

ECONOMÍA Y POLÍTICAS TURÍSTICAS

UNIDAD VIII: POLÍTICA TURÍSTICA

Prof.: Lic. Eliana Arcoraci

Definición de Política Turística

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define Política Turística como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones que lo componen que afectan de manera relevante a la actividad pública. Otra definición propuesta responde como el conjunto de medidas adoptadas por la Administración Nacional de Turismo (ANT) para el mayor aprovechamiento de los recursos Turísticos.

Objetivos de la Política Turística

Uno de los principales objetivos de la política turística es potenciar el turismo receptivo para que se puedan aplicar diferentes tipos de medidas como por ejemplo, la devaluación de la moneda, campañas de marketing, mejora de la imagen exterior, del país, así como la presentación de sus productos en ferias y exposiciones internacionales, el apoyo a sus empresas turísticas y medidas a favor del establecimiento de empresas extranjeras. Sin embargo, no se muestran tan entusiastas en la promoción del turismo emisor, ya que este proceso supone la salida de la divisa al exterior y por tanto, importantes pérdidas en términos económicos.

La iniciativa pública tiene una gran influencia en el ámbito económico y social. De ahí el establecimiento de impuestos como la concesión de subvenciones a las empresas, o al consumo que afecta, tanto, a las decisiones económicas adoptadas, como a los agentes implicados.

Los objetivos de la política turística se asocian en ocho niveles. **El principal objetivo será el procurar el crecimiento, en cantidad, calidad y permanencia de los destinos turísticos.**

Objetivo Estructural:

- Mejorar la condición competitiva del lugar, rompiendo la estacionalidad de los Centros Turísticos, la mejora en la calidad certificada de la oferta, la integración de los servicios aéreos entre los destinos, a partir del mantenimiento semestral de los itinerarios turísticos y rompiendo el sistema radial actual.
- Buscar la optimización de los servicios de transporte terrestre con igual criterio que en el Transporte Aéreo, la profesionalización del personal (orientada por el sector oficial del turismo en su sistematización, como parte de los recaudos de competitividad en los servicios), la creación de un Barómetro Nacional de investigación y asistencia sectorial permanentes para analizar el cambio turístico en el espacio del turismo y la difusión sostenida.

Objetivo Social: incrementar los puestos de trabajo y en mejorar la calidad de vida de las poblaciones receptoras.

Objetivo Ambiental: este objetivo tiene como principal objeto de estudio instalar, como requisito previo a la inversión en infraestructura, el estudio del impacto ambiental, con diferentes jerarquías de acuerdo a la exclusividad de los ecosistemas y atractivos. Además, este objetivo abarca la creación de “Áreas Protegidas” naturales y/o culturales, alentando la aparición de “Parques Naturales Privados” y de “Custodios Privados”, y estableciendo de premios para las calidades ambientales de pueblos, lugares y servicios.

Objetivo Territorial: propiciar la asociatividad a través de los actores locales en Cámaras-Agremiaciones-Asociaciones, de los municipios, en función de su geografía homogénea, en “Productos Turísticos” / “Comarcas Turísticas”, de las Comarcas a los Corredores Turísticos, de los Corredores Turísticos, por uniformidad de oferta, en Regiones Turísticas (nacionales e internacionales)

Objetivo Cultural: concienciar y capacitar a los actores y a las poblaciones locales receptoras de turistas, para que integren, por su conocimiento e identificación los “Productos Turísticos” y alentar las manifestaciones culturales, como forma de enriquecer las Propuestas Turísticas (Productos).

Objetivo en Infraestructura: adecuación de los Aeropuertos y Puertos. Para ello, se debe mejorar las rutas que conducen a los destino, creando Redes Nacionales, Regionales y Provinciales de información turística que incorpore la interpretación, y modernice la comunicación, para valorar y entender los mensajes de la naturaleza y de la cultura como valoración en paseos e itinerarios.

Objetivo legal: poner en vigencia un marco legal que aporte la adecuada “seguridad jurídica” y que aliente la inversión turística. También, se incluye en este objetivo la habilitación de créditos de Fomento para alentar la adecuación de Hoteles Restaurantes, Atractivos y Servicios Turísticos. Los ajustes de los intereses, se deberán realizar por valor producto. Los tomadores deberán asumir un compromiso paralelo y condicionante de capacitación profesional

Objetivo Regional: Este objetivo se centra en instalar en cada municipio una administración participativa local de los Parques Nacionales, Monumentos Históricos, etc.

