia; es decir, lo que se manifiesta es sí el ingreso está siendo útil para mejorar la vida de las personas, en

ello radica su trascendencia o relevancia.

De esta manera podemos derivar del IDH global o macro un Índice de Desarrollo Humano Turístico (IDHT) individual para las agencias turísticas, que pudiera revelar en la praxis el bienestar humano que genera la actividad turística. Lo que podría conllevar a la integración localmente de un IDHT a partir de los ingresos por turismo de las agencias turísticas, el cual puede convertirse en un referente de competitividad en el sector turístico.

Concretamos la propuesta para poder obtener un IDHT, en todo caso, siguiendo la metodología internacional para calcular el IDH, con la diferencia que estaremos refiriendo el indicador a las agencias turísticas en su carácter individual.

El Cuadro 1 y el Cuadro 2, muestran la metodología internacional del IDH aplicado para obtener un IDHT, se asumen los umbrales mínimos y máximos establecidos; los indicadores esperanza de vida, escolaridad e ingresos, quedan referidos a la agencia turística en su carácter individual.

Cuadro 1. Metodología Internacional del Índice de Desarrollo Humano aplicado para obtener un Índice de Desarrollo Humano Turístico (IDHT)

Indicador	Umbral mínimo	Umbral máximo
Esperanza de vida al nacer de la agencia turística	20	85
Años promedios de escolaridad en adultos de 25 y más años de edad, de la agencia turística	0	15
Años esperados de escolarización para menores de 25 años de edad, de la agencia turística	0	18
INB per cápita (PPC US\$ 2012) de la agencia turística	100	75,000

Fuente: Elaboración propia con base en el PNUDb (2014: 2); PNUDa (2012: 17); PNUDb (2012: 59-62). INPB, Ingreso Nacional Bruto. PPC, Poder de Paridad de Compra en dólares estadounidenses.

Cuadro 2. Fórmulas del Índice de Desarrollo Humano (IDH) aplicadas para obtener un Índice de Desarrollo Humano Turístico (IDHT)

Indicador	Fórmula
Índice de Salud de la agencia turística	(ISAT) $ISAT = \frac{\text{valor efectivo} - \text{valor mínimo}}{\text{valor máximo} - \text{valor mínimo}}$
Índice de años promedios de escolaridad de la agencia turística (IAPEAT)	$IAPEAT = \frac{\text{valor efectivo} - \text{valor mínimo}}{\text{valor máximo} - \text{valor mínimo}}$
Índice de Años esperados de escolarización de la agencia turística (IAEEAT)	$IAEEAT = \frac{\text{valor efectivo} - \text{valor mínimo}}{\text{valor máximo} - \text{valor mínimo}}$
Índice de educación de la agencia turística (IEAT)	$IEAT = \sqrt{\frac{IAPEAT * IAEEAT - \text{valor mínimo}}{\text{valor máximo} - \text{valor mínimo}}}$
Índice de ingreso de la agencia turística (IIAT)	$IIAT = \frac{\ln(\text{valor efectivo}) - \ln(\text{valor mínimo})}{\ln(\text{valor máximo}) - \ln(\text{valor mínimo})}$
Índice de Desarrollo Humano Turístico (IDHT)	$IDHT = ISAT^{1/3} * IEAT^{1/3} * IIAT^{1/3}$

Fuente: Elaboración propia con base en el PNUDb (2014: 2); PNUDa (2012: 16-18); PNUDb (2012: 59-62).

Donde, en el Cuadro 2:

Valor máximo y valor mínimo, son el umbral máximo y mínimo del Cuadro 1.

Valor efectivo, es el valor obtenido con base en fuentes secundarias o en primarias.

ln, es el logaritmo natural .

ln x, se lee como logaritmo natural de x.

ln x significa loge x.

