



Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos

Edita: Universidad Internacional de Andalucía



un
i Universidad
Internacional
de Andalucía
A



El turismo en perspectiva mundial. Conformación geopolítica, organismos e instituciones

Juan Ignacio Pulido Fernández
Yaiza López Sánchez
Universidad de Jaén

Numerosas instituciones han puesto de manifiesto la importancia del turismo como motor de transformación social y herramienta para favorecer el desarrollo económico (OCDE, 2009; OMT, 2005; WTTC, 2005), así como su potencial de crecimiento; hasta el punto de que se prevé que el turismo generará en un horizonte no mayor a diez años el 11,3 por 100 del PIB mundial y el 8,3 por 100 del empleo (WTTC, 2005). La literatura económica coincide con estas afirmaciones. Desde el análisis del papel del turismo internacional en la provisión de divisas, o su contribución al equilibrio del déficit comercial de la balanza de pagos, hasta su capacidad para generar empleo, o para incrementar los ingresos fiscales –y, con ello, las posibilidades de intervención pública para la mejora del bienestar de los ciudadanos, son muchas las contribuciones (entre otros, véase Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert y Wanhill, 2008; Cortés-Jiménez y Artís, 2005; Goded, 2002; Lanza y Pigliaru, 1994; Lanza et al., 2003; Lickorish y Jenkins, 2000; Pearce, 1989; Pulido y Sánchez, 2009; Sinclair, 1998; Sinclair y Stabler, 1997; Tribe, 2005; Vanhove, 2005) que reconocen el potencial del turismo como instrumento de desarrollo económico.

El concepto de “globalización” ha sido objeto de un amplio debate, que nunca ha concluido con una definición clara y ampliamente aceptada. Hay quienes defienden que el motor de todo el proceso es la economía, mientras que otros resaltan los aspectos políticos e, incluso, culturales. En cualquier caso, existe un cierto consenso respecto a entender la globalización como un fenómeno dinámico, que se ha acelerado considerablemente en la última década (Randolph, 2007), de carácter multidimensional (Martin, 2001; Shademan, 2009) y que afecta al mundo en su conjunto, lo que la distingue de otras formas de apertura internacional de los países. Como señala Vujakovic (2009: 5): «La globalización es un proceso de creciente interacción e interdependencia entre las economías, sociedades y naciones a través de grandes distancias».

Las ventajas de la globalización pueden sintetizarse, básicamente, en tres: I) favorece la conectividad económica mundial, revolucionando los flujos comerciales y condicionando las estrategias de negocio (Morrison, 2002); II) contribuye a un mayor intercambio de información, mejorando la comprensión de diferentes culturas y fomentando la democracia (Bagchi, 2007); y III) genera un incremento de los ingresos de los países más globalizados y de la calidad de vida de sus habitantes (Randolph, 2007). Sin embargo, también ha habido importantes argumentos en contra: la mejora del nivel de vida, en realidad, se

produce en los países desarrollados, y lo hace a expensas de los países en desarrollo; la deslocalización empresarial se dirige hacia los países en desarrollo con menores costes laborales y protección social más baja; la obsesión por la consecución de crecientes beneficios genera abusos sobre los derechos sociales y ambientales de la población local; la identidad cultural de los pueblos está en riesgo continuo por el abuso de Internet y la generalización del consumismo; etc.

En relación con el turismo, durante la última década se viene produciendo un interesante debate sobre si éste ha alcanzado un alto nivel de globalización. Mientras que, como se señalaba anteriormente, la mayor parte de la literatura revisada asume que el turismo es una actividad que conecta las partes más ricas del mundo con las zonas periféricas, y que puede contribuir a la mejora de la riqueza y de los niveles de vida de los países menos desarrollados, también hay quienes se cuestionan este papel, identificando un conjunto de aspectos que pretenden demostrar que el turismo no es un ejemplo de globalización y, sobre todo, que genera un conjunto de impactos negativos sobre los territorios en los que se desarrolla por lo que bien merecería la pena valorar su implantación en los mismos. Como señala Aramberri (2009), si bien el turismo es una actividad que se practica por todo el mundo, apenas está globalizada.

En este capítulo se analiza, en primer lugar, utilizando cifras oficiales de la OMT, el proceso de crecimiento y, a la vez, globalización de la actividad turística, que cada vez implica a más países. Seguidamente, se exponen los principales organismos e instituciones que contribuyen en la configuración y el desarrollo de la actividad turística.

Al final de este capítulo, el lector será capaz de:

- Comprender el fenómeno de la globalización y su implicación en la actividad turística.
- Conocer las principales instituciones públicas y privadas relacionadas con la actividad turística, así como su importancia y funciones.

2.1. La globalización del turismo. Cifras y realidades

La actividad turística ha protagonizado un crecimiento significativo (por encima del 6 por 100 anual en lo que respecta a las llegadas de turistas internacionales) a nivel mundial desde su aparición como fenómeno de masas, en los años 50 del siglo pasado. Además de este crecimiento, el otro aspecto a destacar es su paulatina extensión como fenómeno mundial, que ha ido involucrando progresivamente a todas las regiones y a la mayor parte de los países.

