

# Medidas comunitarias con incidencia en el turismo

## Un balance

JAVIER MORILLAS GÓMEZ\*

*A pesar de la importancia que el sector turismo tiene en la economía y el empleo de la Unión Europea, no existe en ésta una política comunitaria de turismo como tal. No obstante, han sido abundantes las medidas comunitarias tendentes a favorecer dicho sector de actividad. Tras los atentados del pasado 11 de septiembre, dichas medidas deben reforzarse, pudiendo la UE contribuir así mejor a la recuperación paulatina de la confianza en los mercados y una más pronta normalización económica internacional.*

*Palabras clave: sector turismo, medidas comunitarias, generación de empleo, crecimiento económico, flujo turístico internacional, competitividad, programas europeos, mercado interior, Unión Europea.*

*Clasificación JEL: L83.*



COLABORACIONES

### 1. Introducción

El hecho de que el 40 por 100 del turismo transfronterizo mundial tenga lugar en la zona euro justifica por sí mismo la atención que el sector turístico va adquiriendo en la Unión Europea. Sin embargo, la Comisión Europea reconoce la inexistencia de una auténtica política comunitaria de turismo, hecho que viene determinado por los términos en que se expresa el propio Tratado constitutivo de la Comunidad al señalar que la acción de ésta implicará «medidas en los ámbitos de la energía, de la protección civil y del turismo» (1).

\* Profesor Agregado de Estructura Económica de la Universidad San Pablo-CEU. Vocal Asesor de la Comisión de Turismo de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid.

(1) COMUNIDAD EUROPEA, TRATADO CONSTITUTIVO, Artículo 3.1. letra U. De conformidad con lo dispuesto en el artículo 5 de la Decisión 92/421/CEE del Consejo, de 13 de julio de 1992 referente a las acciones comunitarias en favor del turismo, éstas deben ser recogidas y evaluadas periódicamente en un Informe anual que transmitirá al Parlamento Europeo y al Consejo, como parte de las actividades comunitarias que deben emprenderse para alcanzar los objetivos globales de la UE.

Esta situación, tras los atentados terroristas del 11 de septiembre en Washington y Nueva York, requiere de nuevos refuerzos para enfrentarse a los importantes cambios que se están produciendo en las tendencias y en la gestión de los flujos del sector turístico internacional y por ende europeo.

En este sentido, una gran mayoría de las actuaciones realizadas durante los últimos años desde la Comunidad se encuadran en una amplia gama de políticas y programas no diseñados específicamente para los objetivos del turismo (2), a pesar de lo cual, han venido sirviendo para impulsar de manera favorable el desarrollo del sector, pero quizás no sean suficientes para el futuro.

### 2. El marco de las actividades turísticas en la UE

Más de 9 millones de puestos de trabajo, alrededor de 2 millones de empresas —la mayoría

(2) BRU, C., MORILLAS, J., et al, (1999): *Diccionario de la Unión Europea*, Madrid, Universitas.

PYME—, que producen más del 5,5 por 100 del PIB, del 6 por 100 del empleo y el 30 por 100 del comercio exterior de servicios (3), hacen del sector turístico, un valioso *campo de pruebas* para las iniciativas comunitarias destinadas al crecimiento económico general y del sector servicios en particular. La Comisión ha emitido ya cuatro informes (4) destinados a ofrecer una visión general de las acciones comunitarias emprendidas en favor del turismo destacando, como una de las principales tareas, el logro de una buena coordinación dentro de la propia estructura administrativa que afecta al sector. Se trata de garantizar que se tengan plenamente en cuenta los intereses de éste a la hora de preparar la legislación y los proyectos que, aunque no estén diseñados en términos de objetivos turísticos, de alguna forma afectan a éstos.

