

Sección 1

El turismo en el mundo de hoy

PANORAMA GENERAL

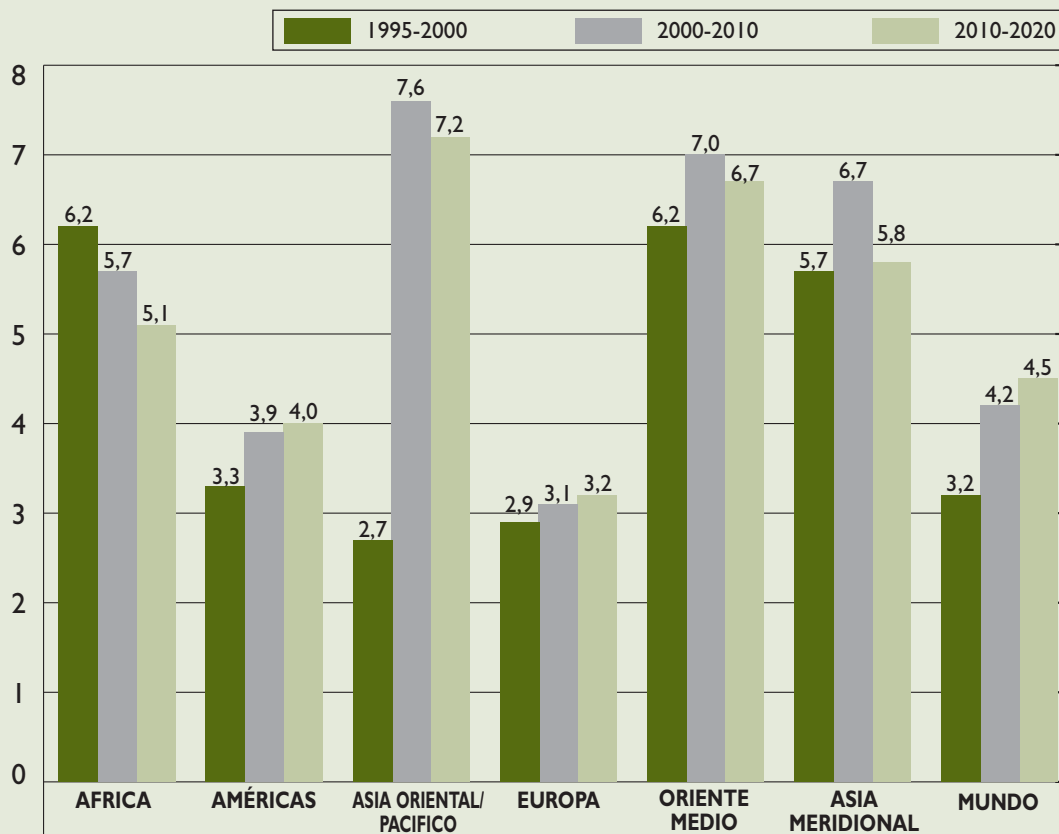
El turismo se ha convertido en uno de los principales sectores socioeconómicos del mundo y una de las primeras partidas del comercio internacional. En 1997 se registraron 612 millones de llegadas de turistas internacionales, que generaron 443.000 millones de dólares de EE.UU. en ingresos de divisas. Para el año 2020 la Organización Mundial del Turismo (OMT) proyecta 1.600 millones de llegadas de turistas internacionales y un volumen total de ingresos por este concepto de 2 billones de dólares. Se estima que el turismo interno supera en unas diez veces el volumen mundial del turismo internacional. Tanto el turismo internacional como el interno están en fase de rápida expansión en los países en desarrollo a medida que van creando sus sectores turísticos y van ganando en prosperidad. El turismo incluye tanto los viajeros de negocios como los que viajan por otras razones. La planificación debe tener en cuenta todos estos tipos de turistas, todos los cuales requieren instalaciones y servicios y gastan su dinero en las zonas turísticas.

Las administraciones locales, al planificar el turismo de su zona, deberían ser conscientes de varias tendencias importantes. Una tendencia básica es que son cada vez más los turistas que desean participar en actividades de diversión, deportes y aventura y conocer la historia, la cultura y el entorno natural de las zonas que visitan. El turismo especializado y de aventura están creciendo rápidamente, al igual que otras formas de turismo especial como el turismo cultural, de naturaleza, de “raíces étnicas”, de salud y religioso. El ecoturismo también se ha popularizado. Muchos turistas buscan nuevos puntos de destino y nuevos productos turísticos. Crece el número de turistas ambientalmente sensibles que desean visitar destinos bien planificados donde no se creen problemas ambientales o sociales. Los viajes de negocios y de conferencia seguirán aumentando.

