

*Dirección General de Planificación*

**EL EMPLEO Y LAS ACTIVIDADES  
ECOTURÍSTICAS EN ANDALUCÍA**

*Expediente: 221/2002/PI00*



egmasa  
Empresa de Gestión Medioambiental  
CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE



**EL EMPLEO Y LAS ACTIVIDADES  
ECOTURÍSTICAS EN ANDALUCÍA**

# ÍNDICE

<b>1.</b>	<b>LA INCLUSIÓN DEL ECOTURISMO EN UN ESTUDIO SOBRE EL EMPLEO MEDIOAMBIENTAL EN ANDALUCÍA .....</b>	<b>1-1</b>
<b>2.</b>	<b>ESTABLECIMIENTO DE UN MARCO TEÓRICO PARA LA ESTIMACIÓN DEL EMPLEO ECOTURÍSTICO EN ANDALUCÍA.....</b>	<b>2-1</b>
2.1	Delimitación del Objeto de Estudio .....	2-4
2.2	Ecoturismo <i>Versus</i> Turismo Tradicional.....	2-19
<b>3.</b>	<b>TURISMO Y ECOTURISMO: GRANDES CIFRAS Y TENDENCIAS.....</b>	<b>3-1</b>
3.1	Caracterización general del empleo turístico en las estadísticas e investigaciones sobre economía turística.....	3-1
3.2	Grandes cifras del turismo en el mundo.....	3-5
3.3	Grandes cifras del turismo en la Unión Europea.....	3-16
3.4	Grandes cifras del turismo en España .....	3-26
3.5	Grandes cifras del turismo en Andalucía.....	3-40
<b>4.</b>	<b>ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS EN MATERIA DE ECOTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE .....</b>	<b>4-1</b>
4.1	Declaraciones y compromisos internacionales sobre turismo sostenible y ecoturismo.....	4-2
4.2	Estrategias y políticas en materia de ecoturismo y turismo sostenible en la Unión Europea.....	4-12
4.3	Estrategias y políticas en materia de ecoturismo y turismo sostenible en España.....	4-21
4.4	Estrategias y políticas en materia de ecoturismo y turismo sostenible en Andalucía .....	4-26
<b>5.</b>	<b>INSTRUMENTOS DE ACTUACIÓN EN MATERIA DE ECOTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE.....</b>	<b>5-1</b>
5.1	En la Unión Europea .....	5-1
5.2	En España.....	5-8
5.3	En Andalucía .....	5-13

<b>6.</b>	<b>METODOLOGÍA DE ELABORACIÓN DE LA BASE DE DATOS DE EMPRESAS ECOTURÍSTICAS EN ANDALUCÍA.....</b>	<b>6-1</b>
<b>7.</b>	<b>METODOLOGÍA PARA LA ESTIMACIÓN DEL EMPLEO EN LAS ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS EN ANDALUCÍA.....</b>	<b>7-1</b>
7.1	Representatividad de la muestra obtenida en el desarrollo del trabajo de campo .....	7-2
7.2	Tratamiento de la información .....	7-6
<b>8.</b>	<b>CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA OFERTA ECOTURÍSTICA EN ANDALUCÍA.....</b>	<b>8-1</b>
8.1	Características básicas del sector empresarial ecoturístico.....	8-2
8.2	Empleo y volumen de mercado ecoturístico.....	8-12
8.3	Valoración del grado de desarrollo ecoturístico en los parques naturales.....	8-18
<b>9.</b>	<b>ASPECTOS CUALITATIVOS DEL EMPLEO Y ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS EN ANDALUCÍA.....</b>	<b>9-1</b>
9.1	Descripción del mercado laboral turístico.....	9-3
9.2	Actitud de los empresarios y empresas ecoturísticas hacia el medio ambiente .....	9-11
9.3	Entorno empresarial y percepciones de los gestores .....	9-15
9.4	Caracterización básica de la demanda ecoturística .....	9-21
9.5	Evolución de la oferta ecoturística.....	9-25

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **ANEXO**

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1:	Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas (*) .....	2-3
Tabla 2.2:	Ecoturismo versus turismo tradicional .....	2-19
Tabla 3.1:	Evolución de los ingresos del turismo internacional por regiones.....	3-6
Tabla 3.2:	Distribución internacional de los ingresos por turismo en los 15 primeros países .....	3-7
Tabla 3.3:	Evolución de los gastos por turismo internacional .....	3-8
Tabla 3.4:	Evolución de las llegadas de turistas internacional (millones de personas) .....	3-8
Tabla 3.5:	Previsiones de llegadas por turismo internacional (millones de personas).....	3-10
Tabla 3.6:	Transacciones mundiales en turismo de naturaleza, 1998 .....	3-14
Tabla 3.7:	Evolución de los ingresos por turismo internacional en Europa .....	3-19
Tabla 3.8:	Evolución de los gastos del turismo internacional .....	3-20
Tabla 3.9:	Movimiento de turistas en la Unión Europea (millones de llegadas de turistas internacionales) .....	3-21
Tabla 3.10:	Horas oficiales de trabajo en el sector turístico en 13 países de la Unión Europea .....	3-22
Tabla 3.11:	Empleo a tiempo completo y a tiempo parcial en hoteles y restaurantes, Unión Europea, 1995-1997 .....	3-23
Tabla 3.12:	Análisis de diversos segmentos de mercado turístico en Escocia.....	3-26
Tabla 3.13:	Valor de la demanda final turística en España (millones de euros) .....	3-27
Tabla 3.14:	Evolución de los ingresos y gastos por turismo internacional en España (miles de millones de euros).....	3-29
Tabla 3.15:	Aportación del turismo a la economía española en 1996. Efectos directos, indirectos y totales (millones de euros).....	3-30

Tabla 3.16: Distribución de las empresas turísticas españolas según su tamaño (número de asalariados en el año 2000) .....	3-31
Tabla 3.17: Distribución del empleo turístico español por ramas características de producción turística.....	3-32
Tabla 3.18: Diversas aproximaciones al sector ecoturístico en España: síntesis de las estimaciones más recientes .....	3-34
Tabla 3.19: Valor de la producción turística en Andalucía. Periodo 1990-2001 (millones de euros corrientes).....	3-41
Tabla 3.20: Evolución del empleo turístico en Andalucía. Período 1990-2001 (miles de personas) .....	3-42
Tabla 3.21: Evolución de la participación del empleo turístico sobre el empleo total en Andalucía. Periodo 1990-2001 (miles de personas).....	3-44
Tabla 3.22: Impacto de la producción turística sobre la economía andaluza. Año 2001 (millones de euros).....	3-44
Tabla 3.23: Impacto del turismo sobre el empleo en Andalucía. Año 2001.....	3-45
Tabla 3.24: Capacidad de oferta de alojamiento en Andalucía y variaciones interanuales 2000-2001 .....	3-48
Tabla 3.25: Distribución de las empresas turísticas en Andalucía según su tamaño (número de asalariados en el año 2001).....	3-48
Tabla 3.26: Evolución de la población activa en hostelería y la población activa total en Andalucía. Periodo 1995-2001 (medias anuales en miles de personas).....	3-49
Tabla 3.27: Evolución de la población ocupada en hostelería y la población ocupada total en Andalucía. Periodo 1995-2001 (medias anuales en miles de personas) .....	3-50
Tabla 3.28: Evolución de la población parada en hostelería y la población parada total en Andalucía. Periodo 1995-2001 (medias anuales en miles de personas).....	3-51
Tabla 3.29: Población activa en hostelería según niveles de instrucción. Año 1999 .....	3-52

Tabla 3.30: Diversas aproximaciones al sector ecoturístico en Andalucía: síntesis de las estimaciones más recientes .....	3-52
Tabla 3.31: Establecimientos turísticos rurales y capacidad de alojamiento por provincias en Andalucía. Años 1999-2001 .....	3-54
Tabla 3.32: Caracterización económica del turismo rural, cultural y natural en Andalucía. Cifras básicas (millones de pesetas de 1998) .....	3-55
Tabla 3.33: Infraestructuras y equipamientos de uso público en los Espacios Naturales Protegidos de Andalucía.....	3-56
Tabla 4.1: Situación del turismo rural en algunos países europeos .....	4-20
Tabla 4.2: Ejemplos de tipologías de establecimientos rurales en España.....	4-24
Tabla 4.3: El turismo rural y el turismo en espacios naturales protegidos en Andalucía. Diagnóstico del Plan DIA, 1993.....	4-30
Tabla 5.1: Evolución de las ayudas concedidas por el IFA en los parques naturales: periodo 1997-2001 (Inversión y ayudas en euros) .....	5-17
Tabla 5.2: Infraestructuras y equipamientos de uso público en los espacios naturales protegidos de Andalucía.....	5-22
Tabla 6.1: Municipios incluidos en las áreas de influencia de los Parques Naturales en Andalucía .....	6-3
Tabla 6.2: Relación de municipios que integran el ámbito geográfico de la muestra .....	6-5
Tabla 7.1: Significatividad muestral: índice de respuestas según el tipo de servicio ecoturístico ofertado.....	7-3
Tabla 7.2: Significatividad muestral: índice de respuestas por parque natural .....	7-3
Tabla 8.1: Distribución de la oferta ecoturística andaluza por tipo de servicios característicos .....	8-2
Tabla 8.2: Distribución de las empresas ecoturísticas según el principal servicio/producto ecoturístico ofertado.....	8-4

Tabla 8.3:	Distribución de la capacidad de alojamiento por modalidad de alojamiento ecoturístico (capacidad medida en número de camas) .....	8-6
Tabla 8.4:	Distribución de las empresas ecoturísticas en los Parques Naturales andaluces <sup>(1)</sup> .....	8-7
Tabla 8.5:	Distribución provincial de la oferta de servicios/productos ecoturísticos en Andalucía .....	8-12
Tabla 8.6:	Distribución del empleo ecoturístico por tipo de servicios característicos .....	8-16
Tabla 8.7:	Reparto del volumen de negocio ecoturístico (en millones de euros).....	8-17
Tabla 8.8:	Intensidad de uso turístico en los Parques Naturales: intensidad de oferta ecoturística y adecuación a la demanda ecoturística.....	8-20
Tabla 8.9:	Propuestas de actuación sostenibles en los parques naturales (*).....	8-26
Tabla 8.10:	Distribución del empleo y negocio ecoturísticos por parques naturales .....	8-26
Tabla 8.11:	Indicadores de desarrollo ecoturístico en los parques naturales andaluces .....	8-28
Tabla 8.12:	Grado de desarrollo ecoturístico de los parques naturales andaluces .....	8-29
Tabla 9.1:	Antigüedad de las empresas ecoturísticas de los parques naturales (% de empresas) .....	9-26

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1:	Beneficios del Turismo Sostenible .....	2-6
Gráfico 2.2:	Ecoturismo como parte integrante del concepto de turismo sostenible .....	2-9
Gráfico 2.3:	Ecoturismo como segmento del mercado turístico.....	2-12
Gráfico 2.4:	Delimitación conceptual de ecoturismo adoptada por este estudio.....	2-13
Gráfico 3.1:	Evolución del número de llegadas e ingresos por turismo en el mundo. Periodo 1985-2000. (1985=100).....	3-9
Gráfico 3.2:	Porcentaje del empleo generado en los diferentes subsectores por el consumo turístico.....	3-17
Gráfico 3.3:	Aportación del turismo al PIB de la economía española durante el periodo 1996-1999 (en porcentajes) .....	3-28
Gráfico 3.4:	Evolución del saldo por turismo en España, periodo 1996-1999 (en millones de euros) .....	3-29
Gráfico 3.5:	Evolución del valor de la producción turística en Andalucía: producción en millones de euros y variación interanual. Periodo 1990-2001 .....	3-41
Gráfico 3.6:	Evolución del empleo turístico en Andalucía: empleados en miles de personas y variación interanual. Período 1990-2001.....	3-43
Gráfico 3.7:	Evolución de las llegadas de turistas a Andalucía (miles de personas) y variación interanual (%).....	3-47
Gráfico 4.1:	Evolución de la política turística española.....	4-22
Gráfico 7.1:	Representatividad de la distribución muestral atendiendo al tipo de servicios ecoturísticos ofertados.....	7-5
Gráfico 7.2:	Representatividad de la distribución muestral por parques naturales .....	7-6
Gráfico 8.1:	Distribución de las empresas ecoturísticas según el principal servicio/producto ecoturístico ofertado (*) .....	8-5

Gráfico 8.2:	Distribución de la oferta y la capacidad de alojamiento ecoturístico entre las distintas modalidades de establecimientos .....	8-6
Gráfico 8.3:	Distribución de las empresas ecoturísticas en los Parques Naturales andaluces .....	8-8
Gráfico 8.4:	Distribución de la oferta ecoturística en los distintos parques naturales por servicios característicos .....	8-9
Gráfico 8.5:	Distribución de la oferta de alojamiento en los parques naturales según las distintas modalidades .....	8-10
Gráfico 8.6:	Distribución de la capacidad de alojamiento en los parques naturales .....	8-11
Gráfico 8.7:	Distribución provincial de la oferta de servicios/productos ecoturísticos en Andalucía .....	8-12
Gráfico 8.8:	Distribución del empleo ecoturístico por tipo de servicios característicos .....	8-17
Gráfico 8.9:	Reparto del volumen de negocio ecoturístico por tipo de servicios característicos .....	8-18
Gráfico 8.10:	Intensidad de oferta ecoturística en los parques naturales andaluces (nº de establecimientos por 1.000 ha.).....	8-22
Gráfico 8.11:	Indicadores de intensidad de oferta y de demanda ecoturística en los parques naturales .....	8-25
Gráfico 9.1:	Distribución por edades y sexos del mercado laboral turístico (en porcentajes).....	9-3
Gráfico 9.2:	Ocupación principal de los empleados en el sector ecoturístico.....	9-4
Gráfico 9.3:	Distribución funcional del empleo en las actividades características del ecoturismo .....	9-5
Gráfico 9.4:	Distribución del empleo ecoturístico según el nivel de estudios terminados .....	9-6
Gráfico 9.5:	Formación de los trabajadores en las actividades características del ecoturismo .....	9-6