En efecto, desde la década de 1950, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, produciéndose interesantes cambios en la dirección de los flujos turísticos a nivel mundial. Han surgido muchos nuevos destinos que están poniendo en jaque a los destinos tradicionales de Europa y América del Norte. A pesar de ocasionales descensos (2009 con una variación interanual de -3,28 por 100), las llegadas de turistas internacionales han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido, desde los 277 millones de 1980 a los 528 millones de 1995 y los 983 millones de 2011. Como se muestra en el Cuadro 2.1, en 2011 las economías avanzadas registraron un mayor crecimiento (+4,9 por 100) que las economías emergentes (+4,3 por 100), debido, en gran parte, a los buenos resultados de Europa y a las vicisitudes vividas en Oriente Medio y el Norte de África (revolución árabe). Europa, Asia y Pacífico (ambas con un crecimiento del 6 por 100) fueron las regiones que crecieron más deprisa en términos de llegadas de turistas en 2011. Europa creció por encima de lo esperado, a pesar de la constante incertidumbre económica, mientras que las llegadas a Asia y el Pacífico aumentaron a un ritmo menor durante 2010, debido, en parte, al declive temporal del mercado emisor japonés. Las llegadas a las Américas (+4 por 100) se vieron impulsadas por América del Sur (+9 por 100), que se mantuvo liderando el crecimiento en la región por segundo año consecutivo. Como se mencionaba anteriormente, los levantamientos populares en diversos países de África y Oriente Medio durante 2011 pasaron factura al turismo en ambas regiones. África (+1 por 100) registró solo un ligero incremento, debido a la pérdida de visitantes en el Norte de África, mientras que Oriente Medio sufrió un descenso del 8 por 100 en las llegadas.

Por otra parte, según se observa en el Cuadro 2.2, los ingresos por turismo en 2011 sobrepasaron el billón de dólares (740.000 millones de euros), partiendo de los 927.000 millones de dólares (699.000

millones de euros) de 2010, lo que supone un crecimiento del 3,9 por 100 en términos reales (ajustando las cifras a las fluctuaciones del tipo de cambio y la inflación). Observando los datos referentes al número de llegadas de turistas y el nivel de ingresos por turismo, se confirma la intensa correlación entre ambos indicadores, aunque el aumento de los ingresos tiende a ir ligeramente tras el crecimiento de las llegadas en tiempos de restricciones económicas.

Por regiones, las Américas (+5,7 por 100) registraron el mayor crecimiento de ingresos en 2011, seguidas de Europa (+5,2 por 100), Asia y el Pacífico (+4,4 por 100) y África (+2,2 por 100). Tan solo Oriente Medio registró un crecimiento negativo (-14 por 100). Europa ostenta la mayor cuota de ingresos por turismo internacional (45 por 100), con 463.000 millones de dólares (333.000 millones de euros) en 2011. Ocupando el segundo lugar se encuentra la región de Asia y el Pacífico (cuota del 28 por 100 ó 289.000 millones de dólares/208.000 millones de euros) y en tercer lugar las Américas (cuota del 19 por 100 ó 199.000 millones de dólares/143.000 millones de euros). Oriente Medio (cuota del 4 por 100) obtuvo 46.000 millones de dólares de ingresos por turismo internacional (33.000 millones de euros) y África (3 por 100 de cuota) 33.000 millones de dólares (23.000 millones de euros).

CUADRO 2.1
Llegadas de turistas nacionales

	Llegadas de turistas internacionales (millones)									Cuota de mercado (%)	Variación (%)		Crecimiento medio anual (%)
	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2009	2010	2011		2011	10/09	
Mundo	435	528	674	799	901	913	883	940	983	100	6,4	4,6	3,5
Economías avanzadas	296	334	417	455	496	489	475	499	523	53,2	4,9	4,9	2,4
Economías emergentes	139	193	256	344	405	424	408	441	460	46,8	8,2	4,3	5,0
Por regiones de la OMT													
Europa	261,5	304,0	385,0	440,7	485,4	480,8	461,7	474,8	504,0	51,3	2,8	6,2	2,3
Europa del Norte	28,6	35,8	43,4	56,1	58,1	56,4	56,0	56,1	59,3	6,0	0,2	5,6	0,9
Europa Occidental	108,6	112,2	139,7	141,7	153,9	153,2	148,5	153,8	159,0	16,2	3,6	3,4	1,9
Europa Central/Oriental	33,9	58,1	69,3	90,4	96,6	100,0	92,6	95,7	103,5	10,5	3,3	8,1	2,3
Europa Meridional/Mediterráneo	90,3	98,0	132,6	152,5	176,8	171,2	164,5	169,1	182,2	18,5	2,8	7,7	3,0
-de los cuales EU 27	230,1	265,9	323,7	352,4	-	-	356,8	364,9	385,0	39,2	2,3	5,5	1,5
Asia y Pacífico	55,8	82,0	110,1	153,6	182,0	184,1	181,1	204,4	217,0	22,1	12,9	6,1	5,9
Asia del Nordeste	26,4	41,3	58,3	85,9	101,0	101,0	98,0	111,5	115,8	11,8	13,8	3,8	5,1
Asia del Sudeste	21,2	28,4	36,1	48,5	59,7	61,8	62,1	69,9	77,2	7,8	12,5	10,4	8,0
Oceanía	5,2	8,1	9,6	11,0	11,2	11,1	10,9	111,6	11,7	1,2	6,1	0,9	1,0
Asia Meridional	3,1	4,2	6,1	8,1	10,1	10,3	10,1	11,5	12,4	1,3	13,6	8,0	7,2
Américas	92,8	109,0	128,2	133,3	143,9	147,8	141,7	150,7	156,6	15,9	6,4	3,9	2,7
América del Norte	71,7	80,7	91,5	89,9	95,3	97,7	93,0	99,2	101,7	10,3	6,6	2,5	2,1
El Caribe	11,4	14,0	17,1	18,8	19,8	20,1	19,6	20,0	20,8	2,1	2,2	3,9	1,7
América Central	1,9	2,6	4,3	6,3	7,8	8,2	7,6	7,9	8,3	0,8	3,9	4,8	4,7
América del Sur	7,7	11,7	15,3	18,3	21,0	21,8	21,4	23,6	25,8	2,6	10,0	9,4	5,8
África	14,8	18,8	26,2	34,8	43,2	44,4	45,9	49,7	50,2	5,1	8,5	0,9	6,3
África del Norte	8,4	7,3	10,2	13,9	16,3	17,1	17,6	18,8	17,1	1,7	6,7	-9,1	3,5
África Subsahariana	6,4	11,5	16,6	20,9	26,9	27,2	28,3	31,0	33,1	3,4	9,6	6,9	7,9
Oriente Medio	9,6	13,7	24,1	36,3	46,7	55,9	52,8	60,3	55,4	5,6	14,2	-8,0	7,3