La Unión Europea sigue manteniendo el liderazgo en el turismo mundial como principal zona emisora y principal destino en los flujos internacionales de turistas. España, Francia e Italia siguen siendo los países de destino más visitados del mundo, recibiendo a uno de cada cuatro turistas (5). Sin embargo ha habido una considerable ralentización de los ingresos extracomunitarios, que hizo que en 1998, la balanza de viajes externa de la UE fuese por primera vez deficitaria. Junto a la importancia de las pequeñas y medianas empresas, las grandes fusiones entre proveedores europeos de servicios turísticos ponen de manifiesto la relevancia económica de éstos (6).

Para alcanzar los objetivos globales de la UE las medidas a adoptar deben reflejar su contribu-

ción al cumplimiento de los mismos y a su prosperidad en los términos de crecimiento y empleo. En la adopción de dichas medidas hay que tener en cuenta la estructura específica del sector, en el que dominan las PYME y en el que casi un 95 por 100 de las empresas turísticas europeas son microempresas (7). Puede decirse que un 6,5 por 100 del volumen de negocios global generados por las PYME europeas corresponde a PYME del sector turístico. Por el dinamismo de éstas en la creación de empleo, la clave se concreta en mejorar su competitividad para que sigan creciendo.

Para ello se cuenta con la participación activa del Comité Consultivo de los Estados Miembros, junto a los servicios pertinentes de las instituciones europeas, realizando consultas y estableciendo partenariados, al tiempo que la Comisión mantiene una estrecha relación con organizaciones representativas de los distintos intereses del sector. De hecho, durante el penúltimo período, 1995-1996, cubierto por el tercer Informe, la Comisión presentó una propuesta de programa plurianual en favor del turismo europeo —«Philoxenia»— que tras intensos debates no recibió el apoyo unánime del Consejo de Ministros, siendo finalmente retirado por la Comisión en 2000. A cambio se concedió más relieve al tema del Turismo en relación con el Empleo.

### 2.1. El empleo

El Tratado de Amsterdam introdujo en 1997 un Título sobre el Empleo, cuya estrategia se encargó de definir el Consejo Europeo extraordinario de noviembre del mismo año (8). Dado que el turismo puede contribuir de manera esencial a alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible y empleo deseados, la presidencia luxemburguesa y la Comisión Europea organizaron la conferencia «Empleo y turismo: orientaciones para la acción», en la que se reunieron empresarios, autoridades públicas y académicas e interlocutores sociales a fin de examinar en qué condiciones se

(3) COMISION EUROPEA (1998): «Turismo en Europa. Nuevos partenariados para la creación de puestos de trabajo. Conclusiones y recomendaciones del Grupo de Alto Nivel Turismo y Empleo», Bruselas, p. 8 ss.

(4) Para el conjunto de medidas llevadas a cabo hasta 1993 y correspondientes al primer Informe: COM (1994) 74 final de 6-4-1994, Bruselas. Para el segundo Informe: COM (1996) 29 final de 5-2-1996, Bruselas. Para el tercer Informe: COM (1997) 332 final de 2-7-1997, Bruselas, recogiendo las medidas del período 1995-96. Para el cuarto y último: *Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones. Medidas comunitarias con incidencia en el turismo (1997/1999)*, COM (2001) 171 final de 28-3-2001, Bruselas.

(5) MORILLAS, Javier, «El turismo mundial, en España y en Vascongadas» en *Actas del XXIII Congreso Nacional de la FEPET*, Vitoria, Ed. Gobierno Vasco, 2001.

(6) *Informe de la Comisión...* op. cit.

(7) Recomendación de la COMISION (96/280/CE) de 3-4-1996, sobre la definición de Pequeñas y Medianas Empresas, DO L 107 de 30-4-1996, p. 4.

(8) *Boletín de Información Comercial Española, BICE*, nº 2679, 22/28 enero 200, pp. 19-25.