Gráfico 9.6:	Distribución de las modalidades de contratación de las empresas ecoturísticas .....	9-8
Gráfico 9.7:	Distribución de los contratos de duración determinada .....	9-8
Gráfico 9.8:	Modalidades de contratación en las actividades características del ecoturismo .....	9-8
Gráfico 9.9:	Valoración de las necesidades formativas en las empresas ecoturísticas (porcentaje de vacantes no cubiertas por falta del perfil adecuado) .....	9-9
Gráfico 9.10:	Valoración de las necesidades formativas en las distintas áreas funcionales de las empresas ecoturísticas .....	9-10
Gráfico 9.11:	Áreas funcionales más valoradas por tipo de producto/servicio ecoturístico ...	9-10
Gráfico 9.12:	Valoración de la influencia del parque natural en el desarrollo de las actividades ecoturística (percepción de los gestores en porcentaje) .....	9-11
Gráfico 9.13:	Valoración de la influencia de la actividad en los parques naturales (percepción de los gestores en porcentaje) .....	9-12
Gráfico 9.14:	Actitud de las empresas respecto a los Sistemas de Gestión Medioambiental.....	9-13
Gráfico 9.15:	Medidas de protección ambiental más frecuentes (porcentaje sobre el total de actuaciones).....	9-14
Gráfico 9.16:	Medidas de protección ambiental más frecuentes por tipo de servicio ecoturístico característico (porcentaje sobre el total de actuaciones) .....	9-14
Gráfico 9.17:	Factores favorecedores de una actitud proactiva con el medio ambiente en las empresas ecoturísticas (porcentaje sobre el total de factores mencionados) .....	9-15
Gráfico 9.18:	Factores que motivan la puesta en marcha de iniciativas ecoturísticas (% de factores mencionados) .....	9-16
Gráfico 9.19:	Factores que motivan la puesta en marcha de iniciativas en los distintos servicios característicos del ecoturismo (% de factores mencionados).....	9-16

Gráfico 9.20: Valoración de los obstáculos al desarrollo de iniciativas ecoturísticas (% de obstáculos mencionados) .....	9-18
Gráfico 9.21: Valoración de los obstáculos al desarrollo de iniciativas en los distintos servicios característicos (% de obstáculos mencionados) .....	9-19
Gráfico 9.22: Actuaciones que deben emprenderse/apoyarse en el sector: valoración de los empresarios (% de respuestas).....	9-20
Gráfico 9.23: Perspectivas sobre la evolución de la actividad en los próximos 5 años (% de empresas).....	9-20
Gráfico 9.24: Distribución de los clientes de las empresas ecoturísticas según su lugar de procedencia .....	9-22
Gráfico 9.25: Procedencia de los clientes en los diversos servicios ecoturísticos .....	9-22
Gráfico 9.26: Distribución de los clientes de alojamientos rurales según la estancia media de sus visitas (en %) .....	9-23
Gráfico 9.27: Distribución de los alojamientos rurales según el grado de ocupación manifestada en las distintas temporadas (% de empresas) .....	9-24
Gráfico 9.28: Antigüedad de las empresas ecoturísticas en Andalucía (% de empresas)....	9-25
Gráfico 9.29: Antigüedad de las empresas según servicios ecoturísticos característicos (% de empresas).....	9-27
Gráfico 9.30: Antigüedad de la oferta de alojamiento rural en Andalucía (% de empresas)..	9-27

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 8.1: Distribución de la oferta ecoturística en los parques naturales de Andalucía .....	8-30
Figura 8.2: Distribución de la capacidad de alojamiento ecoturístico en los parques naturales de Andalucía .....	8-31
Figura 8.3: Distribución de las infraestructuras y equipamientos de uso público en los parques naturales de Andalucía .....	8-32

## **1. LA INCLUSIÓN DEL ECOTURISMO EN UN ESTUDIO SOBRE EL EMPLEO MEDIOAMBIENTAL EN ANDALUCÍA**

En la presentación del contenido de este informe consideramos oportuno efectuar algunas consideraciones previas que ubiquen en su correcto lugar la idoneidad y pertinencia de efectuar un estudio sobre las actividades ecoturísticas en Andalucía y su repercusión sobre la generación de empleo en nuestra Comunidad. Recordemos en este punto, que este análisis forma parte de un proyecto de investigación más amplio que persigue avanzar en el conocimiento y sistematización de las relaciones que se entablan entre economía y medio ambiente o, dicho de otro modo, entre las políticas de protección y conservación del medio ambiente y los determinantes del desarrollo y progreso económico. En este contexto, los indicios de una relación directa entre la riqueza natural de Andalucía y el desarrollo incipiente de un nuevo segmento de demanda turística convierte a este último en uno de los exponentes que sirven para explicar las hipótesis de que protección ambiental y desarrollo económico pueden, y no sólo deben, ser compatibles.

A lo largo del informe se referencian y analizan numerosas estadísticas y estimaciones que, a pesar de ser parciales e incompletas, apoyan esta tesis desde diversos ámbitos e instituciones, pero hasta el momento aún no se dispone de ningún estudio riguroso que trate a la actividad desde el punto de vista de la oferta y, sobre todo, que vincule su configuración y desarrollo a la existencia de un patrimonio natural singular.

Esta es, a grandes rasgos, la perspectiva general que justifica la inclusión de un análisis específico sobre las actividades ecoturísticas en un estudio más amplio sobre el empleo y las actividades medioambientales en Andalucía, en el que se inserta el primero. Esta justificación apriorística y conceptual la refrendan otra serie de factores más concretos entre los que destacamos tres, fundamentalmente:

**1. Las recomendaciones efectuadas por la OCDE y Eurostat en su manual para la recogida de información económica relativa al medio ambiente<sup>1</sup>**

La clasificación recomendada por la OCDE/Eurostat para la recopilación y análisis de datos relativos a la industria de bienes y servicios medioambientales incorpora específicamente la rúbrica “*ecoturismo*” encuadrándola en el grupo C, al cual se le asigna la denominación genérica de “*Gestión de recursos*”.

Recordemos en este punto, que el Manual recomienda la distinción entre tres grandes grupos de actividades en el sector medioambiental:

**Grupo A:** Gestión de la contaminación

**Grupo B:** Productos y tecnologías limpias

**Grupo C:** Gestión de recursos

En el grupo que nos ocupa se contemplan, junto con el ecoturismo, las siguientes actividades:

- ◆ Abastecimiento de agua
- ◆ Fabricación de productos y materiales reciclados
- ◆ Energías renovables
- ◆ Ahorro y eficiencia energética
- ◆ Agricultura y pesca ecológica (sostenible)
- ◆ Gestión forestal sostenible
- ◆ Gestión de riesgos naturales
- ◆ Otras, entre las que menciona la conservación de la naturaleza, los hábitats y la biodiversidad

---

<sup>1</sup> *The Environmental Goods & Services Industry. Manual for Data Collection and Analysis. OCDE, Eurostat 1999.*

Al igual que ocurre con la definición de muchas de las actividades ambientales, para el ecoturismo el manual se limita a ofrecer una descripción genérica señalando que debe considerarse como tal:

*“Cualquier actividad que diseñe, construya, instale, gestione o provea cualquier servicio turístico que implique la protección y gestión del patrimonio natural y cultural, o la educación e interpretación del medio natural sin dañarlo o degradarlo”*

Esta definición tan genérica no resulta operativa a los efectos de identificar los operadores del mercado en Andalucía. La adopción de una definición operativa de la actividad se convierte en uno de los objetivos fundamentales de la investigación, al que haremos referencia en puntos posteriores, aunque de la descripción aportada por la OCDE/Eurostat destacamos dos aspectos fundamentales:

- ◆ Las actividades ecoturísticas comparten las características genéricas de los “servicios/productos turísticos” y en este sentido le resultarán de aplicación las definiciones y metodologías propias del análisis de este sector de actividad
- ◆ El prefijo “eco” lo determina la estrecha vinculación de estos servicios con el patrimonio natural y cultural que debe contemplar los objetivos de gestión, protección, educación e interpretación

## **2. Su consideración como “Nuevo Yacimiento de Empleo” dentro de la estrategia europea por el empleo**

Las características tradicionalmente relacionadas con la actividad turística han contribuido a su calificación como “Nuevo Yacimiento de Empleo (NYE)”. En el Libro Blanco sobre Crecimiento, Competitividad y Empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI<sup>2</sup> aparece por primera vez este término con el que se tratan de identificar aquellas actividades que reúnen dos características básicas: por una parte, un importante potencial para la generación de actividad y empleo, sobre todo en los colectivos con mayores dificultades de inserción al mercado laboral, y, por otra, el estar destinadas a satisfacer nuevas necesidades sociales relacionadas con el aumento de la calidad de vida de los ciudadanos.

---

<sup>2</sup> Comisión de las Comunidades Europeas, 1993.

En principio, las actividades turísticas en general, y en especial aquellas relacionadas con el disfrute de la naturaleza, se prestan a la satisfacción de ambos requisitos. De multitud de diagnósticos se deriva la calificación del turismo como especialmente intensivo en la utilización del factor trabajo dada la propia naturaleza de los servicios ofertados. Por otra parte, la demanda y consumo turísticos (medidos en el número de turistas y gasto realizado por los mismos) no ha dejado de crecer, prácticamente, desde mediados del siglo pasado. La potencialidad de este sector no se sustenta sólo en este hecho consumado sino también en los continuos cambios y nuevas exigencias que están aconteciendo por parte de la demanda social a la hora de consumir productos turísticos. Efectivamente, a pesar de que el mercado turístico maduro basado en el modelo de “sol y playa” sigue acaparando las tres cuartas partes de la demanda turística en nuestra región, cada vez son más los signos que evidencian un cambio en las preferencias hacia un consumo de ocio y tiempo libre más interactivo y participativo con la naturaleza.

En este sentido, no todas las actividades turísticas entendidas en sentido amplio entran a formar parte de la consideración de NYE. El informe de la Comisión Europea sobre *Iniciativas Locales de Empleo*<sup>3</sup> detalla las actividades a considerar dentro de las NYE agrupándolas en 17 ámbitos divididos en 4 grandes apartados entre los que se encuentra un epígrafe titulado “cultura y ocio”. La delimitación de cada ámbito es muy amplia y engloba, a su vez, a numerosas actividades. Así, por ejemplo, el epígrafe que nos ocupa recoge actividades tan diversas como el sector audiovisual, la valoración del patrimonio cultural, el desarrollo cultural en el ámbito local, el deporte y, por último, el turismo. Dentro de éste se consideran específicamente los siguientes ámbitos: turismo rural y agroturismo, nuevas formas de turismo y el turismo cultural.

Esta definición tan amplia de los NYE relacionados con el turismo ha permitido la extensión de este calificativo a multitud de productos y actividades. Sin embargo, no todas ellas cumplen rigurosamente con los requisitos exigidos para tal calificación.

La satisfacción de los requisitos de NYE de estos segmentos diferentes de la demanda y producción turística (turismo rural, cultural y otras alternativas de turismo) se encuentra aún por verificar y será uno de los aspectos a contrastar por parte de nuestro estudio. Sí podemos afirmar, sin embargo, que el crecimiento experimentado en nuestra Comunidad por estas nuevas modalidades de turismo relacionadas con el entorno rural y natural es un hecho contrastable, aunque su reciente ordenación y la ausencia de estadísticas y registros oficiales

---

<sup>3</sup> *Cumbre extraordinaria de Luxemburgo, 1998.*

impide, a priori, un análisis en mayor profundidad y contribuye a la dispersión y contrariedad de las estimaciones. Esta dispersión en las estimaciones sobre el tamaño e importancia de este sector en Andalucía se debe, en gran medida, a la ausencia de una definición común respecto a la naturaleza y tipología de las actividades a considerar dentro del mismo.

**3. En relación con esta modalidad de turismo, Andalucía satisface las condiciones que la hacen particularmente apropiada para el desarrollo de estas actividades**

La abundancia y extensión de nuestros espacios naturales y áreas protegidas las convierte en una de nuestras principales riquezas que, aparte de sus beneficios ambientales intrínsecos, pueden tener también unas repercusiones socioeconómicas de envergadura ofreciendo oportunidades de empleo en zonas especialmente deprimidas de nuestro entorno rural.

Estos tres factores conjugan hipótesis con restricciones, o retos, que deben afrontarse para abordar un estudio de estas características en Andalucía. Refrendar estas hipótesis y salvar los obstáculos es lo que pretenden lograr los resultados y la metodología desarrollada por este estudio, respectivamente. En este contexto, los **objetivos finales de la investigación** los podríamos sintetizar en dos:

**Objetivo 1:** Adoptar una definición de actividades ecoturísticas acorde con la realidad andaluza y lo suficientemente operativa como para delimitar los operadores del mercado y ofrecer una descripción, cuantitativa y cualitativa, de la oferta de estas actividades en Andalucía

**Objetivo 2:** Estimar el empleo directo asociado a esta oferta en nuestra Comunidad Autónoma

Estos son los principales resultados alcanzados por el proceso de investigación empírica, aunque el informe aborda otras muchas cuestiones que consideramos de interés para analizar y valorar el actual, y potencial, desarrollo de estas actividades en Andalucía.

El informe se encuentra estructurado en cuatro grandes secciones:

1. La primera parte describe en profundidad cuál es la definición y clasificación de las actividades ecoturísticas turísticas en Andalucía, a través del establecimiento de un marco teórico y de una revisión conceptual y operativa del término (Capítulo 2)

2. En la segunda parte se describe ampliamente las grandes cifras y tendencias del turismo y el ecoturismo que se deriva del análisis de estadísticas y series internacionales, europeas, nacionales y regionales (Capítulo 3)
3. Otra parte importante del estudio se destina a describir las estrategias y políticas en materia de turismo y turismo sostenible, así como las actuaciones concretas de promoción y fomento de estas actividades en Andalucía y en los principales ámbitos de referencia (Capítulos 4 y 5)
4. En la última sección se describen el trabajo de investigación aplicada y los resultados obtenidos de su aplicación (Capítulos 6, 7, 8 y 9)

## **2. ESTABLECIMIENTO DE UN MARCO TEÓRICO PARA LA ESTIMACIÓN DEL EMPLEO ECOTURÍSTICO EN ANDALUCÍA**

Tras lo expuesto en el epígrafe anterior, no cabe duda de la idoneidad y necesidad de considerar de forma aislada e independiente las actividades ecoturísticas como un nuevo y emergente nicho de mercado dentro del sector medioambiental. Lo que ya no resulta tan claro, dada la amplitud de definiciones aportadas, es la caracterización precisa y concreta de qué actividades considerar bajo la rúbrica general de ecoturismo. Esta delimitación se convierte, en cambio, en una tarea fundamental y condición necesaria para abordar los objetivos planteados.