Efectos del turismo en la economía¹

Un turista es toda aquella persona que, con motivo de su desplazamiento del lugar de residencia habitual, efectúe un gasto en bienes de consumo en un lugar distinto de aquel de su origen habitual e inmediato de los ingresos que sirven para financiarlo.

El turismo no puede identificarse como un sector económico claramente diferenciado, puesto que los bienes y servicios vendidos tanto a los visitantes como a los turistas nacionales se originan en varias ramas de la producción y porque en muchos casos sólo una parte se vende al turista y el resto se destina a otras formas de demanda final o usos intermediarios. Según la Secretaría de la UNCTAD (Conferencia de la Naciones Unidas sobre comercio y desarrollo) las siguientes ramas de la actividad económica pueden considerarse como pertenecientes al “sector turístico” en diversos grados:

- Alojamientos
- Agencias de viajes y empresas organizadoras de circuitos turísticos
- Restaurantes, cafés y otros establecimientos que expenden comidas y bebidas

¹ **Efectos del Turismo en la Economía:** Bronzini, Andrés, Capredoni, Alicia , Pozo, Mariano, Varoli, Marcos, Yelich, Ricardo

- Empresas de transportes (servicios de pasajeros): aviación civil, transporte marítimo, ferrocarriles, autobuses y automóviles de alquiler
- Empresas industriales o artesanales de artículos destinados principalmente a los visitantes
- Establecimientos que ofrecen instalaciones deportivas, diversiones y espectáculos destinados
 - principalmente a turistas
- Departamentos del gobierno, entidades públicas y otros órganos relacionados principalmente con el turismo

Los efectos del turismo sobre la economía son tal vez los más conocidos y han sido los que en mayor grado han estimulado el interés de los países por el turismo. Estos efectos pueden manifestarse de diferentes formas, a saber:

1. El turismo como fuente generadora de divisas

De todos los beneficios posibles del turismo es quizás el más notable. Los ingresos resultantes del gasto realizado por los turistas en los países, contribuyen significativamente en la balanza de pagos, especialmente en los países en vías de desarrollo. Desde el punto de vista económico normalmente se analiza la contribución que el turismo y sus efectos sobre el ingreso nacional el turismo hace a la economía de un país como consecuencia de su capacidad para generar divisas.

2. El turismo y sus efectos sobre el ingreso nacional

Se manifiestan de diversas formas: a través de su contribución al producto interno, como instrumento de redistribución del ingreso y en los efectos multiplicadores resultantes del gasto de los visitantes.

Los gastos realizados por los turistas extranjeros en el país generan salarios y otros ingresos en los factores de producción. Así, por ejemplo, cuando los hoteles y restaurantes compran productos alimenticios y otras mercancías a los proveedores, generan con estas compras un producto interno dentro del proceso de distribución. Para poder medir el PBI, o sea, el valor agregado generado por el turismo como consecuencia de estas transacciones, es necesario conocer cuál es la parte que corresponde concretamente al turismo en la producción total de las distintas ramas de la actividad económica relacionada con este "sector".

En lo social podemos decir que el turismo contribuye a una redistribución del ingreso entre las distintas capas de la población, y en lo espacial a una redistribución a lo largo del territorio nacional. Esto surge como consecuencia de las características particulares que presenta el producto turístico, el cual se encuentra ligado a un determinado lugar y a una determinada empresa, obligando al turista a trasladarse para efectuar el consumo del producto y produciendo una derrama económica entre los distintos sectores ligados a la actividad turística local.

Los **efectos directos** son los resultantes del gasto de los turistas, es decir, los que surgen como consecuencia de los ingresos que perciben los factores de la producción en el propio "sector" turismo y en los sectores que producen bienes y servicios destinados al consumo de turistas. Pero no sólo estas actividades obtienen beneficios económicos: prácticamente la mayoría de los sectores experimentan la influencia de dicho consumo.