CUADRO 2.2
Ingresos por turismo internacional

	Ingresos por turismo internacional					\$ EE.UU.			€ Euro		
	Monedas locales, precios constantes (%)				Cuota (%)	Ingresos por llegada (miles de millones)			Ingresos por llegada (miles de millones)		
	08/07	09/08	10/09	11/10	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Mundo	1,6	-5,6	5,4	3,9	100	852	927	1030	611	699	740
Economías avanzadas	1,7	-6,4	5,7	4,8	64,5	547	589	664	392	444	477
Economías emergentes	1,4	-3,9	4,9	2,2	35,5	305	338	366	219	255	263
Por regiones de la OMT											
Europa	-0,9	-6,5	0,0	5,2	45	413,0	409,3	463,4	296,1	308,8	332,9
Europa del Norte	-2,5	-4,1	2,7	5,0	6,8	60,9	61,4	70,3	43,6	46,3	50,5
Europa Occidental	-2,2	-6,6	1,1	3,7	15,6	143,7	142,2	160,4	103,0	107,2	115,2
Europa Central/ Oriental	4,3	-8,0	-2,9	7,9	5,4	47,4	48,1	56,1	34,0	36,3	40,3
Europa Meridional/ Mediterráneo	-0,6	-6,9	-1,0	5,7	17,1	161,1	157,6	176,7	115,5	118,9	126,9
-de los cuales EU27	-2,7	-7,0	0,7	4,3	36,6	203,7	335,0	377,5	146,1	252,7	271,2
Asia y Pacífico	4,6	-0,6	15,5	4,4	28,1	100,3	255,3	289,4	71,9	192,5	207,9
Asia del Nordeste	8,2	1,9	21,4	3,8	13,9	54,3	128,6	143,1	38,9	97	102,8
Asia del Sudeste	-0,8	-7,0	15,1	9,3	7,9	33,5	68,6	81,9	24,0	51,7	58,8
Oceanía	3,0	5,2	-1,9	-7,3	4,0	15,6	39,2	41,6	11,2	29,5	29,9
Asia Meridional	7,7	-4,6	16,5	14,6	2,2	165,2	18,9	23,0	118,5	14,3	16,5
Américas	4,8	-10,0	4,2	5,7	19,3	118,9	180,7	199,1	85,2	136,3	143,0
América del Norte	6,9	-12,2	6,0	6,6	14,1	22,2	131,2	145,1	16,0	99,0	104,2
El Caribe	-4,1	-6,4	-0,1	1,3	2,3	5,9	22,7	23,9	4,2	17,1	17,2
América Central	0,3	-5,4	4,8	0,9	0,7	18,2	6,7	7,2	13,0	5,0	5,2
América del Sur	3,1	0,0	-2,1	6,5	2,2	28,9	20,1	22,9	20,7	15,1	16,5
África	-2,5	-5,8	1,7	2,2	3,2	9,9	30,4	32,6	7,1	22,9	23,4
África del Norte	-3,9	-4,7	0,2	-6,7	0,9	19,0	9,7	9,5	13,6	7,3	6,8
África Subsahariana	-1,7	-6,4	2,6	6,9	2,2	41,2	20,7	23,1	29,6	15,6	16,6
Oriente Medio	5,5	1,2	17,2	-14,4	4,5	413,0	51,7	45,9	296,1	39,0	33,0

Respecto a las previsiones para el futuro, el estudio realizado por la OMT (1995a) para prever y evaluar la evolución del turismo hasta que se cumplan los primeros veinte años del nuevo milenio, muestra, además de la tendencia al crecimiento de los flujos turísticos y de los ingresos, una consolidación del proceso de globalización, pues un porcentaje significativo de este crecimiento se orienta hacia las regiones que actualmente cuentan con una menor cuota de mercado. De manera que se producirá una mejor redistribución de los flujos turísticos a nivel mundial.