COLABORACIONES

puede explotar plenamente el potencial de trabajo que representa el turismo en Europa (9). De resultados, y tras la invitación del Consejo de Ministros de Turismo de 26-11-1997 a explorar de forma más exhaustiva e informar de los avances pertinentes, la Comisión creó un *Grupo de Alto Nivel sobre Turismo y Empleo*, GAN, compuesto por expertos procedentes del sector, a los que se encomendó la tarea de examinar en qué condiciones éste podía contribuir al aumento del empleo en Europa.

El elevado número de recomendaciones (10) presentadas estaban centradas en fomentar el desarrollo sostenible del turismo, perfeccionar el funcionamiento del mercado turístico mejorando las infraestructuras, el entorno empresarial, y los recursos humanos del sector, y conseguir el reconocimiento político que merece el turismo europeo como elemento motor.

Como respuesta al informe del GAN, la Comisión presentó su Comunicación *Incrementar el potencial del turismo como generador de empleo* (11), por la cual el Consejo de Ministros de Mercado Interior adoptó las *Conclusiones sobre Turismo y Empleo* (12), orientadas a la adquisición y difusión de conocimientos e información, así como a la consulta y cooperación con el mundo de la economía y los interlocutores sociales. En los cuadros 1 y 2 pueden observarse la «Evaluación de las áreas de crecimiento futuro del turismo europeo en el año 2010», así como el «Porcentaje de empleo generado en los diferentes subsectores por el consumo turístico», estimados por el referido GAN.

## 2.2. Estadísticas y Cuentas Satélites

En el importante terreno estadístico se trata de conseguir un sistema armonizado de información

(9) COMISION EUROPEA, Presidencia del Consejo de la Unión Europea, *Empleo y turismo: orientaciones para la acción*, Informe Final, DG XXIII/291/1997, Luxemburgo, 4-5 noviembre de 1997.

(10) CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS OF THE HIGH LEVEL GROUP ON TOURISM AND EMPLOYMENT: *European Tourism: New Partnerships for jobs*: october 1997.

(11) <http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/tourism-publications/publications.htm>

(12) Conclusiones del Consejo de Ministros de Mercado Interior del 21 de junio de 1999.

para el turismo comunitario, dividiendo los datos recogidos en los Estados miembros en tres secciones principales (13): capacidad del alojamiento turístico colectivo (incluyendo las unidades territoriales, NUTS I-III), ocupación en establecimientos de alojamiento colectivo (turismo interno y entrante) y demanda turística (turismo interno y saliente, excluidos los viajes de un día).

También las estadísticas estructurales de las empresas (14) proporcionan información armonizada sobre las empresas turísticas de la UE, con datos sobre las principales variables de las actividades de éstas, como Volumen de negocios, Valor añadido, o Número de personas empleadas. Los datos recogidos se difunden a través de la base de datos SBS de Eurostat y otras publicaciones, como *Panorama of European Business*.

Respecto a la creación de las *Cuentas Satélites para el turismo (CST)* la idea que subyace es analizar en detalle, dentro de la economía, toda la demanda de bienes y servicios que se pueda asociar con el turismo, observar la interfaz operativa con el suministro de dichos bienes y servicios dentro de la misma economía de referencia, y describir cómo este suministro interactúa con otras actividades económicas. En 1999, EUROSTAT, la OCDE, y la Organización Mundial del Turismo, OMT, crearon un grupo de trabajo para desarrollar la concepción metodológica de las CST, a fin de aumentar la coherencia y comparabilidad internacional de las estadísticas turísticas (15).

En el mismo terreno estadístico, basándose en la Declaración de Barcelona sobre colaboración euro-mediterránea, el subprograma MED-TOUR (16) se ocupa específicamente, en el marco del programa

(13) Aplicación de la Directiva 95/57/CE del Consejo de 23-11-1995, sobre la recogida de información en el ámbito del turismo. La recogida de datos se inició en 1997 (el primer período de referencia cubría el año 1996). De forma paralela a la aplicación de la Directiva, Eurostat ha diseñado y elaborado un nuevo sistema de información para las estadísticas relacionadas con el turismo (base de datos TOUR). El sistema también permite almacenar estadísticas en conexión con el turismo, como Balanza de Pagos, empleo en hoteles y restaurantes, y estadísticas económicas: *Tourism in Europe-Key Figures*, es un ejemplo de difusión de datos que se viene publicando desde 1997 periódicamente.

