

PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo

ASIGNATURA: POLITICA Y TURISMO

APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU

(DESDE EL 21 SET AL 02 OCT 2020)

DIA: DEL 21/25 SET

HORARIO: LUNES / JUEVES 19.00 20.20

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
TRABAJO PRACTICO 15: LOS AMBITOS DE LAS POLITICAS TURISTICAS
GUIA O ACTIVIDADES
CONTENIDO MINIMO OBLIGATORIO 1. Lectura anexada ACTIVIDAD DE REFORZAMIENTO OBLIGATORIA: - CONTENIDO COMPLEMENTARIO NO OBLIGATORIO: Lectura: Imagen turística argentina Política turística como política exterior http://bibliotecadigital.uda.edu.ar/objetos_digitales/210/imagen-turistica-argentina.pdf
BIBLIOGRAFIA
Apuntes anexados adaptados

CONTENIDOS MINIMOS OBLIGATORIOS

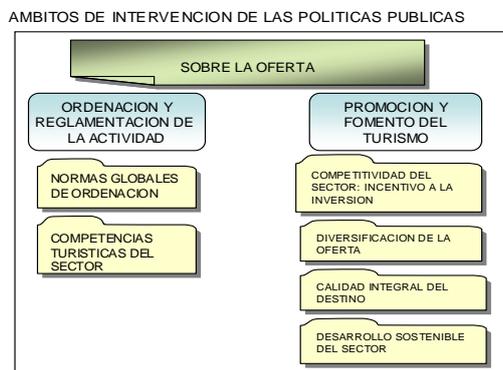
ÁMBITOS DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS:

Para responder a esta pregunta nos basaremos en las conclusiones del Seminario Internacional organizado por la OMT en Salzburgo (1997) acerca de las responsabilidades de los gobiernos en materia turística.

En ellas se destaca la importancia de la política turística en el adecuado desarrollo de los factores de producción en especial la ordenación del territorio, la dotación de infraestructura y fundamentalmente apoyar la gestión y coordinación del proceso turístico a nivel de destino tanto desde la perspectiva de la oferta (desarrollo y producción) como de la demanda (comunicación y comercialización). Además, hay que destacar la importancia de la investigación y las estadísticas del turismo, factor clave para mejorar el conocimiento sobre el mercado.

La política turística sobre la oferta

Ordenación, cualificación y diversificación: la política trata de actuar sobre los componentes de la oferta tanto sobre los equipamientos como sobre la infraestructura que conforman el destino.



Elaboración propia

Los programas que se desarrollan se agrupan entorno a dos grandes funciones:

- La ordenación y reglamentación de la actividad que hace referencia al conjunto de normas, leyes y reglamentaciones que emanan el poder ejecutivo y legislativo y que constituyen al marco normativo del turismo.

Hay dos tipos de normas, aquellas que forman parte de una concepción global de la política turística y que afectan a ámbitos de intervención vinculados a la protección territorial y aquellas otras vinculadas con la política sectorial del turismo.

El primer grupo está conformado por las normas que afectan a la sostenibilidad del desarrollo turístico en términos de ordenación del territorio, medio ambiente, protección, conservación y puesta en valor de los recursos naturales.

En el segundo grupo se encuentran todas aquellas cuestiones relacionadas con las competencias turísticas y que tienen que ver con la organización de las administraciones turísticas, competencias, derechos y deberes de las empresas y sus consumidores, etc.

- La promoción y el fomento del turismo se refiere a la función de posibilitar el desarrollo de la actividad turística (cualificando y diversificando).

Los gobiernos desarrollarán programas dirigidos a:

Incremento de la competitividad de las empresas a través de la incentivación de la inversión, el crecimiento del empleo, elevando los niveles de cualificación de los trabajadores en turismo: reforzar las medidas incentivadoras de la inversión, asesorar a las empresas en materia de financiación, apoyo a la desestacionalización, establecer medidas de desburocratización y simplificación administrativa, incentivar el autoempleo y otras fórmulas de economía social, crear un marco de diálogo y colaboración, etc.

Diversificación de la oferta a través de medidas correctoras que contribuyan a mejorar la calidad de los destinos, programas de reactivación o restauración de los recursos existentes, desarrollar nuevos recursos complementarios que sirvan para diversificar y mejorar la oferta turística y contribuyan a la desestacionalización, involucrar a las empresas del sector en la conservación de los recursos: apoyar la creación de agrupaciones de establecimientos, mejorar la calidad de los establecimientos privados, orientar la acción inspectora hacia la asistencia a empresas en materia de calidad, orientar la ordenación normativa a la consecución de la calidad, apoyar la adopción de nuevas tecnologías, etc.

Incrementar la competitividad de los destinos para que un destino ofrezca un producto de calidad, resulta necesario apoyar aquellas iniciativas que aborden al destino desde una perspectiva global e integradora.