Aunque la evolución del turismo durante los últimos años ha sido bastante irregular, la OMT mantiene por el momento sus previsiones a largo plazo. Se considera que no han cambiado significativamente las tendencias estructurales subyacentes del pronóstico. De hecho, la experiencia muestra que, en el corto plazo, se alternan períodos de fuerte crecimiento (1995, 1996, 2000, y 2004 a 2007) con períodos de bajo crecimiento (2001 a 2003, 2008, 2009), pero, en el conjunto del período, el comportamiento previsto por la OMT se está cumpliendo.

Las previsiones de la OMT pronostican que las llegadas internacionales alcanzarán prácticamente los 1.800 millones en 2030. De estas llegadas en todo el mundo, la mayor parte serán intrarregionales, aunque también aumenta los movimientos de viajeros de larga distancia. El total de llegadas de turistas por regiones muestra que en 2030 las tres primeras regiones receptoras serán Europa (744 millones de turistas), Asia y Pacífico (535 millones) y las Américas (248 millones), seguidas por Oriente Medio (149 millones) y África (134 millones).

Según estas previsiones, las llegadas internacionales van a crecer en los destinos de las economías emergentes (+4,4 por 100) por encima del doble de lo que lo harán los destinos de las economías avanzadas (+2,2 por 100). Y, por otra parte, se va a producir una reordenación de flujos turísticos a nivel mundial. Aunque Europa mantendrá la cuota de llegadas más alta del mundo, su cuota disminuirá del 64 por 100 en 1980 al 41 por 100 en 2030. Por el contrario, Asia y el Pacífico pasarán a tener una cuota de mercado del 30 por 100, incrementando sustancialmente desde el 8 por 100 de 1980. La región de Las Américas también reduce de forma importante su cuota de mercado (del 22 por 100 de 1980 al 14 por 100 de 2030).

Por otra parte, como reconocen Go y Van't Klooster (2006), la globalización en el turismo afecta a todos los aspectos relacionados con la demanda, la oferta y la intermediación. Estos autores plantean que la globalización contribuye a difuminar las fronteras geográfico-

económicas, los límites de las empresas en el acceso a los mercados y las barreras a la libre circulación de personas. Se trata de un cambio radical para el que los gestores turísticos deben estar preparados, abriendo sus mentes para pasar de una gestión local del turismo a una gestión global.

2.2. Principales organismos e instituciones turísticas

El proceso de descentralización en materia de turismo durante la segunda mitad del siglo XX ha supuesto la paulatina aparición de distintos organismos públicos relacionados con la actividad turística, tanto en el plano nacional como internacional. A su vez, también las empresas relacionadas con el sector turístico comenzaron a organizarse en asociaciones turísticas, con un doble objetivo: por un lado, aunar esfuerzos en sus demandas al sector público y, por otro lado, establecer un sistema de cooperación eficaz con todos los agentes intervinientes en este sector que permita la consecución de una serie de objetivos comunes. Estas organizaciones turísticas, públicas o privadas, de carácter nacional o internacional, tienen como misión desarrollar la actividad turística, garantizando la complementariedad de las políticas macroeconómicas con este sector económico (Cárdenas, 2011).

Asimismo, las instituciones turísticas tienen una serie de características comunes (Rivas, 2009):

Estructura orgánica permanente. Tienen una estructura organizativa con niveles de mando y funciones.

Funcionalidad. Asumen una serie de objetivos y programas relacionados con las finalidades para las que han sido creadas.

Voluntariedad. Todas las organizaciones de carácter turístico nacen de un acuerdo de voluntades, de una decisión común entre los miembros fundadores que trasciende los límites de los derechos y obligaciones por ellos reconocidos como mutuamente vinculantes.

Competencia propia. Cada organización tiene competencias propias no dependientes de otras organizaciones turísticas.

Cooperación entre sus miembros. Los miembros que forman parte de las organizaciones cooperan de acuerdo con los estatutos de las mismas.

A continuación, se muestran las principales organizaciones y asociaciones relacionadas con la actividad turística en el plano internacional y nacional, ya sean de carácter público y privado. A continuación se exponen las principales asociaciones y organizaciones turísticas en el plano internacional.

2.2.1. Organización Mundial del Turismo

Principal institución internacional en el campo del turismo que constituye un foro mundial para debatir cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos especializados en este campo; desempeña un papel central y decisivo en la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, prestando especial atención a los intereses de los países en desarrollo. Esta institución promueve el cumplimiento del Código Ético Mundial para el Turismo, con la finalidad de garantizar que los países miembros, los destinos turísticos y las empresas maximicen los efectos económicos, sociales y culturales positivos del turismo y maximicen sus beneficios, reduciendo, a la vez, al mínimo los impactos ambientales y sociales negativos. El origen de la Organización Mundial del Turismo es fruto de la transformación de Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT). Los principales acontecimientos en la historia de esta institución se detallan a continuación (Cuadro 2.3).