En este punto, conviene recordar dos cuestiones relativas al estudio de la economía turística, interrelacionadas entre sí, y que condicionan en gran medida los métodos de investigación y análisis aplicados. Nos referimos, en primer lugar, a las dificultades de caracterización de la actividad turística desde el punto de vista de su definición como sector económico. Se acepta, en este sentido, que el turismo nunca podrá figurar como una rúbrica independiente en la *Clasificación de Actividades Económicas* empleada para el análisis económico de los diversos sectores productivos, por cuanto no es posible definir ninguna rama únicamente como turística y mucho menos como ecoturística en relación con su objeto de protección del entorno natural donde se desarrolla. En la elaboración de la *Clasificación de Actividades Económicas* se define una rama como el conjunto de establecimientos que producen principalmente un determinado *output*, para lo cual utilizan un tipo de *input* común a todos los establecimientos, como consecuencia de que su proceso de producción responde también a unas características obligadamente comunes. Desde el momento en que el turismo es definido desde el punto de vista de la demanda, es decir desde las necesidades que satisface, resulta imposible identificar un establecimiento como propiamente turístico y, consecuentemente, no es factible proceder a la agregación de éstos para definir una rama de actividad turística. Esta circunstancia ha propiciado, y continúa propiciando, la situación de la segunda cuestión a la que hacemos referencia, esta es, la escasez, insuficiencia, dispersión y contradicción encontradas en las diversas estadísticas y datos que se aportan sobre el turismo a todas las escalas, y aún más para las actividades emergentes consideradas dentro del ecoturismo.

Evidentemente, la inexistencia de un acuerdo sobre qué tipo de actividades y establecimientos considerar dentro del sector dificulta el diseño y elaboración de estadísticas homogéneas que permitan un análisis riguroso y en profundidad de las variables características del mismo, y más si cabe la producción de datos sobre empleo en este sector turístico emergente que se caracteriza por la relativa juventud de muchas de sus actividades.

Este hecho invalida la posibilidad de recurrir a la explotación de fuentes de información secundarias siendo preciso, en consecuencia, el levantamiento de datos de base y la elaboración *ex novo* de una clasificación de las actividades turísticas características desarrolladas en espacios naturales protegidos de Andalucía.

La necesidad de abordar una caracterización de las actividades ecoturísticas, determina la idoneidad de afrontar un enfoque de oferta que nos permita la identificación de los distintos operadores en Andalucía. Para ello debemos partir, en primer lugar, de una definición de la actividad turística desde esta perspectiva y en el estudio se ha optado por la definición de turismo ofrecida por la Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo<sup>4</sup>. En esta Conferencia se propone la primera *Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas* (CIUAT) basada en un enfoque de oferta, es decir delimitando aquellos sectores tradicionales que dependen especialmente de los gastos que efectúan los visitantes. Esta ha sido, posteriormente, aprobada por la Comisión de Estadística de Naciones Unidas<sup>5</sup>, distinguiendo entre aquellas actividades dedicadas por entero al turismo y las que sólo lo están en parte. La tabla 2.1 muestra esta Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas que, como decíamos, distingue entre dos grandes grupos de bienes y servicios: los característicos<sup>6</sup> y los conexos<sup>7</sup>.

---

<sup>4</sup> Celebrada en Ottawa en 1991 a instancias de la Organización Mundial del Turismo.

<sup>5</sup> Nueva York, 1993.

<sup>6</sup> Son productos característicos aquellos que en ausencia del turismo dejarían de existir en cantidad significativa, o el consumo se vería gravemente disminuido.

<sup>7</sup> Son productos conexos aquellos que los visitantes consumen en cantidades que resultan importantes para el visitante o proveedor, pero que no figuran en la lista de los productos característicos.

**Tabla 2.1: Clasificación Internacional Uniforme de Actividades Turísticas (\*)**

1.	Alojamiento
2.	<b>Compras de:</b>
	<b>a) Artículos de vestir, peletería y accesorios</b>
	<b>b) Artículos de calzado y artículos de piel</b>
	<b>c) Juguetes y artículos de deporte</b>
	<b>d) Equipos de fotografía, ópticos y de precisión</b>
	<b>e) Revelado de fotos</b>
	<b>f) Postales y folletos</b>
	<b>g) Artesanía (cristalería y loza)</b>
	<b>h) Alimentación y bebidas</b>
	<b>i) Combustible</b>
3.	Restaurantes
4.	Transporte de su lugar de origen al destino <sup>8</sup>
5.	Servicios anexos a los transportes (aparcamiento en terminales de transporte, servicios de pilotaje)
6.	<b>Servicios de transporte terrestre urbano y suburbano, incluido el transporte de pasajeros por carretera en tracción animal</b>
7.	<b>Servicios de mantenimiento y reparación de vehículos automóviles y motocicletas</b>
8.	Alquiler de bienes de equipo de transporte <sup>9</sup>
9.	Información y guías turísticos
10.	Representaciones artísticas
11.	Museos y otros servicios culturales
12.	Deportes y servicios recreativos
13.	Otros servicios para la diversión y el recreo <sup>10</sup>
14.	Servicios financieros y de seguros
15.	Servicios de alquiler de bienes <sup>11</sup>
16.	Otros servicios turísticos <sup>12</sup>

(\*) Los epígrafes en verde corresponden a bienes y servicios conexos.

Fuente: Organización Mundial del Turismo, 1991.

<sup>8</sup> Normalmente se presenta desglosado según el tipo de transporte utilizado.

<sup>9</sup> Incluye el alquiler de automóviles, de vehículos ferroviarios, de motocicletas, de caravanas y de autocaravanas, de buques y de aviones de pasajeros, todos ellos sin conductor.

<sup>10</sup> Incluye parques temáticos, parques de atracciones, casinos, máquinas tragaperras y servicios de ferias y carnavales.

<sup>11</sup> Incluye servicios de alquiler de equipos de transporte terrestre no motorizados, de equipos para deportes de invierno, de equipos de transporte aéreo no motorizado, de equipos de transporte acuáticos, de equipos de acampada y de cámaras fotográficas.

<sup>12</sup> Servicios de organización de ferias comerciales y exhibiciones, balnearios, licencias de pesca y caza, emisión de pasaportes y visados.

Un simple recuento de las actividades reflejadas en la tabla nos da una idea de la dificultad asociada al análisis de las actividades ecoturísticas, vista la heterogeneidad y diversidad de actividades que se encuentran relacionadas al gasto turístico que potencialmente puede realizarse en los espacios naturales.

Las circunstancias anteriores han hecho de la elección de la metodología y la delimitación del objeto de estudio una de las etapas más importantes y complejas del proceso de investigación empírica, mediante el cual se persigue cubrir dos **objetivos específicos**:

- a) Estimar el empleo ecoturístico en Andalucía desde el punto de vista cuantitativo, considerando los empleos directos<sup>13</sup> asociados al desarrollo de estas actividades
- b) Describir las características que definen este empleo, es decir, ahondar en aspectos cualitativos que lo caracterizan, tomando en consideración tanto los sujetos que lo integran, como las condiciones en que éstos realizan su prestación laboral. Esto implica investigar aspectos tales como las características personales de los ocupados (edad, sexo, nivel de estudios, etc.), la estacionalidad, la formación y cualificación profesional y las modalidades de contratación, entre los más importantes

## **2.1 DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

Para la delimitación del objeto de estudio se realizará, en primer lugar, una breve aproximación conceptual para efectuar, en segundo lugar, una delimitación operativa que sirva de instrumento para el desarrollo de la investigación empírica.

### **Aproximación conceptual**

El principio general que debe guiar el enfoque del análisis de las actividades ecoturísticas es el del **‘turismo sostenible’**. En este epígrafe se tratará de trasladar este principio general a proposiciones operativas que permitan una aproximación a la realidad de las actividades ecoturísticas en Andalucía y su capacidad para ofrecer oportunidades de empleo.

---

<sup>13</sup> *Por empleo directo se entiende el directamente derivado de la producción de bienes y servicios ecoturísticos; el empleo indirecto es aquel asociado a aquellos sectores productivos, que no son propiamente turísticos, pero que abastecen de productos a los sectores que satisfacen de manera directa la demanda turística. Aún existe otra categorización de empleo como “empleo secundario o inducido” que es aquel que se deriva de los sucesivos efectos de la distribución de rentas en el sistema económico.*

El principio general de sostenibilidad define a una *‘industria de turismo sostenible’* como aquella que funciona de tal manera que no amenaza las razones de su existencia y que puede proporcionar los medios para satisfacer las necesidades de la generación actual y de las futuras. Al igual que el principio del que parte, el turismo sostenible sirve esencialmente para centrar la atención en el largo plazo.

En los últimos años se ha asistido a un cambio general de actitud y percepción sobre el turismo y el medio ambiente. Y es que en el actual contexto social de exigencia de calidad de vida, la conciencia medioambiental de la demanda turística está creciendo rápidamente convirtiéndose el factor ambiental en uno de los determinantes a la hora de la elección de un destino/producto turístico. Además, el sector turístico está tomando conciencia, cada vez más, de que el medio ambiente es su capital más valioso porque la demanda, con su creciente sensibilidad ecológica, percibe y rechaza el deterioro del entorno en el lugar de vacaciones y exige cada día una mayor calidad ambiental en la oferta turística. La anterior circunstancia unida al previsible incremento de las prácticas de ocio en general y en especial aquellas relacionadas con el disfrute y conocimiento de la naturaleza, ha provocado que en los últimos años se aúnen esfuerzos para superar la dialéctica que enfrentaba actividad turística con el espacio donde se produce su implantación (recuadro 2.1 y gráfico 2.1).

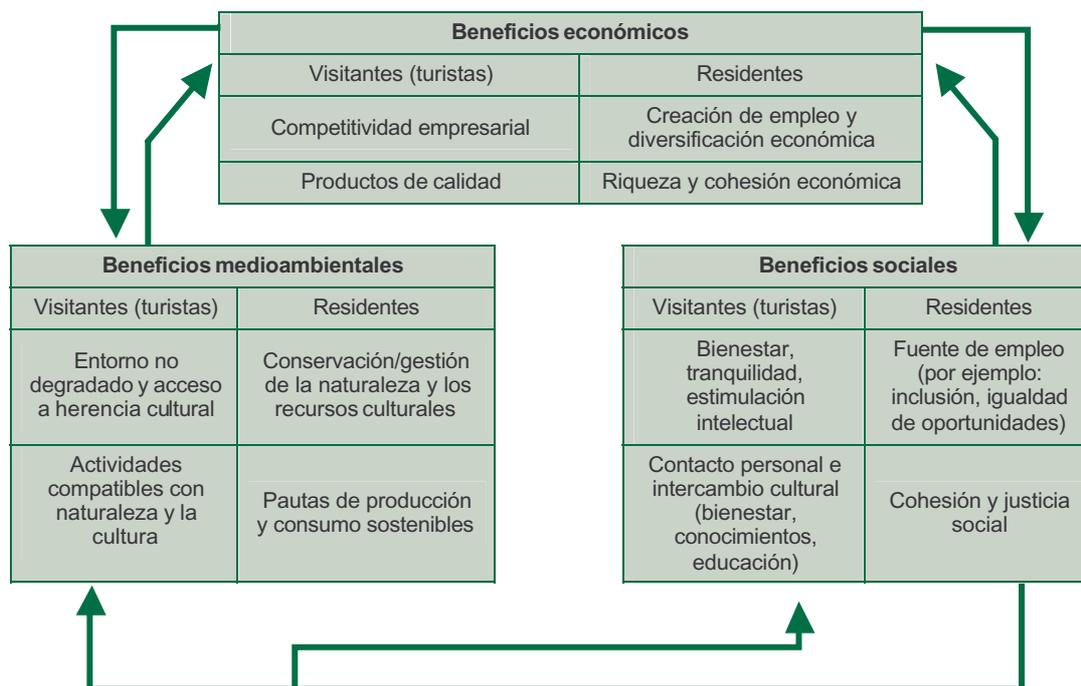
#### **Recuadro 2.1: Argumentos para un cambio real**

El cambio de actitud de la industria turística a escala global comenzó a producirse a finales de los ochenta, fecha en la cual comenzó a crecer el interés por la contribución de esta industria a los problemas medioambientales y de conservación. Este cambio se debió a varias razones, entre las que se pueden destacar las siguientes:

1. La influencia creciente de los movimientos y organizaciones ecologistas. El aumento de la concienciación medioambiental condujo a la creciente preocupación e intervención de las Administraciones Públicas de cara a controlar los efectos ambientales en el desarrollo turístico
2. Los turistas que demandan calidad. Los turistas cada vez más no aceptan destinos donde la calidad del medio ambiente no presente unos estándares mínimos de salubridad y disfrute. Los destinos tradicionales del Mediterráneo vislumbran visos de estancamiento debido a un menoscabo de su competitividad producida, fundamentalmente, por un incremento de los precios relativos, por envejecimiento y obsolescencia de muchas de sus infraestructuras turísticas y, también, por la degradación de su entorno
3. Concienciación de los turistas sobre los impactos de sus actividades sobre el entorno. Es creciente la concienciación acerca de que un desarrollo turístico no responsable contribuye considerablemente a la degradación medioambiental lo que, unido a los anteriores factores, puede llegar a confirmar la afirmación de que “el turismo destruye al turismo”. Un desarrollo turístico insostenible resta valores al destino, y de ahí su atractivo para los turistas
4. Motivos económicos. Gradualmente se hace más rentable “ser verde”. La opinión pública reacciona positivamente ante el deseo de proteger al medio ambiente. Además, las prácticas turísticas basadas en la naturaleza se configuran como un sector en crecimiento

*Fuente: Elaboración propia a partir de H. Boers, M. Bosch, (1995), 2003.*

**Gráfico 2.1: Beneficios del Turismo Sostenible**



*Fuente: Adaptado de Turismo y Medio Ambiente en Europa 1995.*

Se deja así de lado la percepción de la afluencia turística como un elemento intrínsecamente destructor del entorno y de los valores naturales y ambientales, al tiempo que se reafirma la posibilidad de hacer coincidir la dinámica económica generada por la actividad, la satisfacción del consumidor y la preservación del patrimonio natural y cultural. Todos los actores involucrados -turistas, industria turística, Administraciones Públicas y, sobre todo, gobiernos locales- son más conscientes ahora que en el pasado de las oportunidades de proteger el medio ambiente en el cual la actividad turística se desarrolla y, aún más, de convertir a éste en el principal activo para la venta y comercialización de nuevos productos turísticos. Al mismo tiempo, y como ponen de manifiesto diversos estudios desarrollados por la UNEP (Programa de Naciones Unidas para Medio Ambiente) y la OMT, los efectos del turismo sobre el entorno y el territorio donde se desarrolla pueden ser también positivos si los beneficios (ingresos) derivados de las actividades turísticas se convierten en un aliciente económico a favor de la recuperación y conservación ambientales.

El reconocimiento explícito de una relación sinérgica entre turismo y medio ambiente, sobre todo en el caso del turismo “verde”, turismo “natural”, “ecoturismo” o turismo “rural”, está favoreciendo la proliferación de debates en torno a la mejor forma de planificar y compatibilizar las políticas públicas desarrolladas en ambos ámbitos. De ahí, el incremento de la intervención

de las más diversas instituciones a favor de una clarificación y ordenación de estas actividades, conjuntamente con la promoción de un mejor y mayor conocimiento de sus impactos.