Promover la sostenibilidad del desarrollo turístico, es decir como principio orientador, debiéndose conseguir que el turismo sea un factor de conservación y puesta en valor de los recursos naturales y culturales de una comunidad, así como instrumento para la protección y conservación del medio ambiente: elaboración de indicadores de calidad medioambiental para empresas y destinos turísticos, desarrollo de instrumentos de seguimiento y evaluación de estos indicadores, apoyo a los municipios para las Agendas 21, apostar por la relación positiva entre propuestas de desarrollo turístico y la política urbanística, regular las condiciones de acceso a subvenciones y medidas de fomento, impulsar la formación de material informativo sobre normas de comportamiento, establecer premios anuales para distinguir buenas prácticas, etc.

Esto hace necesario que los modelos de desarrollo que están implantados respondan a una adecuada planificación que sobrepasa las estrategias individuales de cada empresa o institución, exige una amplia participación de todos los agentes implicados.

La política turística sobre la demanda

Comunicación, comercialización y servicios de posventa: la importancia de proporcionar al turista una adecuada información sobre el destino, de crear una adecuada imagen de marca, el posicionamiento del destino en los principales mercados emisores, el apoyar la actividad comercializadora de las empresas son tareas importantes a desarrollar por las administraciones públicas.

AMBITOS DE INTERVENCION DE LAS POLITICAS PUBLICAS



Elaboración propia

Los programas a desarrollar en este ámbito son:

1. Comunicación y comercialización: desarrollo de marca e imagen, campañas publicitarias, promociones directas en los mercados emisores (Workshops, ferias, etc.) relaciones públicas, acciones de esponsorización y patrocinio, etc.
2. Información y atención al turista en el destino: creación y puesta en marcha de una adecuada red de oficinas de información turística, elaboración de bases de datos sobre recursos, infraestructura y equipamientos, desarrollo de un adecuado programa de señalización para el conjunto del destino.
3. Publicación y soportes para la comunicación y difusión de información al sector turístico: elaboración y diseño de materiales de soporte para la comunicación, información al turista, a las empresas y a los destinos (folletos, guías, mapas, etc.)

La investigación y las Estadísticas de turismo

El dinamismo que experimenta el sector convierte los esfuerzos dedicados a la investigación e innovación en uno de los pilares estratégicos para la competitividad del conjunto de la industria turística.

AMBITOS DE INTERVENCION DE LAS POLITICAS PUBLICAS



Elaboración propia

En este orden de cosas resulta necesario dedicar una especial atención a la investigación como instrumento de observación, de predicción y de elaboración de datos que permitan la actualización y adecuación de las políticas públicas y las estrategias empresariales a los cambios en el mercado turístico, a la incorporación de los avances tecnológicos y a las instituciones y a la cualificación de los profesionales del sector.

Los programas de investigación tienen como principal objetivo:

- La realización de estudios, investigaciones de mercados, y elaboración de estadísticas que permitan: el estudio de los diferentes impactos de la actividad en los diferentes planos, evaluar los resultados de las políticas públicas, conocer la evolución y tendencias de los mercados.
- La difusión de la información de los trabajos a las empresas, profesionales y a las diferentes instituciones públicas y privadas vinculadas al turismo.

INSTRUMENTOS DE LA POLITICA TURISTICA:

Para el logro de los objetivos planteados por las políticas turísticas, pueden los Estados valerse de instrumentos, los cuales se puede clasificar en función de los objetivos (económicos, sociales, políticos, etc.) o en función a sus componentes (programas específicos de alojamientos, restauración, infraestructuras, etc.):

- Política ambiental turística: implicaría el establecimiento de controles sobre aquellas acciones turísticas que supongan un deterioro sobre el medio.
- Desarrollos legislativos: implicaría la creación de una legislación turística moderna y apropiada a las necesidades del sector. Por ejemplo, la ordenación del territorio y los controles medio ambientales constituyen las bases que garantizan la protección de los recursos territoriales. Por otra parte, la elaboración de normativas que establezcan límites a la acción turística destructora del medio, tratando de incidir en la sostenibilidad de los destinos.
- Política de precios: dicha política habrá de basarse en las economías de mercado, en los principios de libertad, transparencia del mercado, y seguridad del tráfico.
- Control de calidad: el uso de este instrumento puede perseguir dos metas diferentes: 1) proteger al turista como consumidor, o 2) con fines de promoción

- Política de defensa del consumidor turístico: el consumo de productos turísticos precisa de las autoridades el establecimiento de medidas que garanticen los derechos de los turistas como consumidores
- Política de I+D+i en turismo. Significan investigación, desarrollo de nuevos productos e innovación.
- Política de formación turística: esta política persigue como objetivo adecuar la formación de los recursos humanos a los requerimientos del sector
- Promover iniciativas empresariales conjuntas: constituye una forma de mejorar la competitividad del destino al representar ahorros sustanciales en los costos de producción
- Política de adecuación infraestructural. El uso de este instrumento requiere el recurso a los adecuados canales administrativos a fin de garantizar la disponibilidad de las infraestructuras en cuanto a su construcción y mantenimiento.
- Aplicación de incentivos fiscales: el conjunto de incentivos fiscales se asienta en las partidas de gastos públicos del Estado en cuestión.
- Política crediticia o inversiones. Se trataría de permitir el acceso del sector al crédito oficial cuando lo precise para adecuar su oferta y mantener con ello los niveles de competitividad.