El concepto de desarrollo sostenible, incluido el del turismo, ha sido adoptado por las Naciones Unidas, la OMT y muchas administraciones nacionales, regionales y locales. El turismo sostenible conlleva que los recursos naturales, históricos y culturales destinados al turismo se conserven para su uso continuo tanto en el presente como en el futuro. De hecho, el turismo puede, en caso necesario, reforzar estos recursos. El turismo sostenible también significa que su desarrollo no genera problemas ambientales o socio-

CUADRO I

CRECIMIENTO DE LAS LLEGADAS TURÍSTICAS INTERNACIONALES POR REGIONES. TASA ANUAL DE CRECIMIENTO (%)



PREVISIONES: PERÍODO 1995-2020

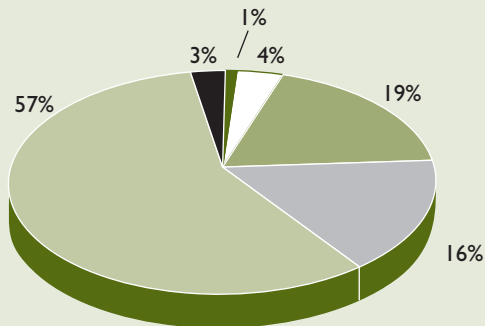
culturales, que se mantiene o mejora la calidad ambiental global de la zona turística, que se mantiene un alto nivel de satisfacción por parte del turista de forma que se protegen los mercados, y que los beneficios del turismo se reparten ampliamente por toda la sociedad. La Agenda XXI es un programa completo de medidas adoptado en la “Cumbre de la Tierra” en 1992. En este marco general, la OMT y otros organismos han elaborado una Agenda XXI para la Industria de los Viajes y el Turismo que define la función que los viajes y el turismo deben desempeñar en el logro de un desarrollo sostenible.

La planificación del turismo se realiza a diferentes niveles, desde el internacional, nacional y regional al local y de comunidad. La planificación del turismo y su desarrollo deben integrarse entre todos estos niveles. Esta guía se centra en el nivel local, si bien las administraciones locales deben tomar en cuenta las políticas y planes nacionales y regionales de forma que los respectivos niveles se potencien entre sí y consigan un sector turístico más fuerte.

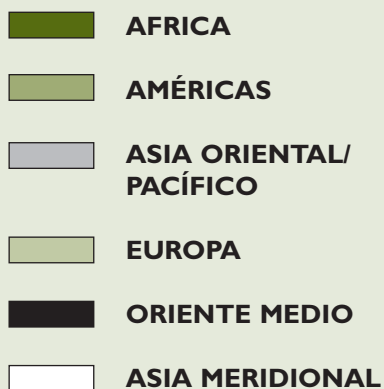
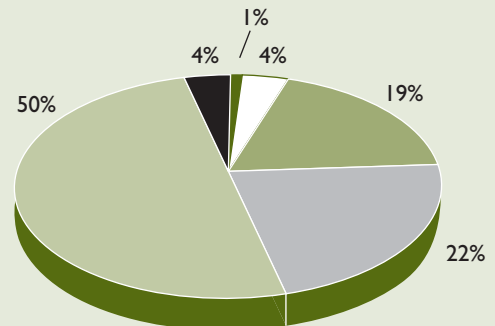
CUADRO 2

LLEGADAS TURÍSTICAS INTERNACIONALES POR REGIONES

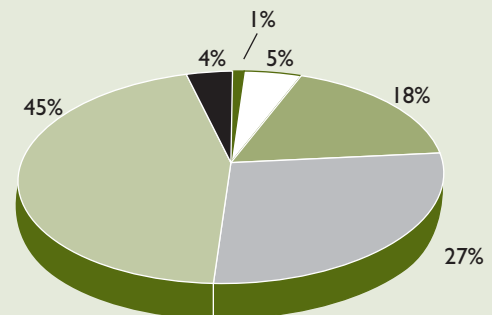
PREVISIONES: AÑO 2000



PREVISIONES: AÑO 2010



PREVISIONES: AÑO 2020



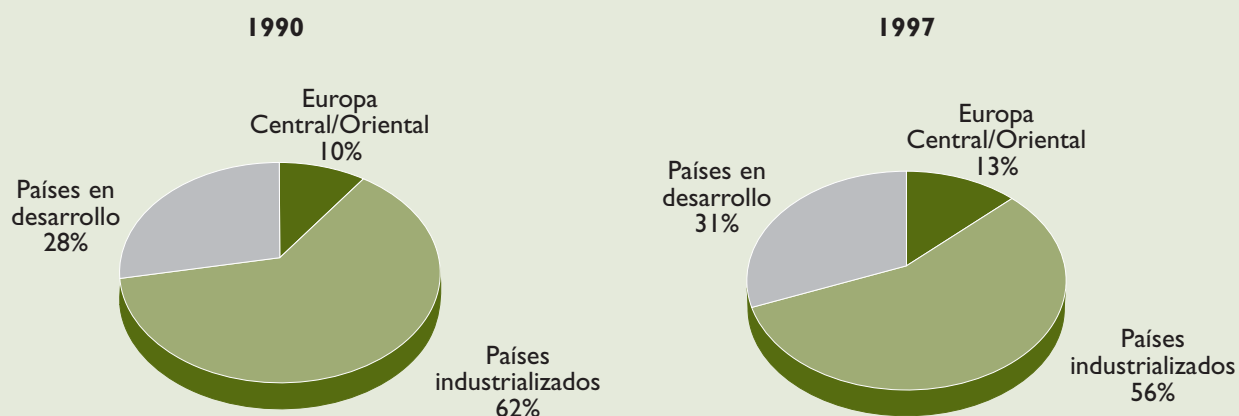
Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT).

