

**MEMORIA DEL TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**Grado en Turismo**

**LA UNIÓN EUROPEA, EL TURISMO Y LA POLÍTICA TURÍSTICA**

**(The European Union, tourism and tourism policy)**

**Autoras:** Sara González Bello  
Paula Negrín Correa  
Sara Rodríguez Barroso

**Tutor:** Francisco Ortiz Utrillas

**Curso académico 2019-20. Convocatoria de Junio de 2020**

## **RESUMEN:**

El presente trabajo se centra en determinar cómo actúa la Unión Europea en cuanto a la política turística, ya que el turismo es uno de los sectores económicos más importantes de Europa. Esta actividad ofrece una serie de ventajas para la sociedad como, por ejemplo, crecimiento económico, empleabilidad y rentabilidad, pero también es necesario cuidar de los recursos que se ofrecen, para no provocar un grave deterioro o sobreexplotación de los mismos. La realización de esta memoria tiene como objetivo tratar cuestiones como la gestión de la actividad turística por parte de la Unión Europea, la existencia de políticas turísticas o estudiar cómo influyen en el sector turístico los factores de calidad, competitividad y sostenibilidad, ya que son tres aspectos claves dentro del turismo. Para la investigación de este proyecto, se recopiló información de diversas fuentes relacionadas con el turismo, como Hosteltur y la Organización Mundial del Turismo entre otras.

**Palabras clave:** Unión Europea, turismo, política turística, competitividad, calidad y sostenibilidad.

## **ABSTRACT:**

This project focuses on determining how the European Union acts in terms of tourism policy, since tourism is one of the most important economic sectors in Europe. This activity offers a serie of advantages for society, such as economic growth, employability and profitability, but it is also necessary to take care of the resources that are offered, so as not to cause them a serious deterioration or over-exploitation. The purpose of this report is to address issues such as the management of the tourism activity by the European Union, the existence of tourism policies or the study of how factors of quality, competitiveness and sustainability, influence this sector, since they are three key aspects within tourism. For the investigation of this project, information was collected from various sources related to tourism, such as Hosteltur and the World Tourism Organization (UNWTO), among others.

**Key words:** European Union, tourism, tourism policy, competitiveness, quality and sustainability.

## ÍNDICE.

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	OBJETIVOS DEL TRABAJO	4
3.	EL TURISMO EN LA UNIÓN EUROPEA	4
3.1.	LA IMPORTANCIA DEL TURISMO	6
3.2.	CARÁCTER CAMBIANTE Y DINÁMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	7
4.	FACTORES CLAVES DEL TURISMO	8
4.1.	INTERRELACIÓN ENTRE LOS FACTORES: COMPETITIVIDAD, CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD	8
4.2.	LA COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO	9
4.3.	LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO	10
4.3.1.	Beneficios de la calidad en el turismo	10
4.3.2.	Certificación de la calidad	11
4.4.	LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO	11
4.4.1.	LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ONU	14
5.	EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LA UE Y EN EUROPA	16
6.	POLÍTICA TURÍSTICA EN LA UE	21
6.1.	ELABORACIÓN DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS EN LA UE	22
6.1.1.	Cuatro ejes de acción	24
6.2.	OTRAS INICIATIVAS	26
7.	PROBLEMAS ACTUALES Y PREDICCIONES	28
8.	CONCLUSIONES	28
9.	BIBLIOGRAFÍA	30

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y CUADROS

1. Número de empresas, facturación, valor añadido al coste de los factores y personas empleadas, EU-27, 2017 (%).....	6
2. Emisiones de gases de efecto invernadero, análisis por sector, EU-28, 1990 y 2017 (porcentaje total).....	12
3. Objetivos de desarrollo sostenible .....	15
4. Los destinos más visitados por los habitantes de la UE .....	17
5. El origen de los turistas que más visitan la UE .....	17
6. Ingresos en la UE por turismo internacional (millones de euros).....	18
7. Cambio respecto al año anterior de llegadas internacionales a Europa (%).....	18
8. Evolución de la cuota de mercado Internacional en cuanto a llegadas,1999 y 2019 .....	19
9. Evolución de la cuota de mercado por turismo internacional en cuanto a ingresos, 1999 y 2018 ..	20
10. Cuota de mercado (%) de Europa en cuanto a llegadas e ingresos del turismo internacional (2018) .....	20
11. Crecimiento de noches turísticas en alojamientos turísticos de la UE de 2006 a 2016 (%).....	27

## **1. INTRODUCCIÓN**

El siguiente trabajo se centrará en estudiar la relación entre la Unión Europea y el turismo, analizando diversas cuestiones relevantes, como la inexistencia de una política turística europea y los problemas actuales y futuros que pueden afectar al turismo europeo, entre ellos la creciente preocupación sobre su impacto en el medioambiente. En la actualidad, tanto la Unión Europea como sus miembros tratan de crear políticas, criterios y normas que regulen esta actividad dentro del sector servicios en los destinos que la componen, y para ello se centran en términos de competitividad, calidad y sostenibilidad. Además, el turismo es una actividad que afecta directa e indirectamente los ámbitos económico, sociocultural, medioambiental, político y legal de los destinos, así que también analizaremos las estadísticas y datos que nos permitan saber cómo afecta la actividad turística en estos.

## **2. OBJETIVOS DEL TRABAJO**

Este trabajo persigue como objetivo general, analizar la actividad turística dentro del entorno europeo y consecuentemente se estudiarán las repercusiones tanto positivas como negativas del turismo, las regulaciones o programas que permiten llevar un seguimiento y cumplimiento de las normas y directrices relacionadas con esta actividad, así como las tendencias esperadas y la dirección que tomarán los nuevos objetivos propuestos por la Unión Europea, sus miembros y demás organismos competentes.

Para la consecución de este objetivo, el mismo se desglosa en los objetivos específicos siguientes:

1. Obtener los datos, información e informes necesarios y suficientes, para llevar a cabo la investigación y el análisis, mediante un proceso de búsqueda, limpieza y selección de estos en las fuentes de información existentes.
2. Visualizar las estadísticas, indicadores y noticias necesarias para convertir los datos en información valiosa que facilite la comprensión de los estudios realizados.
3. Comunicar la información encontrada de forma elocuente, clara y descriptiva apartado por apartado.

Este trabajo se estructura de la siguiente manera: una aproximación a los términos de Unión Europea y turismo, para luego entender su evolución y dinamismo. Continuaremos con una segunda parte donde se refleja la importancia de los términos competitividad, calidad y sostenibilidad a la hora de tomar decisiones y establecer objetivos por parte de los diferentes organismos, para concluir explicando la materia político-legal en cuanto a la existencia de una política turística europea se refiere. Finalmente, se extraerán conclusiones para evaluar el contenido del trabajo.

## **3. EL TURISMO EN LA UNIÓN EUROPEA**

Para comenzar explicando qué es el turismo, debemos analizar diversas fuentes debido a que todavía hoy en día, a pesar de la relevancia de la actividad turística en todo el mundo, no existe una definición unánime de esta actividad, ni siquiera la de la UNWTO (2008) que según su página web oficial el

turismo es “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”.

Es por ello, como no existe tal definición con unanimidad en cuanto al término, con el tiempo se han elaborado una infinidad de definiciones.

Algunos ejemplos de estas definiciones pueden ser, Hunziker y Krapf en 1942 que definieron al turismo como “un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual, sin que sean motivados por el lucro” (Viloria Cedeño, 2012, p.26).

Asimismo, el economista italiano Alberto Sessa en 1974, haciendo referencia a Hunziker, cuestionó si era necesario el carácter no lucrativo en la noción de turismo y entonces afirmó que: “El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos que resultan del viaje y de la estancia de forasteros en una determinada localidad, siempre que la estancia no determine residencia principal alguna y no esté, en principio, unido a alguna actividad lucrativa” (Ascanio, 2010, p.637).

Un último ejemplo de definición a tener en cuenta sería la de Wahab de 1977, que expresaba que el turismo “una actividad humana intencional entre personas, dentro de un país o incluso más allá de sus límites geográficos. Este implica el desplazamiento temporal de personas de una región a otra, o a un país o incluso un continente, con el objetivo de satisfacer necesidades y no de realizar actividades remuneradas”. (Panosso Netto, 2009, p.45).

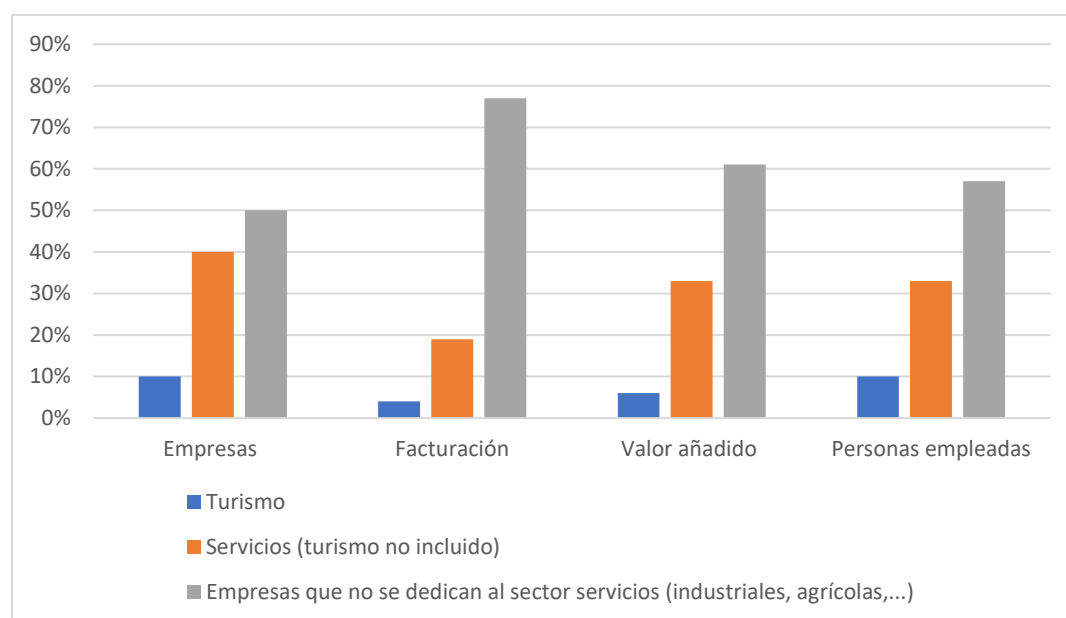
Aunque la actividad turística parece pertenecer a un sector que queda fácilmente determinado, este sector turístico abarca muchas actividades, las cuales han aumentado con el tiempo, el número de agentes, empresas y ámbitos que se ven involucrados en el turismo es muy alto. En la actualidad hay que incluir otros tipos de modelos y nuevas concepciones que van surgiendo en cuanto a transportes, alojamientos y actividades se refiere (por ejemplo, a las personas que comparten sus casas con turistas o los llevan de excursión), aunque en un principio los taxis, aviones, hoteles y operadores turísticos, entre otros, eran quienes conformaban básicamente este fenómeno.

La Organización Mundial del Turismo (2019) establece que “La cadena de valor del turismo es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo. Entre las actividades de apoyo se incluyen el transporte y la infraestructura, el desarrollo de recursos humanos, el desarrollo de tecnologías y sistemas y otros bienes y servicios complementarios que pueden no estar relacionados con la esencia del negocio turístico, pero repercuten de manera importante en el valor del turismo” (p.21).

### 3.1. LA IMPORTANCIA DEL TURISMO

En la Unión Europea, el turismo es la tercera actividad socioeconómica más importante, precedida por el comercio y distribución y la construcción, ya que genera más de un 5% del PIB según las estadísticas. La UE cuenta con alrededor de 2 millones de empresas, dedicadas principal o parcialmente al turismo, éstas son en su mayoría PYMES y ocupan un 5,2% de la mano de obra total, dato que demuestra que el turismo es uno de los principales generadores de riqueza y empleo - Juul, M. (2015). Esto también supone desde el punto de vista económico la creación de bienes y servicios, la generación de ingresos y el mantenimiento de la balanza de pagos. Además, impulsa el desarrollo de las regiones debido a la creación de empleo particularmente a los jóvenes, por ello desempeña un papel fundamental en las regiones europeas en este aspecto, pero especialmente en las regiones más desfavorecidas. Incluso está demostrado que, si se consigue un desarrollo sostenible, se ayudará a preservar el patrimonio cultural y natural. En definitiva, la UE es bastante dependiente del turismo, esto si interpretamos la dependencia como el nivel de relevancia que supone este sector para la economía de la Unión.

#### 1. Número de empresas, facturación, valor añadido al coste de los factores y personas empleadas, EU-27, 2017 (%)



Fuente: Eurostat, extraídos en mayo de 2020. Elaboración propia.