Con todos estos cambios, se han llegado a formular unos principios para el “turismo sostenible” que se recogen en el recuadro 2.2, junto con los principales beneficios que se han identificado en su satisfacción (recuadro 2.3).

**Recuadro 2.2: Principios del turismo sostenible**

**1. Uso sostenible de los recursos**

La conservación y el uso sostenible de los recursos -naturales, sociales y culturales- dan sentido a las actividades a largo plazo.

**2. Reducción del consumo abusivo y de la generación de desechos**

Esta reducción evita los costes de restaurar el daño producido a medio y largo plazo en el medio ambiente y contribuye a la calidad del turismo.

**3. Mantenimiento de la diversidad**

Es esencial para el turismo sostenible mantener y preservar la diversidad natural, social y cultural, que sustenta el desarrollo de la actividad.

**4. Integración del turismo en la planificación**

El desarrollo turístico que se integra en el marco de una planificación estratégica nacional, regional, y sobre todo local, incorporando estimaciones sobre sus impactos aumenta la viabilidad del turismo a largo plazo.

**5. Apoyo a la economía social**

El turismo que apoya a las actividades locales, y que tiene en cuenta los costes medioambientales, protege al mismo tiempo la economía y evita los daños ecológicos.

**6. Compromiso de las comunidades locales**

El compromiso pleno de las comunidades locales en el desarrollo turístico no sólo les beneficia a ellas mismas y al medio ambiente en general, sino que además mejora la calidad de la experiencia turística.

**7. Consulta a profesionales y a la opinión pública**

Es esencial la consulta a los profesionales de la industria turística y a las comunidades locales, organismos e instituciones, si van a trabajar conjuntamente y a resolver conflictos potenciales.

**8. Capacitación del personal**

La formación y cualificación de los recursos humanos que integran la práctica del turismo sostenible, así como la incorporación de empleados procedentes de la economía local, mejora la calidad del producto turístico.

**9. Marketing turístico responsable**

El marketing que facilita a los turistas una información completa y responsable, favorece el aumento del respeto por el medio ambiente natural, social y cultural de las zonas visitadas al tiempo que potencia la satisfacción del consumo turístico.

**10. Investigación y desarrollo**

Es esencial la investigación continuada y su verificación a través de una recogida eficiente de datos y su análisis para la resolución de problemas y para aportar beneficios a la industria, las comunidades receptoras y los consumidores.

*Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Shirey Eber, Beyond the Green Horizon, principles for sustainable tourism, (1992), 2003.*

**Recuadro 2.3: Beneficios de un turismo consciente y responsable**

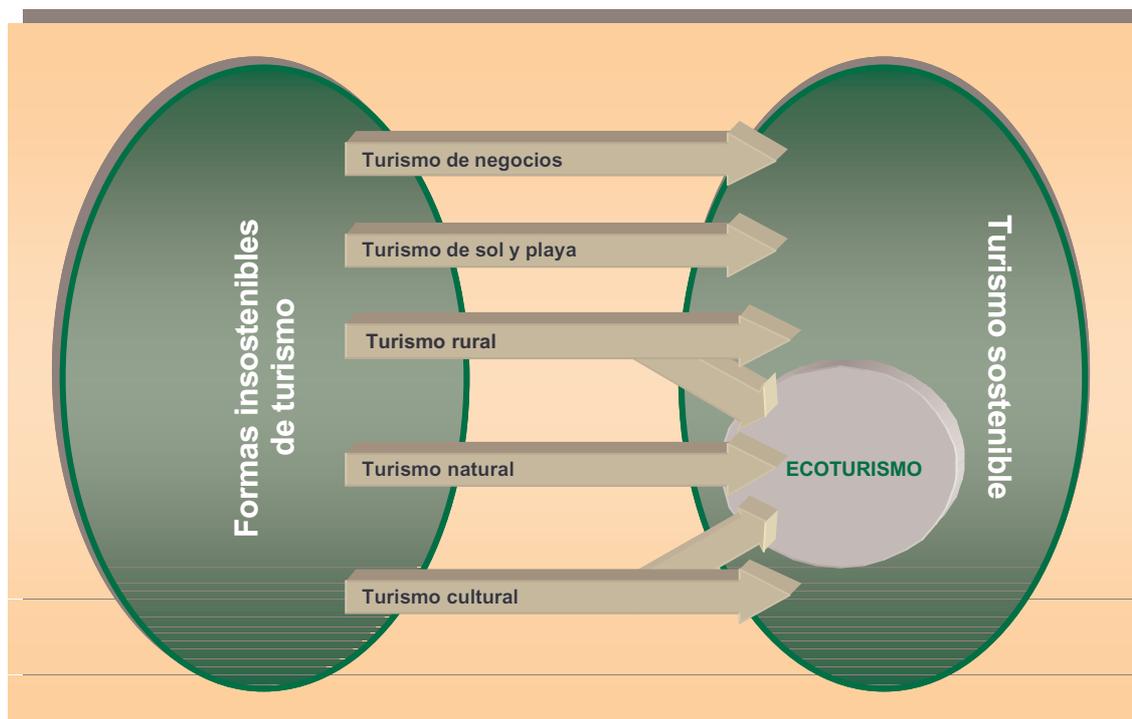
1. Facilita la comprensión de los impactos que genera el turismo en el medio natural, cultural y humano
2. Asegura un adecuado equilibrio entre beneficios y costes
3. Genera un empleo local de manera directa
4. Estimula la rentabilidad de las iniciativas locales
5. Diversifica la economía local, particularmente en áreas rurales donde el empleo agrario cuenta cada vez con menos alternativas
6. Incorpora una planificación que asegura un desarrollo turístico adecuado a la capacidad de carga del ecosistema
7. Estimula la eficiencia de los transportes locales, las comunicaciones y demás infraestructuras básicas
8. Oferta actividades que pueden ser disfrutadas tanto por la comunidad local como por los turistas nacionales e internacionales
9. Ayuda a la preservación del patrimonio cultural, histórico y arquitectónico
10. El turismo en la naturaleza anima a la recuperación de antiguas tierras agrarias marginales
11. El turismo cultural mejora la autoestima de la población local y la revalorización de su entorno y de sus características culturales y favorece el intercambio cultural entre personas de diversa procedencia
12. El turismo ambientalmente sostenible demuestra la importancia de los recursos naturales y culturales para el bienestar económico y social de la comunidad local y cómo puede ayudar a preservarlos
13. Controla y valora los impactos provocados, desarrolla métodos fiables de responsabilidad ambiental y contrarresta los efectos negativos

*Fuente: Elaboración propia a partir de la información facilitada por Sustainable Tourism Development. Guide for local planners. World Tourism Organization, 2002.*

El principio de turismo sostenible es de aplicación a todas las estrategias turísticas, desde el modelo tradicional de turismo de masas de “sol y playa” hasta los modelos emergentes asociados a nuevas demandas entre los que se encuentra, ocupando un lugar preferente, el turismo relacionado con el disfrute de la naturaleza. Esta modalidad, por sus características propias, entabla unas relaciones más estrechas con la conservación de la biodiversidad y la sostenibilidad pues son los activos que le sirven de sustento. El gráfico 2.2 aporta una visión de cómo el ecoturismo forma parte del desarrollo de diversas estrategias de turismo sostenible.

Sin embargo, bajo esta denominación genérica podemos encontrar diversas variantes. El principal problema al que nos enfrentamos al tratar de delimitar estas actividades es la enorme profusión de definiciones y la ausencia de un consenso acerca de términos tales como “ecoturismo”, “turismo rural”, “agroturismo”, “turismo naturalista”, “turismo de aventura” o “turismo alternativo” -entre los más empleados-, en los que podemos encontrar elementos comunes y diferenciadores.

Gráfico 2.2: Ecoturismo como parte integrante del concepto de turismo sostenible



Fuente: elaboración propia a partir de Stradas (2001).

A efectos prácticos, deberíamos distinguir en primer lugar entre los modos en que el turismo se practica en un lugar determinado (modo de operar) y lo que es objeto de atención primaria por parte del turista (demanda). En este sentido, la doctrina especializada en la materia argumenta que podemos hablar de un turismo “duro” y de un turismo “blando”, según que en el desarrollo de la actividad medie infraestructura pesada con impactos considerables sobre el medio ambiente, o ligera con un menor impacto. En este contexto se puede asimilar el turismo “duro” al turismo de masas, lo cual no es del todo cierto porque también existen otras alternativas de turismo con los mismos impactos que el turismo “duro” y que no son de masas. En esta situación pueden incurrir también algunas iniciativas de ecoturismo que no se han planificado y gestionado debidamente.

### **Pero, ¿qué significa ecoturismo o turismo ecológico?**

Analizando los diversos criterios que tratan de fijar una acotación al concepto, nos centramos en el prefijo "eco" que en los últimos años ha sido profusamente utilizado para adjetivar la sostenibilidad y el respeto por la naturaleza en el desarrollo de numerosas actividades. Sin embargo, dado el uso y abuso, en ocasiones, con los que se ha empleado en el lenguaje coloquial y comercial debe ser tomado con cautela, ya que el término no es unívoco y existen múltiples acepciones del mismo. Así, por ejemplo, la Administración turística del Estado se refiere al ecoturismo en el Plan de Competitividad del Turismo Español (epígrafe 4 de este capítulo) de forma análoga al concepto de ecodesarrollo; es decir, como aquella forma de turismo sostenible en el tiempo, siguiendo la filosofía de desarrollo duradero inspirada en la Estrategia Mundial de Conservación de la Naturaleza. En el seno de la propia Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, se emplea el término ecoturismo en sentido mixto, como el turismo que se practica en el medio natural (o algo transformado, al que denomina medio rural), pero de un modo determinado con repercusiones positivas para el entorno y la situación socioeconómica de las poblaciones locales.

Centrándonos en definiciones más recientes aportadas por distintos organismos e instituciones pertenecientes al ámbito del turismo y la conservación del medio ambiente, observamos un acercamiento de posturas en cuanto a la delimitación de las actividades ecoturísticas, sin duda fruto de los consensos alcanzados en el desarrollo de la doctrina. Como veremos, la mayor parte de ellas parten de la enumeración de un conjunto de principios.

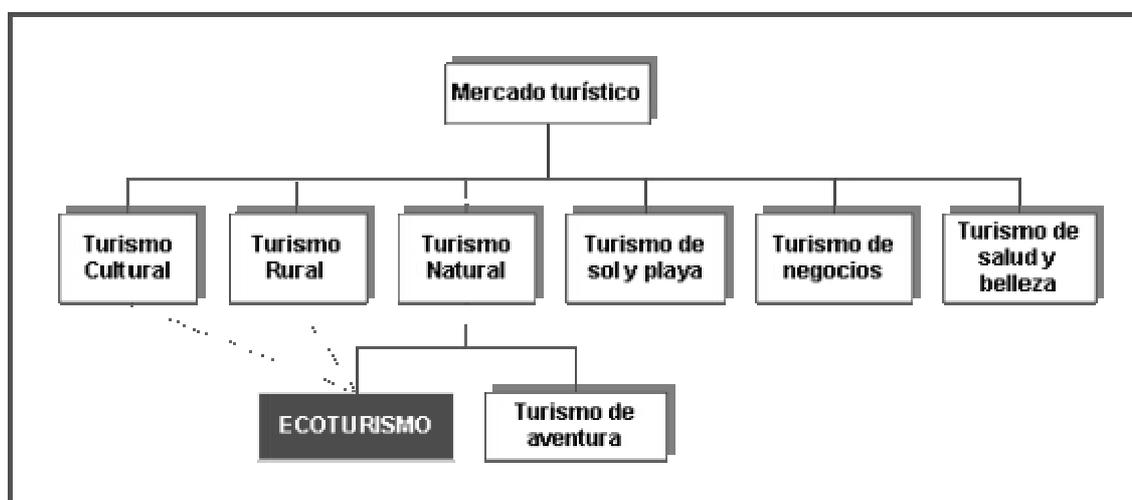
La Sociedad Internacional de Ecoturismo define esta actividad como aquellas "*visitas a espacios naturales que contribuyen a conservar el entorno y el bienestar de la comunidad local*". Por su parte, la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza establece que el ecoturismo lo constituyen aquellas "*visitas a espacios naturales, relativamente tranquilas, para disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier rasgo cultural, pasado o presente) que promueva la conservación, tenga un bajo impacto negativo y prevea una participación socioeconómica y beneficiosamente activa de las comunidades locales*".

En un intento de integrar y sistematizar las diversas acepciones, la OMT establece que son cinco los requisitos que debe satisfacer la práctica turística para que pueda ser denominada como ecoturística. Estos requisitos han sido ratificados este mismo año durante la celebración de la Cumbre Mundial del Ecoturismo, y son los siguientes:

1. *Toda forma de turismo basada en la naturaleza, cuya motivación principal sea la apreciación y disfrute de la misma o de las culturas tradicionales en las zonas naturales*
2. *La inclusión de elementos educacionales y de interpretación*
3. *La realización de actividades a través de empresas especializadas, generalmente pequeñas y de propiedad local, para grupos reducidos*
4. *La reducción del impacto negativo sobre el entorno natural y socio-cultural y un menor consumo de recursos no renovables*
5. *La protección de las zonas naturales generando beneficios económicos para las comunidades, organizaciones y Administraciones que gestionan estas áreas con objetivos conservacionistas; generación de alternativas de empleo para las comunidades locales, y la concienciación sobre la conservación de los activos naturales y culturales, tanto en los habitantes del lugar como en los turistas*

Completando esta definición, y al objeto de nuestro estudio, el Programa de Protección Medioambiental de Naciones Unidas (UNEP) desarrolla un planteamiento que resulta especialmente interesante. Este organismo aborda el análisis de las actividades ecoturísticas desde una doble perspectiva incorporando, además de los principios anteriores, la dimensión de la actividad como un segmento de mercado específico dentro de la estructura del mercado turístico. Desde este punto de vista, la UNEP afirma que el ecoturismo es aún un sector de escasa entidad pero de rápido crecimiento, donde las iniciativas y programas de las Administraciones públicas juegan un papel fundamental entre las fuerzas impulsoras del mismo. El gráfico 2.3 ofrece una visión del emplazamiento del ecoturismo en el amplio mercado turístico.