IMPORTANCIA DEL TURISMO

El turismo se ha convertido en uno de los sectores socioeconómicos importantes del mundo, y ha venido creciendo de forma ininterrumpida a una tasa media anual de 4-5% durante la segunda mitad del siglo XX. La combinación de turismo internacional e interno está hoy día reconocida como la “mayor industria” del mundo. En 1995 el turismo generó a escala mundial un total estimado bruto de 3,4 billones de dólares de EE.UU. y aportó el 10,9% del producto interno bruto (PIB) mundial, creando así unos 212 millones de puestos de trabajo y produciendo 637.000 millones de dólares en ingresos tributarios.

CUADRO 3

LLEGADAS TURÍSTICAS INTERNACIONALES EN PAÍSES INDUSTRIALIZADOS Y PAÍSES EN DESARROLLO



| AGRUPACIÓN DE PAÍSES | NÚMERO DE LLEGADAS | | | % VARIACIÓN | | CUOTA DE MERCADO | % DEL TOTAL MUNDIAL |
|---------------------------|--------------------|---------|---------|-------------|-------|------------------|---------------------|
| | 1990 | 1996 | 1997 | 97/96 | 97/90 | 1990 | 1997 |
| Total Mundial | 457.647 | 594.827 | 612.835 | 3,03 | 4,26 | 100,00 | 100,00 |
| Países industrializados | 283.823 | 331.473 | 347.075 | 4,71 | 2,92 | 62,02 | 56,63 |
| Países en desarrollo | 130.015 | 182.578 | 187.390 | 2,64 | 5,36 | 28,41 | 30,58 |
| Europa Central / Oriental | 43.809 | 80.776 | 78.370 | -2,98 | 8,66 | 9,57 | 12,79 |

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT).

El turismo internacional es una de las partidas más importantes del comercio internacional. En 1997 se produjeron 612 millones de llegadas de turistas internacionales. La expresión “llegadas de turistas” se refiere a cualquier viaje turístico internacional, no al número de diferentes turistas que viajan. Algunas personas, en efecto, realizan más de un viaje internacional por año. Estos turistas generaron un total de 443.000 millones de dólares de EE.UU. en ingresos de divisas. En esta cifra no se incluye la enorme suma gastada en pasajes de avión y otros medios de transporte internacional. La mayoría de los turistas internacionales viajan distancias cortas o medias, es decir, dentro de su propia región del mundo. Los viajes de larga distancia entre regiones diferentes, sin embargo, son muy importantes para muchos destinos.

Aunque no se dispone de cifras concretas a escala mundial, se estima que el turismo interno es unas diez veces superior al volumen del turismo internacional en número de viajes turísticos realizados. Los ingresos de este tipo de turismo (gastos en la propia zona) son considerablemente superiores en total a los ingresos derivados del turismo internacional.

El turismo es ya una actividad importante en muchos países grandes y contribuye entre un 5 y un 10% al PIB nacional. En algunos países pequeños, especialmente países insulares del Caribe, Mediterráneo, Pacífico y Océano Indico, el turismo representa el 20-25% del PIB. En muchos lugares donde el turismo constituye todavía un sector menor, se está expandiendo rápidamente y adquirirá mayor importancia en el futuro. Sin embargo, como aparece en el **Cuadro 2**, la mayoría de las regiones del mundo, así como muchos países y muchas áreas dentro de esos países, todavía están lejos de haber realizado todo su potencial de desarrollo turístico.

Los países industriales o más desarrollados recibieron un 56% de las llegadas de turistas internacionales en 1996, correspondiendo a los países en desarrollo, incluidos los de Europa central y oriental, el resto. No obstante, como se muestra en el **Cuadro 3**, según las tendencias actuales, los países en desarrollo van aumentando su cuota de turistas internacionales a medida que mejoran su acceso a los medios de transporte, desarrollan atracciones turísticas, instalaciones y servicios, y se dan a conocer como destinos deseables de turismo. La región de Asia y Pacífico, por ejemplo, ha sido la región con mayor crecimiento de estos últimos años. El turismo interno también está en franca expansión en muchos países en desarrollo a medida que aumenta su prosperidad, lo que se traduce en una clase media más numerosa con rentas disponibles, y van desarrollando instalaciones, atracciones y servicios turísticos más adecuados.

Se proyecta que el turismo internacional continuará creciendo a una tasa anual de entre 4 y 4,5% como se desprende del Cuadro 1. La OMT proyecta unos 659 millones de llegadas de turistas internacionales en 2000, mil millones en 2010 y aproximadamente 1.600 millones en 2020. Los ingresos turísticos (gastos totales de los turistas internacionales) ascenderán a 2 billones de dólares para 2020. En ese año, una de cada cuatro llegadas será de larga distancia, es decir, de un turista que viaja entre diferentes regiones del mundo. Todas las regiones del mundo registrarán un crecimiento importante del turismo internacional, como aparece en el Cuadro 2. También se prevé que el turismo interno siga creciendo a buen ritmo en todas las regiones.