La actividad turística pertenece al sector terciario y sirve además de medio o herramienta para que los países que componen la UE puedan proyectar su imagen de destino, es decir, dar a conocer su patrimonio tanto tangible como intangible, como, por ejemplo, su patrimonio cultural, natural, histórico, artístico, entre otros, además de sus tradiciones, estilos de vida, valores, creencias y costumbres. Todos estos elementos se tienen en cuenta dado que se consideran también posibles recursos de explotación turística que contribuyen a su vez a los diversos tipos de crecimiento del destino.

### 3.2. CARÁCTER CAMBIANTE Y DINÁMICO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Ciertamente, el turismo se presenta como una actividad repleta tanto de riesgos como de oportunidades, la idea de que pertenezca a un sector constantemente cambiante, con numerosas corrientes e influencias, hace que sea una actividad en la que es obligatorio tener la capacidad de adaptarse a los cambios del entorno para poder subsistir y continuar siendo exitosa. Este hecho condiciona especialmente a las PYMES, pues hace más difícil su integración, ya que como disponen de menos recursos que una gran empresa su margen de acción es menor y no pueden afrontar las amenazas o cambios externos con la misma facilidad.

Existen determinados factores que pueden repercutir en las necesidades y preferencias de los futuros turistas y por lo tanto son los causantes del entorno cambiante.

En primer lugar, el envejecimiento de la población supone una presión mayor en las pensiones, lo que puede reducir los ingresos disponibles para viajes y actividades de ocio o aumentar el número de turistas de la tercera edad. Además, este grupo de la población tiene una mayor necesidad de comodidad y facilidades. Por otro lado, están los cambios en las estructuras familiares (familias monoparentales, familias mixtas, etc.), también serán determinantes para el sector turístico, pues se tendrá que renovar la concepción de familia para así adaptar nuestras ofertas a las necesidades que pueden poseer los distintos tipos de familia.

Ocurre lo mismo con la tendencia creciente de viajes en solitario, de personas LGTB, personas preocupadas por la sostenibilidad, etc. Además, de acuerdo con el un informe de 2014 de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD) las personas hacen cada vez más viajes por su cuenta guiándose por comentarios de conocidos u otros viajeros que los publican en Internet. (OCDE, 2014). En la última década se ha aumentado también la preocupación por los términos: Gentrificación, Turismo-fobia, y el "Overtourism". Asimismo, también se ha incrementado el interés de los turistas por todo lo sostenible, incluido por un turismo respetuoso con el medio ambiente, lo cual hace que los agentes del sector vayan adaptando poco a poco sus instalaciones y ofertas a esta nueva tendencia.

Otro factor muy importante es la competencia de otros destinos, pues, aunque la OMT asegura que la Unión Europea se mantendrá en el primer puesto por al menos una década más, también prevén que nuestra cuota de mercado de turismo internacional se reduzca hasta llegar a un 41%. (Parlamento Europeo, 2017). Para hacerle frente a esta competencia los destinos de la UE deberán mejorar la calidad de sus productos y servicios, o crear otros que estén a la altura para así añadir variedad y poder mantener la cuota de mercado. Del mismo modo tienen que mantenerse al día con los avances tecnológicos tanto por el gran incremento de su uso en el sector, como porque estos les permitirán tener más y mejor información, ser más precisos, más sostenibles, etc. aunque las tecnologías no sólo son ventajas ya que por ejemplos en las redes es más difícil controlar si la ley está siendo cumplida y cometer fraude.

Por otro lado, antes de que ocurriera la crisis de la Covid 19, se esperaba que en los próximos años el transporte aéreo siguiese aumentando junto con el turismo, pero siendo este crecimiento más lento. Asimismo, cabe destacar otros aspectos que influyen en las previsiones del aumento del turismo,



como las políticas de visado, la aparición de posibles guerras y conflictos, crisis económicas, catástrofes naturales o incluso los brotes de enfermedades contagiosas o mortales, aspectos a los cuales el turismo es muy susceptible. Dos casos muy relevantes en los que el mundo se ha visto influenciado por algunos de estos casos fueron, la crisis económica del 2008 o la actual pandemia de la Covid-19, la cual nombraremos más adelante. Precisamente un informe de 2019 de la OCDE señala que las personas tras la crisis económica se han fijado más en los precios, el cual es un gran determinante a la hora de elegir entre una opción u otra. Ahora tras la pandemia es probable que no sólo se incremente la atención a los precios sino también a las condiciones de higiene. (Parlamento Europeo, 2019)

#### **4. FACTORES CLAVES DEL TURISMO**

Una vez hemos comentado la importancia del turismo en la Unión Europea y del aspecto cambiante del mismo, queremos hacer hincapié en una serie de factores claves para el turismo que se suelen tener en cuenta desde el punto de vista político, económico y social. Estos tres factores a los que nos referimos son: la competitividad, la calidad y la sostenibilidad.

Tanto en los ejes de acción propuestos por la UE como en las bases para la creación de una política europea turística hemos podido observar que es de vital importancia la estimulación de la competitividad, el seguimiento y alcance de la calidad de los productos y servicios ofrecidos, además del desarrollo de prácticas sostenibles, cuidado de la imagen y responsabilidad social (tema que desarrollaremos más profundamente más adelante en términos políticos).

Es por ello por lo que estableceremos una serie de puntos más específicos donde se explique la importancia de cada factor de cara a la actividad turística y a su vez, la interrelación entre éstos.

##### **4.1. INTERRELACIÓN ENTRE LOS FACTORES: COMPETITIVIDAD, CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD**

En términos económicos se entiende la competitividad como la capacidad para competir en los mercados de bienes y servicios, y precisamente partiendo de la idea de competir, es necesario ofrecer unos productos y servicios adecuados a las peticiones y preferencias de la demanda cumpliendo con unos estándares de calidad. A su vez, el comercio llevado a cabo en los mercados para satisfacer a dicha demanda causa unas repercusiones con efectos actuales y futuros, sociales y medioambientales que producen preocupación desde el punto de vista sostenible (Pecina Rivas, 2011, p.51).

De acuerdo con una publicación de la OMT (2015) la sostenibilidad es un término que ha adoptado cada vez más fuerza e importancia, ya no sólo en el mundo de los negocios sino en la sociedad al completo. La sostenibilidad puede relacionarse como un atributo de la calidad, estos dos factores comparten los mismos principios, pues el turismo utiliza recursos finitos susceptibles a la pérdida y el deterioro. Los turistas pueden perder el interés en estos recursos si resultan dañados o deteriorados, puesto que el principal atractivo de un destino es su propio entorno y su patrimonio. Por ello la sostenibilidad es un componente de calidad en el turismo y al mismo tiempo garantiza la subsistencia de este.

Al mismo tiempo en esta misma publicación de la OMT (2015) aparece que la calidad turística funciona como factor de competitividad, hoy en día es importante que una empresa invierta en calidad para ser más competitiva porque, aunque a corto plazo parezca que requiere de muchos costes y esfuerzos, podremos ver a largo plazo que es rentable y necesario. Tanto la calidad como la sostenibilidad son valores añadidos en los productos y servicios turísticos que ofrecen las empresas y estos valores contribuyen a que éstas sean más competitivas. Además, la mejora en calidad y sostenibilidad debe ser continua para que estas se conviertan en estrategias de competitividad y éxito.

En definitiva, además de tener en cuenta la sostenibilidad desde el punto de vista socialmente responsable y medioambientalmente necesario, dicho término también impulsa al sector turístico a innovar sus productos y servicios y a su vez aumentar su calidad. Por lo tanto, debido a su valor incrementado, el sector gozará de una mayor competitividad.

#### **4.2. LA COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO**

La competitividad en el sector turístico puede definirse como “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición en el mercado respecto a sus competidores” (Hassan, 2000, p.239-240). De este modo, la Unión Europea cuenta con cinco grandes factores para tener en cuenta: políticos, económicos, medioambientales, sociales y tecnológico, que se diferencian según los subsectores del turismo como el alojamiento, el transporte, atracciones turísticas, etc. Además, la UE apuesta por aumentar el intercambio de información y cooperación para mejorar su competitividad y calidad.

La Unión Europea insiste acerca de un sistema de aplicación voluntaria para las empresas que permita comparar la calidad que estas ofrecen para así poder incrementar la competitividad y la calidad del sector turístico europeo. A su vez, permite fortalecer la imagen de Europa como conjunto de destinos atractivos y diferentes. De este modo, se desata una de las principales inquietudes españolas, la importancia del sector turístico para la economía de Europa, ya que no hay una política común europea en este sector.

Por un lado, la Comisión Europea (2010) reconoce que la competitividad en el sector turístico es un aspecto que se debe reforzar al igual que su capacidad para crecer sosteniblemente, ya que, aunque el principal destino turístico elegido por parte de los residentes europeos es dentro de Europa, la posición que esta tiene como destino a nivel internacional ha disminuido ligeramente en los últimos años. Pero, a pesar de que la UE pierda peso como destino turístico y cuente con competencia que llega de países emergentes que están desarrollando su propia industria turística, cabe destacar que Europa es un destino tradicional líder en el mercado y que el número de turistas que recibe al año aumenta de forma continuada.

Por otro lado, el Consejo de la UE ha adoptado una serie de conclusiones sobre la competitividad del sector turístico como motor de crecimiento sostenible, empleo y la cohesión social para el próximo decenio. Dichas propuestas buscan que la industria turística de la Unión Europea aborde aspectos como la digitalización, la sostenibilidad y las competencias sectoriales específicas, además de señalar las formas de aprovechar las nuevas oportunidades. Se deben de tener en cuenta estos nuevos retos, sobre todo, a la hora de llevar a cabo estrategias de turismo tanto nacionales como regionales y

locales, promoviendo las políticas turísticas más pertinentes en materia de turismo desde la perspectiva del año 2030 responsables con el medio ambiente y con una visión de futuro que alcance una posición de liderazgo mundial de la UE en este sector.

### **4.3. LA CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO**

En primer lugar para poder entender la importancia de la calidad en el turismo hay que saber y comprender su definición, que según la OMT (2019), es "el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los/las consumidores/as respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural" (p.23).

En la definición podemos observar que al igual que el turismo, el término de calidad abarca muchos aspectos distintos. Es necesario que todo el proceso de creación de un servicio y los componentes involucrados sean de calidad para que el producto final también disponga de ella y así poder ofrecer unos servicios que superen las expectativas de los visitantes, algo imprescindible para tener éxito en la actividad realizada. Esto no es algo que ocurra sólo en turismo, sino que la calidad es algo que cualquier empresa y negocio aspira conseguir, pues el objetivo principal hoy en día es captar y fidelizar a los clientes, por eso la atención constante y personalizada es cada vez más importante.

#### **4.3.1. Beneficios de la calidad en el turismo**

De acuerdo con la OMT (2015) la calidad implica una serie de beneficios para el turista, la empresa y el destino, estos se exponen a continuación:

A) Beneficios de la calidad para el turista:

1. El producto se adecua a sus necesidades y deseos, además actualmente el objetivo de los negocios no es solo la satisfacción sino la superación de las expectativas.
2. Disminución de la incertidumbre a la hora de viajar o contratar un servicio.
3. El cliente tendrá confianza en los proveedores pues la calidad es como la garantía de profesionalidad y de un buen servicio postventa.

B) Beneficios de la calidad para la empresa:

Si el funcionamiento es de calidad la empresa será capaz de producir servicios que se adecuen mejor a las demandas de los clientes, por lo tanto, este servicio recibirá una mayor aceptación en el mercado, aumentando las ventas, diferenciándolos de la competencia y fidelizando a sus clientes. Además, al estar produciendo servicios de calidad y aumentar su demanda, también se puede aumentar el precio de estos.

C) Beneficios de la calidad para el destino:

- 1º Mejoran la imagen del destino y por lo tanto su posicionamiento en el mercado frente a sus competidores.
- 2º Gracias a esta mejora tienen más poder de negociación con los operadores.
- 3º Las empresas dentro del destino se involucran más y su esfuerzo cohesionado reforzará el tejido empresarial.
- 4º Habrá cambios claves en la gestión y planificación.
- 5º La población local se verá beneficiada.

#### **4.3.2. Certificación de la calidad**

Conforme a un documento de la OMT (2015), la certificación de la calidad es una herramienta complementaria y normalmente voluntaria, que declara que la empresa cumple con unos determinados estándares de calidad. Para obtenerla, la empresa o destino debe solicitar a una entidad acreditada que verifique si cumple con dichos estándares y entonces se le será entregada. Esta sirve principalmente como medida de promoción y por lo tanto funciona como una ventaja competitiva.