Los efectos directos dan origen a ciertos **efectos indirectos** como consecuencia de que parte del ingreso se emplea en la compra de bienes y servicios. Tales desembolsos generan a su vez toda una serie de **efectos inducidos** porque quienes los reciben los utilizan, también en parte, en el consumo de otros productos y servicios, y a sí sucesivamente. La relación existente entre la inyección inicial que se produce en la economía como resultado del gasto que realizan los turistas, y la subsiguiente generación del valor agregado a que este gasto da lugar como

consecuencia de los efectos directos, indirectos e inducidos, es lo que se conoce como efecto multiplicador del turismo. Se define como el coeficiente que mide la cantidad de ingreso generado por cada unidad de gasto turístico. Este efecto estará referido a los desembolsos realizados en bienes y servicios de producción nacional (no considera importaciones, obligaciones financieras en el exterior, etc.).

3. El turismo como fuente generadora de empleos

La importancia del turismo en este aspecto está íntimamente ligada al grado de importancia que tenga como fuente generadora de ingresos para el país. Se distinguen tres tipos de empleo generados por el turismo:

- **Empleo directo**, como resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas, como los hoteles, restaurantes, agencias de viaje.
- **Empleo indirecto**, todavía en el sector turístico, pero como resultado directo del gasto turístico.
- **Empleo inducido**, creado como resultado del gasto por los residentes debido a los ingresos procedentes de turismo.

4. El turismo como factor de expansión del mercado nacional

Independientemente del aumento del consumo de productos agropecuarios, es evidente que el turista efectúa un gasto adicional en la compra de productos manufacturados nacionales no siempre catalogados como turísticos, lo que equivale a una verdadera exportación.

5. Otros efectos del turismo: sobre el nivel general de precios y sobre el presupuesto público

El desarrollo del turismo, como el de cualquier otra actividad en el campo económico, puede llegar a influir significativamente en el nivel general de precios y, eventualmente, a convertirse en un factor inflacionario.

En lo que respecta al presupuesto público, los efectos del desarrollo de la actividad se manifiestan tanto en el presupuesto general de ingresos y gastos corrientes como en el presupuesto general de inversiones.

Desde el punto de vista de los ingresos genera una renta para el Estado la cual tiene sus orígenes en los impuestos directos e indirectos, como ser los impuestos a la renta, impuestos sobre los ingresos salariales del personal empleado en el sector, impuestos sobre el valor agregado (IVA) y tasa de servicios por el uso de las facilidades públicas para el uso del viajero (aeropuertos, terminales de buses, etc.). En lo que respecta a los egresos, la propia gestión del turismo a través de su estructura administrativa (organismos nacionales de turismo y empresas descentralizadas), representa un aumento del gasto público; en algunos casos ciertas decisiones adoptadas a nivel gubernamental para estimular la afluencia de visitantes en determinados periodos del año (por ejemplo subvenciones directas en gasolina) pueden dar origen a un incremento de este gasto.

El desarrollo de la infraestructura, comprendidos en ella los servicios públicos, y los créditos oficiales otorgados para el fomento de las instalaciones y su respectivo equipamiento a empresas relacionadas con la prestación de los servicios turísticos, requiere de recursos financieros, lo cual hace que aumente el presupuesto de inversión.

Hay dos actitudes de las autoridades gubernamentales frente al turismo: la de los países emisores, cuya exportación de turistas desequilibra negativamente su balanza de pagos, y la de los receptores, que obtienen por este medio un aumento significativo de los ingresos. Para los primeros la "fuga" de capitales puede a veces dar motivos de inquietud, pero ven en la exportación turística, con prioridad, las ventajas culturales, sociales y políticas derivadas de los viajes. Los segundos consideran los efectos económicos por ingreso del turismo como muy importantes, y le dan prioridad en todos los aspectos.

Cuenta Satélite del Turismo²

La Cuenta Satélite de Turismo (CST) es un instrumento estadístico, un "satélite" que gira alrededor de los conceptos, las definiciones y los agregados del Sistema de Cuentas Nacionales y que hace posible realizar comparaciones válidas con otros sectores, así como entre países o grupos de países.

Es una eficaz base de datos que permite cuantificar la incidencia económica del turismo. Esta función exige la colaboración constante de las administraciones nacionales de turismo con otros ministerios o entidades públicas (como los bancos centrales, las oficinas nacionales de estadística, los ministerios de economía y las autoridades competentes en materia de migración).

La CST, un instrumento para el diseño de estrategias en el ámbito del turismo

La OMT ha venido trabajando desde 1995 en el diseño de la CST desde el convencimiento de que su implementación permitiría:

- un mayor conocimiento de la relación del turismo con el conjunto de la actividad económica de un país
- ser utilizado como instrumento auxiliar para el diseño más eficiente de políticas concretas
- hacer valer ante los distintos agentes no turísticos, la importancia cuantitativa del turismo (en términos monetarios y físicos) y, en consecuencia, su papel como factor económico relevante en todas aquellas industrias que producen bienes y servicios demandados por los visitantes.