DEFINICIÓN DE TURISMO Y TURISTA

Es importante definir qué se entiende por turismo y turista. La Organización Mundial del Turismo ha elaborado una serie de "Recomendaciones sobre estadísticas del turismo" emanadas de la Conferencia de Ottawa y adoptadas oficialmente por la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas en 1993. Los aspectos más significativos de estas definiciones pueden resumirse así:

CUADRO 4

DEFINICIÓN DE TURISMO Y TURISTA

TURISMO

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

VISITANTE INTERNACIONAL

A efectos estadísticos, el término “viajero internacional” designa a “toda persona que se desplaza fuera de su propio país de residencia por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”.

TURISTA (visitante que pernocta)

Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado.

VISITANTE DEL DÍA

Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país o lugar visitado. Esta definición incluye a los pasajeros en crucero, que son las personas que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque para pernoctar, aunque éste permanezca en el puerto durante varios días. Están comprendidos en este grupo, por extensión, los propietarios o los pasajeros de yates y los viajeros que participan en un programa de grupo y están alojados en un tren.

VISITANTE INTERNO

A efectos estadísticos, la expresión “visitante interno” designa a “toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”

TURISMO INTERNO

El de los residentes de un país dado que viajan únicamente dentro de este mismo país.

TURISMO RECEPTOR

El de los no residentes que viajan dentro del país dado.

TURISMO EMISOR

El de los residentes del país dado que viajan a otro país.

TURISMO INTERIOR

Incluye el turismo interno y el turismo receptor.

TURISMO NACIONAL

Incluye el turismo interno y el turismo emisor.

TURISMO INTERNACIONAL

Se compone de turismo receptor y turismo emisor.

Fuente: “Recomendaciones sobre Estadísticas del Turismo”, Organización Mundial del Turismo.

Definición del turismo

- **Turismo** actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.
- **Turismo interno:** el de los residentes del país, dado que viajan únicamente dentro de este mismo país.
- **Turismo receptor:** el de los no residentes que viajan dentro del país dado.
- **Turismo emisor:** el de los residentes del país dado que viajan a otro país.

- **Turismo internacional:** se compone de turismo receptor y turismo emisor.
- **Gasto turístico:** gasto total por razón de todo el consumo realizado por un visitante o en nombre de un visitante durante su viaje y estancia en el punto de destino.

Definición de turista

- **Visitante internacional:** toda persona que viaja, por un período no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.
- **Visitante interno:** toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.
- **Visitante que pernocta:** visitante que permanece en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.
- **Visitante del día:** visitante que no pernocta en ningún medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado. Esta definición incluye a los pasajeros en crucero que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque de crucero para pernoctar, aunque éste permanezca en el puerto durante varios días. Están comprendidos en este grupo, por extensión, los propietarios o los pasajeros de embarcaciones de placer y los pasajeros que participan en un viaje de grupo y están alojados en un tren.

Estas definiciones aparecen desarrolladas, junto a otras clasificaciones y definiciones oficiales, en el **Cuadro 4**.

Es importante clasificar a los turistas internacionales tanto por su lugar de residencia habitual como por su nacionalidad, ya que muchas personas viven en países distintos del de su nacionalidad. A efectos mercadotécnicos y de otro tipo, el lugar de residencia del turista es más importante que la nacionalidad.

Las administraciones locales deben tener en cuenta que entre los turistas se incluyen los viajeros de negocios y los que asisten a congresos y reuniones. Todas estas modalidades de turistas deben incluirse en la planificación del desarrollo turístico. De hecho, en muchos sitios se fomenta el desarrollo del turismo de congresos y reuniones con el fin de atraer un mayor número de turistas. El turismo de negocios requiere en muchos casos las mismas instalaciones y servicios que el turismo de vacaciones. Además, los turistas de negocios gastan dinero en la zona. Igualmente muchos viajeros de negocios pasan parte de su tiempo como turistas de vacaciones, realizan giras locales y visitan las atracciones que existan en la zona, incrementando así sus gastos en ella.

Se considera hoy el turismo como un sector socioeconómico integrado. A los efectos de cálculo de la contribución económica del turismo en las cuentas nacionales y regionales, la OMT y otros organismos han propuesto, a través de la Comisión de Estadísticas Nacionales de las Naciones Unidas, una modificación del procedimiento de contabilidad nacional para incluir una partida correspondiente al sector turístico que incorpore todos los gastos por este concepto. Este procedimiento contable facilitaría la identificación de la contribución del sector turístico y su importancia económica en relación al producto interno bruto dentro de la contabilidad nacional.

PRINCIPALES TENDENCIAS TURÍSTICAS

Las administraciones locales deben estar al día respecto de las tendencias principales del turismo a nivel internacional a fin de planificar un desarrollo turístico que satisfaga las expectativas actuales y futuras de los turistas y que logre la sostenibilidad del sector. Además de las tendencias internacionales, las autoridades locales deben identificar sus propias tendencias nacionales, regionales y locales como punto de referencia básica de su planificación turística. En muchos casos las tendencias turísticas internacionales e internas coincidirán en gran parte.