CUADRO 2.3
Evolución histórica de la OMT

-
- 1946** El Primer Congreso Internacional de Organismos Nacionales de Turismo reunidos en Londres, decide la creación de una nueva organización internacional de carácter no gubernamental y de ámbito universal para reemplazar la antigua UIOOPT establecida en 1934.
-
- 1947** Se celebra en La Haya la Primera Asamblea constitutiva de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT). Se establece en Londres la Sede provisional de la UIOOT.
-
- 1948** Se decide la creación de la Comisión Europea de Turismo (CET), siendo la primera Comisión Regional dentro de la UIOOT, y seguida por las de África (1949), del Oriente Medio (1951), Asia Meridional (1955), de Asia Oriental (1956) y de las Américas (1957).
-
- 1970** El 27 de septiembre, la Asamblea General Extraordinaria de la UIOOT, convocada en México D.F. (México), adopta los Estatutos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), fecha que ha sido elegida para celebrar, a partir de 1980, el “Día Mundial del Turismo”.
-
- 1975** Primera reunión de la Asamblea General de la OMT celebrada en Madrid en mayo, por invitación del gobierno Español. La Asamblea vota a Robert Lonati (Francia) como primer Secretario General de la OMT y elige Madrid como Ciudad Sede de de la Organización.
-
- 1976** La Secretaría General de la OMT se instala en Madrid el 1 de enero. Se firma el Acuerdo entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la OMT que actuará como organismo de ejecución del PNUD para realizar actividades de cooperación técnica en cooperación con los Gobiernos.
-
- 1991** Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo reunida en Ottawa (Canadá), adopta una resolución definiendo las necesidades estadísticas de la industria turística.
-
- 1999** La Conferencia Mundial sobre la Evaluación de la Incidencia Económica del Turismo, Niza (Francia), aprueba la Cuenta Satélite del Turismo.
-
- 2000** La Comisión de Estadística de las Naciones Unidas aprueba las normas internacionales contenidas en la Cuenta Satélite de Turismo (CST).
-
- 2008** La 84ª reunión del Consejo Ejecutivo de la OMT crea el Comité de Reactivación del Turismo para responder a la recesión económica, Madrid (España).
-
- 2009** En respuesta a la crisis económica mundial, la OMT prepara la Hoja de ruta para la recuperación, en la que demuestra que el turismo puede contribuir a la recuperación económica y a la transformación a largo plazo hacia una economía verde.
-
- 2010** La OMT y la Organización Internacional del Trabajo aúnan fuerzas para luchar por la recuperación del empleo

CUADRO 2.3 (Conclusión)
Evolución histórica de la OMT

-
- 2011** La Organización Mundial del Turismo (OMT), la Fundación ONCE para la cooperación e inclusión social de las personas con discapacidad y la Red Europea de Turismo Accesible (ENAT por su sigla inglesa) firman un Acuerdo de Cooperación destinado a desarrollar un turismo más accesible para las personas con discapacidad (Madrid [España], 16 de septiembre).
-
- 2012** Official Rio+20 Side Event: Tourism for a Sustainable Future
-

Entre sus miembros: 55 estados miembros, 7 miembros asociados, 2 observadores y más de 400 miembros afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales. La diferencia entre los diferentes tipos de miembros que integran la OMT es la siguiente:

Miembro efectivo. Sólo pueden tener el status de miembro de la OMT los Estados soberanos. Los Estados cuyos organismos nacionales de turismo fueran miembros de la UIOOT en 1970 tenían derecho a ser miembros efectivos de la Organización, sin necesidad de votación alguna. El resto de Estados pueden hacerse miembros efectivos de la organización si su candidatura es aprobada por la Asamblea General, por mayoría de los dos tercios de los miembros efectivos presentes y votantes (Figura 2.1) (Cárdenas, 2011).

Miembro asociado. Es accesible a todos los territorios o grupos de territorios no responsables de la dirección de sus relaciones exteriores. Para adquirir la condición de miembro asociado se exigen los mismos requisitos que los expuestos para adquirir la condición de miembro efectivo.

Cuando un miembro asociado asume la responsabilidad de sus relaciones exteriores, tiene el derecho de hacerse miembro efectivo mediante una declaración formal, por la cual notifica por escrito al Secretario General que adopta los Estatutos y que acepta las obligaciones inherentes a la nueva calidad de miembro efectivo.

Miembro afiliado. Es accesible a las entidades internacionales, intergubernamentales y no gubernamentales con intereses en la actividad turística y a las entidades y asociaciones comerciales cuyas actividades estén relacionadas con los objetivos de la institución o que son de su competencia. Las entidades o asociaciones comerciales con intereses en la actividad turística pueden ser miembros afiliados de la Organización, a reserva de

que presenten por escrito sus solicitudes de ingreso al Secretario General, y estén respaldadas por el Estado donde se encuentre la sede de los candidatos. Dichas candidaturas deben ser aprobadas por la Asamblea, por una mayoría de dos tercios de los Miembros Efectivos presentes y votantes.

Los Representantes Regionales (de África, las Américas, Asia Oriental y el Pacífico, Europa, Oriente Medio y Asia Meridional), desde la sede de esta institución en Madrid, emprenden actuaciones directas que refuerzan y complementan los esfuerzos de las administraciones nacionales de turismo.