DIA: DEL 28 set / 2 oct

HORARIO: LUNES / JUEVES 19.00 20.20

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
TRABAJO PRACTICO 16: LOS FACTORES ÉXITO DE LAS POLITICAS TURISTICAS
GUIA O ACTIVIDADES
<p>CONTENIDO MINIMO OBLIGATORIO Lectura anexada</p> <p>ACTIVIDAD DE REFORZAMIENTO OBLIGATORIA: -</p> <p>CONTENIDO COMPLEMENTARIO NO OBLIGATORIO: La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina</p>

Erica Schenkel, Fernando Almeida García

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-76532015000200008

BIBLIOGRAFIA

Apuntes anexados adaptados

CONTENIDOS MINIMOS OBLIGATORIOS

LOS FACTORES CLAVE DE ÉXITO EN UNA POLÍTICA TURÍSTICA:

Se han identificado ocho factores clave que han de ser tenidos en consideración en la formulación e implementación de la política turística.



Elaboración propia

1. Visión estratégica y de producto

Para conducir adecuadamente un proceso de elaboración e implantación de políticas y obtener el impacto que de ellos se espera en términos de resultados, es indispensable saber dónde se está y hacia donde se quiere llegar.

Una adecuada construcción del proceso de elaboración de políticas debe proporcionar un conjunto de objetivos claros, evaluables en el transcurso del proceso, flexibles en cuanto a posibilidad de revisión y adaptación a circunstancias cambiantes.

Unos objetivos que tengan en cuenta los recursos con los que cuenta la organización, las organizaciones y personas que deban participar en la implementación, las demandas y necesidades de los destinatarios últimos de las políticas, etc.

Estos objetivos deben ser formulados y compartidos por el conjunto de actores principales que deban ser partícipes del proceso y al menos conocidos por los secundarios.

En el caso de la política turística esta visión estratégica debe siempre enmarcarse en un enfoque producto que tenga presente, el conjunto de elementos que conforman el sistema turístico y procurar la coherencia y la complementariedad del conjunto de políticas que actúan en él, desde un enfoque de planificación, gestión y comercialización integrados (BOTE, 1988), en base a productos y segmentos de demanda concretos.

Desde una perspectiva global y en un planteamiento de sostenibilidad de la política turística, este enfoque integrado ha de tener presente los principios que deben regir el desarrollo turístico son:

- el papel del territorio, la ordenación de la actividad en el espacio y la capacidad de éste para acogerla
- el aprovechamiento del potencial de desarrollo endógeno de la zona; la conservación del medioambiente y del entorno
- la puesta en valor del patrimonio cultural y natural; y conectar con los deseos y aspiraciones de los residentes.

2. Recursos humanos

En la actividad turística los recursos humanos juegan un papel de extraordinaria significación, turistas y profesionales participan conjuntamente en el proceso productivo. Aspectos como la amabilidad, la capacidad de resolver problemas, la profesionalidad en el servicio, se convierten en elementos esenciales en la configuración del producto turístico. No se puede, por tanto, concebir una estrategia de desarrollo en turismo que no tenga presente al trabajador como instrumento básico para la mejora de la calidad y el incremento de la competitividad.

Este elemento es esencial tanto en relación a la gestión del proceso por parte de los poderes públicos, en donde los gestores públicos en todos sus niveles de la organización deben contar con la cualificación necesaria para realizar de forma óptima sus cometidos. Como en relación a la cualificación de los trabajadores y profesionales que desarrollan su actividad en las empresas vinculadas al turismo.

Las Administraciones deben, por un lado, dotarse de los recursos humanos suficientes para desarrollar adecuadamente su labor, seleccionando adecuadamente a su personal y proporcionándole una formación permanente que les permita actualizar sus conocimientos y desarrollar al máximo sus cualidades y capacidades.

Pero también, han de identificar las necesidades de recursos humanos para el desarrollo de la actividad turística en la zona, identificar las nuevas ocupaciones (cocineros, especialistas en cocina tradicional de la zona, camareros, monitores deportivos, gestores culturales, monitores de centros de interpretación ambiental, guías de naturaleza, animadores, especialistas en balneoterapia y tratamientos, azafatas, informadores, personal de servicios de apoyo, etc.), y sus correspondientes perfiles profesionales, identificar también las necesidades de formación y poner en marcha las actuaciones necesarias para cubrir en niveles óptimos las nuevas ocupaciones derivadas del desarrollo de la actividad.

3. Recursos financieros

Los recursos financieros son también otro elemento decisivo para la consecución de los objetivos de las políticas, y la capacidad de conseguir un nivel determinado de financiación debe ser tenida en cuenta a la hora de formular las políticas. Los programas y actuaciones propuestas deben partir de un riguroso análisis de la capacidad para poder ser financiados (no se puede partir únicamente de lo deseable sino de lo factible).