Las tendencias de crecimiento cuantitativo fueron abordadas en la sección anterior sobre la importancia del turismo. Entre las tendencias cualitativas importantes pueden señalarse las siguientes:

- Crece el número de turistas que desean participar en actividades recreativas, deportivas y de aventura, y conocer la historia, cultura, naturaleza y vida silvestre de las zonas que visitan. Hoy día los turistas son más activos física e intelectualmente que antes.
- Son cada día más los turistas que desean cultivar sus intereses y hobbies personales. Hay muchos tipos de turismo especializado basado en la naturaleza y la vida silvestre, sitios históricos, pautas culturales, actividad económica e intereses profesionales.
- El turismo de “raíces étnicas” por parte de quienes visitan sus países de origen está adquiriendo importancia en muchos lugares. El turismo de naturaleza, cultura y aventura está registrando un fuerte crecimiento. El turismo religioso de visitantes de enclaves sagrados relacionados con sus creencias religiosas seguirá siendo una modalidad turística considerable.
- Aumenta el número de turistas en busca de nuevos destinos y nuevos productos turísticos. De ello se derivan muchas oportunidades de desarrollo de nuevas zonas turísticas y de mejora y ampliación de los destinos actuales.
- Más y más turistas se interesan por el mantenimiento y mejora de su salud y por ello se registra un importante desarrollo de las estaciones y centros de salud. Los hoteles y los complejos convencionales ya incluyen instalaciones de ejercicio físico. Se observa un renovado interés por los tratamientos médicos tradicionales y éstos pueden constituir la base de un turismo especializado y de estaciones de salud.

- Muchos turistas toman hoy vacaciones más cortas y más frecuentes durante el año. Esto ofrece la oportunidad de desarrollo de nuevos destinos turísticos y de que los destinos actuales ofrezcan a los turistas instalaciones y servicios para uso en las diferentes estaciones del año.
- Hoy día son más numerosas las personas retiradas activas que viajan, muchas de ellas en posición económica desahogada. Sin embargo, los jóvenes y las personas de edad media lo hacen todavía en gran número. Muchos discapacitados viajan hoy como turistas y se están diseñando instalaciones y servicios utilizables por turistas con discapacidades de un tipo u otro.
- Los turistas son cada vez más experimentados y exigentes en sus pautas de viaje y esperan atracciones, servicios e instalaciones de buena calidad y una relación calidad/precio satisfactoria en su gasto turístico.
- El turismo de negocios y de asistencia a congresos y reuniones seguirá creciendo y puede reportar beneficios a muchos sitios. Muchas personas que viajan por negocios o para participar en congresos y reuniones también se comportan como turistas de vacaciones durante parte de su estancia en la zona.
- Son más numerosos los turistas con sensibilidad ambiental y social que buscan destinos bien planificados y menos contaminados, y que dejan a un lado los mal diseñados con problemas ambientales o sociales.
- Aumentan los destinos turísticos que adoptan un enfoque de planificación y gestión del desarrollo turístico y que buscan un turismo de buena calidad que evite problemas ambientales y sociales y que optimice los beneficios económicos.
- Se están mejorando y revitalizando los complejos turísticos antiguos con objeto de satisfacer las expectativas actuales de los turistas, y esta renovación se está llevando a cabo con una cuidadosa planificación.
- El sector turístico está aplicando cada día más la tecnología moderna en los servicios de reserva y mercadotecnia. Internet, por ejemplo, se está convirtiendo en un instrumento importante de información y comercialización.

Otra tendencia considerable es el desarrollo turístico en una zona concreta como parte del esfuerzo de conservación del entorno natural, sitios históricos y tradiciones culturales. El ecoturismo (turismo de naturaleza controlado) y el turismo cultural están en pleno desarrollo en muchas partes como medio de justificación de objetivos conservacionistas. Este enfoque adquiere especial importancia en zonas con recursos limitados como forma de cumplimiento de programas de conservación.

Otra tendencia internacional fundamental consiste en que el sector privado provea los servicios e instalaciones comerciales, si bien las administraciones de todo nivel son todavía responsables de la gestión global del turismo a

fin de que cumpla con los objetivos ambientales y socioeconómicos nacionales, regionales y comunitarios. De hecho, en algunas zonas los hoteles de propiedad pública están siendo privatizados en virtud de una política nacional. No obstante, en algunas zonas turísticas de reciente desarrollo, donde resulta difícil atraer la inversión privada, las administraciones siguen teniendo que llevar la iniciativa.

CONCEPTOS DEL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

Como se indicó en la Introducción, el informe de 1987 *Our Common Future*, presentado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo a las Naciones Unidas, definía la política de desarrollo sostenible como la que atiende a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para atender a las suyas propias. En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo, conocida más bien como la “Cumbre de la Tierra” y celebrada en Río de Janeiro en 1992, se afinó aún más el concepto de desarrollo sostenible y se explicitó en la Agenda XXI adoptada por la conferencia. Desde entonces, muchos gobiernos nacionales han adoptado la sostenibilidad como política fundamental de desarrollo. La OMT ha adoptado el enfoque sostenible para el turismo y aplica principios de desarrollo sostenible en todos sus estudios de planificación y desarrollo.

La OMT ha definido el desarrollo sostenible de la siguiente manera:

“El desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.”