Gráfico 2.3: Ecoturismo como segmento del mercado turístico



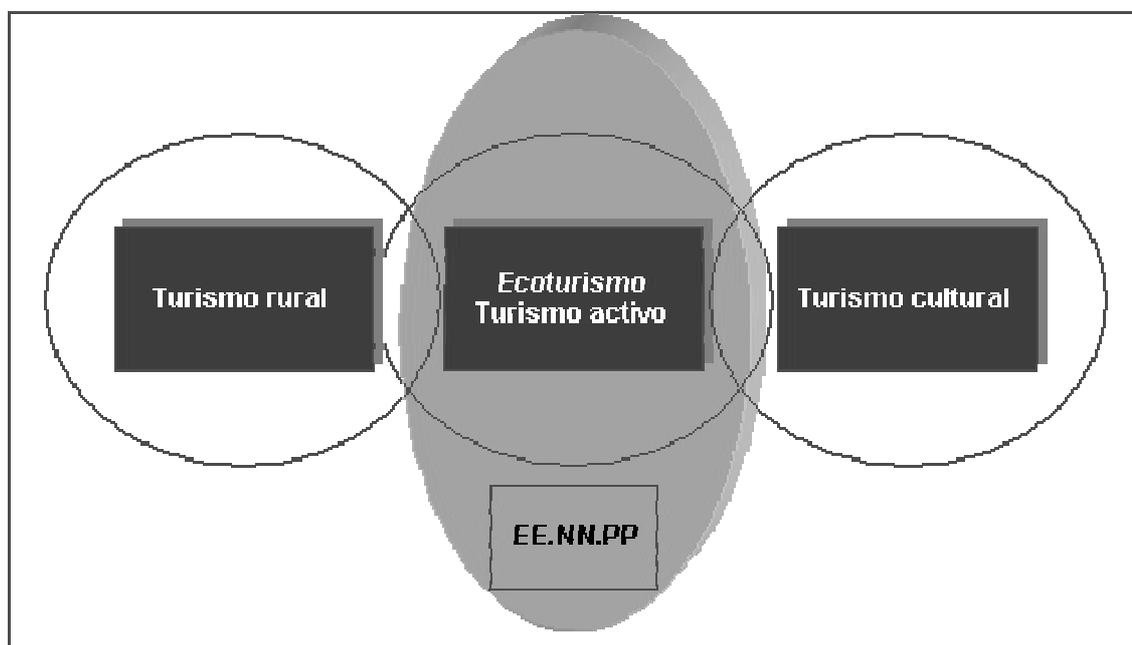
Fuente: Organización Mundial del turismo. Modificado por Strada, 2001.

Como podemos observar, el ecoturismo y el turismo de aventura o turismo activo son componentes del turismo de naturaleza, aunque sus límites son difusos, entablándose también fuertes vínculos con el turismo cultural y el que se desarrolla en el medio rural. La consideración de todas estas relaciones nos conduciría a una delimitación amplia de la actividad, por lo que en su definición nos centraremos en su acepción más restringida.

Es decir, **por actividades ecoturísticas entenderemos aquellas en las que la motivación principal es la observación y disfrute de elementos naturales ubicados en zonas de especial protección por sus valores singulares**. El gráfico 2.4 resume la delimitación conceptual de ecoturismo adoptada por este estudio.

Dentro de este enfoque y desde un punto de vista funcional, el ecoturismo es mayoritariamente individual o a pequeña escala (grupos de menos de 25 personas) que emplean infraestructuras de alojamiento de menos de 100 camas y que se sirven de la oferta de pequeñas y medianas empresas que operan en el medio natural.

Gráfico 2.4: Delimitación conceptual de ecoturismo adoptada por este estudio



Nota: EE.NN.PP= Espacios Naturales Protegidos.

Fuente: elaboración propia, 2003.

### Aproximación operativa

Una vez ubicadas las actividades objeto de estudio desde el punto de vista conceptual, precisamos ahondar aún más en su definición para poder adoptar una clasificación operativa que sea acorde, además, con las fuentes de información disponibles de cara a la identificación de los diversos operadores.

Para ello, se debe investigar cuál es el marco jurídico e institucional que regula el desarrollo de las actividades turísticas en Andalucía, tarea que se presenta a lo largo de los siguientes epígrafes. No obstante, y constatada la horizontalidad de estas actividades, esta revisión no se ha limitado a lo dispuesto por la Administración de Turismo dado el hecho de que el turismo debe ser tenido en cuenta por sectores normativos diferentes, y al objeto de nuestro estudio especial atención ha de prestarse a lo establecido por la Administración ambiental al respecto del desarrollo de estas actividades en espacios naturales.

En virtud del Estatuto de Autonomía, nuestra Comunidad Autónoma ostenta plena potestad normativa y reglamentaria en la ordenación de las actividades turísticas. En Andalucía, el marco jurídico general en el que ha de desenvolverse la actividad turística, lo constituye la Ley del Turismo, que, entre otros temas, aborda la ordenación de la oferta turística y el Registro de

Turismo de Andalucía. La inscripción en este registro es requisito indispensable para iniciar la prestación de servicios catalogados como turísticos en nuestra Comunidad.

Uno de los cometidos principales de esta ley es poner fin a la acusada dispersión normativa en materia turística y *“obtener el mayor provecho de los recursos turísticos, dentro del máximo respeto y cuidado a la cultura y tradiciones andaluzas y según las pautas del principio de sostenibilidad”*. Con esta finalidad, la ley parte de una conceptualización de recursos turísticos, actividad turística y usuarios turísticos que trata de ser lo más amplia y adaptada posible a la realidad andaluza. También establece una descripción de los instrumentos de ordenación y promoción que estimulen un crecimiento sostenible del sector, lo que implica tomar en consideración el medio natural y el patrimonio histórico y cultural. Asimismo, se realiza una especial mención del papel que juegan las Corporaciones Locales en la consecución de un turismo sostenible, beneficioso y rentable para la comunidad local por lo que a estas entidades territoriales se les otorga unos amplios márgenes de competencia para la ordenación de la actividad en su ámbito de influencia. Respecto a la ordenación de la oferta turística, la ley establece una tipología básica de los servicios y establecimientos turísticos a través de una clasificación administrativa de los mismos.

En lo que respecta al ecoturismo o turismo natural, esta ley sólo contempla las categorías de *“casa rural”* y *“viviendas de alojamiento rural”* en lo que a tipologías de establecimientos de alojamiento turístico se refiere, dejando abierta la posibilidad de desarrollo reglamentario posterior a otra *“oferta complementaria de ocio”* o *“cualquier otro establecimiento o sujeto cuando, por su relación con el turismo, se determine reglamentariamente”*<sup>14</sup>.

Ante la necesidad de ampliar la regulación específica de las actividades turísticas en este medio y las posibilidades reglamentarias establecidas por la Ley de Turismo, la Administración turística aprueba el Decreto 20/2002, de 29 de enero, de turismo en el medio rural y turismo activo en Andalucía. Esta norma constituye, hoy por hoy, la referencia más concreta a la caracterización administrativa de prácticas turísticas en el medio rural. Como el propio Decreto denomina, la actividad se contempla en un ámbito más amplio, el rural, al estrictamente relacionado con los espacios protegidos en Andalucía y en consecuencia rebasa la delimitación específica de las actividades ecoturísticas adoptadas por este estudio que quedarían incluidas dentro de las primeras.

---

<sup>14</sup> Con anterioridad a esta Ley los servicios de alojamiento en el medio rural se encontraban regulados mediante el Decreto 94/1995, de 4 de abril, sobre ordenación de los alojamientos en casas rurales andaluzas, aunque sólo lo cubría de forma parcial al limitarse a determinar las condiciones generales en que se podía prestar este servicio en el medio rural.

Reconociendo la potencialidad de esta modalidad de turismo para la revitalización del medio rural, la norma tiene por objetivo *“el desarrollo de un sistema turístico sostenible y competitivo en el medio rural andaluz, respetuoso con los valores medioambientales y culturales de Andalucía, que contribuya al logro de una adecuada integración del turismo rural”*.

Por el especial ámbito en que se desarrollan estas actividades turísticas, el Decreto hace referencia expresa a la necesidad e importancia de la coordinación con la Consejería de Medio Ambiente a la hora de promocionar la Red Andaluza de Itinerarios y la Red Andaluza de Villas Rurales y de determinar las condiciones medioambientales a las que deberán someterse las prácticas de estas actividades.

Tras la revisión de la definición y clasificación de actividades contempladas en esta norma, el equipo de trabajo optó por clasificar las actividades ecoturísticas en seis grandes epígrafes, cuyo contenido es el que se detalla a continuación:

## **1. Alojamiento turístico en el medio rural**

1.A) Establecimientos de alojamiento turístico. Aquellos que posean la tipología arquitectónica de la comarca en que estén situados, estén integrados adecuadamente en el entorno natural y cultural y cumplan con los requisitos mínimos de infraestructura establecidos en la normativa turística aplicable. Se consideran los siguientes tipos de establecimientos:

1.A.1) Casas rurales (categorías básica y superior). Viviendas de carácter independiente, incluidas las edificaciones dependientes de las mismas tales como cuartos de apero, cuadras, cobertizos u otras de similar naturaleza, que no superen las 20 plazas y no existan más de tres viviendas en el mismo edificio

1.A.2) Establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos rurales. Aquellos constituidos por una sola edificación, aunque cuenten con unidades anejas independientes, no superen las tres plantas, su capacidad supere las 20 plazas y presten servicios o actividades complementarias

1.A.3) Complejos turísticos rurales y Villas turísticas<sup>15</sup>. Se entiende por complejo turístico rural aquel establecimiento que reúne los siguientes requisitos:

- Estar compuesto por un conjunto de inmuebles, que constituyendo una unidad de explotación, tenga una capacidad no inferior a 21 plazas en su conjunto y un máximo de 250 plazas, no superando cada inmueble la capacidad máxima de 20 plazas
- No superar los inmuebles de alojamiento las dos plantas, salvo en el caso del edificio de servicios comunes que podrá contar con una tercera planta
- Estar dotados de zonas verdes comunes

1.A.4) Otros establecimientos especiales cuya normativa específica así lo determine (campamentos públicos de turismo o camping. Decreto 154/1987)

1.B) Viviendas turísticas de alojamiento rural. Aquellas viviendas de carácter independiente o agrupadas en no más de 3 viviendas por edificio, amuebladas y con los enseres necesarios para su inmediata utilización, que no superen la capacidad de 20 plazas por vivienda y que únicamente presten el servicio de alojamiento

## **2. Restauración en el medio rural**

El Decreto 20/2002 establece que tendrán la consideración de establecimientos turísticos de restauración en el medio rural con la denominación de “Mesón Rural” aquellos establecimientos ubicados en el medio rural que satisfagan los siguientes requisitos:

- a) Que se trate de un edificio tradicional
- b) Que la decoración y mobiliario se adecue a los modelos tradicionales de la comarca
- c) Que la carta incorpore gastronomía tradicional

---

<sup>15</sup> *Los complejos turísticos rurales propiedad de la Administración de la Junta de Andalucía se denominarán Villas Turísticas.*

- d) Que emplee, preferentemente, productos locales
- e) Que utilice alimentos de producción integrada o ecológica
- f) Que facilite información sobre recetas y productos de la comarca donde se ubica

### **3. Actividades recreativo-deportivas o de Turismo Activo**

El reciente Decreto 20/2002, reconoce como servicio turístico al conjunto de actividades que integran el turismo activo que, caracterizadas por su relación con el deporte, se practican sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la naturaleza en el medio en el que se desarrollen, a las cuales les es inherente el factor riesgo o cierto grado de esfuerzo físico o destreza.

Existe una amplia variedad de tales actividades, que se pueden clasificar según el medio natural utilizado en actividades de agua, tierra y aire:

- ◆ Actividades de agua: baño, remo, piragüismo, rafting, hidrobob, hidrotrineo, hidropedales, motos acuáticas, esquí acuático, windsurf, navegación a vela, buceo o actividades subacuáticas
- ◆ Actividades de tierra: montañismo, senderismo, trekking, travesías, turismo ecuestre, escalada, barranquismo, espeleología, esquí nórdico, esquí alpino, snowboard, mushing, motos de nieve, cicloturismo, bicicleta de montaña, quads y otros vehículos todo terreno
- ◆ Actividades de aire: paracaidismo, ala delta, parapente, aerostación, vuelo sin motor, ultraligeros, heli excursión y puenting

### **4. Actividades de animación socio-cultural**

Las actividades y servicios que se incluyen en este epígrafe no se encuentran específicamente recogidas en el Decreto 20/2002 pero consideramos que son parte integrante y complementaria a la oferta de ocio que puede realizarse en el medio natural. Si bien es cierto que son funciones tradicionalmente ejercidas por las Administraciones Públicas dentro de las estrategias de promoción, también pueden ser actividades desarrolladas por empresas privadas especializadas.

Respecto a su contenido, si en las actividades deportivas dominan las tendencias lúdicas y deportivas del consumo turístico, en las actividades socioculturales dominan las tendencias interpretativas-educativas y de descubrimiento del patrimonio histórico-cultural.

Las actividades que se proponen pueden ser muy diversas:

- ◆ Rutas sobre patrimonio artístico y arquitectónico rural
- ◆ Cursos de artesanía y visitas a artesanos (textiles, cerámica, forja, alimentarias, trabajo de la madera, etc.)
- ◆ Promoción de la gastronomía local con cursos de cocina para los visitantes
- ◆ Rutas etnológicas para descubrir tradiciones humanas en peligro de extinción o gozar de fiestas ancestrales
- ◆ Espectáculos culturales de teatro, música y cine, que enriquecen el ocio de las vacaciones (festivales de verano)
- ◆ Seminarios, coloquios, jornadas y encuentros

## **5. Actividades de descubrimiento e interpretación de la biodiversidad**

Estas actividades, al igual que en el caso anterior, tampoco se encuentran expresamente recogidas por el Decreto 20/2002. Sin embargo, la delimitación conceptual de actividades ecoturísticas adoptada por este estudio junto a su acotación en el entorno de los espacios naturales protegidos hacen convenir su consideración de forma separada.