Es evidente que obtener la financiación necesaria para la ejecución de determinados programas no siempre es una tarea sencilla y los gestores públicos han de tener una gran habilidad e imaginación para conseguir recursos financieros con los que acometer los programas y las actuaciones que conforman la política turística.

Esta situación cobra un especial relieve en relación con la política turística local, dada la singular precariedad de recursos con los que cuentan las administraciones locales y en el ámbito privado en relación con los promotores de iniciativas que en numerosas ocasiones no cuentan con capital suficiente para acometer las inversiones necesarias.

En este punto conviene tener presente, junto a instrumentos técnicos de gestión financiera, la existencia de diversos programas de apoyo económico a la puesta en marcha de actuaciones vinculadas al desarrollo turístico en espacios rurales dirigidos a destinatarios públicos y privados.

En relación con la financiación del desarrollo turístico en espacios rurales y especialmente desde la perspectiva local y comarcal es importante tener presente los criterios propuestos por la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (1999) en este punto:

- que las actuaciones a desarrollar sean económicamente viables, adaptadas a la capacidad de gestión de los poderes públicos en el territorio y de los actores privados que puedan verse implicados

- que los planes y proyectos se adecuen a los programas de los que desean obtener financiación, así como a los intereses de posibles inversores
- que se busquen fórmulas diversas y compatibles de financiación; y contar con el apoyo de un equipo especializado en captación y gestión de recursos financieros.

4. Organización administrativa flexible y adaptada a los programas a desarrollar

Conviene también tener en cuenta que la gestión eficiente de destinos turísticos en un mercado de creciente competencia, globalizado y en permanente transformación exige de estructuras flexibles, adecuadas a los objetivos estratégicos de los destinos en cada momento y que tenga presente los factores que estamos referenciando.

En cualquier caso y en función de la capacidad financiera de la institución y de la entidad, así como de la intensidad y nivel de desarrollo de la actividad turística en la zona, la organización administrativa deberá tener presente lo siguiente:

Las estructuras de gestión económico-administrativa deben reducirse y simplificarse al máximo, priorizando la labor de investigación y la de captación de recursos financieros, así como, la actividad de producción estructurada en base a programas con responsables al frente que dispongan de un alto grado de autonomía, que se identifiquen y responsabilicen al máximo con la gestión del programa, creando de equipos interconectados de cooperación y coordinación interna en función de los objetivos y programas.

Por último, es necesario incorporar en el organigrama aquellos órganos de dirección, seguimiento o consulta que cuenten con la participación de los actores más representativos propiciando la adecuada cooperación y colaboración de todos los implicados.

5. Concertación pública

La diversidad de organismos públicos que pueden intervenir y verse afectados en un determinado proceso de elaboración e implementación de políticas públicas vinculadas al desarrollo de la actividad turística, como ya se ha señalado, hace necesario prever el establecimiento de canales de participación y cooperación que faciliten el éxito de una determinada política.

Si se quiere optimizar los recursos destinados por las distintas Administraciones Públicas a desarrollar programas y actuaciones que afectan al turismo y conseguir maximizar los beneficios que estas puedan reportar es absolutamente necesario establecer instrumentos de cooperación entre todas ellas.

Estos instrumentos de cooperación tienen como principal objetivo crear marcos de comunicación, intercambio de información y trabajo conjunto que permitan reforzar la colaboración y evitar solapamientos. Se persigue abordar el desarrollo turístico desde una perspectiva global de forma que todas las administraciones y departamentos cuyas actuaciones puedan afectar al turismo actúen coordinadamente.

6. Colaboración público-privada

En todo proceso de desarrollo turístico, tal como ya se ha puesto de manifiesto es necesario contar con el consenso y la participación de los distintos agentes implicados en la actividad. La necesaria concertación pública debe complementarse con una estrecha colaboración entre los poderes públicos y los actores privados: empresarios y promotores privados, colectivos sociales (organizaciones ecologistas, culturales, de residentes, etc.), gestores de recursos y líderes de opinión.

Para que esta colaboración se produzca, los gestores públicos (policy-makers) deben procurar la creación de instrumentos de cooperación adecuados que permitan una gestión integral del destino en la que los agentes económicos, los gestores de recursos, incluso los propios residentes actúen como protagonistas del desarrollo de la actividad.

Esta colaboración debe articularse en torno a dos ejes:

Por un lado, la colaboración entre los poderes públicos y los operadores turísticos: empresarios y gestores de recursos. En esta relación es indispensable superar el tradicional esquema (VALLS, 1996), de que lo privado es lo que se produce en el interior de la empresa y lo público lo que ocurre de puertas hacia afuera.