(14) Reglamento (CE, Euratom) n° 58/97 del Consejo de 20-12-1996, DO L 14 de 17-1-1997, p. 1.

(15) El Comité de Estadísticas de la ONU aprobó las referencias metodológicas de las CST en marzo de 2000.

(16) EUROSTAT, *Tourism in the Mediterranean Countries - Key Figures*, Luxemburgo, publicación anual, En el MED-



COLABORACIONES

CUADRO 1  
EVALUACIÓN DE LAS ÁREAS DE CRECIMIENTO FUTURO DEL TURISMO EUROPEO EN EL AÑO 2010

<b>Alojamiento:</b> – Hoteles de cinco estrellas y de lujo <b>Transporte</b> – Compañías aéreas – Empresas aeroportuarias	<b>Instalaciones de tiempo libre y deportivas</b> – Lugares para nuevos tipos de deportes <b>Balnearios e instalaciones de salud y puesta en forma</b> Institutos de formación y educación superior	<b>Distribución de viajes</b> – Sistemas globales de distribución y reserva – Nuevos medios	<b>Parques</b> – Parques de aventura – Parques temáticos <b>Vendedores de ordenadores y aplicaciones informáticas</b>	
<b>Alojamiento</b> – Hoteles de 4 estrellas – Hoteles de 3 estrellas – Establecimientos de habitación y desayuno – Granjas – Caravanas, campings – Casas y apartamentos de vacaciones <b>Instalaciones de tiempo libre y deportivas</b> – Piscinas con atracciones de diversión o aventura <b>Operadores turísticos</b> <b>Instalaciones culturales</b> – Museos – Exposiciones, establecimientos <b>Editores y distribuidores de publicaciones y mapas turísticos</b> <b>Agencias y medios publicitarios</b> <b>Centros comerciales</b>	<b>Servicios de restauración</b> – Restaurantes de 3 tenedores – Restaurantes de 2 tenedores – Restaurantes de 1 tenedor – Restaurantes de cocina local – Restaurantes de cocina internacional – Establecimientos de autoservicio – Bares – Cafés, cafeterías – Servicios de restauración a empresa de transporte <b>Monumentos</b> – Monumentos culturales – Monumentos naturales – Monumentos industriales <b>Fabricantes de cámaras y películas</b> <b>Artesanía y productos artísticos</b>	<b>Servicios receptores</b> – Agencias receptoras – Servicios de información turística – Servicios de guías turísticos – Servicios de traslado – Excursiones <b>Industria del espectáculo</b> – Opera – Operetas, musicales – Teatro – Cabaret <b>Seguros de viajes</b> <b>Fabricantes de medios de transporte</b> – Industria aeronáutica – Fabricantes de autobuses – Fabricantes de automóviles <b>Paisajismo/agricultura de mantenimiento</b> <b>Industria de prendas deportivas</b>	<b>Transporte</b> – Ferrocarril – Empresas de autobuses – Servicios de cruceros y transbordadores – Empresas de alquiler de coches – Taxis y otros servicios de traslados – Empresas portuarias <b>Centros de conferencias, parques feriales</b> <b>Parques</b> – Parques de ocio – Parques acuáticos <b>Comercio mayorista y minorista</b> – Caravanas, casas móviles – Artículos de camping – Artículos de cuero y de viaje – Recuerdos <b>Arquitectos y promotores</b> <b>Empresas de construcción</b>	
<b>Alojamiento</b> – Hoteles de 2 estrellas – Hoteles de 1 estrella – Moteles – Albergues juveniles	<b>Distribución de viajes</b> – Agencias de viaje <b>Servicios de restauración</b> – Restaurantes no clasificados	<b>Instalaciones culturales</b> – Bibliotecas, archivos	<b>Fabricantes de medios de transporte</b> – Astilleros – De locomotoras y vagones de ferrocarril	
<b>Alojamiento</b> – Hoteles no clasificados	<b>Bancos y oficinas de cambio</b>			
Ningún segmento identificado.				