Este tipo de actividades se caracteriza por una elevada interacción entre el turista y los elementos propios del medio natural. Entre ellas podemos mencionar las siguientes:

- ◆ Aulas de naturaleza y mar (laboratorios experimentales y aulas de interpretación de hábitats naturales y biodiversidad)
- ◆ Recorridos ecológicos en distintos medios de transporte
- ◆ Acciones de formación y demostrativas sobre aprovechamiento de recursos naturales
- ◆ Rutas fotográficas y de observación de especies de interés (observatorios de aves, inmersiones subacuáticas, visitas guiadas a jardines botánicos, etc.)
- ◆ Centros de recuperación de fauna

## 6. Gestión, promoción y comercialización integrada de los productos/servicios ecoturísticos (agencias de viajes especializadas)

Bajo este epígrafe recogemos aquellos operadores exclusivamente dedicados a la intermediación entre la oferta y demanda de servicios ecoturísticos, de carácter público o privado:

- ◆ Centrales de reservas especializadas en ecoturismo
- ◆ Agencias de viajes especializadas en ecoturismo
- ◆ Oficinas de turismo ubicadas en el medio rural

### 2.2 ECOTURISMO VERSUS TURISMO TRADICIONAL

A modo ilustrativo, en la tabla 2.2 recogemos a grandes rasgos los que consideramos aspectos definitorios y característicos del ecoturismo -desde el punto de vista de producto turístico específico- y los que se corresponden con el turismo que tradicionalmente se engloba bajo el calificativo de “turismo de masas” y que se relaciona con la etapa desarrollista.

**Tabla 2.2: Ecoturismo versus turismo tradicional**

Factores	Ecoturismo	Turismo tradicional
<b>Perfil del turista</b>	Categoría socioeconómica: media-alta; edad: todas las edades, con predominio de jóvenes; sexo: por igual; nivel de estudios: medio/alto (elevada presencia de universitarios); elevada concienciación ambiental	Categoría socioeconómica: media; edad: entre 30/44 años; nivel de estudios medio
	Gasto medio diario: 40,47 €.; un 43,4% se destina a restauración y el resto principalmente a alojamiento (29,6%) y a compras (12,3%) (*)	Gasto medio diario: 35,53 €, repartidos básicamente entre restauración (42,3%) y alojamiento (24,6%), seguido de las compras (17%) (*)
<b>Demanda</b>	Parejas y grupos reducidos	Todo tipo, con importante presencia de viajes organizados para grupos numerosos
	Periodos vacacionales más fraccionados y de menor duración	Periodos vacacionales de más larga duración y más concentrados en el tiempo (tercer trimestre del año)
	Elevado grado de fidelidad (45,1%) (*)	Elevado grado de fidelidad (45,3%) (*)
	El tipo de alojamiento más utilizado es el hotelero y las casas rurales (34,6% y 18,8%, respectivamente) (*)	El tipo de alojamiento más utilizado es el hotel (43%) (*)
	Es el segmento que en menor medida utiliza intermediarios en la organización del viaje. Predomina la organización de los viajes de forma individual	La organización del viaje individualmente es la opción más utilizada (68%), pero cuando contactan con un intermediario contratan un paquete integrado (transporte, alojamiento, comida y visitas)

## ESTABLECIMIENTO DE UN MARCO TEÓRICO PARA LA ESTIMACIÓN DEL EMPLEO ECOTURÍSTICO EN ANDALUCÍA

Factores	Ecoturismo	Turismo tradicional
<b>Oferta de alojamiento</b>	Establecimientos de pequeña dimensión en cuanto a capacidad medida en número de camas	Establecimientos de mediana/gran dimensión en cuanto a la capacidad medida en número de camas
	Instalaciones de construcción reciente, en la gran mayoría de los casos, o de recientes restauraciones de patrimonio histórico	La antigüedad de la planta instalada: media/alta
	Arquitectura: acorde con la cultura y tradiciones del entorno  Materiales de construcción: locales  Decoración y acondicionamiento: individualizada y personalizada	Arquitectura: estandarizada, aglomerada (elevado predominio de la construcción en vertical, sobre todo, en el litoral)  Materiales de construcción: estandarizados  Decoración y acondicionamiento: estandarizada y colectiva
	Distanciamiento de la oferta de los canales de comercialización habituales. Escasa comercialización de los productos ecoturísticos bajo una misma imagen	Este tipo de oferta se incluye en los grandes canales de comercialización
<b>Planificación</b>	Más dispersa, menos intensiva en cuanto a la utilización de espacio	Desordenada y concentrada, depredadora de espacio, especulación urbanística
	Iniciativas de promoción y comercialización aisladas	Iniciativas de promoción y comercialización integrales y de larga tradición
<b>Entorno natural</b>	Incluye elementos educativos y de interpretación, reduciendo los impactos negativos sobre el medio natural  Ayuda a la toma de conciencia sobre la importancia de los recursos naturales y su conservación	El entorno natural se utiliza como un factor de atracción de demanda, pero no se incorporan aspectos educativos y de interpretación que ayuden a mejorar la conciencia del ecoturista respecto al desarrollo sostenible
	Estimula la comprensión de los impactos del turismo sobre la naturaleza, la cultura y el ser humano	Elevada presión sobre áreas con ecosistemas frágiles
<b>Entorno sociocultural</b>	Incluye elementos educativos y de interpretación, reduciendo los impactos negativos en el entorno social en el que se desarrolla	Coloniza la cultura local o se implanta de forma autónoma
	Promueve la participación local y potencia la gestión valorización de los recursos histórico-culturales	No muestra interés por el conocimiento ni participación en las tradiciones de los anfitriones
<b>Entorno económico</b>	Principales beneficiarios: comunidad local y regional	Mayor presencia del capital internacional (grandes cadenas y holdings de ocio y recreación)
	Se inicia, en muchos casos, como una alternativa para la diversificación de las rentas agrarias. Ingresos complementarios a la unidad familiar  Contribuye a generar nuevas oportunidades de empleo en zonas tradicionalmente deprimidas y alejadas de los ejes de desarrollo	Actividad económica principal para una parte importante de la población (principal fuente de ingresos y de empleo)
	Inversiones: moderadas	Inversiones: medias/altas

## ESTABLECIMIENTO DE UN MARCO TEÓRICO PARA LA ESTIMACIÓN DEL EMPLEO ECOTURÍSTICO EN ANDALUCÍA

Factores	Ecoturismo	Turismo tradicional
<b>Mercado de trabajo</b>	Joven (57% de los empleados son menores de 34 años), y simetría en la distribución entre sexos	Más maduro (25% mayor de 45 años) e inferior participación de la mujer (35% mujeres)
	Población ocupada con elevado nivel de formación (20% posee estudios universitarios)	Población ocupada con inferiores niveles de formación (sólo el 2,5% posee estudios universitarios)
	Elevado nivel de estabilidad en el empleo (62% de contratos indefinidos, frente a un 28% con contrataciones temporales)	Mayor inestabilidad en las condiciones laborales (más de la mitad de los contratos son temporales)

(\*) Datos referidos a Andalucía.

Fuente: elaboración propia, 2003.

### **3. TURISMO Y ECOTURISMO: GRANDES CIFRAS Y TENDENCIAS**

Por los motivos expuestos en el epígrafe anterior, los objetivos planteados por la investigación fuerzan la delimitación *ex novo* de las actividades ecoturísticas, pero esta circunstancia no invalida la pertinencia y necesidad de revisar fuentes de información secundarias al objeto de ofrecer una visión de las estimaciones y diagnósticos que al respecto de la actividad, o de actividades similares, se están efectuando en otros ámbitos y desde otras organizaciones y organismos.

El análisis de las grandes cifras del sector turístico y su evolución reciente también servirá para ilustrar la trascendencia económica de esta actividad en la actualidad a escala global y su proyección futura basándonos, para ello, en la descripción e interpretación de las fuentes estadísticas disponibles. Mediante este análisis se persiguen dos objetivos fundamentales:

1. Ofrecer una medida de la magnitud e importancia de las actividades en las que, necesariamente, se encuadra el objeto de nuestro estudio; y
2. Destacar la escasez manifiesta de datos rigurosos al respecto del segmento específico del mercado ecoturístico dentro de las estadísticas tradicionales que se ocupan de medir y valorar la economía del turismo

Para valorar en su correcta medida las cifras y estadísticas que se exponen en este epígrafe, en primer lugar, se efectuará una breve exposición de la caracterización general del empleo en las estadísticas e investigaciones sobre economía turística centrándonos, posteriormente, en la descripción de las grandes cifras del turismo y ecoturismo a escala global, europea, nacional y regional.

#### **3.1 CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL EMPLEO TURÍSTICO EN LAS ESTADÍSTICAS E INVESTIGACIONES SOBRE ECONOMÍA TURÍSTICA**

Uno de los objetivos de este punto consiste en introducir un marco que sirva de referencia para la exposición de las grandes cifras relacionadas con la “economía y empleo turístico” a escala global, europea, nacional y, por último, andaluza. Este marco nos permitirá mostrar la situación actual de las estadísticas existentes sobre la actividad turística, con especial referencia a las fuentes y cifras aportadas para la descripción del mercado de trabajo que le es característico. También nos permitirá deducir los principales atributos otorgados a la actividad turística, y especialmente al empleo del sector, desde los Organismos e Instituciones encargados del desarrollo de estas estadísticas y de realizar diagnósticos sobre turismo. En este sentido, y

adelantándonos a lo que se expondrá con mayor detalle en posteriores apartados, sea cual sea la estadística o fuente a la que nos dirijamos, todas coinciden en la enumeración de los ya considerados adjetivos del sector turístico: su potencialidad para la generación de empleo, sus efectos multiplicadores sobre el resto de los sectores productivos; sus siempre positivas estimaciones de crecimiento; su caracterización como sector atomizado, compuesto preferentemente por pequeñas empresas; la elevada incidencia de la estacionalidad en el empleo y en los ingresos derivada de la naturaleza propia de la demanda turística; la precariedad y volatilidad del empleo consecuencia de la circunstancia anterior y por último, las inferiores exigencias en cuanto a cualificaciones del trabajador del sector.

Sin embargo, llevar a buen fin el objetivo propuesto es una tarea cuando menos complicada debido a la insuficiencia de estadísticas dedicadas a la variable empleo, más aún, a escala andaluza. A este respecto hay que apuntar que, tradicionalmente, las variables objeto de estas estadísticas las podríamos agrupar en dos grandes bloques que lo constituyen las *variables de oferta* y las *variables de demanda*. Entre las variables de oferta típicamente turísticas que recogen la gran mayoría de las estadísticas se encuentran:

- ◆ Número de establecimientos turísticos con sus desagregaciones territoriales y por categorías. No todas las estadísticas diferencian los establecimientos de restauración de los típicamente alojativos (hoteles, apartamentos turísticos, complejos turísticos, pensiones, camping) siendo éstos últimos los que gozan de unas estadísticas más detalladas. Menos desarrolladas se encuentran igualmente las estadísticas referentes a los operadores turísticos<sup>16</sup>
- ◆ Capacidad de la oferta turística medida normalmente a través del número de plazas de alojamiento y de restauración<sup>17</sup>
- ◆ Antigüedad de la plaza instalada (año de constitución de las empresas)

---

<sup>16</sup> Bajo la denominación genérica de “operadores turísticos” se engloban aquellos agentes especializados en servicios de intermediación en la prestación de servicios turísticos, es decir, las comúnmente conocidas como agencias de viajes bien sean éstas mayoristas o minoristas.

<sup>17</sup> Esta desagregación entre plazas de alojamiento y restauración es más reciente y se encuentra disponible tan sólo a escala regional.

- ◆ Tamaño medio de las unidades empresariales relacionadas con el turismo. La caracterización del tamaño empresarial ha de efectuarse a partir de los indicadores dimensionales básicos, a saber, el volumen de facturación anual y el tamaño medio de las plantillas. Los datos disponibles sobre estas variables son ya más aislados y dispersos y los realizados se han centrado, fundamentalmente, en el sector hostelero
- ◆ Oferta complementaria. Dentro de esta rúbrica se han comenzado a elaborar estadísticas sobre productos turísticos alternativos o emergentes como el turismo de golf, el turismo de congresos, el turismo activo, el turismo de naturaleza, el turismo de salud, etc. Estas estadísticas son también bastantes recientes y no siguen un criterio homogéneo en los conceptos y definiciones para caracterizar la actividad y, por consiguiente, para efectuar comparaciones

Es importante resaltar en este punto que las estadísticas tradicionales de “economía turística” no contemplan de forma específica y diferenciada los diversos sectores que pueden considerarse agrupados dentro de lo que la Organización Mundial del Turismo ha denominado *actividades características del turismo*. Es decir, no existe una diferenciación expresa en cuanto a la oferta turística se refiere. Nos estamos refiriendo a la distinción entre oferta de alojamiento, restauración, operadores mayoristas y minoristas, transportes, comercio y servicios de intermediación, fundamentalmente, aunque podrían citarse otras actividades que, más o menos directamente, muestran tener alguna conexión con la satisfacción de las necesidades de los turistas.

Es cierto, no obstante, que el análisis económico y la caracterización de la actividad turística desde el punto de vista de la oferta resulta particularmente complejo. Al no tratarse de una actividad homogénea ni desde el punto de vista de las características de los productos ni de la tecnología empleada en su elaboración, la unidad básica de observación es el visitante y su comportamiento el principal objeto de la misma. Es por ello que, hasta el momento, el estudio del turismo como actividad económica y desde el punto de vista de la oferta se ha venido realizando a través del estudio singular del funcionamiento de mercados parciales de bienes y servicios.

Más esfuerzos, en cambio, se han destinado a la obtención de datos e información desde el punto de vista de la demanda. Este mayor desarrollo y consistencia de la información ofrecida por las diferentes estadísticas sobre demanda turística es congruente, por lo demás, con la propia definición de la actividad que, como aludimos, siempre se ha efectuado preferentemente

desde el punto de vista de la demanda<sup>18</sup>. Desde este enfoque se han venido desarrollando estadísticas relativas a:

- ◆ Llegadas de turistas internacionales y nacionales, con todas sus variantes de tratamientos posibles: variaciones interanuales, acumulados temporales, distribución entre regiones eminentemente emisoras y receptoras, etc.;
- ◆ Perfiles tipo o caracterización socioeconómica, tanto del turismo nacional (y regional) como extranjero: rango de edad, nivel de renta, nivel cultural, motivaciones del viaje, etc.;
- ◆ Número de pernoctaciones, de nuevo con diversos tratamientos: distribución según sea turismo interno y externo, por modalidades de alojamiento elegidos, según medios de transportes, etc.;
- ◆ Gastos (e ingresos) por turismo. Esta variable refleja una estimación del gasto medio turístico y su correspondencia equivalente con los ingresos por turismo en la economía (considerando impuestos indirectos). También en este caso podemos encontrar estadísticas que abundan en el desarrollo de series que diferencian los gastos/ ingresos por turismo según procedencia de los turistas, periodo del año, motivación del viaje, etc.

La enumeración de las principales variables de oferta y de demanda tratadas en las estadísticas sobre turismo no pretende ser exhaustiva, si bien se han tratado de enunciar aquellas más significativas desde el punto de vista de su común inclusión en la mayor parte de las estadísticas desarrolladas a escala global, europea, nacional y regional.

