

# El turismo: un desafío para Europa

## Europa: primer destino turístico mundial

Europa es el primer destino turístico mundial: el turismo nació aquí y se ha desarrollado gracias a la riqueza cultural del “viejo continente”, la variedad de sus paisajes, sus infraestructuras de recepción y de comunicación, su oferta muy diversificada de alojamientos y de atracciones turísticas. Todos estos activos la convierten en la región más visitada del mundo.

El turismo también es uno de los sectores económicos más prometedores en Europa. Contribuye al 4% del Producto Interior Bruto (PIB) de la Unión Europea, variando este porcentaje entre un 2% y un 12% en los 27 países de la Unión (Francia: 6,4%, Malta: 12%). También se beneficia de una tasa de crecimiento superior a la media europea, puesto que se sitúa por encima de un 3%.

Este sector hace trabajar a más de dos millones de empresas, que emplean a 8,6 millones de europeos aproximadamente, lo que representa un 4% de la población activa europea.

Aunque los europeos prefieren pasar sus vacaciones en su propio país, favorecen a Europa cuando eligen el extranjero. Europa es un destino atractivo para sus ciudadanos puesto que un 91% de los turistas que residen en Europa procede de los Estados miembros. Solamente un 11% de la actividad turística europea está vinculado a los visitantes procedentes de terceros países (América, Asia, etc.), pero sus gastos representan un 30% del comercio internacional de los servicios de la Unión.

## El turismo europeo frente a nuevos desafíos

Esta constatación más bien positiva no debe hacer olvidar que el turismo europeo se enfrenta a dos desafíos mayores: la competencia internacional, en particular, de los grandes países emergentes (China, India, Brasil, etc.) y la cuestión medioambiental que se plantea a nivel planetario.

La apuesta será encontrar el buen equilibrio entre, por una parte, el desarrollo armonioso de los destinos y la protección de su medio ambiente y, por otra parte, la competitividad de la industria turística.

Tendencias mundiales y cambio de prioridades: más que nunca, el objetivo predominante del sector del turismo consiste en seguir siendo **competitivo en el marco de un desarrollo durable**. El “modelo turístico europeo” debe por lo tanto presentar estos dos imperativos.

La competitividad pasa por **la calidad, la innovación y la adaptación de la oferta** a las evoluciones de la demanda que está influida por grandes tendencias:

- Cambios demográficos, vinculados a la globalización y al crecimiento del mercado de los “mayores”: aparecen nuevas clientelas (chinas, indias) con expectativas diferenciadas. La proporción de personas de más de 60 años pasará del 20 al 33% en el transcurso de los próximos cincuenta años en Europa: estas personas van a conservar su independencia mucho más tiempo y algunas formas de turismo (de salud, de bienestar o de puesta en forma) se benefician de ello.
- Modificación de los comportamientos de compra tales como la búsqueda de la “gama alta” pero también, por otra parte, precios bajos, la exigencia sobre la calidad de las

prestaciones, la búsqueda de autenticidad, la mayor sensibilidad a los riesgos (de seguridad, sanitarios), la aceleración del ritmo de vida, la toma de conciencia ecológica, etc.

Estos cambios obligan a las empresas y a los distintos protagonistas del turismo a dar muestras de dinamismo e imaginación para proponer una oferta turística adaptada, más segmentada, construida sobre enfoques temáticos: turismo de negocios, de lujo, de bienestar, termal, deportivo, cultural bajo todos sus aspectos, históricos, patrimoniales, de acontecimientos, de memoria, gastronómico, religioso, etc. Esta diversificación de la oferta debe acompañarse de una búsqueda de la calidad de los servicios concernientes al conjunto de las prestaciones turísticas y de la calidad de la recepción.

Grandes proyectos paneuropeos tales como los itinerarios europeos (Rutas en bicicleta “Eurovelo”, Camino cultural Saint Martin de Tours entre Francia y Hungría, Itinerarios culturales del Consejo de Europa) constituyen una respuesta europea a estas nuevas formas de demanda.

Estas iniciativas son ejemplares ya que se inscriben en una gestión de desarrollo durable, que debe prevalecer en todos los niveles de la cadena turística y presentarse en los distintos aspectos del turismo, del turismo de masa al turismo ecológico. El turismo debe encontrar un justo equilibrio entre sus dimensiones económicas, sociales, culturales y medioambientales.

#### La estrategia de la Unión Europea en términos de turismo duradero

La Comisión Europea, en su Comunicación del 19.10.2007 titulada “**Agenda para un turismo europeo competitivo y duradero**” propone una estrategia de respuesta a los siete desafíos mayores para la durabilidad del turismo:

- reducir el carácter estacional de la demanda valorizando los destinos fuera de temporada;
- disminuir el impacto del transporte turístico que, hoy en día, representa un 8% de las emisiones equivalentes de CO<sub>2</sub> en la UE de 15;
- mejorar la calidad de los empleos turísticos a nivel de la remuneración, de los horarios de trabajo, y de las oportunidades en la progresión de carrera;
- mantener y mejorar la prosperidad y la calidad de vida de comunidades locales a pesar de los cambios, teniendo cuidado con la promoción inmobiliaria y la sustitución de las actividades tradicionales por el turismo;
- minimizar la utilización de los recursos y la producción de desechos que limitan el consumo de energía;
- conservar y valorizar el patrimonio natural y cultural bajo distintos puntos de vista;
- volver accesible para todos las vacaciones enfrentando las desventajas físicas y económicas.

La respuesta a estos desafíos se basa en un enfoque político global compartido por todos los protagonistas: turistas, empresas, destinos, poblaciones locales y autoridades públicas a nivel local, regional, nacional y europeo.

Por acciones de sensibilización, por instrumentos reglamentarios o medios incitativos, las autoridades públicas pueden estimular este nuevo enfoque de desarrollo. Por su comportamiento exigente y responsable, los turistas pueden hacer evolucionar el consumo turístico. Por su capacidad de innovar y su necesidad de seguir siendo competitivas, las empresas pueden modificar los modos de producción turística. Y la Unión Europea puede, a

este respecto, constituir un extenso laboratorio en el cual el desarrollo durable no sólo será un lema, sino una multitud de experiencias que podrán difundirse y compartir en el marco de **intercambios de buenas prácticas y a través de las redes.**

Es la oportunidad que nos ofrece Europa: compartir nuestros conocimientos con el fin de construir el nuevo “modelo turístico europeo”.