Fuente: Grupo de Alto Nivel Turismo y Empleo, GAN, Comisión Europea.



COLABORACIONES

MED-STAT, de la recogida de información fiable sobre el turismo, como tema de gran interés en el área. Hoy, en la parte musulmana de ésta, el flujo turístico se ha desplomado casi totalmente, tras el atentado de sello islámico de las Torres Gemelas.

### 2.3. Gestión integrada de la calidad

Esta atención a la calidad se plantea para conseguir que los destinos turísticos europeos sigan siendo competitivos, dada la complejidad de la industria y el abanico de factores que influyen en cómo el turista percibe su visita. Así, tanto en destinos de costa, rurales, como urbanos, se trata de identificar las mejores prácticas, analizar las recetas de éxito y desarrollar un exigente control

TOUR, 1997-2002, participan Malta, Chipre, Líbano, Israel, Turquía, Jordania, Siria, Egipto, Túnez, Autoridad Palestina, Argelia, Marruecos, y los países de la UE y la AELC. Incluye seminarios de formación, armonización de normas, base de datos, encuestas, entre otros elementos relacionados con la obtención de información estadística sobre turismo.

de calidad en los operadores, responsables y gestores de destinos turísticos.

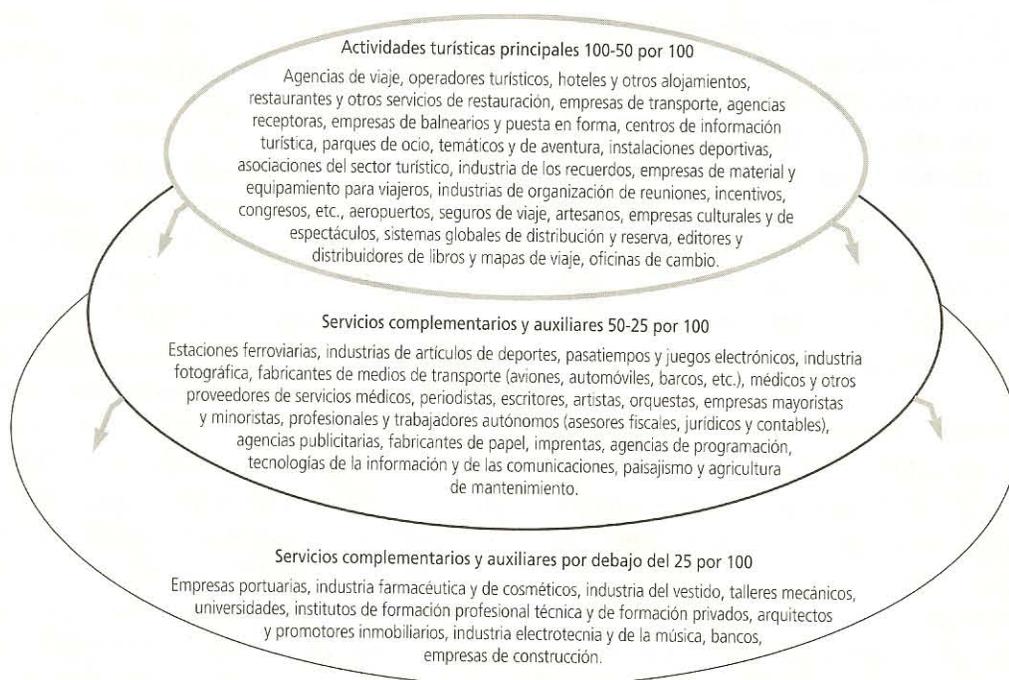
Las condiciones esenciales (17) para que se de una gestión integrada de calidad con éxito incluyen el asociacionismo —que participen todos los que intervienen en la cadena turística, incluida la población local—, liderazgo —a cargo de una persona u organismo público o privado—, estrategia —con metas claras a las que puedan adherirse todos los participantes—, y una evaluación continua, que permita un retorno cíclico de información que garantice la mejora permanente.