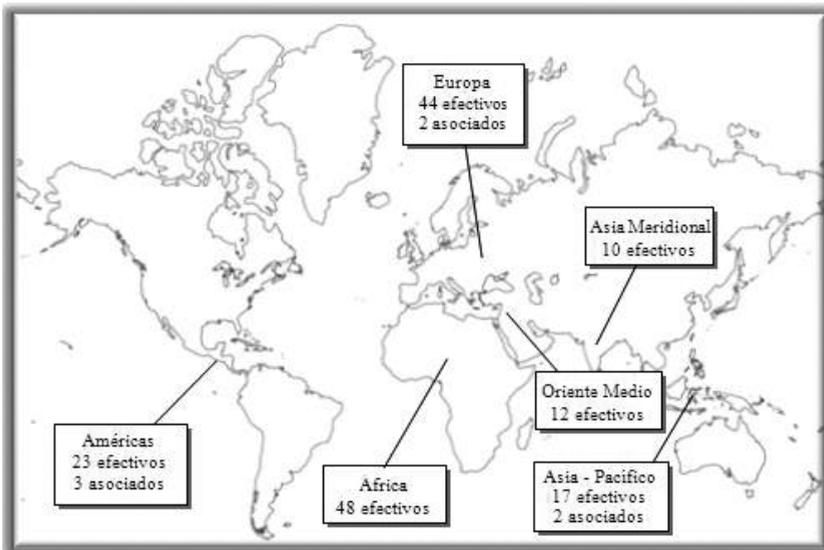


FIGURA 2.1. Miembros efectivos y asociados OMT por representaciones regionales.

2.2.2. Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC)

Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC): El Consejo Mundial de Viajes y Turismo es un foro que engloba a los principales líderes empresariales relacionados con la industria turística, por lo que es una institución alejada del control gubernamental. Su objetivo fundamental consiste en colaborar con los diferentes gobiernos a fin de valorar en su justa medida el impacto económico total de la fuente mundial más importante de generación de riqueza y de empleo: los viajes y el turismo.

Fue concebido en la década de los ochenta, cuando un grupo de directores ejecutivos llegaron a la conclusión de que, a pesar de que los viajes y el turismo conforman la industria de servicios más grande del mundo y el mayor proveedor de puestos de trabajo, nadie hasta ese momento le había reconocido, en su justa medida, su importancia dentro de la actividad económica.

Cuando el WTTC se estableció en 1990, los miembros fundadores decidieron que la cuantificación del impacto de los viajes y el turismo en el mundo y en las distintas economías nacionales debía convertirse en una de sus contribuciones más importantes, dado que uno de sus objetivos era crear conciencia entre las distintas autoridades gubernamentales del potencial de este sector para crear riqueza y empleo en todo el mundo.

Entre las actividades que realiza, o ha realizado, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, destacan las siguientes:

Investigación. Ha realizado una importante contribución al desarrollo internacional de la Cuenta Satélite del Turismo, como medida del impacto de la actividad turística, adoptada en 2000 por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas. Asimismo, ha desarrollado un modelo de predicción del potencial impacto de una catástrofe en un destino turístico, llevado a cabo tras la crisis surgida a raíz de los atentados de Londres, en 2005.

Informes. Ha tratado de crear un sistema de estadísticas contables, que actualmente cubre 181 economías en todo el mundo y tiene carácter anual, usando una combinación de datos nacionales macroeconómicos que permite obtener variables económicas en detalle de la actividad turística: producción, empleo o inversión; por lo que puede ser comparado con otras industrias y con la economía en su conjunto para proporcionar información estadística que ayude en la formulación de políticas y toma de decisiones empresariales relacionadas con el turismo.

Foros de debate. Ha promovido, con carácter anual, la Cumbre Global de Viajes y Turismo, donde se dan cita los principales líderes del sector, pertenecientes tanto al ámbito público como al privado. Esta cumbre tiene como objetivo facilitar un diálogo constructivo entre la industria mundial de viajes y turismo y los líderes de las distintas economías.

Reconocimientos. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo se hizo cargo en 2004 de los premios El Turismo para el Mañana, premios que habían sido previamente creados en 1989 (Federación de Turoperadores) para estimular la acción de todos los sectores de la industria turística en un intento de proteger el medio ambiente.

Organización de las Naciones Unidas (ONU): A mediados del siglo XX, una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial, el desarrollo de la actividad turística comienza a configurarse como un fenómeno de masas. Es a partir de este momento cuando la Organización de las Naciones Unidas dirige su atención al papel que juega el turismo y, tras la Conferencia de las Naciones Unidas de Nueva York, en junio de 1954, adopta la primera Convención sobre las facilidades aduaneras a favor de la actividad turística.

La Organización de las Naciones Unidas, a través de sus distintas agencias, está relacionada con la actividad turística, en mayor o menor medida, pero su intervención en materia de turismo queda limitada a cuestiones como salud, seguridad, medio ambiente o desarrollo. Las siguientes agencias de la ONU tienen intereses en materia turística en mayor o menor grado (Lickorish y Jenkins, 2000):

- Consejo Económico y Social.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.
- Organización Mundial de la Salud.
- Oficina Internacional del Trabajo.
- Organización Internacional de Aviación Civil.
- Organización Marítima Internacional.
- Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas.
- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

Dentro de este conjunto de agencias, destaca la relación turismo-desarrollo-medio ambiente, articulada a través del Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas (PNUD) y del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Se realiza a continuación un breve estudio de estos dos programas de la ONU:

PNUD. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo es la red mundial de las Naciones Unidas en materia de desarrollo que promueve el cambio y conecta a los países con los conocimientos, la experiencia y los recursos necesarios para ayudar a los pueblos a forjar una vida mejor.