Los ln son logaritmos de base e, siendo e>1, cuya función para el ln x

queda expresa por:

$$y = \ln x$$

Un logaritmo, en cierto sentido, es un exponente puesto que la función logarítmica invierte la acción de la correspondiente función exponencial y viceversa, cada función logarítmica es llamada la inversa de su correspondiente función exponencial y cada función exponencial es la inversa de su correspondiente función logarítmica.

Así $y = \ln x$ significa $e^y = x$,

siendo $y = \ln 1$,

tenemos que $\ln 1 = 0$ ó $0 = \ln 1$, ya que $e^0 = 1$.

El proceso para obtener el IDHT de la agencia turística o individual difiere del utilizado para IDH global; así nuestra propuesta centrada en la agencia turística se establece de la siguiente manera:

2.1. Índice de Educación de la Agencia Turística (IEAT):

I) Para sujetos de 25 o más años se toman los años de escolaridad concluidos. Si terminó la educación primaria son 6 años. La educación secundaria concluida son 3 años, pero si sólo terminó 2 años, entonces el total de años concluidos serían 8. Así se continua para los casos con educación preuniversitaria o bachillerato (3 años) y universitaria (4 o más años) concluida o parcial. En concreto, el levantamiento de los datos consiste en obtener los años formales de escolaridad.

II) Para individuos con 24 años o menos se realiza el mismo proceso descrito en (I) y adicionalmente se debe saber si asisten o no a la escuela.

III) Se obtiene el $IEAT = \text{Años de escolaridad} / 18$.

La cantidad de años para la educación básica, intermedia y superior pueden variar de un país a otro; en todo caso, se debe respetar los estándares internacionales establecidos por el PNUD.

2.2. Índice de Ingreso de las Agencias Turísticas (IIAT):

I) Para obtener el ingreso del sujeto se debe deflactar a precios de agosto de 2012, considerando el factor de ajuste de 4.37 y el PPC 2012 igual a

7.6929 (indicadores que varían de un país a otro), mediante el siguiente cálculo:

$$\text{ictpcAA} = ((\text{ictpc} * 12) * 4.37) / 7.6929,$$

siendo el

ictpc el ingreso corriente mensual per cápita declarado por la persona y el

ictpcAA el ingreso real que considera el ajuste de los precios y el PPC.

II) Considerando los máximos y mínimos del Cuadro 1 se obtiene el

$$\text{IIAT} = (\ln(\text{ictpcAA}) - \ln(\min)) / (\ln(\max) - \ln(\min))$$

2.3. Índice de Salud de la Agencia Turística (ISAT):

I) Se debe generar esperanza de vida ajustada (gen exai) para hombres (gen exai_h) y mujeres (gen exai_m), que depende de cada individuo, el lugar o entidad donde vive y el sexo, considerando su ingreso per cápita, el ingreso regional y su educación:

*Para el caso de los hombres,

$$\text{genexai}_h = \text{ex} - (.1729 \quad * \ln(\text{ingpon})) + (0.1729 \quad * \ln(\text{ictpc})) - (4 * .0281) + (.2427 * \text{Esc}),$$

siendo,

ingpon= ingreso de la entidad federativa o región en 2012

ictpc= ingreso corriente mensual per cápita del sujeto

Esc= escolaridad promedio del hogar del sujeto

ex= Esperanza de vida para cada edad y sexo, es decir, esperanza de vida diferenciada.

Donde los parámetros (indicadores que varían de un país a otro) corresponden a,

Coefficiente de ingreso= 0,1729

Coefficiente del año respectivo= -,0281

Coefficiente de educación= .2427

*Para el caso de las mujeres,

$$\text{genexai}_m = \text{ex} - (0.1273 * \ln(\text{ingpon})) + (0.1273 * \ln(\text{ictpc})) - (4 * 0.0011) + (.2173 * \text{Esc})$$

ingpon= ingreso de la entidad federativa o región en el 2012

ictpc= ingreso corriente mensual per cápita del sujeto

Esc= escolaridad promedio del hogar del sujeto

ex = Esperanza de vida para cada edad y sexo, es decir, esperanza de vida diferenciada.