Existe una tendencia de mantener una concepción paternalista desde el sector empresarial, puramente reivindicativas esperando que la Administración le resuelva todos sus problemas y complementa con recursos públicos aquellos aspectos a los que ellos no dedican ninguna atención, y que no, únicamente vienen referidos a inversiones en equipamientos e infraestructuras, de las que obtienen un importante beneficio, sino que también pretenden que la administración se ocupe de hacer buenas promociones, dedicar recursos a la formación, a la realización de investigaciones de mercado, datos de ocupaciones y proyectos de I+D, sin participar, ni aportar nada para ello.

También ocurre, al contrario, que desde el ámbito público, se encuentran barreras; de modo que hay gestores para los que la Administración poco tiene que hacer en eso del Turismo..., o políticos que creen conocer lo que realmente se tiene que hacer y en ocasiones viven de espaldas al propio sector.

La responsabilidad de que las relaciones sean adecuadas corresponde a ambas partes, y no siempre se han puesto las bases para que esto sea posible.

Conviene por tanto, y esta es la tendencia, que los agentes públicos y privados colaboren en la mejora del conjunto del destino. Y para ello es indispensable establecer instrumentos de participación de los agentes privados en el diseño y ejecución de la política turística especialmente en el ámbito autonómico y local.

Algunos ejemplos de estos instrumentos de colaboración los encontramos en: El Consejo Promotor del Turismo en la Administración del Estado, o en la participación de los agentes económicos en los órganos de dirección o de carácter consultivo de la Administración turística especialmente en el ámbito autonómico y local, o en los órganos de gestión de los programas de desarrollo rural (grupos de acción local).

Por otra parte, un segundo eje de relación entre los poderes públicos y los residentes. Una propuesta de política turística que ha de incidir en el desarrollo socioeconómico de la comunidad debe de procurar la consecución de un amplio consenso del conjunto de los residentes y una amplia participación de estos en el proceso de formulación e implementación de la misma (INSKEEP, 1991).

Para ello los gestores y decisores de las políticas deben de prestar una especial atención a los siguientes aspectos:

En primer lugar, procurar que las políticas a implementar conecten abiertamente con las aspiraciones y deseos de los residentes, para lo que resulta necesario identificarlos adecuadamente.

En segundo lugar, conseguir una percepción positiva por parte de los residentes de las políticas a implementar a través de difundir adecuadamente los beneficios que la actividad turística pueda comportar para la Comunidad, y articulando instrumentos de participación (reuniones informativas, talleres, encuestas, campañas de sensibilización, dinamización de colectivos, etc.).

7. Liderazgo y capacidad de dinamización

Como ya se ha señalado, la diversidad de actores que intervienen en un proceso de estas características en el que la negociación y los acuerdos entre estos son constantes y necesarios obliga a contar con elementos dinamizadores que promuevan la interacción de forma permanente y que actúen como facilitadores del intercambio y el consenso.

El liderazgo debe pasar en primer lugar por el apoyo expreso y manifiesto del responsable último de la política (intendentes, gobernadores, e incluso llegado el caso el propio Presidente en función de la envergadura de la política y de la estructura de poder de la red de actores -policy-network-).

En segundo lugar es absolutamente necesaria la existencia de un liderazgo operacional del gestor responsable de la implementación de la política quien debe saber detectar los dinamismos existentes en el proceso en relación a los actores y a los acontecimientos y hechos que puedan incidir en él.

Los dinamizadores del desarrollo, deben tener la capacidad de detectar aquellos elementos que pueden contribuir a conducir el proceso hacia el éxito o el fracaso y aprovechar aquellos que en mayor medida contribuyan a la ampliación de los apoyos, a la consecución de acuerdos y a la obtención de los resultados esperados (CASABIANCA, 1992).

8. Investigación e información

El dinamismo y las transformaciones que experimenta el sector turístico convierten los esfuerzos dedicados a la investigación e innovación en uno de los pilares estratégicos para la competitividad del conjunto de la industria turística.

La gestión del proceso de formulación e implementación de la política turística requiere permanentemente de toma de decisiones tanto por parte de los agentes públicos como privados, el mejor apoyo para esta toma de decisiones es contar con la información estratégica adecuada en relación con el entorno y el mercado turístico.

En este orden de cosas resulta necesario dedicar una especial atención a la investigación como instrumento de observación, de predicción y de elaboración de datos que permita la actualización y adecuación de las políticas públicas y las estrategias empresariales a los cambios en el mercado turístico, a la incorporación de los avances tecnológicos a la empresa y a las instituciones y la cualificación de los profesionales del sector.

Los programas en materia de investigación tienen como principal objetivo:

1. La realización de estudios, investigaciones de mercado y elaboración de estadísticas que nos permitan:

- evaluar los diferentes impactos de la actividad turística en el plano social económico y ambiental
- evaluar los resultados de las políticas turísticas
- conocer la evolución y tendencias previsibles de los mercados turísticos, las actuaciones y reacciones de la competencia y el posicionamiento de nuestros productos.
- conocer las innovaciones tecnológicas que afectan a la gestión de las empresas y los destinos turísticos, como son implantadas y qué resultados proporcionan

2. La difusión de la información de dichos trabajos a las empresas, los profesionales y las distintas instituciones públicas y privadas vinculadas al turismo.