Un ejemplo de certificación a nivel nacional es el de la organización ICTE en España, país perteneciente a la UE, que ha creado la denominada “Marca Q”. Otro ejemplo podría ser el modelo SERVQUAL (Gadotti dos Anjos & França de Abreu, 2009) que mide la calidad de un servicio como si fuese la suma de cinco dimensiones: el componente físico, la conformidad o seguridad, la capacidad de respuesta, la fiabilidad y la empatía o atención individualizada al cliente. Esto lo hace a través de una ecuación compuesta de estos cinco elementos.

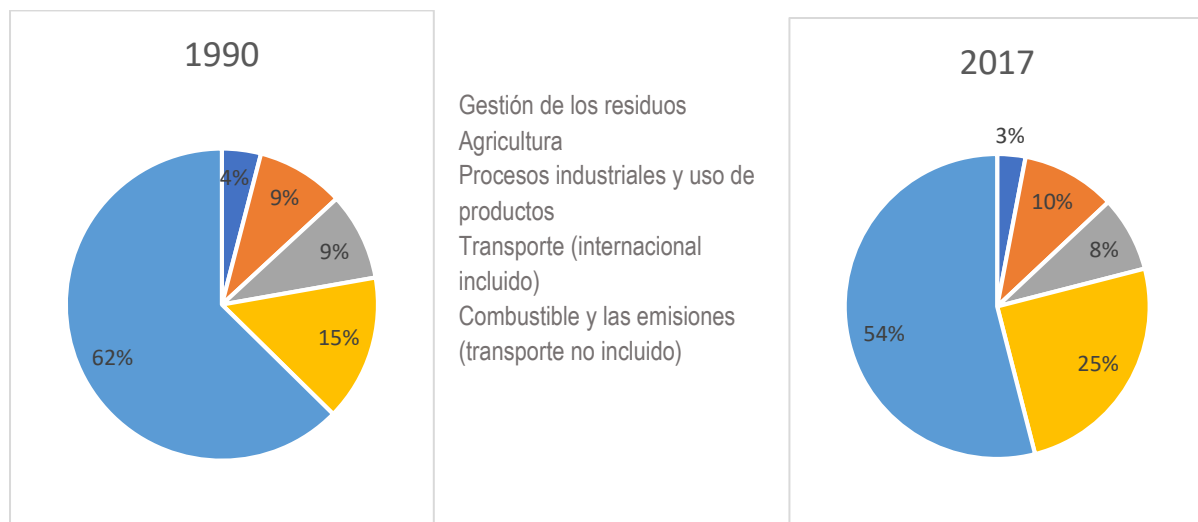
Además de la certificación individualizada también se puede conseguir que un territorio cumpla con ciertos requisitos de calidad por medio de la regulación de la ley, es el caso de los principios de calidad adoptados en el comunicado de prensa de la Comisión del 20 de febrero de 2014 (Comisión Europea, 2014).

#### **4.4. LA SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO**

Según el World Travel and Tourism Council (2020), el turismo representa el 10% de la economía mundial y, en los últimos años su crecimiento se ha disparado, pero, sin embargo, esta masificación turística generó efectos negativos que dieron paso a un debate sobre los efectos negativos que se producen y cómo aplicar mayor sostenibilidad al modelo turístico. El turismo masivo comenzó a tener consecuencias negativas en ecosistemas locales con la llegada de grandes cantidades de personas, este hecho afecta tanto a los recursos naturales, como también a la cultura y a la población local. Los residentes del destino son testigos de cómo se transforma su paisaje, de cómo se alteran los ritmos cotidianos de su lugar, la rápida desaparición de los comercios tradicionales, además de la incontrolable alza de los precios, por lo que no ven muy claras las ventajas que el turismo les reporta.

Debido a esta serie de preocupaciones, la UE ha puesto en marcha varias políticas turísticas ambiciosas y ha apoyado el acuerdo de París sobre el cambio climático (Comisión Europea, 2019). Uno de los objetivos aprobados en este acuerdo fue la reducción de las emisiones de CO2 en un 40% en 2030, esto en comparación con los niveles de 1990. Uno de los mayores productores de CO2 es el transporte, siendo este el responsable de un 27% de las emisiones de gases de efecto invernadero en la UE, factor en el que interviene el turismo pues una herramienta fundamental para el desempeño de la actividad es el uso de transportes. Precisamente el transporte turístico supone un 3,7% de las emisiones de gases de efecto invernadero mundiales.

## 2. Emisiones de gases de efecto invernadero, análisis por sector, EU-28, 1990 y 2017 (porcentaje total)



Fuente: Eurostat, extraídos en mayo de 2020. Elaboración propia.

Existen otros factores que influyen en el cambio climático como puede ser la subida del nivel del mar, que podría sumergir a islas pequeñas y regiones costeras. La desertización, la deforestación y el daño a la biodiversidad podrían hacer menos atractivos algunos destinos, además de la pérdida de la capa de nieve podría provocar un descenso del turismo de invierno. De este modo, la sostenibilidad deberá ser transversal a toda la industria y estar presente en todos los modelos turísticos, desde el turismo rural hasta el turismo de congresos.

El sector turístico lucha contra un gran dilema desde hace tiempo y es mejorar su oferta reduciendo su impacto, es decir, alcanzar un desarrollo mucho más sostenible. Para hacernos una idea de qué se quiere conseguir con estos cambios enfocados a la sostenibilidad, primero debemos saber que es el turismo sostenible. De acuerdo con la OMT (2005) es “el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (p.8). Sin embargo, la definición que es más conocida es la del desarrollo sostenible escrita en el Informe de la UN (1987) sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Informe Brundtland) y dice lo siguiente “desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (p.16).

Por otro lado, el turismo sostenible pretende equilibrar la relación entre turistas y residentes, además de potenciar el respeto entre la actividad comercial y el medioambiente en el que nos rodeamos, y también dotar a la comunidad de la mayor calidad de vida posible. Así, coincidiendo con la OMT (1999) hay que mantener un equilibrio entre los que se consideran los tres pilares de la sostenibilidad. Estos serían los siguientes:

- a) Sostenibilidad ambiental: es necesario proteger la naturaleza y conservar los recursos, es decir sacarles provecho sin agotarlos, destruirlos o estropearlos. No sólo porque la actividad turística no sería posible si no se dispone de recursos, sino que también se vería afectada la vida de la población local. Por ello es importante que el desarrollo del turismo sea sostenible.
- b) Sostenibilidad económica: hay que asegurar que el turismo provee de beneficios a todas las empresas implicadas y en especial a la población local para así reducir la pobreza, en definitiva, es asegurar la recepción de ingresos y la creación de empleo.
- c) Sostenibilidad sociocultural: se debe evitar la aculturación y mantener todos los recursos culturales propios del lugar, además de fomentar la tolerancia entre la sociedad visitante y la anfitriona. Para esto debe tenerse en cuenta los valores y tradiciones y mantener un equilibrio social.

El turismo afronta en la actualidad nuevos retos y grandes cambios sociales, que requieren una nueva visión y adopción de nuevas fórmulas que permitirán que este sector incremente sus resultados, por lo que es imprescindible que el turismo que se desarrolle en la UE sea sostenible. Para ello, el Gobierno de España (2019), a través de la Secretaría de Estado de Turismo, está elaborando la Estrategia de Turismo Sostenible 2030, para afrontar los retos del sector en el medio y largo plazo impulsando los tres pilares fundamentales de la sostenibilidad: socioeconómica, medioambiental y territorial.

Los líderes mundiales adoptaron un plan de acción para transformar el mundo a través de La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que fija un conjunto de objetivos de desarrollo sostenible. Este plan contribuye a un cambio que aborda los aspectos económicos, sociales y medioambientales de manera universal e integrada. Europa debe predicar con el ejemplo para que se respete plenamente y se aplique la Agenda 2030 de las Naciones Unidas en todo el mundo.

Los ámbitos de acción esenciales para llevar a cabo este giro histórico hacia un desarrollo sostenible en la UE a fin de optimizar los beneficios para la sociedad son:

- 1º Una transición justa hacia una economía hipo carbónica, circular y eficiente en el uso de los recursos.
- 2º Una transición hacia una sociedad y una economía inclusivas desde el punto de vista social en las que se respeten el trabajo decente y los derechos humanos.
- 3º Una transición hacia una producción y un consumo de alimentos sostenibles.

4° Una inversión en innovación, modernización de las infraestructuras a largo plazo y fomento de las empresas sostenibles.

5° Un comercio que impulse el desarrollo sostenible mundial.

Muchas veces los destinos turísticos afrontan retos causados por el estilo de vida insostenible de la humanidad, especialmente en sectores como el turístico. Algunos de estos retos son las sequías provocadas por el cambio climático y la escasez de agua, los plásticos en los mares, la acumulación de basura y, sobre todo, la turismo-fobia (es necesario frenar los ataques contra los turistas que viajan de forma tranquila a un destino), es por ello por lo que estos problemas deberán de resolverse a través de nuevos modelos de gestión y tecnologías. En consecuencia, de estos retos, la Unión Europea dio a conocer algunos de los proyectos que tienen planeado llevar a cabo en la zona del Mediterráneo como Castwater, Consumeless Med, Blue Islands, Bluemed, Coasting, Inherit o Alter Eco en la convención de Turismo Sostenible, celebrada en Barcelona (Hosteltur, 2019). Todos ellos han sido planteados con el objetivo de solventar distintos problemas de sostenibilidad por los que el Mediterráneo se está viendo afectado, lo que incluye, por consiguiente, establecer las debidas medidas y soluciones necesarias.

Por una parte, se propone reducir en los destinos turísticos el consumo del agua y energía y la producción de residuos, especialmente en aquellos en los que los niveles residuos y de consumo de recursos sean elevados. Para solventar estos hechos se tienen que mejorar las técnicas de gestión de los recursos, además de concienciar tanto a la población como a los visitantes, porque ninguna medida será eficaz si ellos mismos no toman parte.

Por otro lado, estos destinos cuentan también con distintos desafíos causados por su ubicación. En primer lugar, deben promover prácticas de turismo sostenible en aquellos lugares donde sus principales actividades tengan lugar en el mar (el buceo o los museos submarinos), ya que es necesario proteger su patrimonio y sus recursos naturales. En este sentido las costas también se han visto perjudicadas por la expansión urbanística y por el deterioro causado por el turismo y para poder frenar estos efectos negativos se requiere de una mejor gestión del territorio y de la restauración de instalaciones y edificios.

Algunas soluciones adicionales mediante las cuales se pueden controlar muchos de estos impactos son, por ejemplo: la creación de una red de áreas protegidas para dichos lugares, o la desestacionalización con el fin de disminuir la concentración de actividades y personas, es decir, reducir la carga turística.

#### **4.4.1. LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA ONU**

La UE ha sido partícipe en las asambleas generales de las Naciones Unidas (ONU) desde 1974 y ambos comparten valores y objetivos. Consecuentemente, la UE es partícipe de muchos de los programas, planes y estrategias sostenibles que se llevan a cabo en la ONU. (Consejo de la Unión Europea, 2019).

Uno de los programas más destacables en cuanto a la sostenibilidad es el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo) cuyo objetivo es que 170 países consigan alcanzar los Objetivos

de Desarrollo Sostenible (ODS), en inglés Sustainable Development Goals (SDGs), y esto lo hacen proponiendo a los distintos territorios soluciones adaptadas a sus circunstancias.

Una de las últimas actividades del PNUD está basada en colaborar con el Grupo de desarrollo de las Naciones Unidas, traducido del inglés United Nations Development Program (UNDG) en una estrategia que han denominado MAPS, cuyas siglas provienen de las palabras transversalización, aceleración y apoyo a las políticas (traducido del inglés), con el fin de que los países logren alcanzar los ODS y así llevar a cabo la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Estos están compuestos por un conjunto de metas y objetivos sociales, económicos y ambientales interconectados (Gracia de Rentería, Ballesteros Olza y Pérez Zabaleta, 2019).

La imagen que se contempla es el símbolo de los ODS, en él se encuentran todos los objetivos escritos que persiguen el desarrollo sostenible no sólo en el ámbito del turismo sino también para la sociedad mundial con el propósito de aspirar a un futuro mejor. Estos objetivos que podemos observar a continuación tienen el objetivo conjuntamente de mejorar la calidad de vida mundial.

Desde el punto de vista turístico, este sector puede ser una clave para contribuir con estos objetivos, por ejemplo, se necesita cuidar el medio natural para poder ofrecerlo como recurso turístico, y a su vez contar con una buena educación para crear profesionales cualificados que aseguren la seguridad de estos espacios, de sus habitantes y visitantes en los distintos países, o seguir luchando contra el cambio climático (Azcárate, Benayas, Nerilli, & Justel, 2019).

### 3. Objetivos de desarrollo sostenible



Fuente: Infografía de la UNWTO, extraída en mayo de 2020.



## 5. EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN LA UE Y EN EUROPA

El turismo ha experimentado contextos diferentes a lo largo de la historia, se ha encontrado en momentos de auge y otros de decadencia, por ello el sector turístico europeo debe establecer una serie de criterios, objetivos y prioridades para mantener este sector a salvo y que esta actividad continúe siendo exitosa. En este proceso es de vital importancia que todos los agentes implicados unan sus fuerzas sobre todo en momentos de declive.