Las medidas que más han favorecido la consideración del peso de la actividad turística en la economía, y el enlace entre los recursos y empleos necesarios para satisfacer la demanda turística, provienen de la utilización del Sistema de Cuentas Económicas Nacionales y la Contabilidad Regional. Esta metodología ha permitido aportar datos cuantitativos relevantes sobre el sector pero en ningún caso ha podido mostrar aspectos cualitativos sobre elementos definitorios de la función de producción turística o empleo de los factores, entre los cuales cabe destacar por su importancia el factor trabajo y la introducción de nuevas tecnologías e innovaciones en la prestación de estos servicios.

---

<sup>18</sup> Baste recordar que la primera definición de "actividad turística" consistía en que ésta la definían "aquellas actividades que satisfacen las necesidades de los turistas".

Mediante este análisis queremos transmitir cómo, a pesar del importante esfuerzo realizado en el desarrollo de estadísticas sobre *economía turística*, éste resulta del todo insuficiente para abordar cuestiones claves como el empleo y, más aún, si se persigue describir las características básicas de un segmento emergente y específico, como es el caso del ecoturismo.

En estos momentos asistimos al desarrollo y experimentación de una nueva metodología para el futuro seguimiento y estudio de los efectos que estas actividades transfieren al sistema económico/ productivo. Nos estamos refiriendo a las recientes propuestas para el desarrollo de Cuentas Satélites de Turismo y, más concretamente, del Sistema de Contabilidad del Trabajo relacionado con las actividades turísticas, propuesto conjuntamente por la Organización Mundial del Trabajo en colaboración con la Oficina de Estadística de la OCDE, el Consejo Mundial para el Turismo y la Organización Mundial del Turismo<sup>19</sup>. No obstante, la novedad y el carácter incipiente del que gozan estos nuevos enfoques nos remiten forzosamente a la descripción de las variables tradicionales para ofrecer una medida de la importancia de las actividades turísticas en nuestro entorno.

Tras lo expuesto, ha de resaltarse la dificultad de analizar las características de un segmento turístico específico, el ecoturismo, a partir de la investigación de fuentes de información secundarias, lo cual incrementa el valor añadido e interés de los resultados que se alcancen del estudio. No obstante, en los casos en los que ha sido posible, se han recogido todas aquellas estimaciones relacionadas, más o menos directamente, con el empleo ecoturístico aunque éstas, como veremos, son muy dispersas y en la mayoría de los casos no coincidentes en cuanto a la definición de este tipo de actividades.

### 3.2 GRANDES CIFRAS DEL TURISMO EN EL MUNDO

Sea cual sea la estadística o diagnóstico de cualquiera de los organismos internacionales a la que prestemos atención todos coinciden en un punto: la creciente importancia del turismo como actividad económica y su potencial futuro para la generación de riqueza y empleo. Hasta el punto que podríamos afirmar que, hoy día, la notoriedad e importancia del turismo desde el punto de vista de su contribución al desarrollo y crecimiento económico no se discuten.

---

<sup>19</sup> Estas nuevas propuestas se incluyen dentro del marco general de Cuentas Satélites del Turismo y, en relación directa con el empleo, dentro del Sistema de Contabilidad del Trabajo para el Turismo.

Concretamente, las previsiones de la OMT y de la Unión Europea sobre turismo indican que éste va a crecer a un ritmo más rápido que la mayor parte de las actividades económicas, y que los mercados turísticos sufrirán cambios importantes, especialmente en lo que respecta a una notable ampliación de productos y actividades que les son característicos. Todos los diagnósticos consultados apuntan, además, que se profundizará en esta tendencia ya que, más importante que los efectos de la estacionalidad en la actividad, son las repercusiones de aspectos tales como las nuevas tecnologías de la información, la globalización económica y el incremento general de las necesidades de consumo de servicios de ocio, cultura y naturaleza.

Todo ello, siendo como es el turismo una actividad intensiva en la utilización del factor trabajo, hace prever, igualmente, unas importantes repercusiones sobre el empleo. No en vano, por todas estas circunstancias, el turismo y aún más los productos turísticos emergentes han sido incorporados en los nuevos yacimientos de empleo de la Unión Europea.

En grandes cifras, estas afirmaciones las sustenta el hecho de que el turismo internacional genera hasta el 10% del PIB mundial, y una parte considerablemente mayor en muchas pequeñas naciones y países en desarrollo; los movimientos de turistas, medidos por el número de llegadas internacionales, aumentaron un promedio anual del 4,2% en la última década; y los ingresos por este concepto, a los precios actuales y sin tener en cuenta los costes del transporte internacional, experimentaron un crecimiento anual medio del 7,3%. Otra característica de la evolución reciente de la actividad turística a escala internacional es su continua expansión geográfica, cuyo crecimiento y distribución se recogen en la tabla 3.1 en términos de *ingresos por turismo*<sup>20</sup>.

**Tabla 3.1: Evolución de los ingresos del turismo internacional por regiones<sup>21</sup>**

	Billones dólares USA			Crecimiento (%)		Cuota mercado (%)	
	1995	2000	2001	2001/1995	2001/2000	1995	2001
<b>Mundo</b>	406,2	474,4	462,2	14	-2,6	100	100
<b>África</b>	8,10	10,9	11,7	44	7,0	1,9	2,5
<b>América</b>	99,67	132,8	122,4	23	-8,0	24,56	26,5
<b>Asia Oriental/ Pacífico</b>	74,53	81,4	82	10	1,0	18,34	17,7
<b>Europa</b>	212,8	233,0	230,1	8	-1,0	52,38	49,8

<sup>20</sup> En términos económicos los gastos por turismo internacional deben considerarse como importaciones, y los ingresos como exportaciones. En 1997, los ingresos por turismo representaron cerca de un tercio del valor de los intercambios mundiales. Esto supuso algo más del 8% del total mundial de exportaciones de bienes, y más del 35% del total mundial de exportaciones de servicios.

<sup>21</sup> Para la elaboración de sus estadísticas globales, la OMT divide el mundo en las siguientes regiones: África, América, Asia Oriental/Pacífico, Europa, Oriente Medio y Asia Meridional.

	Billones dólares USA			Crecimiento (%)		Cuota mercado (%)	
	1995	2000	2001	2001/1995	2001/2000	1995	2001
<b>Oriente medio</b>	7,63	11,5	11,2	47	-3,0	1,88	2,4
<b>Asia Meridional</b>	3,46	4,9	4,7	36	4,0	0,85	1,0

Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), 2001. (Datos recopilados en junio de 2002).

Los ingresos por turismo experimentan un incremento del 14% en el periodo 1995-2001, y alcanzan en el 2001 los 462,2 billones de dólares, destacando en su distribución internacional el espectacular crecimiento de regiones como Oriente Medio (47%) o África (44%), aunque en términos absolutos Europa continúa siendo el principal destino internacional, con una cuota de mercado próxima al 50% del turismo mundial.

En el ranking internacional, España ocupa el segundo lugar en términos de ingresos por turismo -7,1% de los ingresos internacionales-, únicamente superada por Estados Unidos cuya participación en términos de ingresos asciende al 15,6%. Junto a España otros dos países europeos, Francia e Italia, comparten el liderazgo internacional con el 6,4% y 5,6% de los ingresos totales, respectivamente (tabla 3.2).

**Tabla 3.2: Distribución internacional de los ingresos por turismo en los 15 primeros países**

	Billones dólares Usa		Ratio de crecimiento	Participación sobre el total
	2000	2001	2001/2000	2001
<b>Estados Unidos</b>	82,0	72,3	-11,9	15,6
<b>España</b>	31,5	32,9	4,5	7,1
<b>Francia</b>	30,7	29,6	-3,7	6,4
<b>Italia</b>	27,5	25,9	-5,7	5,6
<b>China</b>	16,2	17,8	9,7	3,8
<b>Alemania</b>	17,9	17,2	-3,7	3,7
<b>Reino Unido</b>	19,5	15,9	-18,8	3,4
<b>Austria</b>	10,0	12,0	19,7	2,6
<b>Canadá</b>	10,7	-	-	-
<b>Grecia</b>	9,2	-	-	-
<b>Turquía</b>	7,6	8,9	17,0	1,9
<b>Méjico</b>	8,3	8,4	1,3	1,8
<b>Hong Kong (China)</b>	7,9	8,2	4,5	1,8
<b>Australia</b>	8,0	7,6	-4,8	1,6
<b>Suiza</b>	7,5	7,6	1,6	1,6

Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2001), 2003.

Desde el punto de vista de los gastos por turismo, Europa continúa siendo la región emisora por excelencia a escala internacional, con el 50% de los gastos turísticos internacionales, que durante el periodo 1995-2001 experimentaron un incremento del 17%. Al respecto de esta variable, en cambio, España no figura entre los 15 principales mercados emisores.

**Tabla 3.3: Evolución de los gastos por turismo internacional**

	Billones dólares USA		Crecimiento (%)	Participación (%)	
	1995	2000	2000/1995	1995	2000
<b>Mundo</b>	406,21	475,77	17,1	100	100
<b>África</b>	5,743	1,689	-70	1,41	0,35
<b>América</b>	72,588	95,073	30,9	17,86	19,98
<b>Asia Oriental/ Pacífico</b>	73,098	51,104	-30	17,99	10,74
<b>Europa</b>	205,080	212,322	3,5	50,48	44,62
<b>Oriente medio</b>	4,901	2,067	-57,8	1,20	0,43
<b>Asia Meridional</b>	2,269	2,134	-5,9	0,55	0,44

Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2001). 2003.

El número de turistas internacionales ascendió a cerca de 700 millones de personas durante el 2001, lo que supone un incremento respecto a 1995 del 27% (tabla 3.4). En el movimiento de viajeros internacionales, Europa y América disminuyen su participación en términos relativos en el periodo 1995-2001, un 2% y un 12% respectivamente, a favor de otros destinos internacionales.

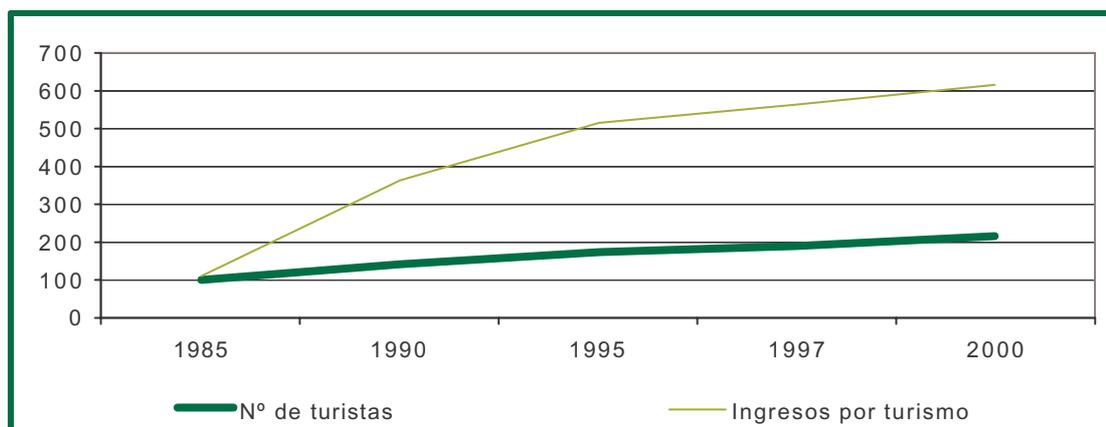
**Tabla 3.4: Evolución de las llegadas de turistas internacional (millones de personas)**

	Nº de turistas			Crecimiento (%)		Participación (%)	
	1995	2000	2001	2001/1995	2001/2000	1995	2001
Mundo	550,3	698,8	696,7	26,60	-0,6	100	100
África	20,1	27,2	28,2	40,29	3,8	3,65	4,04
América	108,9	128,4	120,8	10,92	-5,9	19,78	17,33
Asia Oriental/ Pacífico	81,4	109,1	115,1	41,40	5,5	14,79	16,52
Europa	323,4	402,7	400,3	23,77	-0,6	58,76	57,45
Oriente medio	12,4	23,2	22,5	81,45	-3,1	2,25	3,22
Asia Meridional	4,2	6,1	5,7	35,71	-6,3	0,76	0,81

Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2001), 2003.

Si observamos la evolución de los ingresos por turismo y el número de llegadas internacionales vemos que, si bien ambas variables no han dejado de crecer durante el periodo considerado, el ritmo de incremento de los ingresos por turismo es muy superior a la tendencia seguida por los movimientos internacionales de turistas. En el gráfico 3.1 se muestra esta relación, expresada en números índices para salvar la heterogeneidad de las unidades.

**Gráfico 3.1: Evolución del número de llegadas e ingresos por turismo en el mundo. Periodo 1985-2000. (1985=100)**



Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo. 2001, 2003.

Antes de realizar una breve descripción de las previsiones efectuadas acerca de la evolución futura del turismo internacional, en el recuadro 3.1 se sintetizan las grandes cifras del turismo mundial expuestas hasta el momento.

**Recuadro 3.1: Grandes cifras del turismo internacional**

El número de turistas internacionales ha crecido anualmente un 7% durante los últimos cincuenta años, alcanzando la cifra de 700 millones de turistas en el año 2001.

En 1950 el mapa de destinos turísticos se centraba en 15 países. Actualmente, este mapa lo componen más de 80 destinos internacionales.

Europa continúa siendo el principal mercado receptor (con el 57% de las llegadas internacionales y el 50% de los ingresos mundiales por turismo) y emisor (con el 45% de los gastos globales por turismo).

En el contexto internacional, España ocupa el segundo lugar en términos de ingresos por turismo (33 billones de dólares por este concepto en el año 2001); y el tercer puesto en términos de llegadas internacionales.

Estimaciones de la OMT apuntan que en el año 2020 las llegadas por turismo internacional alcanzarán la cifra de 1.560 millones de personas, lo que supone unas previsiones de

crecimiento interanual del 4,1%<sup>22</sup>. Estas estimaciones confirman el protagonismo de la actividad turística en la economía mundial y en la europea, en particular, que sigue ocupando el primer puesto con más de 700 millones de llegadas internacionales (tabla 3.5).