La principal contribución del PNUD es el desarrollo de capacidades, por lo que los esfuerzos se centran en apoyar aquellos procesos

que respondan mejor a las necesidades de los ciudadanos comunes, incluidos los pobres, y que promuevan el desarrollo, y, evidentemente, entre ellos, se encuentra la actividad turística en multitud de ocasiones.

PNUMA. El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente coordina las actividades relacionadas con el medio ambiente, asistiendo a los países en la implementación de políticas medioambientales adecuadas, así como en el fomento del desarrollo sostenible.

El *PNUMA* ha difundido una guía para un turismo ambientalmente responsable, que se ha convertido en un práctico estudio sobre cómo llevar a cabo una actividad turística sostenible. Desde entonces, organiza importantes encuentros para analizar la sostenibilidad de la actividad turística, además de financiar proyectos de desarrollo turístico sostenible, realizar estudios y publicaciones, etc.

2.2.3. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

Organización de cooperación internacional, compuesta por 34 estados que proporciona un foro en el cual los gobiernos puedan trabajar conjuntamente para compartir experiencias y buscar soluciones a los problemas comunes. Miden la productividad y el flujo comercial y de inversión a nivel mundial, analizan y comparan datos para predecir futuras tendencias. Fue constituida con el nombre de Organización para la Cooperación Económica Europea en 1948, con el objetivo de ayudar en la reconstrucción de la Europa destruida por la segunda Guerra Mundial. Tomó su denominación actual en 1960, al mismo tiempo que cambió su enfoque y dio entrada a nuevos países miembros.

El turismo, una actividad económica importante, es un área en las políticas públicas en la mayoría de países de la OCDE, al tratarse de un componente clave de la economía de servicios (30 por 100 del comercio internacional de servicios en el área de la OCDE), que está impulsando el crecimiento en la mayoría de países miembros de esta organización. En términos de ingresos, los países de la OCDE generan cerca del 70 por 100 de la actividad del turismo mundial.

Así, la OCDE ha creado un Departamento de Turismo en su estructura, con el objetivo de actuar como foro de intercambio y seguimiento de las políticas y los cambios estructurales que afectan al desarrollo del turismo internacional, y tratar de promover el crecimiento económico

sostenible del turismo. En este sentido, el Departamento de Turismo sirve como principal punto de contacto sobre cuestiones de política turística en la OCDE y proporciona un foro único para el diálogo en materia de turismo.

El Comité de Turismo tiene como objetivo mejorar la capacidad de los gobiernos de la OCDE para ajustar sus políticas y acciones para apoyar el crecimiento sostenible del turismo, y para integrar mejor las cuestiones de política turística con otras áreas políticas.

Destacan como principales misiones de la OCDE en el campo del turismo:

Examinar las políticas nacionales de turismo con el fin de profundizar el entendimiento mutuo de las cuestiones de la política actual, identificar los vacíos, deficiencias y éxitos, y revisar los impactos económicos, sociales y ambientales de esas políticas. Intercambios y difunde información sobre las políticas de turismo.

Liberalización de los servicios turísticos. Alienta a una mayor liberalización de las actividades turísticas, tanto dentro como fuera de la zona de la OCDE.

Medir el impacto económico del turismo. Lleva a cabo esfuerzos de cooperación para medir y analizar con precisión la importancia socio-económica del turismo tanto en los países miembros de la OCDE como las economías no incluidas en este organismo, con el fin de mejorar la comprensión del papel del turismo en la economía.

La medición de los recursos humanos en turismo. Contribuye a mejorar la comparabilidad nacional e internacional de los datos de empleo relacionadas con el turismo y busca identificar iniciativas en materia de políticas para maximizar la contribución de la industria en la creación de empleo.

El diálogo con terceros países. Intercambia información sobre las políticas de turismo y promover las buenas prácticas a través de consultas y seminarios.

2.2.4. Otras organizaciones internacionales vinculadas con el sector turístico

Otras organizaciones internacionales vinculadas con el sector turístico serían:

Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), relacionada con el transporte aéreo y que constituye un soporte esencial para el turismo internacional.

UNESCO, que asume funciones sobre la interrelación entre turismo, formación y cultura.

Banco Mundial, que juega un importante papel en la financiación de una parte relevante de la inversión turística de los países en desarrollo.

Organización Mundial de la Salud (OMS), para la protección frente a las enfermedades que afectan al sector turístico.

Organización Internacional del Trabajo (OIT), que ha ido manifestando un creciente interés en los últimos años por el turismo como una actividad generadora de empleo.

Algunas de estas instituciones cooperan con la OMT en actividades del área de “estudio y estadísticas del turismo” a través de la organización de seminarios, reuniones o actividades formativas.