### 3. Aumento de la competitividad

En el terreno de la política de empresa el tercer programa plurianual en favor de las PYME

(17) COMMISSION EUROPÉENNE, *Pour un tourisme urbain de qualité – La gestion intégrée de la qualité (GIQ) des destinations touristiques urbaines*. DG Empresa, Unidad de Turismo. Bruselas, 1999. También Conclusiones del Consejo de Ministros de Mercado Interior de 21-6-1999, punto 1.1.2.

CUADRO 2  
 PORCENTAJE DEL EMPLEO GENERADO EN LOS DIFERENTES SUBSECTORES POR EL CONSUMO TURISTICO



Fuente: Grupo de Alto Nivel Turismo y Empleo, GAN, Comisión Europea.

beneficia a la industria europea del turismo, donde el 99 por 100 de las empresas dan empleo a menos de 250 personas. Un ejemplo es el proyecto *Net-Quality*, mediante el que se presta apoyo a la transferencia de las mejores prácticas de gestión, informáticas, y de marketing por parte de las PYME turísticas. También el *Libro Blanco del Comercio* de la Comisión hace hincapié en los beneficios recíprocos a obtener entre el comercio y el turismo, pudiéndose servir de instrumentos de apoyo a las PYME, como los *centros europeos de información empresarial, centros de cooperación empresarial, la red de cooperación empresarial, Europartenariat e Interprise* (18). La simplificación del entorno empresarial se impulsa a través del *Business Environment Simplification Task Force, BEST*, y la directiva sobre morosidad para todas las empresas —incluidas las públicas— impulsa un marco jurídico para agilizar cobros de deudas, disuadir a los malos pagadores

(18) En 1999 la Comisión desarrolló una web titulada: *EU Schemes in Support of Tourism-An Internet Roadmap for the Tourism Sector*, y dirigida a los agentes turísticos con todo tipo de programas, fondos e iniciativas de la UE en relación con el turismo.

de hacerlo con retraso, o imponer plazos inadecuados.

#### 4. Rentabilizar la integración europea y el euro

Con la perspectiva del mercado interior el turismo se convierte en una forma de desarrollo regional caracterizada por la concentración del mercado cuando se intensifica la competencia. Al evaluar la futura posición en el mercado de los participantes en una fusión, no sólo hay que considerar la situación en el mercado geográfico emisor de que se trate, sino que también hay que evaluar la cuota de mercado que tienen en la fusión en términos de oferta en el mercado de productos en destino.

En este aspecto la industria turística supone un «banco de ensayo excepcional», tanto en lo referido a la libertad de circulación de trabajadores, establecimiento y prestación de servicios, o reconocimiento mutuo de cualificaciones profesionales, como las de guía turístico y otros.

También con el euro se prevé un aumento de los viajes transfronterizos de breve duración y



COLABORACIONES

más desplazamientos de los visitantes de terceros países, en la medida que ofrece precios claros, simplicidad en la facturación y facilidades para la inversión transfronteriza y las operaciones comerciales entre operadores turísticos (19). Sin embargo, una encuesta del Observatorio Europeo de la PYME realizado en la primavera de 1999 señalaba que sólo el 18 por 100 de las PYME tenía una estrategia detallada ante la entrada del euro, el 43% no había considerado que impacto les supondría, y el 24 por 100 no tiene previsto finalizar su adaptación hasta mediados o finales del 2002.