En el marco de esta declaración fundamental, se pueden ampliar los principios de desarrollo turístico sostenible de la forma siguiente:

- **Los recursos naturales, históricos, culturales y de otro tipo empleados por el turismo se conservan para su uso continuado en el futuro, reportando así al mismo tiempo beneficios a la sociedad actual.** Este enfoque de desarrollo sostenible reviste especial importancia en el turismo dado que este sector depende principalmente de las actividades y atracciones turísticas que guardan relación con el entorno natural y con el patrimonio cultural e histórico. Si estos recursos se degradan o destruyen, el turismo languidece. De hecho, la conservación de algunos de estos recursos puede con frecuencia verse favorecida gracias al desarrollo turístico. El mantenimiento de los aspectos deseables de las tradiciones culturales e identidades étnicas constituye un elemento importante de conservación del patrimonio cultural de una zona. La conservación de los recursos puede contribuir a que los residentes de una zona adquieran mayor conciencia de su patrimonio y apoyen esta protección.

- **El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales en la zona de turismo.** El criterio ambiental en la planificación y los análisis de capacidad turística son técnicas importantes para evitar problemas socioculturales y ambientales derivados del turismo. La aplicación de tecnología ambientalmente amigable puede contribuir mucho a la reducción de los efectos adversos del desarrollo turístico.
- **La calidad ambiental global de la zona turística se mantiene y mejora donde sea necesario.** La mayoría de los turistas desean visitar zonas atractivas, funcionales, limpias y no contaminadas. El turismo puede representar el incentivo y el medio para mantener y, donde sea necesario, mejorar la calidad ambiental de las zonas. Un alto nivel de calidad ambiental es también muy importante para el disfrute de los residentes locales. El turismo puede contribuir a que los residentes sean más conscientes de la calidad de su entorno y apoyen su mantenimiento y, si es necesario, su mejora.
- **Se mantiene un alto nivel de satisfacción turística de forma que los destinos retienen su comerciabilidad y prestigio.** Si los turistas no están satisfechos, la zona no podrá retener su cuota de mercado y seguir siendo un destino viable. Los enclaves más antiguos, por ejemplo, requieren normalmente una revitalización periódica para mantener su actual sostenibilidad y sus objetivos de mercado.
- **Los beneficios del turismo se reparten ampliamente por toda la sociedad.** El desarrollo turístico debe planificarse y gestionarse de forma que sus beneficios económicos se repartan tan ampliamente como sea posible por toda la comunidad del destino. De esta forma, los beneficios se optimizarán y los residentes prestarán su apoyo al turismo local. Los proyectos turísticos de base comunitaria son una técnica importante para hacer llegar los beneficios a los residentes del área.

Es esencial también que el turismo sea políticamente aceptable sin poner por ello en peligro su sostenibilidad. Si no se cuenta con una voluntad política de turismo sostenible, los planes turísticos basados en principios de sostenibilidad no se convertirán en realidad. La mejor forma de conseguir un turismo sostenible es a través de la planificación, desarrollo y gestión rigurosos del sector turístico.

AGENDA XXI es un programa global de actuaciones adoptado por 182 gobiernos en la “Cumbre de la Tierra” en 1992 sobre importantes cuestiones ambientales y de desarrollo a nivel mundial. Constituye un plan para garantizar el futuro sostenible del planeta. En su marco, la Organización Mundial del Turismo, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo y el Consejo de la Tierra elaboraron el informe *Agenda XXI para la Industria de los Viajes y del Turismo: hacia un desarrollo ambientalmente sostenible*. Este programa formula el papel específico que la industria de los viajes y turismo puede desempeñar para lograr los objetivos de la Agenda XXI. En este informe se declara:

- Los organismos administrativos, las ANT y las asociaciones empresariales representativas tienen como fin primordial la creación de sistemas y procedimientos que integren conceptos de desarrollo sostenible en el eje de su proceso de adopción de decisiones, y la identificación de las actuaciones necesarias para hacer realidad el desarrollo turístico sostenible.
- Las empresas tienen como fin principal la creación de sistemas y procedimientos que incorporen los aspectos del desarrollo sostenible como parte de la función central de gestión, y la identificación de las actuaciones necesarias para hacer realidad un turismo sostenible.

La Agenda XXI para los viajes y el turismo fija campos y actuaciones prioritarios. El Área de Prioridad IV trata de la planificación del desarrollo sostenible del turismo. Dado que las administraciones locales tienen gran parte de las competencias de planificación y desarrollo de atracciones, instalaciones e infraestructura turísticas en sus jurisdicciones, esta prioridad es especialmente pertinente en esta guía. El **Cuadro 5** reproduce las recomendaciones de la Agenda XXI en su Área de Prioridad IV dedicada a la planificación.

El Área de Prioridad VI de la Agenda XXI se ocupa de la participación de todos los sectores de la sociedad en el turismo. También reviste importancia para el desarrollo turístico en zonas concretas. El énfasis en la participación se dirige a la creación de oportunidades para todos los sectores sociales, con igual inclusión de mujeres, jóvenes, personas de edad e indígenas, de forma adecuada a la cultura y formas comunitarias. La Agenda XXI declara además que para lograr la máxima participación de todos los sectores de la sociedad en el turismo se requieren programas de capacitación adecuados. El Anexo 2 identifica y explica las demás áreas de prioridad incluidas en la Agenda XXI para los viajes y el turismo.