En cuanto a la UE como destino, se puede decir que es un conjunto de destinos que gracias a la colaboración de todos sus países miembros tiene varias ventajas. Estas ventajas son sus infraestructuras, su diversidad de cultura en un espacio relativamente pequeño y la facilidad de movilidad gracias al tratado de Schengen. Además, en este espacio se pueden encontrar una gran variedad de modelos de turismo, entre ellos algunos de los más comunes serían el cultural, el gastronómico, el de sol y playa y el de montaña. Gracias a todo esto la UE ha conseguido ser líder en cuanto a turismo, el cual es clave para la creación de empleo, el crecimiento económico y la cohesión socioeconómica. Es además clave para la recuperación económica, incluso en casos en los que la actividad turística se vea afectada negativamente.

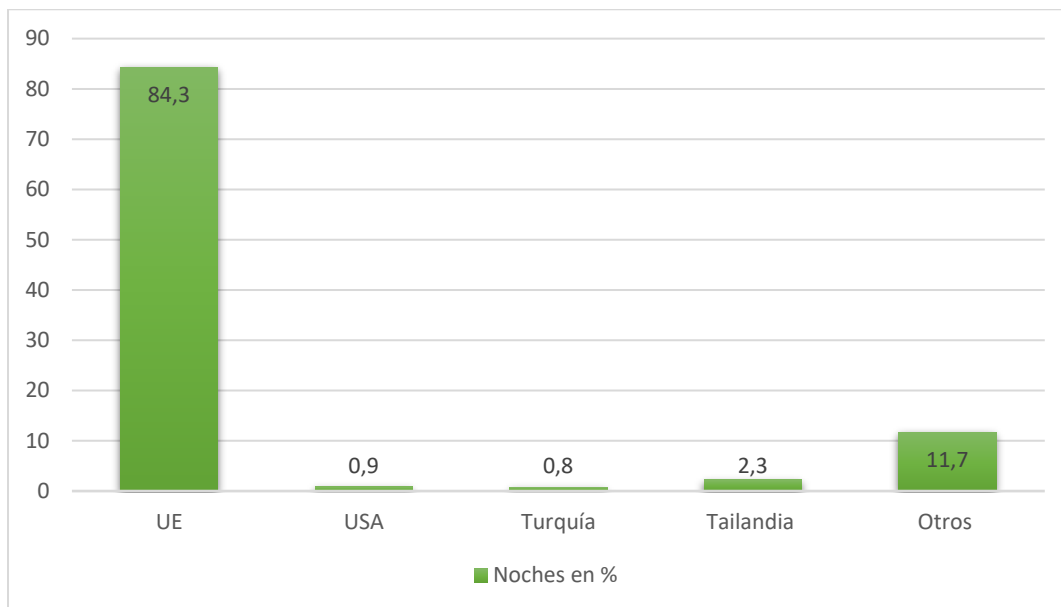
A través de las estadísticas y las diversas cifras disponibles, se puede observar y valorar la situación actual del turismo, los cambios que ha experimentado en estos años y como los distintos eventos le han ido influyendo, hasta llegar hasta donde está hoy.

Los datos sobre el turismo en la Unión Europea son definitivamente más escasos y desactualizados que los datos de Europa recopilados por la UNWTO, que se especializa en turismo y dedica más esfuerzo a recopilar datos sobre el tema. Tal es así que incluso uno de los proyectos más detallados sobre el turismo en la Unión Europea fue fruto de la colaboración de ambos organismos. A pesar de la escasa y desactualizada información sobre la UE, podremos observar una serie de datos y gráficas sobre Europa, con el fin de hacernos una mejor idea de la evolución del turismo en el territorio.

De acuerdo con la OMT en 2016 la Unión Europea registró un total de 500 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que sería un 40% del total mundial, teniendo en cuenta que los contabiliza de acuerdo con las noches que pasan los turistas en los alojamientos del destino. Traducido en ganancias, recibió un total 342 mil millones de euros, lo que sería el 31% de los ingresos mundiales por turismo (Hosteltur, 2018).

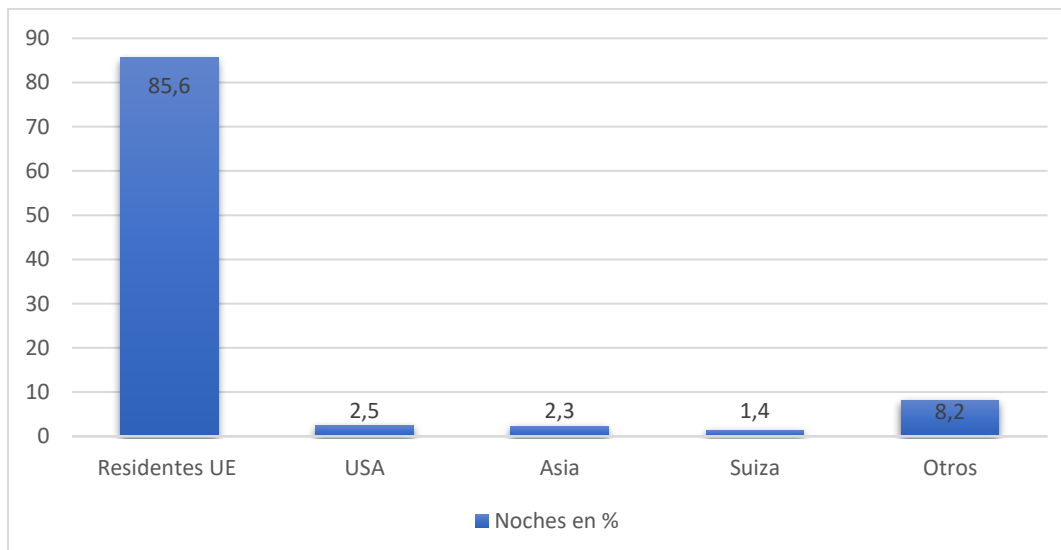
En las gráficas a continuación podemos observar cuales son los países que más visitan los habitantes de la UE y de dónde provienen principalmente los turistas que la visitan, ambas nos indican que la mayor parte del turismo que circula en la Unión son los propios habitantes de esta.

#### 4. Los destinos más visitados por los habitantes de la UE



Fuente: Eurostat, extraídos en abril de 2020. Elaboración propia.

#### 5. El origen de los turistas que más visitan la UE



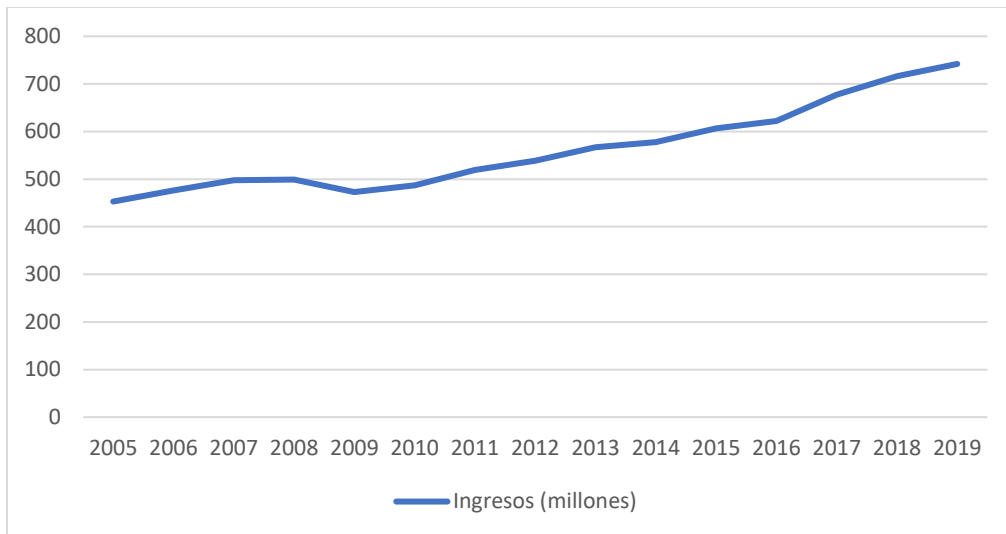
Fuente: Eurostat, extraídos en abril de 2020. Elaboración propia.

Con el fin de poder seguir analizando la evolución del turismo, a continuación, se mostrarán datos sobre la totalidad del territorio europeo.

En la siguiente gráfica sobre los ingresos en Europa por turismo internacional, se puede apreciar una bajada de las cifras que se produjo en el año 2008 debido a la crisis económica, pero también podemos observar cómo se recuperó y se ha ido incrementando progresivamente. Hecho que refleja la capacidad de recuperación del sector y consecuentemente su potencial para ayudar al resto de la economía incluso en situaciones de crisis. El crecimiento de viajes internacionales que se puede

distinguir desde la crisis de 2009 estuvo basado principalmente en el incremento sostenible del turismo, ya que ha sido y es un aspecto esencial en la recuperación económica en varios países de Europa.

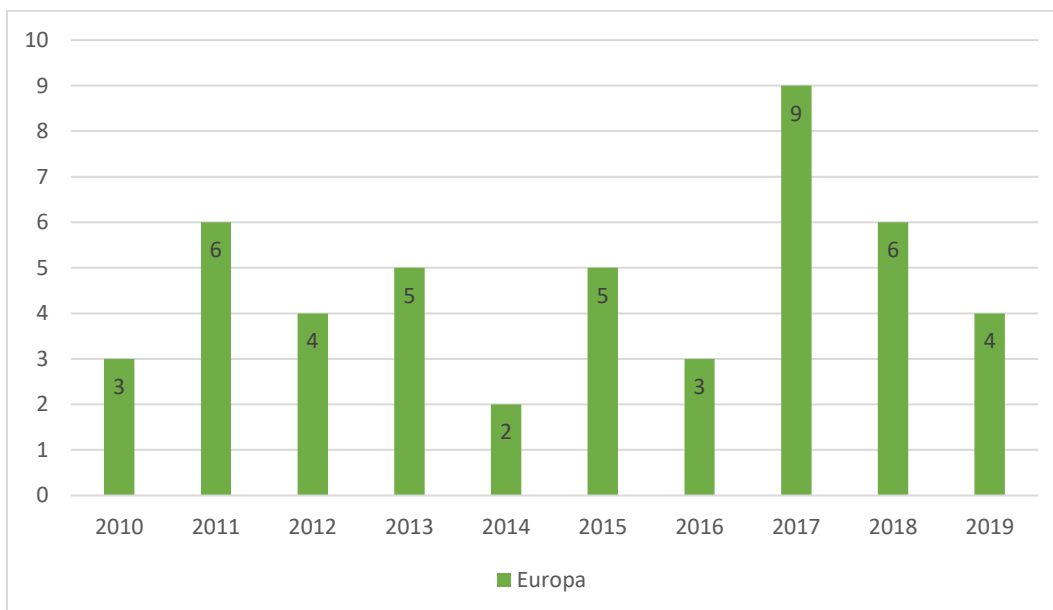
## 6. Ingresos en la UE por turismo internacional (millones de euros)



Fuente: UNWTO, extraídos en marzo de 2020. Elaboración propia.

A pesar de que en la anterior imagen no se percibe una gran diferencia entre un año y otro, a excepción de 2009, en la siguiente gráfica si se puede observar que no todos los años se ha experimentado el mismo crecimiento en el número de llegadas de turistas.

## 7. Cambio respecto al año anterior de llegadas internacionales a Europa (%)

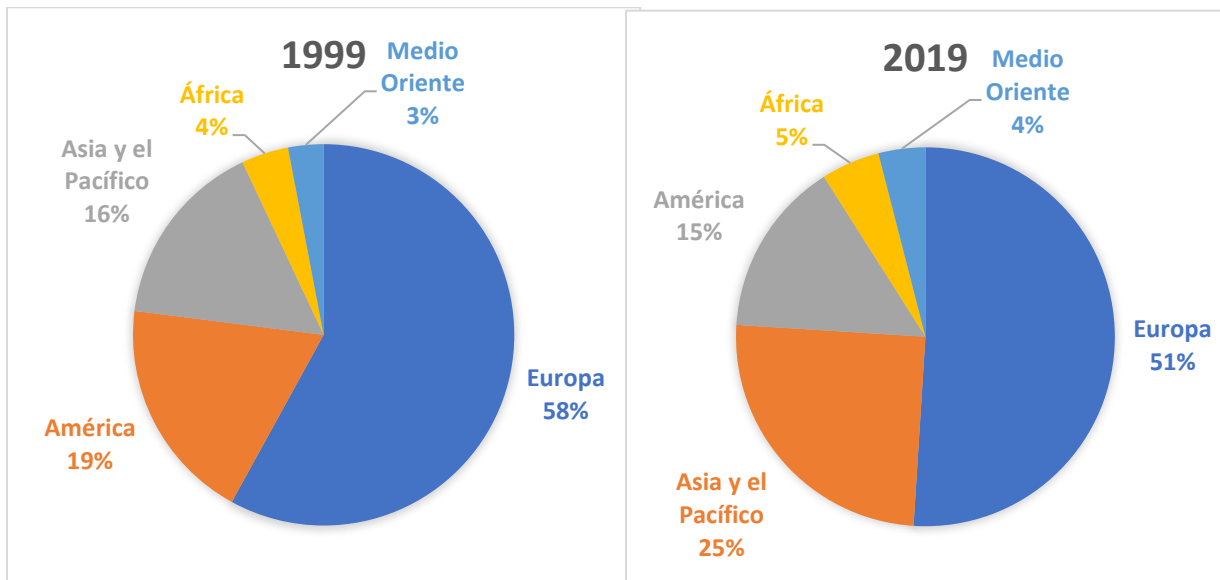


Fuente: UNWTO, extraídos en marzo de 2020. Elaboración propia.