Como instrumentos para realizar estas tareas y que resultan complementarios y altamente eficaces podemos citar:

- La participación en redes de gestión. Permiten, a bajo coste, conocer experiencias que otros están desarrollando, identificar los problemas con los que se encuentran, sus causas y anticiparse a ellos, así como conocer iniciativas exitosas que nos ayuden a mejorar nuestra oferta.
- Dotarse de servicios propios de análisis e investigación
- Crear instrumentos de participación y seguimiento de la opinión y percepción de los actores sobre la evolución de las condiciones del entorno, el funcionamiento y resultado de las políticas y las acciones que consideran que deben ser modificadas o incorporadas a los programas.

LAS POLÍTICAS NACIONALES, PROVINCIALES Y MUNICIPALES

La actuación del sector público se lleva a cabo a través de una estructura vertical tal como explicamos en temas anteriores, con tres niveles en los cuales se formularan sus respectivas políticas públicas llevando entre sí una coherencia de rumbo dirigido al bien común.

La política Nacional es la de mayores generalizaciones, requiere de una visión totalizadora, debe interpretar cabalmente a todo el país, atendiendo los intereses y derechos de las provincias que son iguales ante el Estado Nacional en cuanto a sus oportunidades.

La política nacional deberá atender a la oferta básica o atractivos, a la provisión de facilitación y accesos y a la comercialización y venta con los medios reglamentarios y legales adecuados.

Al Estado nacional le compete la planificación general consensuada con las provincias pero también la ejecución de acciones que le son propias.

La Política Provincial esta integrada a la nacional. Deberá usar un lenguaje común y una metodología a seguir con vistas a elaborar un plan provincial de desarrollo turístico. La provincia es el tamiz donde se filtra, decanta y distribuye el flujo de información de los municipios y de la nación.

La Política Municipal girará entorno a la provisión de infraestructuras básicas que acompañan a la urbanización. El municipio es la célula fundamental de la república, lugar donde converge y concreta la actividad turística y es en donde inciden y reciben los resultados de las políticas adoptadas en los otros niveles.

La coordinación de las políticas y acciones gubernamentales en materia de turismo en La Argentina se plantean a través del Consejo Federal de Turismo.

De acuerdo con esta definición, la política turística tiene como propósito establecer las directrices dentro de las cuales deben encararse las acciones tendientes a la conducción de la actividad turística. Debe por tanto expresar una visión integral del desarrollo del turismo a nivel nacional, de manera que pueda constituir un factor de equilibrio, articulación e integración de los esfuerzos que realizan los diferentes niveles de gobierno en la gestión del turismo.

Definido el aspecto conceptual, cabe ahora decir que en el marco de los principios generales que deben regir la promoción y desarrollo del turismo, establecidos en la ley

de turismo, la política turística tiene que precisar los principios particulares que guiarán las decisiones y acciones destinadas a la conducción de la actividad turística nacional.

Esos principios debieran ser:

1. Satisfacer las necesidades de quienes viajan por motivos turísticos, sean estos nacionales o extranjeros.
2. Contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las comunidades receptoras.
3. Preservar el legado histórico-cultural y los elementos, actividades y tradiciones de la población.
4. Asegurar el uso sostenible de los recursos naturales en los cuales tiene lugar la actividad turística. (lo cual implica corregir el deterioro causado al medio ambiente por la práctica descontrolada del turismo de alto impacto).
5. Mantener la sostenibilidad económica de la industria turística, de manera que esta no sólo sustente su propia rentabilidad, sino que fortalezca además, el desarrollo regional y local, impulsando otras actividades económica relacionadas.

La observancia de los principios expuestos permitirá definir las decisiones más apropiadas para el logro de un turismo capaz de satisfacer los deseos y expectativas de los turistas, socialmente justo para las comunidades receptoras, respetuoso del medio ambiente, y económicamente rentable.

El primer aspecto que debe quedar muy claro en toda política turística, es el que se refiere al tipo de turismo que se va a fomentar, en función del papel que el Estado le asigne al turismo en el desarrollo nacional.

Es por tanto el punto de partida para la definición de la política turística. En efecto, según el papel que le asigne el Estado al sector, la política turística puede ser orientada hacia el desarrollo del turismo nacional o hacia el turismo internacional., o bien, hacia un desarrollo armónico de una combinación de ambos tipos de turismo.

En todo caso, los objetivos son muy diferentes, como diferentes son las políticas y las acciones que deben llevarse a cabo para el logro de los mismos. Por lo general el turismo internacional está relacionado con el logro de objetivos económicos (contribución a la balanza de pagos, o el desarrollo regional y local, por mencionar alguno de ellos). Mientras que el turismo nacional, por su parte está más asociado con el logro de objetivos en el campo social. Por lo que los objetivos y políticas de desarrollo del turismo internacional están, casi siempre, orientados al logro de la "rentabilidad económica". Por el contrario, lo que se busca con el desarrollo del turismo nacional, es el "beneficio social". En el caso de desarrollo de una combinación de ambos turismo, los objetivos,

políticas y acciones son ya muy particulares, y se establecen de acuerdo a la forma como se integrarán en el proceso.