Donde los parámetros (indicadores que varían de un país a otro) corresponden a,

Coefficiente de ingreso = 0,1273

Coefficiente del año respectivo = -0,0011

Coefficiente de educación = 0,2173

II) Se identifican y generan mínimos (ex_{min}) y máximos (ex_{max}) de esperanza de vida para cada edad y sexo (indicadores que varían de un país a otro).

III) Se ajustan los mínimos y máximos de la esperanza de vida para cada edad y sexo, los obtenidos en (II), a parámetros internacionales.

√Para el caso de los hombres:

$ex_{max} = ex_{max}^* (82.5/83.3)$

$ex_{min} = ex_{min}^* (17.5/46)$

√Para el caso de las mujeres:

$ex_{max} = ex_{max}^* (87.5/85.6)$

$ex_{min} = ex_{min}^* (22.5/47)$

IV) Se obtiene el ISAT:

$ISAT = (ex_{ai} - ex_{min}) / (ex_{max} - ex_{min})$

2.4. Se obtiene el Índice de Desarrollo Humano Turístico (IDHT) de las agencias turísticas

$IDHT = ISAT^{1/3} * IEAT^{1/3} * IIAT^{1/3}$

La media geométrica que se obtiene introduce la noción de complementariedad de las tres dimensiones y le da un lugar a la desigualdad entre ellas (PNUDa, 2012: 7, 17).

Las clasificaciones e interpretación quedan expresadas de la siguiente manera: 1) Agencia turística con desarrollo humano bajo sí es inferior a 0,550; 2) Agencia turística con desarrollo humano medio sí se encuentra entre 0,550-0,699; 3) Agencia turística con desarrollo humano alto sí se

encuentra entre 0,700-0,799; 4) Agencia turística con desarrollo humano muy alto 0,800 o más (PNUD, 2014: 167).

¿Qué instrumento utilizar para recabar la información de las agencias turísticas? Este proceso se debe llevar a cabo mediante la elaboración de un cuestionario que indague sobre las tres capacidades esenciales: ingreso personal, salud y educación; cuya aplicación puede realizarse a través de una entrevista estructurada.

Es preciso reiterar, en nuestro estudio cuantitativo por metodología la realidad expresada por las agencias turísticas corresponde sólo y únicamente al grupo de participantes en el contexto de la temporalidad respectiva; a como se ha afirmado, el enfoque instrumental estadístico tradicional no es apropiado para evaluar capacidades humanas. En ningún caso pretendemos inferir o universalizar la situación de la realidad turística de carácter particular, sino más bien conocer los problemas comunes de bienestar humano de la agencia turística.

En resumen, nuestra propuesta para un turismo humano puede evaluarse cuantitativamente utilizando la visión teórica y metodológica del DH mediante un IDHT, el cual revela el bienestar humano que puede generar la actividad turística; siendo no adecuado, a como sucede comúnmente, utilizar teoría, técnicas y herramientas tradicionales del enfoque racional-funcionalista de la economía positiva. La posibilidad de obtener un IDHT debe siempre complementarse con el estudio cualitativo de valoración de vida de las agencias turísticas.

3. Conclusiones

Es posible derivar un Índice de Desarrollo Humano Turístico (IDHT) para las agencias turísticas en su carácter individual, a partir del Índice de Desarrollo Humano (IDH). Se da respuesta así a la carencia de un método y un indicador individual que haga posible mostrar el bienestar de cada sujeto que realiza actividades turísticas, promoviendo así la imperiosa necesidad de fomentar un nuevo turismo, el turismo humano.

El estudio cuantitativo es un instrumento que cobra importancia en el turismo humano sólo desde una perspectiva integral de la realidad, por lo tanto no tiene la posibilidad de generar conocimiento científico por sí mismo; aunque sí revela las condiciones de vida individual de las agencias turísticas en el proceso de expansión de sus capacidades turísticas básicas: ingreso personal, educación formal y salud.