NIVELES DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO

La planificación del turismo se realiza a diversos niveles, desde un nivel macro o más general hasta el nivel local o más detallado. Cada nivel exige sus consideraciones específicas. En teoría, primero se elaboran los planes a nivel macro y posteriormente se planifica a nivel local dentro del marco de los niveles más generales. Estos niveles pueden describirse de la forma siguiente:

Nivel internacional

Se ocupa de los servicios de transporte internacional, programación de giras turísticas que incluyen más de un país, desarrollo conjunto de productos (por ejemplo, Ruta de la Seda, Ruta Maya y Proyecto de Ruta de los Esclavos) y a veces comercialización turística conjunta. Las organizaciones turísticas internacionales, como la Organización Mundial del Turismo (OMT) y sus comisiones regionales, formulan políticas y estándares mundiales y regionales de turismo, realizan estudios a nivel mundial y fomentan la colaboración entre países y entre los sectores privado y público. La Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) y la Organización de

CUADRO 5

AGENDA 21 PARA VIAJES Y TURISMO - AREA PRIORITARIA IV: PLANIFICACIÓN DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO

OBJETIVO:

Desarrollar y poner en práctica medidas efectivas de planificación de uso del suelo para optimizar los beneficios ambientales y económicos potenciales de los viajes y del turismo, minimizando al mismo tiempo los posibles daños ambientales o culturales.

El turismo tiene enorme potencial para aportar prosperidad económica y mejorar el medio ambiente en los destinos donde se hace presente. Sin embargo, un turismo mal planificado o gestionado puede causar daños a los mismos recursos de que depende. La degradación ambiental y cultural puede evitarse mediante la adopción y cumplimiento de medidas adecuadas de planificación. Las organizaciones referidas en este capítulo están capacitadas teóricamente para asesorar sobre el desarrollo de tales medidas de planificación y para facilitar el debate con otras partes interesadas con objeto de alcanzar un consenso sobre su puesta en práctica.

En este campo, los ministerios gubernamentales, las ANT y, si existen, las organizaciones profesionales, deberían:

- Colaborar con las autoridades locales y regionales de planificación para incrementar la conciencia sobre los posibles problemas relacionados con la mala planificación y gestión del turismo.
- Asesorar a las autoridades locales sobre los componentes que integran un destino de turismo sostenible ofreciendo directrices, como las contenidas en la publicación de la Organización Mundial del Turismo *Desarrollo Turístico Sostenible: Guía para Planificadores Locales*.
- Guiar el desarrollo turístico en zonas especialmente sensibles o protegidas; en algunos casos, esto puede incluir la recomendación de una evaluación completa de impacto ambiental antes de la decisión de pleno desarrollo o incluso oposición a todo tipo de desarrollo.
- Garantizar que los reglamentos, medidas o directrices de planificación sean practicables y capaces de seguimiento efectivo por medios voluntarios o reglamentarios.
- Colaborar con las autoridades locales y regionales para evaluar la «capacidad» del destino en cuanto a la disponibilidad de recursos críticos (suelo, agua, energía eléctrica, infraestructura, etc.), factores ambientales (salud del ecosistema y biodiversidad) y factores culturales.
- En el área del transporte:
 - Desarrollar y promover sistemas de transporte de costos ajustados, eficientes y menos contaminantes.
 - Colaborar con las autoridades y empresas locales para conseguir un funcionamiento eficiente del transporte público y el mantenimiento de la infraestructura de transportes.
 - Procurar por todos los medios que los nuevos proyectos de turismo estén situados en zonas bien atendidas por transporte público de alta ocupación o donde la creación de estos servicios se incluya como parte de la propuesta de planificación.
 - Colaborar con los departamentos gubernamentales, comunidades y empresas de viajes y turismo para la creación de caminos seguros (bicicletas y caminantes) para residentes y turistas, y para la aplicación de otras medidas que reduzcan la necesidad de uso de vehículos privados a motor para desplazarse dentro del destino de vacaciones y para llegar a él.
 - Procurar una gestión eficiente del transporte, especialmente en lo que se refiere al transporte aéreo y por carretera.
 - Integrar la planificación del transporte y del uso del suelo para reducir la demanda de transporte.
 - Conseguir que el desarrollo costero y el turismo sean complementarios y no contrarios, asesorando sobre la adopción de políticas adecuadas, como la Bandera Azul Mundial, para conservar y mejorar las playas donde se bañan los turistas.
 - Servirse del turismo para el desarrollo socioeconómico y la protección ambiental de zonas sensibles, por ejemplo, zonas costeras, parajes montañosos y enclaves de gran diversidad biológica.