No obstante, el acuerdo sobre logotipo común para el euro en toda la UE evidencia el claro compromiso del sector para ofrecer al consumidor servicios turísticos en euros e información sobre su uso.

En materia de armonización fiscal las agencias de viajes están sujetas a un régimen especial de imposición, según el cual el IVA se carga sobre el margen del operador turístico (20), cuyo funcionamiento insatisfactorio hace prever próximos cambios, que hoy se intentan acelerar tras los ataques suicidas a Estados Unidos. Igualmente, en la Imposición del combustible de aviación (21) se concede una exención obligatoria del impuesto especial armonizado sobre los hidrocarburos para el combustible utilizado en la navegación aérea comercial, también ahora en fase de discusión y revisión tras los atentados neoyorquinos.

El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, GATS, celebrado al final de la Ronda Uruguay abarca el comercio de servicios turísticos, que quedaron liberalizados por la mayoría de los miembros de la OMC. De hecho, el nivel de compromisos suscritos respecto al sector del turismo supera con creces al de cualquier otro sector, lo que indica que la mayoría de los miembros de la OMC reconoce que la liberalización del sector venía teniendo una repercusión extraordinaria-

mente favorable en sus economías nacionales, al menos hasta el 11 de septiembre.

## 5. Desarrollar y modernizar el turismo europeo

El potencial dinamizador del turismo hace de éste un sector de especial importancia para impulsar y diversificar la actividad regional, especialmente en áreas rurales y zonas industriales en decadencia. Sin olvidar el notable impacto positivo indirecto que el gasto turístico tiene para la expansión de otras empresas. En este sentido el turismo viene contribuyendo al desarrollo en todos los campos, lo que le va convirtiendo gradualmente en un elemento principal del apoyo comunitario a través de los fondos estructurales. Entre 1994 y 1999, el Fondo Europeo de Desarrollo Regional asignó al turismo 4.200 millones de euros, con preferencia a medidas destinadas a mejorar la calidad de la oferta turística, reducir su carácter estacional, desarrollar la utilización turística del patrimonio cultural europeo, el turismo rural y la formación en la industria turística.

Iniciativas comunitarias para el fomento del turismo, son LEADER II, PYME o Interreg IIA, para impulsar la cooperación transfronteriza entre regiones vecinas a ambos lados de una frontera nacional; o programas como LIFE, RAPHAEL, LEONARDO, ADAPT, HORECA u otros, para mejorar el mantenimiento del patrimonio natural y cultural.

Para la industria turística, los nuevos métodos de trabajo de la sociedad de la información, suponen desarrollar y validar nuevos tipos de flujos de trabajo y de intercambio de información entre proveedores, vendedores y clientes en la «cadena de valores turística». La aparición del marketing y los servicios de información en línea en Internet están revolucionando el sector turístico y sus servicios de mediación, afectando a la forma en que se hace la publicidad, las reservas y las ventas en el mercado del turismo, donde han venido entrando nuevos agentes ante su prometedora evolución. Así, la Comisión interviene para evaluar la repercusión de los cambios y poder seguir reforzando el sector, a través de —por ejemplo— el Progra-



COLABORACIONES

(19) COMISIÓN EUROPEA, *Informe final de la Conferencia El euro y el turismo: oportunidades y estrategias para las empresas*, Bruselas, 16-10-118. También: Asociación para la Unión Monetaria de Europa, *La Guía del Euro para la preparación del sector turístico*, AUME, Bruselas, abril 1999.

(20) Sexta Directiva 77/388/CEE del Consejo de 17-5-1977.