Hace unos años se publicaron estudios que databan hasta dónde llegarían las cifras del turismo, como, por ejemplo, uno de los estudios en la Revista de análisis turístico preveía que en 2020 Europa superaría los 700 millones de turistas internacionales (Morancho, 2009). Años más tarde, antes de lo previsto, en 2018 estas cifras habían sido alcanzadas e incluso superadas a causa del gran crecimiento que vivió el turismo en Europa esos años. Según datos extraídos por la UNWTO (2019) Europa recibió aproximadamente 710 millones de turistas. Lo que sería un 51% del total mundial, como se ve en la gráfica (8).

Aun así, con el tiempo también se preveía que este contexto podría cambiar debido a la amenaza que suponían los destinos emergentes o en desarrollo y por ello, aunque dichos datos parecen ser positivos, si se observan los mismos datos del año 1999 se ve que la cuota de mercado de Europa en cuanto a llegadas turísticas internacionales ha disminuido, que en ese entonces era de un 58%. Esta bajada no es causada por una reducción en el número de turistas, pues cada año recibimos más y más turistas, sino que la cuota de mercado de otros destinos ha aumentado. En este caso, el destino que ha experimentado un mayor crecimiento en estos años ha sido Asia y el Pacífico, pasando de un 16% a un 25% y ocupando el segundo lugar que antes ocupaba América. Esto indica que como bien se preveía, existe la posibilidad de que un día Europa deje de ser el principal destino del turismo internacional.

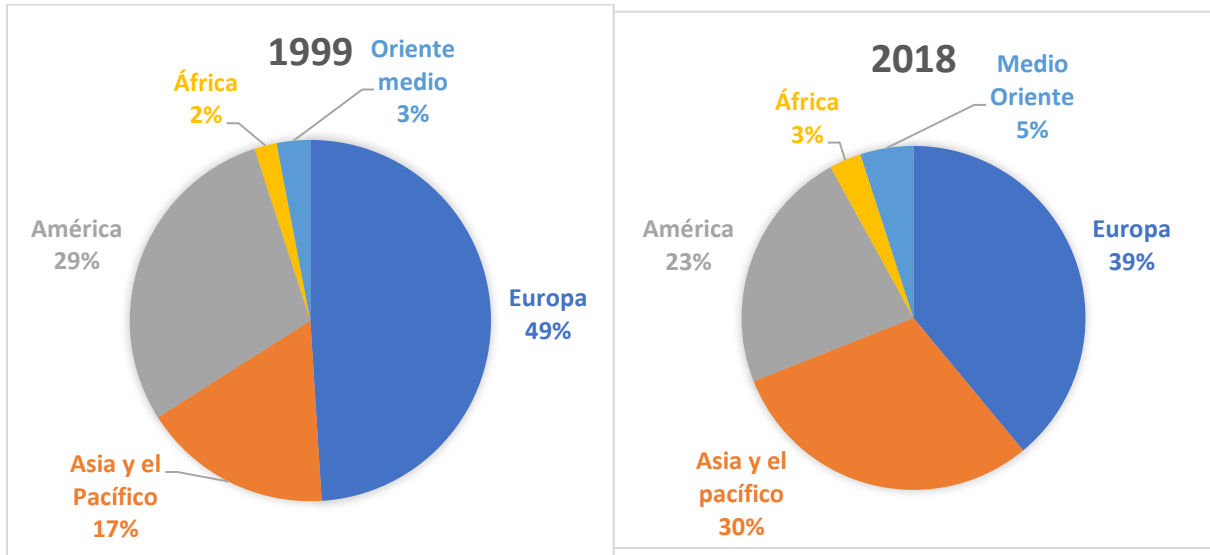
### 8. Evolución de la cuota de mercado Internacional en cuanto a llegadas, 1999 y 2019



Fuente: UNWTO, extraídos en marzo de 2020. Elaboración propia.

Desde el punto de vista de los ingresos, la cuota de mercado de Europa también se ha visto reducida y además esta es menor a la de llegadas. En este caso Asia y el Pacífico ha incrementado su cuota y ha mantenido su segundo puesto durante estos años, seguido por América.

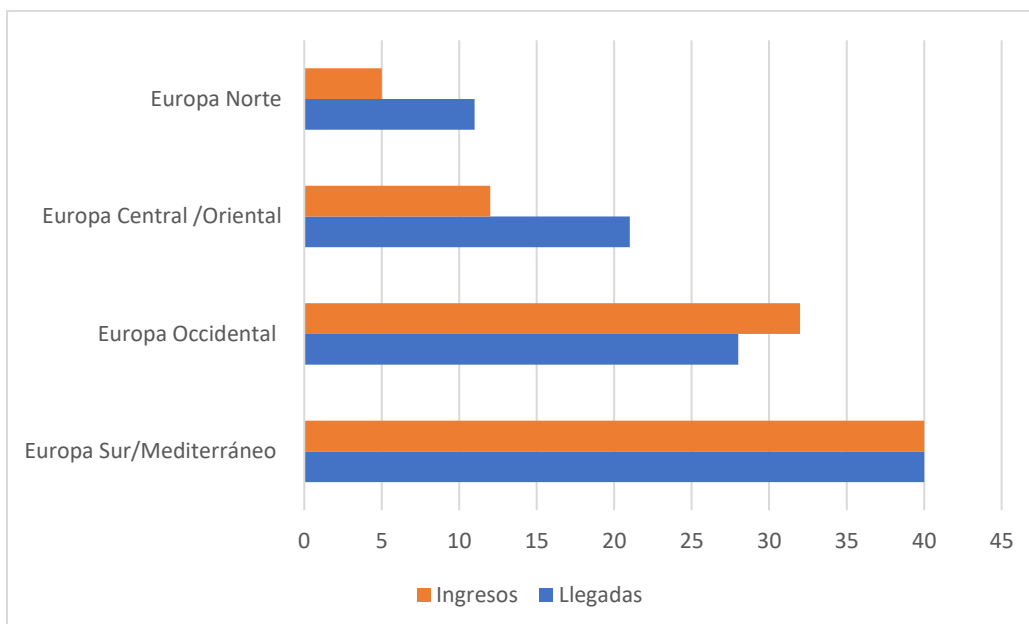
### 9. Evolución de la cuota de mercado por turismo internacional en cuanto a ingresos, 1999 y 2018



Fuente: UNWTO, extraídos en marzo de 2020. Elaboración propia.

Si reducimos el territorio y nos centramos en las cuotas de llegadas e ingresos por turismo internacional del continente europeo, vemos que predominan tanto en llegadas como en ingresos la zona mediterránea y el sur de Europa, es decir, son quienes reciben un mayor número de turistas. Esto no significa que el resto del país no cuente con unas buenas cifras en cuanto a turismo se refiere, sino que, en comparación, son menores.

### 10. Cuota de mercado (%) de Europa en cuanto a llegadas e ingresos del turismo internacional (2018)



Fuente: UNWTO, extraídos en marzo de 2020. Elaboración propia.

## 6. POLÍTICA TURÍSTICA EN LA UE

Centrándonos más en la parte política, debemos poner en contexto la Unión Europea previamente, comentando que se trata de un espacio geopolítico formado por 27 estados, cuyo comienzo se remonta a 1950 con Robert Schumann, ministro francés de asuntos exteriores, entre otros y la posterior formación de una comunidad formada en un comienzo por seis países. Esto dio lugar a otros acuerdos, hasta llegar al año 1993 cuando se firma el tratado de Maastricht y tras el cual se crea la Comunidad Europea y el mercado único con sus cuatro libertades. Este mercado único sería un elemento clave para la posterior expansión del turismo, así como lo fue el inicio del uso de una moneda común en 2002 (Euro €). Finalmente, la CE pasa a llamarse Unión Europea (UE) el 1 de diciembre de 2009, que evolucionará hasta lo que es hoy en día.

Las distintas instituciones del turismo y la propia UE empezaron a ser conscientes de la necesidad de crear una política turística comunitaria desde principios de los años ochenta, puesto que con ella se lograría poder regular el turismo de manera uniforme y controlarlo. Fue exactamente en 1982 cuando la Comisión Europea presentó al consejo un comunicado que denominaron “Para una política Comunitaria de Turismo. Primeras orientaciones”, el cual iba acompañado de otro documento “La Comunidad Europea y el Turismo” (Gobierno Vasco, 2015).

Desde entonces ha habido varios intentos de crear una política turística unificada, aunque ninguno ha resultado realmente exitoso, y es por ello por lo que la UE ha visto limitada sus posibilidades de actuación. Todo esto teniendo en cuenta que la política turística se puede definir como “un conjunto de discursos, decisiones y prácticas impulsadas por los gobiernos, a veces en colaboración con actores privados o sociales, con la intención de alcanzar diversos objetivos relacionados con el turismo” (Velasco, 2016, p.2).

Hay varias razones que pueden ser las causantes de que se haya hecho más difícil la creación de una política común. En primer lugar, la política turística está derivada de la política económica general con la que comparte elementos comunes, por lo tanto, como es una política sectorial se ve influenciada por las distintas políticas instrumentales, como sería el caso de la monetaria o la laboral y por otras sectoriales como la del transporte o la medioambiental. Además, a la hora de redactar una política turística, el gobierno debe tener en cuenta las costumbres o normas asimiladas por las empresas y la sociedad donde se establece. Debido a esto, las políticas turísticas de cada lugar suelen tener medidas más concretas y personalizadas, para intentar solventar carencias o resaltar ventajas. Por último, es poco probable unificar los intereses de todos los agentes que intervienen, especialmente en actividades como el turismo, donde colisionan una gran variedad de ellos. Todo esto implica que la actividad turística no se puede planificar o realizar sin tener en cuenta el ambiente económico, social y medioambiental internacional.

Aun así, hay autores como Wahab (1992) que dicen que todas las políticas turísticas coinciden en una serie de objetivos, estos serían:

- 1º La promoción de la imagen nacional, para conseguirla los distintos territorios deberán integrarse económica y políticamente.

- 2º Alcanzar fines de interés general logrando integrar la política turística en la política económica general.
- 3º Garantizar la protección y seguridad del turista.
- 4º La cooperación internacional.
- 5º El desarrollo sostenible de las regiones.
- 6º Por último, conseguir que sus modelos turísticos se centren más en la calidad en vez de en la cantidad.

### **6.1. ELABORACIÓN DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS EN LA UE**

Años más tarde, en 2006 se declaró la importancia del turismo para la economía europea y a consecuencia adopta una política turística renovada, basada en los objetivos de mejorar la competitividad de la actividad y en crear más empleos de mejor calidad, a través del desarrollo sostenible del turismo tanto en Europa como en el resto del mundo. La Comisión comentó en ese entonces que estos objetivos coexistían y ayudaban a los intereses sociales y medioambientales, pues el crecimiento económico y el aumento de empleo ayudaban a la sociedad y si ese desarrollo era sostenible esto favorecerá el mantenimiento del patrimonio y el entorno en general (Comisión Europea, 2007).

Entonces, en febrero de 2007 el Grupo para la Sostenibilidad del Turismo presenta un informe denominado "Action for more sustainable European tourism" (Comisión Europea, 2007) y en éste anunciaban los preparativos para crear una Agenda 21 europea. Como resultado, basándose en este informe, la Comisión redactó la Comunicación de la Comisión, «Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo». Cuyos objetivos eran la prosperidad de la economía y el empleo, la equidad, la cohesión social y la protección medioambiental y cultural. Pero el turismo acarrea ciertos retos, como el uso sostenible de los recursos naturales y culturales, la contaminación, la producción de residuos, etc. Estos retos tanto en el pasado como en el presente pueden aparecer en cualquier momento o lugar, por ende, el sector deberá de estar preparado para enfrentarlos, e igual ocurre con las oportunidades, las cuáles deben ser capaces de descubrirlas a tiempo para aprovecharlas. Por esta razón la capacidad de anticipación y adaptación y la información son fundamentales.