Para el estudio del turismo humano lo cuantitativo sólo es una herramienta que posibilita la comprensión de la realidad, por lo tanto rechaza el afán contemporáneo de reducir a indicadores numéricos todo tipo de fenómenos y hechos socioeconómicos provenientes de los conocidos modelos matemáticos y estadísticos de la economía positiva, racional-funcionalista.

El IDHT puede reflejar el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, la agencia turística, mostrando sí la actividad turística incide en la ampliación de las capacidades turísticas. Aunque como indicador puede ser relevante, para la visión humanista su aportación cuantitativa debe verse integralmente con los estudios empíricos cualitativos sobre la valoración de vida de las agencias turísticas.

Como índice de valoración de vida el IDHT puede convertirse en el indicador esencial de la calidad de un destino turístico, que sirva de referente para la toma de decisiones de los visitantes, quienes pueden preferir lugares donde tienen la seguridad que sus gastos en bienes y servicios turísticos redundará en mejorar la vida de los residentes. Calidad de vida humana significaría calidad en el producto turístico, calidad en el proceso de intercambio entre oferentes y demandantes.

Generalmente se cuestiona la efectividad de la inversión pública y privada en proyectos turísticos respecto a sus resultados para generar bienestar humano. El IDTH puede constituirse en el indicador central para que los gobiernos democráticos procuren una gestión descentralizada más efectiva, canalizando recursos y oportunidades con mayor eficiencia en los casos donde el índice de valoración de vida muestre cambios significativos en las vidas de las personas. También las empre-

sas privadas tendrían la garantía de estar generando bienestar humano y consecuentemente lograrían mayor competitividad en el mercado turístico. A mayor calidad de vida, mayor seguridad en las inversiones y mayor rentabilidad financiera.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) como organismo internacional que dirige la política turística mundial debe incentivar el turismo humano, su teoría y método humanista, para analizar la realidad; de tal manera que pudiera generarse y publicarse los IDHT de diferentes destinos. Localmente debe implementarse la generación de tal indicador y utilizarse para la gestión de proyectos de inversión y como estrategia de mercado, promover ante el consumidor la calidad de vida local que se genera al ser visitado el respectivo destino.

4.Fuentes consultadas

- Alegre M., J.; Cladera M., M.; Juaneda S., C. N. (2003). Análisis cuantitativo de la actividad turística. Madrid: Pirámide.
- Cassiolato, J. E. & Lastres, H.M.M. (2003). O foco em arranjos produtivos e inovativos locais de micro e pequenas empresas. In: Cassiolato, J. E., Lastres, H.M.M & Maciel, M. L. (Orgs.) Pequena Empresa—Cooperação e Desenvolvimento Local. RelumeDumará, 21-34, Rio de Janeiro.
- Cejudo C., R. (2007). Capacidades y libertad: Una aproximación a la teoría de Amartya Sen. Revista Internacional de Sociología, vol. Lxv, nº 47, mayo-agosto, 9-22, ISSN: 0034-9712.
- Chirinos B., R. (2013). Antifundacionalismo y holismo cognoscitivo. En Richard Rorty, Opción, vol. 29, núm. 71, mayo-agosto, pp. 125-148. Venezuela: Universidad del Zulia Maracaibo.
- Damiani, Luís. (1997). Epistemología y ciencia en la modernidad. Venezuela: FACES-UCV.
- Dwyer, L.; Gill, A.; Seetaram, N. (2012). Handbook of Research Methods in Tourism: Quantitative and Qualitative Approaches. Edward Elgar Cheltenham Publishing Limited, UK Northampton, MA, USA.
- Figuerola, M. (2007). 50 años del turismo de España. Diez retos de futuro para