Pero existe otro aspecto importante que también tiene que considerar toda política turística, y es el que tiene que ver con la definición de los "objetivos estratégicos del desarrollo turístico". Aspecto este que sistemáticamente ha sido olvidado en casi todas las políticas turísticas.

La supervivencia de un sector altamente vulnerable como lo es el turismo exige el mantenimiento de un cierto grado de estabilidad en su desarrollo, a los efectos de evitar los desordenes frecuentes que se producen como consecuencia de la variación estacional de la demanda que caracteriza a la actividad turística, o de las situaciones coyunturales que afectan a la economía, con la consabida repercusión sobre el turismo.

La política turística tiene que tener por tanto, una visión estratégica del desarrollo de la actividad, donde los objetivos que apunten hacia la "supervivencia del sector" cuenten con la máxima prioridad. En especial, aquellos que están orientados a disminuir la "vulnerabilidad" de la actividad turística.

Una vez que se ha definido la orientación de la política turística, esta tiene que fijar las directrices dentro de las cuales deben encararse las acciones tendientes a la promoción y desarrollo del turismo en los diferentes niveles de gobierno. Directrices que deben traducirse en políticas, normas y procedimientos específicos, algunas de las cuales por lo general son las siguientes:

- a) Lineamientos para el ordenamiento del territorio turístico.
- b) Normas y procedimientos para la regulación de los servicios turísticos.
- c) Políticas específicas para la promoción y desarrollo de los distintos tipos y formas de turismo.
- d) Políticas para corregir el deterioro del medio ambiente y mejora de la calidad de las zonas que han sido afectadas por el turismo de alto impacto.
- e) Políticas específicas para las inversiones del Estado en materia de infraestructura y servicios públicos para el desarrollo del turismo.
- f) Políticas específicas para estimular las inversiones privadas en desarrollos hoteleros y facilidades turísticas.
- g) Políticas de asesoramiento y asistencia técnica a los gobiernos estatales o provinciales, departamentales y municipales en materia de planificación y gestión del turismo.
- h) Políticas para el fortalecimiento de la competitividad de los destinos turísticos.

ANTECEDENTES Y CONCEPTOS

A partir de los años 80 se instalan, en la opinión pública, el análisis y los tratamientos de temas a escala global y dan lugar a la creación de una nueva opinión que indica el surgimiento de una reciente estructura social del mundo: la sociedad global.

Wallerstein habla de Sistemas Mundiales para explicar el cambio que se está produciendo en las sociedades globales o en su propia conceptualización sociedad – mundo (Peter Taylor ,1997:3). Son sus elementos fundamentales el mercado único, un sistema de múltiples estados y la aplicación de una estructura tripartita: centro, periferia y semiperiferia. La otra estructura tripartita está relacionada con las escalas: escala de la experiencia o local, escala del Estado - Nación o ideológica y la escala de la economía mundo o mercado mundial o sistema interestatal.

Los conceptos de centro y periferia en el análisis de los "sistemas económicos" se entienden en función de los procesos complejos que se realizan en determinados territorios, y no por el espacio en sí mismo. Por lo tanto, una región se convierte en central porque en ella predominan los procesos de centro. De igual modo, se describe como región periférica aquellas zonas en las que predominan los procesos periféricos.

Wallerstein sostiene que ambos procesos son dos tipos opuestos de relaciones complejas de producción, que combinan por un lado, las de centro, con salarios relativamente altos, innovaciones tecnológicas y un tipo de producción diversificada y, por otro lado, las de periferia, con una combinación de salarios bajos, tecnologías rudimentarias y tipos de producciones simples (Peter Taylor 1997: 17).

Las escalas locales se relacionan con nuestras experiencias diarias en la localidad. Luego están las escalas de la realidad o contexto o realidad holística de la Economía - Mundo o sistema interestatal. Las escalas intermedias se identifican con la estructura política del Estado - Nación y funcionan como zona de filtro. A través de las acciones políticas, los Estados –Naciones aumentan o disminuyen la influencia de la Economía - Mundo (escala de la realidad), en las comunidades locales (escala local).

El escenario que influye en nuestras vidas es el escenario de escala global, donde se produce la escala final de la acumulación de capital, en la que el mercado mundial impone sus valores.

El Turismo se desarrolla como actividad económica en el escenario de escala global, conformando un mercado mundial, pero de actuación territorial y local.

La observación directa nos permite inferir que el turismo se propaga en sociedades que, a ojos vistas, difieren en los modos de producción, en los patrones de consumo y en sus sistemas socio - simbólicos, sin embargo por su capacidad de establecer relaciones con los demás sectores de la economía es el difusor por excelencia del modelo capitalista.

Por el mismo motivo se ve impulsado a organizarse sobre una base internacional. En ese contexto de orientación conceptual, se incluye para el análisis el concepto internacionalización, según el enfoque de Marie - Françoise Lanfant (Marie - Françoise Lanfant : 6), que elabora sobre la base de la obra de Galbraith " La science économique et l'interêt général".