Aviación Civil Internacional (OACI) se ocupan de los estándares del transporte aéreo internacional y cuestiones afines. Las organizaciones regionales de turismo, como Asociación de Viajes de Asia y Pacífico (PATA), Consejo de Turismo del Pacífico Meridional (TCSP), Organización Turística del Caribe (CTO), oficina turística de la Asociación de Naciones de Asia Sudoriental (ASEAN) y Organización Regional de Turismo de África Meridional (RETOSA), formulan programas y políticas regionales y estimulan la cooperación entre sus miembros. Las asociaciones de empresas turísticas, como el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) y la Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IHRA), fijan normas voluntarias y planes de certificación de calidad, y se ocupan de cuestiones de interés comercial relacionadas con sus actividades respectivas.

Nivel nacional

Se ocupa de la política turística nacional, planificación de estructuras, acceso internacional al país y red principal de transportes dentro del país, principales atracciones turísticas, principales programas de giras; asimismo fija las normas de rango nacional para servicios e instalaciones, estándares para la creación, y a veces desarrollo, de institutos de formación y capacitación turística, políticas de inversión y servicios de comercialización e información turísticas de ámbito nacional.

Nivel regional

Con frecuencia de aplicación en comunidades autónomas o provincias, el nivel regional se ocupa de la planificación de estructuras y política turística regionales, programas regionales de giras turísticas, acceso y red de transportes regionales, y a veces de fijar normas de servicios e instalaciones o de formular políticas regionales de inversión y de la comercialización del turismo regional. La iniciativa y la coordinación de programas de formación y capacitación en turismo pueden constituir una función importante a nivel regional.

Nivel local o de comunidad

Este nivel incluye la planificación turística de subregiones, ciudades, pueblos, estaciones, zonas rurales y algunas atracciones. El nivel local o comunitario de la planificación turística se ocupa de los planes integrados de turismo de zona, planes urbanos de turismo, y ordenación del territorio en lo referente a complejos y otras instalaciones y lugares de interés. Los programas de turismo especial, como ecoturismo y turismo de pueblos y rural, se ponen en práctica a nivel local. A este nivel también se da a veces un esfuerzo de formación profesional y capacitación en turismo local, gestión de comercialización turística y servicios de información y otras funciones administrativas.

Nivel de planificación de sitio turístico

Esta planificación se refiere al emplazamiento específico de edificios y estructuras, instalaciones de recreo, conservación y paisajismo, aparcamientos de automóviles y otras dependencias del lugar en desarrollo. La planificación de sitio corresponde al nivel local en función del plan de ordenación del territorio.

Nivel de diseño arquitectónico, paisajístico y de ingeniería

Se trata del nivel más detallado; especifica el diseño preciso de edificios, estructuras, paisaje, otros aspectos del desarrollo del sitio y la ingeniería de edificios y obras de infraestructura. El diseño arquitectónico, paisajístico y de aspectos de ingeniería es competencia local en función del plan del sitio turístico concreto.

La planificación y el desarrollo turísticos deben integrar todos estos niveles de forma que las políticas locales de desarrollo y la planificación se adapten al nivel regional, el nivel regional se adapte al nivel nacional, y el nivel nacional encaje en los programas y políticas internacionales. No obstante, cada nivel debe tomar la iniciativa en el desarrollo de su sector turístico.

Además de los planes integrados de turismo, pueden realizarse estudios especiales sobre determinados aspectos turísticos. Entre estos estudios pueden figurar los análisis de impacto ambiental, sociocultural y económico, los estudios de mercado, de desarrollo de tipos especializados de turismo como turismo marino, de juventud o de salud, estudios de mejora de producto, fomento de la artesanía, turismo de conferencias y congresos, etc.

Esta guía va dirigida al nivel local o comunitario de planificación y desarrollo. Sin embargo, las administraciones locales deben tomar en cuenta los planes y políticas regionales y nacionales en sus actuaciones, de forma que no se produzca duplicación de esfuerzos y que las políticas y planes de los diversos niveles se potencien entre sí.

Cuestiones de interés

EL TURISMO EN SU PROPIA ZONA

1. ¿Existe ya algún desarrollo turístico en su zona? En caso afirmativo, ¿de qué tipo de turismo se trata?
2. ¿Cuántos turistas internacionales visitan el país y la región donde está su zona? ¿Qué importancia tiene el turismo interno en su país y en su región?
3. ¿Cuántos turistas, aproximadamente, visitan su zona?
 ¿De la región a la que pertenece su zona (turistas internos)?
 ¿De otras partes del país (turistas internos)?
 ¿De otros países cercanos (turistas internacionales)?
 ¿De otros países del mundo (turistas internacionales)?
4. De las grandes tendencias turísticas mencionadas en esta sección, ¿cuáles cree que son significativas para los mercados de turismo actuales y potenciales y para el desarrollo turístico de su zona?
5. ¿Ha adoptado su zona políticas para un desarrollo sostenible de cualquier tipo de sector susceptible de desarrollo?
6. ¿Considera el actual tipo de desarrollo económico de su zona sostenible o insostenible?
7. ¿Qué elementos de la Agenda XXI para Viajes y Turismo son aplicables a su zona?
8. Si existe alguna forma de desarrollo turístico en su zona, ¿es sostenible o no sostenible?
9. ¿Qué niveles de planificación turística deben ponerse en práctica en su zona?
10. Además de la planificación, ¿hay algún tipo de estudio especial sobre turismo que considere necesario para su zona?