(21) *Imposición del combustible de aviación*, COM (2000) 110 final de 2-3-2000.

ma de Aplicaciones Telemáticas, (EnjoyEurope, iniciativa PYMETOUR) el programa Advance Communication Technologies and Services, ACTS, y el programa ESPRIT (22). Además se han puesto en marcha varios proyectos para desarrollar nuevos sistemas basados en el programa Tecnologías de la Sociedad de la Información, TSI, a fin de mejorar las operaciones y los modelos comerciales de los profesionales de los viajes y el turismo —por ejemplo, reserva en línea de productos de viajes y turismo— y asistir a los turistas durante sus vacaciones —por ejemplo, ayudante de viaje cultural—. El programa TSI se aplica mediante una serie de programas de trabajo anuales, cada uno de los cuales se desarrolla en estrecha cooperación con la industria, los medios académicos y las organizaciones de usuarios.

El objetivo del trabajo de I+D emprendido es ofrecer y vender los productos turísticos europeos y fomentar la competitividad de las empresas comunitarias en los mercados turísticos internacionales basados en el comercio electrónico. Esto se pretende lograr a través de la creación de sistemas abiertos de valor añadido y protocolos de cooperación entre distintas zonas de Europa, los sistemas actuales y los diversos agentes de la industria turística y el desarrollo de elementos y sistemas inteligentes de «infomovilidad» —que suministren información y servicios pertinentes en cualquier momento y lugar mediante dispositivos móviles— disponibles para los turistas durante sus desplazamientos.

Ya en el año 1998, el proyecto KNITE (*Activation of the Community of Actors as a Networked Dynamic Knowledge Base on Information Society Technologies for Tourism within Europe*) sirvió para constituir un colectivo de trabajo con los 250 principales representantes de los intereses del turismo. Además el proyecto de acción de apoyo FETISH (*Federated European Tourism Interoperability Service Harmonisation – Engineering Task Force*) proporciona una infraestructura a escala europea cuyo objetivo es transformar los sistemas de información turística fragmentados y los servicios turísticos de valor añadido basados en las TIC, en un grupo federado de recursos que

se presente ante los usuarios como un único sistema que proporcione todos los servicios necesarios para el turismo europeo.

Otras cuestiones relacionadas con el turismo y el desarrollo sostenible, como la energía, la etiqueta ecológica en el turismo y otros, son el SGAM (Sistema de Gestión y Auditoría Medioambiental), LIFE-Medio Ambiente, instrumento financiero para el medio ambiente (1996-1999) y la red NATURA 2000, zonas de protección especial consideradas como zonas sensibles desde el punto de vista de la naturaleza.

## 6. Conclusiones

Con el constante aumento de la renta disponible en la UE, el tráfico turístico ha sido hasta la actualidad uno de los motores clave de la creación de empleo y la demanda de transporte en muchas rutas de la UE, aéreas y terrestres. Un impulso que ha sido permanente, ya que en el conjunto del sector, y a pesar de todos los conflictos vividos en los últimos 50 años, no ha habido un ejercicio en que el turismo haya bajado.

Sin embargo tras las acciones del terrorismo indiscriminado en Nueva York la situación puede cambiar. Los incrementos en el precio de los seguros, las altas inversiones en seguridad, los controles más selectivos de los movimientos de personas, capitales y mercancías, apuntan a un incremento general de costes para el usuario. La Organización Mundial del Turismo prevé que este sector, que había crecido entre el 2,5 y el 3 por 100 en los ocho primeros meses del 2001, podría cerrar el ejercicio en una banda de crecimiento de entre el 1,5 y el 2 por 100. Aunque los resultados serán desiguales y los más afectados serán los vuelos transoceánicos, norteamérica y los destinos turísticos de países musulmanes, las consecuencias negativas para Europa podrán ser menores por el propio reforzamiento del mercado interior y la introducción del euro. No obstante la revisión y aceleración en la toma de medidas de apoyo al sector turístico en la UE pueden contribuir a atenuar la contracción internacional e impulsar una recuperación general de la confianza y la normalidad económica en un plazo de tiempo más reducido.



COLABORACIONES

(22) Más información sobre estos programas en: [http://www.cordis.lu/es/src/f\\_002\\_es.htm](http://www.cordis.lu/es/src/f_002_es.htm).