Así, a pesar de las dificultades para conseguir una política común, la UE había ido consiguiendo disponer de varios documentos desarrollados por distintas instituciones, que en su conjunto conseguían regular muchos aspectos de la política turística. Aunque no fue hasta la entrada en vigor en 2009 del Tratado de Lisboa el TFUE (Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea) que se pudo sentar las bases de una política europea del turismo y la UE por fin pudo apoyar, coordinar o complementar las acciones de los estados miembros dentro del ámbito turístico. Todo esto haciendo hincapié en los factores que determinan su competitividad y teniendo en cuenta la necesidad de la aplicación del desarrollo sostenible en el modelo europeo, trabajando conjuntamente la Comisión Europea y los Estados miembros (Comisión Europea, 2016).

Con la entrada en vigor de este tratado, se reconoció oficialmente la importancia del turismo en la UE, dado que es una actividad clave para el desarrollo económico, social y cultural (TFUE/2009 art.195, 1):

1. “La Unión complementará la acción de los Estados miembros en el sector turístico, en particular promoviendo la competitividad de las empresas de la Unión en este sector.

Con este fin, la Unión Europea tendrá por objetivo:

- 1º Promover la competitividad de las empresas de este sector y crear un entorno favorable a su desarrollo.
- 2º Propiciar la cooperación entre los Estados miembros, en particular mediante el intercambio de buenas prácticas”.

Más tarde, promoviendo la toma de más decisiones dirigidas a innovar y reforzar el turismo y conseguir que su desarrollo fuese más sostenible, la Dirección General de Empresa e Industria de la Comisión Europea, encargada de impulsar las iniciativas relacionadas con el sector turístico, presenta en octubre de 2009 el Estudio sobre Competitividad del sector turístico de la Unión Europea.

Entonces la Comisión Europea (2010) publica *Europa, primer destino turístico mundial: un nuevo marco político para el turismo europeo*, con el fin de establecer un marco de actuación para el tratado de Lisboa. La Comisión deseaba definir un nuevo marco de acción para reforzar tanto la competitividad del sector como el apoyo al crecimiento por medio de un desarrollo sostenible.

De acuerdo con la Comisión, el turismo europeo debía evolucionar para hacer frente a las crecientes crisis y dificultades y por lo tanto en conformidad con el Tratado de Lisboa, la Comisión reiteró en esta comunicación que el objetivo principal de la política turística europea era el fomento de la competitividad del sector, teniendo en cuenta que a largo plazo esta está estrechamente relacionada con la sostenibilidad, dado que si no se cumple con determinados estándares de sostenibilidad esta competitividad no se podrá mantener en el tiempo. Consecuentemente deben impulsar un desarrollo del turismo sostenible, responsable y de calidad. Una vez se haya logrado, otro objetivo es promover la “Marca Europa”, consolidando una imagen y de Europa como un conjunto de destinos sostenibles y de calidad. Además, ante la amenaza de los destinos emergentes y de la actual competencia, la industria debe estudiar y analizar la situación actual del mercado, intentar predecir las fluctuaciones de este, incorporar y adaptarse a las nuevas tecnologías (TICs) y demás avances tecnológicos que aportan ventajas competitivas, etc.

De la misma forma también planean elaborar una política turística más dinámica que permita el pleno uso de las libertades que ya están garantizadas en los acuerdos. Esto daría comienzo a una nueva versión del mercado único.

Así mismo, aunque este nuevo marco político tiene por objeto el impulsar el progreso del turismo, pero deben considerar y atender al mismo tiempo las preocupaciones de la seguridad y protección sociales, políticas y medioambientales, dentro de las cuales cabe mencionar la mejora de los servicios de los ciudadanos dentro y fuera de la UE, los cambios estructurales causados por el turismo, la cohesión



territorial, la valorización del patrimonio natural y cultural (recursos), y el fortalecer el sector frente al cambio climático.

### **6.1.1. Cuatro ejes de acción**

Para lograr los objetivos nombrados, la Comisión agrupa en cuatro ejes diferentes las acciones en las que debe implicarse para poder favorecer a la actividad turística, éstos son:

#### **1. Estimular la competitividad del sector turístico en Europa:**

Para lograr una mejora en el ámbito competitivo es necesario, en primer lugar, tener conformada la oferta que compone la actividad turística en la UE. Esta oferta debe estar diversificada y debe incluir todos los recursos que la componen ofertados de forma atractiva, visible y en su totalidad, como bien hemos mencionado anteriormente, todos los recursos susceptibles de explotación turística tales como el patrimonio de cualquier tipo, las actividades presentes, los paisajes, la cultura y todo lo que ello engloba. Es importante que la oferta gire en torno a un enfoque de crecimiento dinámico y sostenible basada en la innovación, que permita alcanzar mayores niveles de calidad. Es por ello por lo que, las acciones previstas en este ámbito se centraran en valorizar el patrimonio común de Europa bajo el *Sello de Patrimonio Europeo* (Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, 2018) y en otras acciones, como, por ejemplo, las Jornadas Europeas del Patrimonio y el Premio de la Unión Europea al Patrimonio Cultural. Por otra parte, la UE tratará de fomentar la integración en las estrategias del patrimonio “natural” junto a las iniciativas de atribución de distintivos de calidad.

Otra acción, para tener en cuenta respecto a la innovación en la industria turística, es la implantación de una plataforma “TIC y Turismo” para facilitar la adaptación del sector a las nuevas tecnologías y aumentar a su vez su competitividad, promoviendo su utilización tanto por agentes públicos como privados, dado que es necesario interpretar y gestionar la información que proporciona la sociedad para la composición de las diferentes actividades turísticas (Urueña, Valdecasa, Pilar Ballester, Castro, & Cadenas, 2015). Para que este acercamiento a las tecnologías sea adoptado, es necesario mejorar las competencias profesionales, facilitando la adaptación de los trabajadores a las mismas y a las expectativas del mercado. Estas nuevas herramientas permitirán consolidar la base de conocimientos socioeconómicos del turismo, lo cual se apreciará notablemente en una mejora en el método de recogida de información estadística en el ámbito del turismo a nivel europeo, contribuyendo además a la participación y cooperación entre los Estados miembros y los agentes.

Por otra parte, en cuanto al problema de la estacionalidad, la UE trata de fomentar la prolongación de la temporada turística, facilitando un mecanismo de intercambios turísticos voluntarios entre Estados miembros, que permita viajar durante la temporada baja.

#### **2. Promover el desarrollo de un turismo sostenible, responsable y de calidad:**

Es importante mencionar que el turismo existe gracias a que los destinos disponen de una serie de recursos propios de los que disfrutar, si estos recursos no se cuidan de forma continua se puede incurrir en su deterioro, fragmentación e incluso su desaparición. Muchos destinos han crecido económicamente gracias al turismo, pero no debemos olvidar que si se agotan los recursos este crecimiento no perdurará. Por ello la Comisión elaborará un sistema de indicadores para la gestión

sostenible de los destinos, para que las empresas turísticas utilicen los recursos disponibles aplicando prácticas sostenibles eficaces y poder así cumplir el objetivo de valorizar los destinos turísticos europeos en términos de sostenibilidad. Lo cual está directamente relacionado con los ámbitos de competitividad y calidad, que afectará favorablemente a que esta actividad no sólo siga existiendo sino también a que aporte más valor a los destinos sostenibles.

### **3. Consolidar la imagen y visibilidad de Europa como conjunto de destinos sostenibles y de calidad:**

Una vez que se promueve el desarrollo sostenible, se adoptan criterios de competitividad en el sector frente a otros países emergentes, y se comprende una imagen y percepción de calidad de Europa como conjunto de destinos turísticos. Esto logrará atraer mayor número de turistas, o captar su interés, a la vez que se conservan los destinos de forma correcta.

### **4. Maximizar el potencial de las políticas e instrumentos financieros de la UE para el desarrollo del turismo:**

Dado que no existe una sola ley vigente sobre política europea en materia de turismo es necesario que la UE intente integrar diversas normas y criterios en las diferentes políticas turísticas existentes, para así poder aplicar de mejor forma criterios como el de competitividad, sostenibilidad y calidad. Actualmente de los documentos redactados por la UE se encuentran vigente su versión propia de la estrategia "Europa 2030" y el Tratado de Lisboa, con lo cual la Comisión examinará los medios para reforzar medidas de apoyo y coordinación a favor del turismo europeo, lo que ayudará a su vez a conformar una política europea del turismo.

Tras esto se han seguido elaborando innumerables documentos que ayudan a regular la compleja actividad del turismo. Como los que se exponen a continuación.

El primero es la comunicación "*Una Estrategia europea para un mayor crecimiento y empleo en el turismo costero y marítimo*" redactado por la Comisión Europea (2014). En esta se reflejaban una serie de retos a los que el sector se debía enfrentar y se propone una estrategia que debía adoptar la Comisión, los estados miembros, la autoridades regionales y locales, los operadores y otros interesados. Esta estrategia giraba en torno a cuatro medidas. La primera era estimular el rendimiento y la competitividad, la segunda, fomentar las capacidades y la innovación que era un elemento clave para poder conseguir un desarrollo sostenible y competitivo, la tercera reforzar la sostenibilidad y la última maximizar la financiación disponible de la UE. Además, como muchas políticas y otras actividades influyen de manera directa o indirectamente en el turismo costero y marítimo la Comisión tratará de que esta sea incluida en otras políticas.

El otro es la Decisión (UE) 2016/611 de la Comisión de 15 de abril de 2016 relativa al documento de referencia sobre las mejores prácticas de gestión ambiental, los indicadores sectoriales de comportamiento ambiental y los parámetros comparativos de excelencia para el sector turístico en el marco del Reglamento (CE) nº 1221/2009, relativo a la participación voluntaria de organizaciones en un sistema comunitario de gestión y auditoría medioambientales (EMAS), el cual ya contiene

indicadores específicos para el sector turístico, además se podrían desarrollar más en el marco del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos.

## **6.2. OTRAS INICIATIVAS**

El Parlamento Europeo (2020) afirma que, gracias al Tratado de Lisboa, en concreto al art. 195, la Comisión ha presentado varias iniciativas. A continuación, se exponen algunas de las nombradas por dicho organismo en una de sus fichas técnicas:

El ejemplo de EDEN (“European Destinations of Excellence”), fue una iniciativa que comenzó en 2006 y trataba de promocionar el desarrollo de los destinos sostenibles y emergentes dentro de la Unión Europea, por medio de competiciones nacionales, siendo el resultado un destino ganador por país participante. (Mazilu, 2010). Aunque la financiación de este proyecto terminaba en 2011 se ha proseguido con él, pero sólo dentro del marco del Programa COSME 2014 -2020 (“Programa para la Competitividad de las Empresas y para las Pequeñas y Medianas Empresas”), que sigue siendo financiado por la Unión. Como bien dice su nombre su objetivo principal es mejorar la competitividad de las empresas especialmente las Pymes, pero, además, con él se pretende conseguir que la demanda en la Unión siga creciendo, principalmente en la temporada baja para reducir las estacionalización, aumentar la variedad en la oferta y los productos, es decir, diversificar, aumentar la accesibilidad, incrementar las capacidades y conocimientos socioeconómicos e impulsar la innovación, la calidad y la sostenibilidad dentro del sector y por último promover Europa como un destino sostenible de calidad. (Parlamento Europeo, 2017).

Otro ejemplo sería CALYPSO, el cual consiste en la inclusión social, es decir, facilitar a ciertos grupos, como las personas mayores, los jóvenes de familias de clase media-baja, las familias pobres, los discapacitados etc., el poder viajar, además de reducir la estacionalización (Ferri Sanz, Garcés Ferrer, & Durá Ferrandis, 2013).

También está el programa “Turismo Sostenible” que incluye el “cinturón verde europeo”, uno de los tantos que existen y cuyos objetivos son preservar la biodiversidad y la movilidad sostenible entre otros. (Aguado, Barrutia, & Echebarria, 2017). Este en concreto, el europeo, tiene como fin la transformación de del antiguo Telón de acero en una red transfronteriza de pistas de ciclismo y senderismo.

Por otra parte, existen otro tipo de ayudas al turismo que se han desarrollado, éstas son redes abiertas donde se puede intercambiar información sobre el turismo sostenible y competitivo, un ejemplo sería NECSTouR (Network of European Regions for a Sustainable and Competitive Tourism) que surgió en 2007 en el VII Euromeeting (Krucso, 2017).