Respecto a las instituciones turísticas a nivel nacional, la forma en la que se articulan estas organizaciones varía considerablemente dependiendo de la importancia que tenga el turismo en el conjunto de la economía nacional. En el caso de España, la responsabilidad principal corresponde al gobierno nacional, aunque existen otras organizaciones, públicas y privadas, que participan en la configuración y el desarrollo de la actividad turística desde distintos ámbitos, entre los que cabe destacar:

- El Instituto de Turismo de España: organismo de la Administración General del Estado encargado de la promoción en el exterior de España como destino turístico. Tiene entre sus funciones la planificación, desarrollo y ejecución de actuaciones para la promoción del turismo español en los mercados internacionales, el apoyo a la comercialización de productos turísticos españoles en el exterior y la colaboración con las Comunidades Autónomas, entes locales y sector privado en programas de promoción y comercialización de sus productos en el exterior.
- Alianza para la excelencia turística (EXCELTUR): asociación sin ánimo de lucro formada en la actualidad por veinticuatro de los más relevantes grupos empresariales turísticos españoles de los subsectores del transporte aéreo, por carretera, ferroviario y

marítimo, alojamiento, agencias de viajes y tour operadores, medios de pago, alquiler de coches, ocio, parques temáticos, hospitales turísticos, grandes centrales de reservas y tiempo compartido entre otros.

Finalmente, cabe destacar que también existen instituciones que tienen una gran implicación en la financiación del turismo en numerosos países, como son los grandes bancos intergubernamentales (Banco Africano de Desarrollo, Banco Asiático de Desarrollo, Banco Interamericano de Desarrollo, etc.). Así como numerosas instituciones de carácter no gubernamental que han contribuido, dentro de sus límites competenciales, al mejor conocimiento del turismo, aportando información a través de estudios, informes o encuentros, etc. relacionados con la actividad turística. Entre estas instituciones, cabría destacar:

Aquellas específicamente vinculadas a la gestión de viajes, como la *World Association of Travel Agencies* (WATA), el *International Council of Travel Agents* (ICTA), etc.

Las vinculadas a los servicios hoteleros y de restauración, como la *Association Internationale de l'Hôtellerie* (AIH).

Las creadas por los profesionales del sector transporte, como la *International Air Transport Association* (AITA) o la Unión Internacional de Transporte por Carretera (IRU).

Las que agrupan a expertos del turismo, como la *Association Internationale des Experts Scientifiques du Tourisme* o la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT).

2.3. Resumen

En este capítulo se ha analizado el creciente protagonismo del turismo como fenómeno global. La hipótesis que se sostiene es que, efectivamente, el turismo será, sin duda, una de las actividades que contribuya a profundizar en el fenómeno de la globalización en las próximas décadas, aunque en el ámbito turístico ésta será asimétrica, pues no va a afectar a todas las zonas por igual.

A pesar del intenso debate generado durante la última década sobre el papel del turismo en un mundo crecientemente globalizado, la información analizada en este capítulo pone de manifiesto que la

evolución de la actividad turística mundial desde los años cincuenta del siglo pasado no se ha caracterizado sólo por el crecimiento de los flujos y los ingresos turísticos, sino que, además, el turismo, tanto en el ámbito de la producción como en el del consumo, se ha ido globalizando, al afectar ya a todas las regiones y a la mayor parte de los países del mundo.

Por otra parte, los datos facilitados por la OMT respecto a las perspectivas futuras confirman que el proceso de globalización del turismo va a ser aún mayor en los próximos años, pues los mayores porcentajes de crecimiento futuro se prevén en las regiones del mundo que actualmente cuentan con una menor cuota de mercado.

En este capítulo se ha analizado también cómo, a medida que el turismo se ha ido configurado como una actividad económica de primer nivel para muchas naciones, han ido apareciendo distintos organismos, instituciones y/o asociaciones relacionados con la actividad turística. Pero no sólo organizaciones dependientes de las autoridades públicas, sino que también las empresas implicadas en este sector han comenzado a organizarse a través de asociaciones privadas con el objetivo de defender con mayor fuerza sus intereses.

2.4. Ejercicios y actividades

Preguntas de repaso

1. ¿Cómo definiría usted el fenómeno de la globalización?
2. ¿Cuáles son las principales consecuencias de la globalización en la actividad turística?
3. ¿Qué papel juega la industria turística en la globalización?
4. ¿Cuáles son las características comunes a toda organización turística?
5. Realice una búsqueda en internet sobre el Código Ético Mundial de la OMT. Exponga cuál es su origen, características y objetivos.

Preguntas tipo test (V/F) (véase solucionario)

1. El fenómeno de la globalización afecta al turismo con la misma intensidad y consecuencias en todos los países, al tratarse de una actividad mundial.
2. La crisis financiera iniciada en 2008 tuvo consecuencias negativas en la llegada de turistas para los principales destinos turísticos.
3. Tras la recesión económica, 2010 muestra un mayor crecimiento

en las economías avanzadas, respecto al volumen de llegadas internacionales, que en las economías emergentes.

4. Las previsiones de la OMT pronostican que los tres principales destinos receptores de turistas en 2020 serán Europa, Asia Central y las Américas.
5. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) solo mantiene relaciones y propone acciones con los países miembros de la organización.
6. La condición de miembro efectivo de la Organización Mundial de Turismo es accesible también a las entidades no gubernamentales con intereses en la actividad turística.
7. Uno de los grandes ejes del Instituto de Turismo de España es fortalecer el posicionamiento de la marca turística de España en los mercados internacionales.
8. EXCELTUR es una asociación sin ánimo de lucro formada, actualmente, por veinticuatro de los más relevantes grupos empresariales turísticos españoles.
9. La Organización de las Naciones Unidas representa la principal institución internacional en el campo del turismo.
10. El objetivo fundamental del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) consiste en colaborar con los diferentes gobiernos a fin de valorar en su justa medida el impacto económico total del turismo.