- el turismo español. *Revista de Análisis Turístico*, nº 3, 1er semestre, pp. 3-16, Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). España. Disponible en: www.aecit.org.
- Figuerola, M. (2000). Los trabajos de investigación de la economía del turismo en el Instituto de Estudios Turísticos (1974-1993). *Estudios Turísticos*, n.º 144-145, pp. 17-45. Instituto de Estudios Turísticos Secretaría de Estado de Comercio y Turismo. España.
- Figuerola, M. (1996). Experiencias cuantitativas en el análisis económico del turismo. *Estudios Turísticos*, n.º 129, pp. 37-58. Instituto de Estudios Turísticos Secretaría de Estado de Comercio y Turismo. España.
- González, S.; Giménez M., C.; Rodríguez V., J. C. (2010). Una propuesta de evaluación de sustentabilidad del desarrollo humano y las capacidades. *Provincia*, núm. 24, julio-diciembre, pp. 75-94, Universidad de los Andes Venezuela.
- Haeussler, E. F.; Paul, R. S. (1997). *Matemáticas para Administración, Economía, Ciencias Sociales y de la Vida*. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S. A.
- Hernández S., R.; Fernández C., C.; Baptista L., P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Ibrahim, S.; Alkire, S. (2011). Agencia y empoderamiento en la medición de la pobreza. Disponible en: <http://www.revistahumanum.org/revista/agencia-y-empoderamiento-en-la-medicion-de-la-pobreza/>. Versión original: Agency & Empowerment: A proposal of internationally comparable indicators. Working Paper, December 2007, www.ophi.org.uk.
- Moreira F., M.; Prevot N., R.; Segre, L. M. (2010) ¿Cuál es el papel del turismo en el desarrollo local? Un análisis crítico del cluster turístico de Santa Teresa - RJ, Brasil. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, vol. 19, núm. 5, septiembre-octubre, pp. 812-834, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Argentina.
- Morin, E. (1971). *La Nature humaine. Le Paradigme perdu*. Senil. Paris.
- Nussbaum, M. (2006). *Frontiers of Justice: Disability, Nationality, Species Membership*. Harvard University Press. Cambridge, MA.
- OMT (2014). *Panorama del Turismo Internacional, 2014*. España.
- OMT (2001). *Metodología de la Investigación en Turismo*. España.
- Panosso N., A.; Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo. Conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas.
- Pérez M., A.; Macías L., A.; Morales J., J. (2010). *Análisis teórico y metodológico*

- del Desarrollo Humano: Su aplicación a la entidad poblana y los sistemas de riego. Ra Ximhai, vol. 6, núm. 1, enero-abril, pp. 87-103, Universidad Autónoma Indígena de México.
- PNUDa (2014). Informe sobre Desarrollo Humano 2014. Sostener el Progreso Humano: Reducir vulnerabilidades y construir resiliencia. Nueva York, NY 10017 USA.
- PNUDb (2014). Technical notes. Human Development Report 2014. Sustaining Human Progress Reducing Vulnerabilities and Building Resilience. New York, NY 10017 USA.
- PNUDa (2012). El Índice de Desarrollo Humano en México: cambios metodológicos e información para las entidades federativas. México.
- PNUDb (2012). Índice de Desarrollo Humano de Hogares e Individuos 2010. México.
- PNUD (1990). Informe sobre Desarrollo Humano 1990. Definición y medición del Desarrollo Humano. Oxford University Press.
- Ranis, G. (2009). Economics, Area Studies and Human Development, July 30, 2009. Yale University, Economic Growth Center Discussion, Paper No. 975; Yale, Economics Department Working, Paper No. 67.
- Rincón S., I. B.; Labarca, N. (2013). Desarrollo Humano en Venezuela. Opción, vol. 29, núm. 70, enero-abril, pp. 104-119. Venezuela: Universidad del Zulia Maracaibo.
- Sen, A. (2002). Rationality and Freedom. Cambridge (Mass.): Belknap.
- Sen, A. (2000). Desarrollo y Libertad. México: Editorial Planeta.
- Sen, A.; Drèze, J. (1989). Hunger and Public Action. Oxford: Clarendon Press.
- Sen, A. (1980). "Equality of What? Conferencia Tanner, Universidad de Stanford, Mayo 1979
- Tribe, J. (1999). Economía del ocio y el turismo. Madrid: Síntesis.