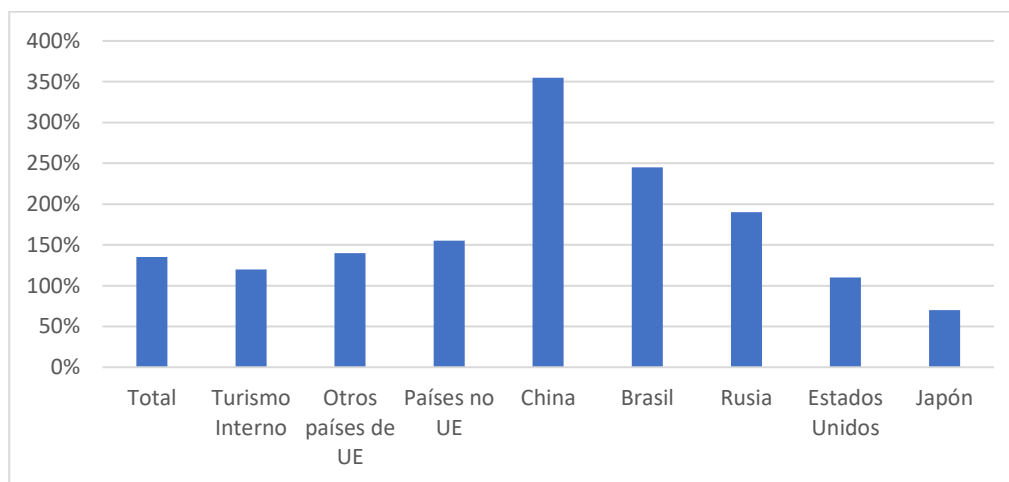
También están las fuentes de financiación de la UE, pues, aunque recibe dinero de sus países miembros y otros métodos como multas, también cuenta con los denominados Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (EIE), como el Fondo Europeo de desarrollo Regional (FEDER), el cual fomenta la competitividad, la sostenibilidad y la calidad del turismo a nivel tanto regional como local para apoyar a las regiones participantes tanto a desarrollarse como a aumentar su empleo. Por otra parte, el FSE (Fondo Social Europeo) se encarga de fomentar es el empleo de los estados miembros

y de perseguir una mejor cohesión económica y social de los mismos. (Parlamento Europeo, 2019). Sin embargo, estos son solo unos ejemplos, ya que hay más como Erasmus+, LIFE o FEADER, entre otros. (Parlamento Europeo, 2017).

Por otro lado, se incluyen también las conferencias sobre turismo como la de Bruselas del 19 de marzo 2019, con el nombre de “Showcase Conference on Tourism: Tourism SMEs are connecting Europe”, en la cual el comité afirmó su apoyo a la iniciativa de ISTO (Organización Internacional de Turismo Social) sobre los Objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y el ADN de turismo social, entre otras cosas. (ISTO, 2018-2019)

Existen también incluso medidas dirigidas a mercados más específicos, como el año 2018 que fue declarado Año del turismo UE-China, debido a que el mercado chino era cada vez más importante para la Unión Europea. Uno de los datos que respalda esta afirmación es que el número de noches turísticas que los turistas chinos habían pasado en alojamientos turísticos en la UE se habían triplicado entre 2006 y 2016, llegando casi a ser un total de 25 millones de noches en 2016. (European Travel Commission, 2019).

#### 11. Crecimiento de noches turísticas en alojamientos turísticos de la UE de 2006 a 2016 (%)



Fuente: Eurostat, extraídos en mayo de 2020. Elaboración propia

En definitiva, todas estas acciones mencionadas tratan de favorecer la actividad turística proyectando los valores y promoviendo el interés por el modelo europeo, dado que el turismo es una actividad económica de gran importancia en la UE, como bien se ha visto anteriormente, además de considerarse una herramienta o instrumento que refuerza la imagen de Europa en el mundo entero.

Este conjunto de acciones están destinadas a crear beneficios al conjunto de los países que componen la UE, los cuales están interesados en desarrollar su potencial turístico y económico, es por ello que la UE debe contribuir y promover la creación de una política destinada a impulsar el crecimiento de los destinos y crear condiciones favorables para éstos, no sólo atendiendo a crecimientos económicos sino también dar respuesta a las preocupaciones sociales, medioambientales, a la cohesión territorial y a la protección de la naturaleza, cultura, valores, historia y patrimonio, incorporando a su vez términos sostenibles. Actualmente existen unas bases para la creación de una política europea del

turismo basada en los factores de competitividad y sostenibilidad, pero aún no se ha podido elaborar un conjunto de normas unificadas, con lo cual la UE disponga de competencias que permiten apoyar, coordinar, cooperar y completar la acción de los estados miembros.

## **7. PROBLEMAS ACTUALES Y PREDICCIONES**

Hemos comentado los problemas y preocupaciones actuales, pero para obtener una idea de lo que ocurrirá en el futuro debemos seguir centrándonos en el contexto actual. Las últimas previsiones de la OMT (2019) decían que era muy probable que el turismo siguiese aumentando su número de llegadas internacionales en todo el mundo en un 3% de media anual, es decir, se esperaba que alcanzarían los 1.800 millones en 2030.

Pero, como se comentó anteriormente la actividad turística posee un entorno muy cambiante por lo que nunca se puede saber con exactitud qué ocurrirá. Precisamente en la actualidad está teniendo lugar una pandemia en todo el mundo, que es justamente uno de los factores a los que el turismo es más susceptible. Esta enfermedad ha puesto en peligro tanto a la población europea como al propio sector turístico, ya que ha comenzado a aumentar el número de cancelaciones y la reducción de las reservas, lo cual causará el cierre de muchas PYMES. (Menchero Sánchez, 2020).

La gran expansión de la COVID-19 y su impacto en la economía global llevaron a las bolsas mundiales a pasar por su peor momento desde la Gran Recesión, los escenarios que se han predicho con esta situación nos indican que la pérdida mundial de ingresos va a ser significativamente relevante, implicando la reducción del PIB global en aproximadamente un 3,9%. Aún a pesar de que los daños son globales, los países más afectados son los que se encuentran en desarrollo, pues, aunque se prevé que el PIB de dichos países disminuya como promedio entorno a un 4%, en algunos llegarán incluso al 6.5%. Tras esto, los gobiernos de todo el mundo deberán poner todo su esfuerzo en ayudar a la mayor cantidad posible de empresas y familias afectadas, para poder reanimar sus respectivos países (Maliszewska, Mattoo, van der Mensbrugge, 2020). Concentrándose en el sector turístico, esta pandemia supondrá un decrecimiento de entre un 60 y 80 % de la economía turística internacional. La variación de este porcentaje dependerá de la duración de esta crisis y de cuán rápido el turismo consiga revivir (OECD, 2020).

## **8. CONCLUSIONES**

El turismo es indispensable para la Unión Europea, así como para muchos de los países que la componen, siendo una de sus principales fuentes de ingresos y, por lo tanto, un gran contribuidor al PIB. Además, la actividad turística en la Unión Europea ha mostrado en los últimos años un aumento progresivo y ha cobrado una vital importancia para miles de destinos del mundo, ya que es un valioso generador de riqueza y empleo. Sin embargo, sabemos que este sector lleva consigo una serie de retos, por lo que se debe regular y gestionar mediante determinadas políticas turísticas. De hecho, la UE no cuenta con una política turística específica, ya que es complicado poder crear una política que satisfaga los intereses de todos los agentes implicados y que se adapte a las características específicas de cada destino. No obstante, con el paso del tiempo se ha conseguido regular muchos aspectos del sector turístico a través de la elaboración de varios documentos desarrollados por las diversas instituciones competentes.

Debemos de tener presente que el turismo en la Unión Europea cuenta con tres factores claves desde el punto de vista político, económico y social. En primer lugar, es necesario hacer del turismo europeo una industria basada en la calidad, para poder satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes. También deben centrarse en su nivel de competitividad, para ello se han de llevar a cabo una serie de proyectos a fin de conseguir la subsistencia de la UE como destino dentro del mercado mundial. Por último, la UE debe tener muy en cuenta la sostenibilidad, para así poder disfrutar de los beneficios del turismo con el menor impacto negativo causado posible. En otras palabras, estos tres factores son la clave del éxito dentro del sector turístico.

Asimismo, las políticas europeas que abarcan el sector turístico necesitan un impulso y enfrentarse a los nuevos retos que reclaman grandes esfuerzos de adaptación e innovación. Para ello, los agentes de la industria del turismo deben trabajar en base a una política que tenga en cuenta las nuevas prioridades de la Unión Europea. Además, la Comisión Europea está planeando varias iniciativas con el fin de coordinar los esfuerzos de las partes interesadas, para que el sector turístico pueda adaptarse y desarrollarse de manera efectiva.

Por otro lado, cabe resaltar que el turismo forma parte de un sector dinámico y que se ve condicionado por diversos factores que repercuten tanto a la demanda, es decir a las necesidades y preferencias de los turistas, como a la oferta, impidiendo en algunos casos la continuación de la actividad. Por esa razón, es necesario contar con una gran capacidad de adaptación para poder subsistir en el mercado y ofrecer a los consumidores lo que realmente buscan. En pocas palabras, el sector turístico pertenece a un entorno muy cambiante y por lo tanto ninguna predicción es exacta. Un claro ejemplo, es que a pesar de que en las últimas predicciones de la OMT se veía reflejado el aumento del número de llegadas internacionales, con el reciente problema sanitario de la COVID-19 estas no se verán cumplidas y el mundo del turismo se encuentra en una situación de incertidumbre.

Finalmente, para concluir, los modelos turísticos deberán modificarse y adaptarse conforme a las situaciones que afrontan cada uno de los destinos turísticos, para poder seguir manteniendo esta actividad en auge, dado que genera una serie de beneficios tanto en sentido económico y ambiental, como en el ámbito sociocultural, y que, además, debe ir prosperando acorde con las políticas y las regulaciones necesarias, tanto con las ya existentes como las que irán surgiendo con el paso del tiempo. Además, a pesar de que la UE y Europa en sí, siguen siendo líderes en la actividad turística global y los números en cuanto a ingresos y turistas siguen creciendo, llegando a superar incluso las predicciones, no debemos olvidar que las estadísticas nos muestran también que otros destinos emergentes están creciendo con fuerza y pueden mostrarse como un inconveniente abarcando y atrayendo a la demanda turística del mercado.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Aguado, I., Barrutia, J. M., & Echebarria, C. (2017). Anillos verdes: Algunas experiencias europeas. (73), 33-60.
- Ascanio, A. (2010). El Objeto del Turismo, ¿Una posible ciencia social de los viajes? *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4), 633-641.
- Azcárate, T., Benayas, J., Nerilli, G., & Justel, A. (2019). *Guía para un Turismo sostenible. Retos del sector turístico ante la Agenda 2030*. Madrid: Revista de Derecho, Empresa y Sociedad (REDS). Recuperado el 20 de mayo de 2020, de <https://reds-sdsn.es/wp-content/uploads/2019/10/Guía-para-un-turismo-sostenible-REDS-RTI-web.pdf>
- Centro de Documentación Europea. (2017). *Origen y evolución de la Unión Europea*. Madrid. Recuperado el 30 de abril de 2020, de [https://www.comunidad.madrid/sites/default/files/2\\_origen\\_y\\_evolucion\\_de\\_la\\_ue\\_.pdf](https://www.comunidad.madrid/sites/default/files/2_origen_y_evolucion_de_la_ue_.pdf)
- Cervera Vallterra, M. (2002). La disolución de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero. *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, 6(12), 393-432.
- Coito, E., & Wilhelm Blaser, B. K. (2020). *Parlamento Europeo*. Recuperado el 04 de mayo de 2020, de Fichas temáticas sobre la Unión Europea. Parlamento Europeo: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/126/el-turismo>
- Comisión Europea. (2007). *Comunicación de la Comisión. Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo COM/2007/0621 final*. Recuperado el 11 de mayo de 2020, de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A52007DC0621>
- Comisión Europea. (2010). *Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo Europeo COM(2010) 352 final*. Recuperado el 25 de febrero de 2020, de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>
- Comisión Europea. (2014). *Nuevos principios de calidad del turismo, buenos para los turistas y las pequeñas empresas*. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP\\_14\\_168](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_14_168)
- Comisión Europea. (2014). *Una estrategia europea para un mayor crecimiento y empleo en el turismo costero y marítimo COM/2014/086 final*. Recuperado el 11 de mayo de 2020, de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1479224038190&uri=CELEX:52014DC0086#document1>
- Comisión Europea. (2016). *Decisión (UE) 2016/611 de la Comisión, de 15 de abril de 2016, relativa al documento de referencia sobre las mejores prácticas de gestión ambiental, los indicadores sectoriales de comportamiento ambiental y los parámetros comparativos de excelencia*. Recuperado el 11 de mayo de 2020, de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A32016D0611>