La internacionalización se explica sobre la base de la existencia de Estados Naciones (con característica de centrales), cuyas organizaciones de tipo internacional se erigen en organizadoras de una estructura social de tipo tecnológico (tecno - estructura).

La tecno - estructura se basa en las innovaciones tecnológicas usadas en las interconexiones de las diferentes sociedades del mundo y en la gestión burocrática que en su devenir conforman el poder transnacional de la gestión.

En el planteo de la existencia de una tecno – estructura se considera, la penetración por medio de la promoción turística, de los métodos de organización, en los procesos de gestión y de planificación económica en las economías consideradas deficitarias, cuyo objetivo - aclara el discurso - "para organizar mediante el turismo el crecimiento económico".

EL DISEÑO DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS.

Desde la escala global a la escala nacional

En el contexto de la globalización, el turismo es una estrategia más de la internacionalización. La apropiación y mercantilización del "patrimonio cultural y natural" de una comunidad para el uso turístico. La existencia de una gran diversidad de "patrimonio comunitario" genera ofertas diversificadas y ampliamente especializadas que se traduce en una segmentación de la demanda del mercado turístico.

Involucrarse y permanecer en este mercado turístico mundial requiere de sus participantes, una organización política altamente consensuada e inducida por parte de las organizaciones internacionales, a través de la tecno - estructura y la gestión, para generar una misma lógica unificadora con relación a las prácticas económicas

(localización y relocalización del capital); a las prácticas de gestión (centralidad y planificación), a la división del trabajo, modelos de formación profesional, sistemas de calidad y de evaluación de capacidades, unificación de estándares diversos, etc.

La comunicación de lineamientos para la actividad turística internacional se formaliza a través de los documentos emitidos por los organismos internacionales como el ICOMO, UNESCO y OMT, que proporcionan un conjunto de "conceptos y pautas" que, a modo de guía orientadora y de buena voluntad, cumple la función de alinear las políticas turísticas de los países que integran dichos organismos.

Ante el creciente fenómeno de los últimos años de la interconectividad, el entorno internacional pauta el contexto de la formulación de las políticas públicas nacionales. En ese contexto se hallan las siguientes problemáticas internacionalmente compartidas:

En este contexto las Organizaciones Internacionales involucradas en la gestión internacional del turismo llevan adelante sus funciones, elaborando sus documentos rectores, en consonancia a las problemáticas universales descriptas. Los destinatarios son los "estados asociados" para los cuales se definen los "problemas compartidos" y se proponen "actuaciones comunes".

Los ejes identificados son

- Pobreza e inclusión. Para los Estados - Naciones endeudados, no desarrollados o subdesarrollados. (Años 1960, 1970, 1980, 2008)
- Sustentabilidad medioambiental. (Desde 1988 -2008)
- Diversidad Cultural. (Mediados de los 90' – 2008)
- Competitividad turística, innovación, calidad, y responsabilidad empresarial. Ejes que pueden relacionarse con "Modos de producción flexible" y Acumulación con la privatización y desregulación (fines de los 90' - 2008).
- Turismo sexual. (2000 -2008)
- La paz mundial ("Turismo pasaporte para la paz") (2000 – 2008)
- Cambio climático, exclusión y equidad social. (2007- 2008) Que es posible relacionar con un nuevo eje para los países latinoamericanos: Desarrollo Local Endógeno e Identidad cultural.

En este contexto internacional altamente interconectado la OMT ha producido los siguientes documentos de consenso internacional - los documentos de la Organización

Mundial del Turismo¹ - "El Código Ético Mundial del Turismo" y "La Carta de Turismo Sustentable"- y, en tercer lugar, conjuntamente con el ICOMO² "La Carta Internacional del Turismo Cultural"

El estudio e interpretación de los mismos – a través del método "análisis de texto" - permite identificar la existencia de los ejes de actuación más arriba descritos.

La expresión "la internacionalización" del turismo nos remite a la idea de la existencia de un mercado turístico global homogéneo, sustentado en modelos de producción homogéneos, y modelos de consumo también homogéneos. Esta tipología de mercado a su vez requiere de una gestión burocrática centralizada en organismos internacionales como cualquier otro tipo de mercado internacional, siendo el organismo más reconocido la Organización Mundial del Turismo. (Jean F Lanfant)

Para competir en Turismo en tal contexto las instituciones políticas y económicas con determinada territorialidad ya sea, Nacional, Provincial, Estadual, Municipal o Comunal, se ven obligadas para mantener o fomentar los modos de producción turística no solo en la formulación e implementación de políticas públicas novedosas, sino también en las clases de procesos ya que éstos en ocasiones deben ser repensados en función de los objetivos perseguidos aún a costa del modus operandum tradicional de los lugares

¹ Ver en Bibliografía el Sitio Web de la OMT

^{*2} Ver en Bibliografía El sitio Web del ICOMOS