La elaboración de la CST debe ser entendida como un proceso, con voluntad de permanencia y continuidad, que ha de responder a las necesidades del país de conocer y evaluar el fenómeno turístico. Se trata de un conjunto articulado de flujos económicos de carácter monetario que se transmiten desde el consumo realizado por los visitantes (asociados tanto al turismo receptor como al interno y al emisor) al sistema productivo, donde las distintas industrias turísticas producen y/o importan aquellos bienes y servicios demandados.

Su desarrollo exige, necesariamente, la asignación de importantes recursos económicos y de personal técnico, que han de cuantificarse y fundamentarse, frente a otras alternativas técnicas posibles

La complejidad y el carácter transversal del turismo, así como la importancia relativa de los recursos requeridos, obliga a tener en cuenta tres principios o criterios, que deben estar presentes a lo largo del proceso de su elaboración, cualesquiera que sean las situaciones de partida de los países:

- La existencia de una Plataforma estable de carácter interinstitucional como soporte de la **cooperación** tanto entre los productores de las estadísticas y otro tipo de informaciones básicas turísticas necesarias para la elaboración de la CST, como en relación con otras unidades institucionales y usuarios (de los datos y resultados que finalmente se obtengan); y ello, tanto por razones de eficacia como de eficiencia.
- Un cierto grado de **flexibilidad**, en el propio desarrollo del Proyecto de CST, en un doble sentido: por un lado "conceptual", en cuanto al grado de aplicación de las distintas recomendaciones y normas establecidas con carácter general y, por otro lado, "organizativo", en cuanto a disponer de grados de libertad en relación con la programación

² La Cuenta Satélite De Turismo (Cst) "Un Proyecto Estratégico Para La Organización Mundial Del Turismo". Informe Del Secretario General. Noviembre del 2000

de tareas y operaciones estadísticas, adecuación presupuestaria y de personal, organización administrativa, etc.

- Un **gradualismo** en la ejecución del proyecto de la CST, estableciendo etapas o fases, en función de las prioridades preestablecidas y de los recursos disponibles asignados. Obviamente, el desarrollo completo de la CST (en términos de la cobertura de las variables, de la desagregación de los productos e industrias identificados, del número de tablas elaboradas, etc.) vendrá marcado por las orientaciones incluidas en el Estudio de Viabilidad del Proyecto, cuya redacción y análisis debería ser entendido como condición necesaria para llevarlo a cabo.

La cooperación interinstitucional: los protagonistas

- 1. El escenario internacional** :los principales protagonistas de este escenario son las instituciones internacionales o intergubernamentales bien por competencias administrativas o por otros motivos, que han demostrado su especial interés por la información estadística turística, tales como las Naciones Unidas (la Comisión de Estadística, la División de Estadísticas, así como sus Agencias regionales), la Organización Mundial del Comercio (OMC), la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), la Oficina Estadística para las Comunidades Europeas (EUROSTAT), la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Fondo Monetario Internacional (FMI). También es el caso de distinto tipo de Organizaciones regionales y de representación de las principales industrias u operadores turísticos, tales como ACI, APEC e IATA. Con todos y cada uno de ellos, la Secretaría de la OMT ha ido articulando acuerdos e iniciativas para el desarrollo de la CST.
- 2. El escenario nacional:** A los efectos de desarrollar la CST, los protagonistas en el escenario nacional son de muy diversa naturaleza pues responden a distintas finalidades y necesidades. Básicamente, éstos pueden agruparse en tres categorías:
 - a.** los organismos productores de estadística y suministradores de información básica turística, tales como Oficinas Nacionales de Estadística (ONE), Administraciones Nacionales de Turismo (ANT), Bancos Centrales (BC) y Asociaciones de las empresas turísticas de representación nacional;
 - b.** las unidades informantes, tales como empresas y establecimientos turísticos, así como otros organismos de las administraciones públicas (como los relacionados con la regulación del transporte en sus diferentes modalidades, control de migraciones, aduanas, etc.);
 - c.** los potenciales usuarios de la información turística generada, tales como las industrias turísticas, la propia ANT, las unidades responsables de elaborar las cuentas nacionales y balanza de pagos, y otros.