- Comisión Europea. (2016). Versión consolidada del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Recuperado el 18 de mayo de 2020, de [https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9e8d52e1-2c70-11e6-b497-01aa75ed71a1.0023.01/DOC\\_3&format=PDF](https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:9e8d52e1-2c70-11e6-b497-01aa75ed71a1.0023.01/DOC_3&format=PDF)
- Comisión Europea. (2019). *Documento de reflexión para una Europa sostenible de aquí a 2030*. Recuperado el 18 de mayo de 2020, de [https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/rp\\_sustainable\\_europe\\_es\\_v2\\_web.pdf](https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/rp_sustainable_europe_es_v2_web.pdf)
- Comisión Mundial. (20 de marzo de 1987). *Report of the World Commission on Environment and*. Oslo. Recuperado el 13 de mayo de 2020, de <https://sustainabledevelopment.un.org/milestones/wced>
- Comité Económico y Social Europeo . (2011). *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre la «Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Europa, primer destino turístico del mundo: Un nuevo marco político*. Recuperado el 11 de mayo de 2020, de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52011AE1374>
- Consejo de la Unión Europea. (2010). *Proyecto Europa 2030: Retos y Oportunidades*. Luxemburgo: Unión Europea. Recuperado el 07 de 06 de 2020, de <https://www.consilium.europa.eu/media/30761/qc3210249esc.pdf>
- Consejo de la Unión Europea. (27 de mayo de 2019). *El Consejo pide que se adopten medidas favorables a un sector turístico más competitivo en la UE*. Recuperado el 23 de abril de 2020, de <https://www.consilium.europa.eu/es/press/press-releases/2019/05/27/council-calls-for-action-towards-a-more-competitive-eu-tourism-sector/>
- Consejo de la Unión Europea. (2019). Prioridades de la UE ante las Naciones Unidas y la 74.<sup>a</sup> Asamblea General. 2. Recuperado el 15 de mayo de 2020, de <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/unga/>
- European Travel Commission. (2019). *European Tourism, Trends and prospects*. Recuperado el 18 de mayo de 2020, de <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2019-trends-prospects-q2-2019/>
- Eurostat. (2016). *Tourism from China to the EU has tripled in ten years*. Recuperado el 17 de mayo de 2020, de [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics\\_-\\_EU\\_and\\_China#Tourism\\_from\\_China\\_to\\_the\\_EU\\_has\\_tripled\\_in\\_ten\\_years](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_EU_and_China#Tourism_from_China_to_the_EU_has_tripled_in_ten_years)
- Eurostat. (2017). *Tourism in the UE*. Recuperado el 21 de abril de 2020, de <https://ec.europa.eu/eurostat/news/themes-in-the-spotlight/tourism-2017>



- Eurostat. (2017). *Tourism industries - economic analysis*. Recuperado el 11 de mayo de 2020, de [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism\\_industries\\_-\\_economic\\_analysis#Key\\_economic\\_indicators](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_industries_-_economic_analysis#Key_economic_indicators)
- Eurostat. (2019). *Greenhouse gas emission statistics - emission inventories*. Recuperado el 19 de mayo de 2020, de [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Greenhouse\\_gas\\_emission\\_statistics#Trends\\_in\\_greenhouse\\_gas\\_emissions](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Greenhouse_gas_emission_statistics#Trends_in_greenhouse_gas_emissions)
- Ferri Sanz, M., Garcés Ferrer, J., & Durá Ferrandis, E. (2013). Iniciativas Europeas en la promoción del turismo social accesible: Análisis particular del caso español. *La Saeta Universitaria*, Año 2(1), 39-57.
- Gadotti dos Anjos, S. J., & França de Abreu, A. (2009). Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa,. 18(2), 175-186.
- Gobierno de España, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2020). *Unión Europea*. Recuperado el 24 de marzo de 2020, de <https://turismo.gob.es/cooperacion/UE/Paginas/union-europea.aspx>
- Gobierno de España, Secretaría de Estado de Turismo . (enero de 2019). *Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. Recuperado el 13 de mayo de 2020, de <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Paginas/Index.aspx>
- Gobierno Vasco. Secretaría General de Acción Exterior. Delegación de Euskadi para la Unión Europea. (2015). *Política Turística de la Unión Europea. Informe de la Delegación de Euskadi para la UE*. Recuperado el 04 de mayo de 2020, de [https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/-/informe\\_estudio/politica-turistica-de-la-union-europea-informe-de-la-delegacion-de-euskadi-para-la-ue/](https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/-/informe_estudio/politica-turistica-de-la-union-europea-informe-de-la-delegacion-de-euskadi-para-la-ue/)
- Gracia de Rentería, P., Ballesteros Olza, M., & Pérez Zabaleta, A. (2019). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una agenda para transformar el mundo. *Economistas*(162-163), 205-209.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel research*, 38(3), 239-245. doi:10.1177/004728750003800305
- Hosteltur. (22 de mayo de 2002). *Europa: La UE quiere mejorar la competitividad del turismo con mejor información y cooperación entre los Quince*. Recuperado el 23 de abril de 2020, de [https://www.hosteltur.com/09100\\_espana-junta-andalucia-asegura-comunidad-no-se-aplicara-ecotasa-como-baleares.html](https://www.hosteltur.com/09100_espana-junta-andalucia-asegura-comunidad-no-se-aplicara-ecotasa-como-baleares.html)
- Hosteltur. (04 de mayo de 2018). La Unión Europea recibe el 40% del turismo internacional. Recuperado el 01 de marzo de 2020, de [https://www.hosteltur.com/127964\\_union-europea-recibe-40-turismo-internacional.html](https://www.hosteltur.com/127964_union-europea-recibe-40-turismo-internacional.html)

- Hosteltur. (2019). *Las innovaciones que impulsa la UE al servicio del turismo sostenible*. Recuperado el 19 de mayo de 2020, de La Unión Europea financia varios proyectos en los países del Mediterráneo: [https://www.hosteltur.com/129299\\_las-innovaciones-que-impulsa-la-ue-al-servicio-del-turismo-sostenible.html](https://www.hosteltur.com/129299_las-innovaciones-que-impulsa-la-ue-al-servicio-del-turismo-sostenible.html)
- Instituto de Calidad Turística Española (ICTE). (2020). *Calidad Turística*. Recuperado el 30 de abril de 2020, de <http://www.calidadturistica.es/index.aspx>
- Junta de Andalucía, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. (2011). *Revista Andaluza de Derecho del Turismo*(5), 191-208.
- Juul, M. (noviembre de 2015). *El turismo y la Unión Europea, Recientes tendencias y evoluciones políticas*. Parlamento Europeo. doi:10.2861/431945
- Krucso, G. (2017). NECSTouR: Towards a more sustainable European. School of Tourism and Maritime Technology of Polytechnic Institute of Leiria. Recuperado el 16 de mayo de 2020, de <https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/2855>
- Maestre, R. J. (2020). *Así está afectando al turismo mundial el coronavirus*. Recuperado el 24 de marzo de 2020, de El Blog Salmón: <https://www.elblogsalmon.com/sectores/asi-esta-afectando-al-turismo-mundial-coronavirus>
- Magnant, C. (2018). *Revista ph*(93), 188-193. doi:<https://doi.org/10.33349/2018.0.4127>
- Maliszewska, M., Mattoo, A., & van der Mensbrugge, D. (2020). The Potential Impact of COVID-19 on GDP and Trade: A Preliminary Assessment. *Policy Research Working Paper*(9211). Recuperado el 07 de junio de 2020, de <http://documents.worldbank.org/curated/en/295991586526445673/pdf/The-Potential-Impact-of-COVID-19-on-GDP-and-Trade-A-Preliminary-Assessment.pdf>
- Mazilu, M. (2010). Towards A Model of an Optimal. Sustainable Tourist Destination. ResearchGate. En V. Mladenov, & Z. Bojkovic (Edits.), *Latest Trends on Cultural Heritage and Tourism* (págs. 28-34). Grecia: WSEAS.
- Menchero Sánchez, M. (2020). Flujos turísticos, geopolítica y COVID-19: cuando los turistas. *Geopolítica(s). Revista de estudios sobre espacio y poder*, 11 (Especial), 105-114. doi:DOI: 10.5209/geop.69249
- Monfort Mir, V. M. (2000). La Política Turística: Una Aproximación. *Cuadernos de Turismo*, 6, 7-28.
- Morancho, A. B. (2009). "Hacia una política turística en Europa: directrices y tendencias. *Revista de Análisis Turístico*(7), 5-21.
- Naciones Unidas. (2002). *Cumbre de Johannesburgo*. Recuperado el 21 de abril de 2020, de <https://www.un.org/spanish/conferences/wssd/desarrollo.htm>

- Oreja Aguirre, M. (2013). Los Orígenes de la Unión Europea: El método comunitario. *Anales de la Real Academia de Ciencias Morales y Políticas*(90), 563-584.
- Organización Internacional de Turismo Social . (2018-2019). *Activity Report*. Recuperado el 17 de mayo de 2020, de <https://isto.international/wp-content/uploads/2020/02/Activity-report-2018-2019-2.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (1999). *Agenda para Planificadores Locales: Turismo sostenible y Gestión municipal*. Madrid: OMT. doi:<https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284403134>
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos – Conceptos, implementación y herramientas para autoridades, instituciones y gestores de destinos*. Madrid: OMT. doi:<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416844>
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *Panorama OMT del Turismo Internacional*. Madrid: OMT. doi:<https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284419043>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Panorama del turismo internacional*. Madrid: OMT. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284421237>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Madrid: UNWTO. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Global and Regional Tourism Performance* . Recuperado el 01 de marzo de 2020, de <https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico . (2014). *Tourism Trends and Policies*. Recuperado el 21 de mayo de 2020, de [https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2014\\_tour-2014-en](https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2014_tour-2014-en)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2020). *Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19)*. Recuperado el 07 de junio de 2020, de OECD: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/>
- Panosso Netto, A. (2009). What is tourism? Definitions, theoretical phases and principles. En Varios, & J. Tribe (Ed.), *Philosophical issues in tourism* (págs. 43-61). Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications.
- Parlamento Europeo. (2017). *Las fuentes de financiación de la Unión para las actividades relacionadas con el turismo* . Recuperado el 20 de mayo de 2020, de [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/es/document.html?reference=EPRS\\_ATA%282017%29607296](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/es/document.html?reference=EPRS_ATA%282017%29607296)
- Parlamento Europeo. (2017). *Turismo Sostenible, La dimensión medioambiental*. Recuperado el 20 de mayo de 2020, de

[https://www.europarl.europa.eu/thinktank/es/document.html?reference=EPRS\\_BRI%282017%29599327](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/es/document.html?reference=EPRS_BRI%282017%29599327)

Parlamento Europeo. (2019). *Research for TRAN Committee - European tourism: recent developments and future challenges*. Recuperado el 20 de mayo de 2020, de [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL\\_STU\(2019\)629200](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU(2019)629200)

Pecina Rivas, M. (2011). *Clusters y Competitividad*. Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales (EUMED). Recuperado el 08 de junio de 2020, de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Competitividad%20Nacional.htm>

UNEP Y UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable, A Guide for Policy Makers*. París: United Nations Environment Programme & World Tourism Organization. Recuperado el 07 de junio de 2020, de Desar: [http://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8741/-Making%20Tourism%20More%20Sustainable\\_%20A%20Guide%20for%20Policy%20Makers-2005445.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8741/-Making%20Tourism%20More%20Sustainable_%20A%20Guide%20for%20Policy%20Makers-2005445.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Unión Europea. (2020). *La historia de la Unión Europea*. Recuperado el 04 de mayo de 2020, de [https://europa.eu/european-union/about-eu/history\\_es](https://europa.eu/european-union/about-eu/history_es)

UNWTO. (2008). *Glosario de términos de Turismo*. Obtenido de (<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>)

Uruña, A., Valdecasa, E., Pilar Ballester, M., Castro, R., & Cadenas, S. (2015). *TIC y Turismo: situación, políticas y perspectivas*. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI). Recuperado el 18 de mayo de 2020, de [https://www.thinktur.org/media/informe\\_tic\\_y\\_turismo.pdf](https://www.thinktur.org/media/informe_tic_y_turismo.pdf)

Valdés Peláez, L. (2004). La política turística de la Unión Europea. *Quaderns de Política Econòmica*, 7(May.- Ag. ).

Velasco, M. (2016). Tourism Policy. ResearchGate. En A. Farazmand (Ed.), *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*. Springer International Publishing. doi:10.1007/978-3-319-31816-5\_2674-1

Viloria Cedeño, N. E. (2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. (U. A. Chile, Ed.) *Revista de Gestión Turística*(17), 23-36.

World Tourism Organization and United Nations Development Programme. (2017). *Tourism and the Sustainable Development Goals, Journey to 2030*. Madrid: UNWTO. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284419401>

World Travel and Tourism Council. (2020). *Economic Impact Reports*. Recuperado el 07 de junio de 2020, de <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>