**Tabla 3.5: Previsiones de llegadas por turismo internacional (millones de personas)**

	Año base 1995	2010	2020	Tasa anual de crecimiento (%) 1995/2020	Participación (%)	
					1995	2020
<b>Mundo</b>	565,4	1.006,4	1.561,1	4,1	100	100
<b>África</b>	20,2	47,0	77,3	5,5	3,6	5,0
<b>América</b>	108,9	190,4	282,3	3,9	19,6	18,1
<b>Este Asiático/Pacífico</b>	81,4	195,2	397,2	6,5	14,4	25,4
<b>Europa Occidental</b>	338,4	527,3	717,0	3,0	59,8	45,9
<b>Europa del Este</b>	12,4	35,9	68,5	7,1	2,2	4,4
<b>Asia</b>	4,2	10,6	18,8	6,2	0,7	1,2

Fuente: *Tourism 2020 Vision. OMT. 2001.*

### Grandes rasgos del empleo en el sector turístico mundial

A pesar de las dificultades asociadas al análisis del empleo en la actividad turística, hoy día no cabe duda del potencial de esta industria para la generación de puestos de trabajo en los servicios que le son característicos, muy intensivos en la utilización de este factor, y de sus elevados efectos de arrastre sobre una parte importante del resto de sectores productivos. Esta característica, consustancial a la actividad, junto a la envergadura de las variables que definen a la economía turística convierten al sector en una pieza clave en el sistema económico mundial. Sin embargo, como exponíamos, las estimaciones de ocupados en la industria turística son escasas, dispersas y sujetas a una elevada variabilidad y dispersión según sea la fuente consultada.

La OMT, por ejemplo, estima que el sector ocupa actualmente a 198 millones de personas<sup>23</sup> en todo el mundo, es decir un 7,8% del empleo mundial (lo que supone uno de cada 12,8 empleos); y sus previsiones de crecimiento apuntan que el mismo ocupará en el 2012 cerca de 250 millones de personas, que equivalen al 8,6% del empleo mundial. Estas cifras incorporan estimaciones sobre el empleo total relacionado con el desarrollo de la actividad turística, es

<sup>22</sup> *Tourism 2020 Vision. OMT, 2001.*

<sup>23</sup> *World Travel and Tourism Council (W TTC), Document executive summary. The impact travel & tourism on jobs and the economy, 2002.*

decir, el empleo directo e indirecto<sup>24</sup>. Si nos centramos en el empleo directo asociado al consumo turístico, éste supone aproximadamente el 3% del empleo mundial. Junto a estas cifras, la OMT también estima que el empleo en el sector turístico aumenta a un ritmo 1,5 veces mayor que en cualquier otro sector de la economía.

A pesar de que estas cifras confieren a la industria turística un papel estratégico en el empleo mundial, no es menos cierto que determinados aspectos cualitativos del turismo ponen en entredicho su hegemonía en la economía internacional. Nos referimos, concretamente, a dos atributos consustanciales al desarrollo de la actividad hasta el momento: la estacionalidad de la demanda y su elevada sensibilidad a las fluctuaciones del ciclo económico. Estas características repercuten negativamente sobre la fuerza de trabajo empleada, haciendo difícil el mantenimiento de plantillas permanentes, motivo por el cual las empresas muestran una tendencia generalizada hacia formas de contratación temporal, a menudo de carácter atípico, e incluso abusivo, y dirigido fundamentalmente a los colectivos más desfavorecidos del mercado de laboral (mujeres, jóvenes, parados de larga duración, inmigrantes, etc.).

Estas características, no obstante, resultan difíciles de contrastar y medir en la práctica ya que a lo anterior debemos añadir que la actividad la desarrollan en su mayoría pequeñas empresas que integran un sector muy heterogéneo y atomizado, donde la escasa formalización de contratos laborales se encuentra muy extendida<sup>25</sup>. A pesar de ello, y dada la importancia que se le infiere a la actividad como generadora de empleo, numerosos países han emprendido análisis parciales del mercado de trabajo turístico. En el recuadro 3.2 se sintetizan algunos de estos diagnósticos que pueden aproximarnos a una caracterización común de la composición de la fuerza de trabajo en el mercado turístico.

---

<sup>24</sup> El empleo directo se corresponde con el generado en las actividades clasificadas como "características" del turismo, mientras que el empleo indirecto se corresponde con aquel generado en respuesta al consumo de los visitantes en las industrias conexas y no específicas de turismo.

<sup>25</sup> En Europa, por ejemplo, hay 2,7 millones de PYMES operando en el sector y alrededor del 94% de éstas son microempresas, que emplean a menos de 10 trabajadores.

**Recuadro 3.2: Caracterización del empleo en el mercado turístico: resultados de diversos proyectos de investigación empírica**

La Asociación Nacional de Restauración de Estados Unidos estima que el 52% de los empleados de restaurantes son mujeres y el 69% tiene una edad comprendida entre los 16 y 34 años.

En Austria el empleo femenino en hostelería supone entre el 60 y 70% del empleo total del sector y el 14,5% del mismo es menor de 20 años.

En Holanda, la edad media de los trabajadores del sector es de 23 años y el 52% de los mismos son mujeres.

En Dinamarca el 50% de los empleados tiene menos de 30 años y el 62% son mujeres.

En España el 50% de los trabajadores tiene menos de 34 años y el 20,4% está entre los 16 y 24 años. Además, el 42,5% son mujeres.

Éstos son sólo algunos ejemplos, pero todos coinciden en una misma caracterización: el turismo es una industria que emplea a una elevada proporción de población joven, con bajos niveles de cualificación que llevan aparejados, a su vez, unas retribuciones medias inferiores a la de otros sectores productivos<sup>26</sup>. Lo anterior, unido a la estacionalidad de la demanda, determina que el sector presente uno de los índices de rotación laboral más elevados. Todos estos atributos se encuentran relacionados y repercuten negativamente sobre la calidad y características del empleo. Así, el carácter esencialmente transitorio de la fuerza de trabajo viene motivada porque, en su mayor parte, está formada por jóvenes que debido a los bajos salarios percibidos no encuentran motivación para el mantenimiento del empleo. Adicionalmente, los bajos niveles de cualificación exigidos también facilitan la sustitución de personal.

Estas características estructurales del mercado laboral en la actividad turística a escala internacional están siendo modificadas por dos factores: la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la diversificación de la demanda turística y, en consecuencia, de los productos turísticos. Las TIC requieren la adaptación de numerosos procesos de comercialización turística y también exigen unos mayores niveles de preparación y especialización de la fuerza de trabajo. El aumento de las exigencias de calidad de la demanda turística en toda clase de servicios, junto a la diversificación de consumos hacia productos turísticos más complejos que combinan ocio, deporte, cultura y naturaleza, requieren igualmente unos niveles de cualificación más elevados asociados a unos productos turísticos más elaborados y específicos.

<sup>26</sup> La Organización Internacional del Trabajo estima que las diferencias salariales se aproximan al 20% (2001).

### Estimaciones del mercado ecoturístico en el mundo

Las dificultades en la medición de las variables propias de la economía turística se incrementan más aún, si cabe, en el caso de productos específicos dentro del amplio mercado turístico, y esto ocurre en el caso del ecoturismo, turismo ecológico, turismo verde o turismo de naturaleza. La primera dificultad radica, precisamente, en su denominación sobre la cual no existe aún un consenso acerca de cuáles son las actividades que lo integran. Esta circunstancia condiciona la elaboración de estadísticas globales sobre la actividad y las escasas estimaciones disponibles adolecen de una elevada variabilidad y dispersión según sea la definición empleada. Esto no ha impedido, en cambio, que desde numerosas instancias y organismos internacionales se afirme que este segmento del mercado turístico es el que ha experimentado un mayor crecimiento durante la última década.

Un ejemplo reciente de la importancia otorgada a esta actividad la encontramos en la declaración del año pasado como el Año Internacional del Ecoturismo por Naciones Unidas. Este hecho apoya la idea de que el ecoturismo dista mucho de ser una actividad marginal en el consumo turístico internacional y, en estos momentos, su desarrollo se configura como uno de los pilares básicos en la consecución de un turismo sostenible<sup>27</sup>.

El acontecimiento principal, de entre las múltiples actividades que se emprenderán con ocasión del *Año Internacional del Ecoturismo*, ha sido la celebración, en mayo de 2002, de la *Cumbre Mundial del Ecoturismo*, en Québec (Canadá). Durante la celebración de este foro se ha puesto de manifiesto la necesidad de profundizar en el análisis riguroso de este segmento como primer paso para apoyar el desarrollo de la actividad a escala mundial, para lo cual es necesario partir de una definición uniforme de los productos que la integran<sup>28</sup>.

Una de las definiciones más aceptadas hasta el momento es la ofrecida por la Sociedad Internacional de Ecoturismo que define a la actividad como “*aquellos viajes responsables a áreas naturales que contribuyen a conservar el medio ambiente y el bienestar de la comunidad local*”. Esta es la delimitación genérica que subyace en la mayor parte de las estimaciones efectuadas sobre el mercado ecoturístico y que exponemos a continuación.

Sobre esta base, la Sociedad Internacional de Ecoturismo estima que el turismo de naturaleza genera el 7% del gasto internacional en turismo y el 20%, aproximadamente, de los viajes

---

<sup>27</sup> *Contribuciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) a la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible. Johannesburgo, 2002.*

<sup>28</sup> *Una descripción más extensa de los acuerdos y convenciones alcanzados en la Cumbre se expondrán en el capítulo 3 del presente informe.*

internacionales, lo cual podría representar entre el 2% y el 4 % del turismo mundial<sup>29</sup>. Estas estimaciones aluden también que el sector ecoturístico ha mantenido un ritmo de crecimiento anual del 15% a partir de la segunda mitad de la década de los 90, constituyendo la mejor caracterización del modelo de desarrollo sostenible del turismo en la actualidad a escala mundial.

Por otra parte, otra de las fuentes oficiales más importantes en esta materia, World Resources Institute<sup>30</sup>, considera que, mientras el turismo ha estado creciendo a una tasa anual del 4% en los últimos años, el turismo de naturaleza se ha incrementado a una tasa anual entre el 10% y el 25%<sup>31</sup>.

Otras fuentes cuantifican que entre el 40% y el 60% de los turistas internacionales son turistas de naturaleza, de los que entre el 20% y el 40% de sus viajes están relacionados con la vida salvaje, identificando a los primeros como los que visitan un destino para experimentar y disfrutar de la naturaleza y a los segundos como los especializados en la observación de la flora y la fauna.

Como podemos comprobar, las estimaciones efectuadas hasta el momento son muy globales y dispersas aunque todas coinciden a la hora de otorgarle un importante peso a la actividad. La tabla 3.6 y el recuadro 3.3 recogen otras estimaciones realizadas por diversos organismos.

**Tabla 3.6: Transacciones mundiales en turismo de naturaleza, 1998**

Impacto económico <sup>32</sup>	Turistas de naturaleza	Turistas relacionados con la vida salvaje
Ingresos	157/236 billones de dólares USA/año	79/157 billones de dólares USA/año
Llegadas	157/236 millones de llegadas al año	79/157 millones de llegadas al año
Gastos	93/223 billones de dólares USA/año	47/155 billones de dólares USA/año

Fuente: Ecotourism Society, 1999.

<sup>29</sup> Ecotourism Statistical Fact Sheet. The International Ecotourism Society (TIES), 2000.

<sup>30</sup> Ecotourism Statistical Fact Sheet, The International Ecotourism Society (TIES), 2000.

<sup>31</sup> Los datos que apoyan esta tasa de crecimiento provienen de un estudio realizado en el año 1997 en la región de Asia y el Pacífico, donde se han alcanzado tasas de crecimiento anual entre el 10 y el 25% en los últimos años.

<sup>32</sup> Impacto económico directo internacional: dinero gastado en viajes por turistas en el extranjero.

### Recuadro 3.3: Investigaciones sobre el impacto del ecoturismo en distintas regiones del mundo

El Departamento de Comercio de Estados Unidos señalaba que los gastos en viajes para la observación de la naturaleza se incrementaron en un 21 % entre 1991 y 1996. El Santa Ana National Wildlife Refuge (en Río Grande, en la parte sudoriental del país) atrae anualmente a 100.000 visitantes y aporta cada año a la economía local en torno a 14 millones de dólares<sup>33</sup>.

El 90% de los agricultores del Reino Unido proporciona algún tipo de alojamiento para turistas constituyéndose en la principal actividad en la diversificación de rentas agrarias.

Se estima que el 25% de las vacaciones en Europa se disfrutaron en el medio rural.

Para finalizar esta caracterización general, a continuación recogemos el perfil del ecoturista dibujado por la Sociedad Internacional de Ecoturismo<sup>34</sup>:

1. La edad del ecoturista varía, generalmente, entre los 35/54 años y presenta una distribución bastante igualitaria por sexos
2. La gran mayoría, el 82%, se corresponde con personas de elevado nivel cultural (graduados universitarios)
3. La estancia media del ecoturista en los destinos elegidos oscila entre los 8 y 14 días
4. El gasto medio por viaje se sitúa entre 1.001 y 1.500 dólares
5. En cuanto a las motivaciones para realizar el viaje, la mayor parte de los encuestados respondieron: gozar de la naturaleza y nuevas experiencias en entornos nuevos

---

<sup>33</sup> H. Youth: "Watching vs. taking", en *World Watch*, Washington, mayo-junio de 2000.

<sup>34</sup> *The International Ecotourism Society*, 2000.

### **3.3 GRANDES CIFRAS DEL TURISMO EN LA UNIÓN EUROPEA**

Como se ha podido comprobar a través de las estadísticas presentadas en el apartado anterior, Europa continúa siendo el principal destino turístico del mundo, lo que confiere al sector un peso específico en la economía de la Unión.

El gasto y el empleo relacionado con el desarrollo de la industria turística europea han experimentado un crecimiento anual del 3% durante los últimos diez años<sup>35</sup>. Según la Comisión Europea, el turismo ocupa directamente a algo más de nueve millones de personas, lo que supone el 6% del empleo total europeo y contabiliza, al menos, el 5,5% del PIB comunitario, así como más del 30% del comercio exterior de servicios<sup>36</sup>. En lo que respecta a los efectos indirectos del turismo el Grupo de Alto Nivel Turismo y Empleo de la Comisión establece las proporciones que se reflejan en el gráfico 3.2.

Aunque las estimaciones siguen siendo muy positivas, éstas difieren si nos centramos en las estadísticas elaboradas por el Consejo Mundial para la Industria del Turismo y Viajes (WTTC en sus siglas inglesas<sup>37</sup>). Para el WTTC, el empleo directo generado por el sector turístico en Europa asciende a 6.821.600 personas, el 4,2% de la población ocupada, y estima que esta cifra ascenderá a 7.810.900 personas en el año 2012 (el 4,5% de la población ocupada). Considerando los efectos indirectos, el turismo emplea a 19.435.000 personas, es decir, un 11,9% de los ocupados (1 de cada 8,4 empleos); y las previsiones para el año 2012 elevan esta cifra hasta los 22.342.000, lo que significa el 13% del empleo total en los países de la Unión (1 de cada 7,7). En términos de su contribución al PIB de la Unión, el turismo aporta de forma directa el 3,8%, porcentaje que asciende al 10,8% si se consideran los efectos indirectos.

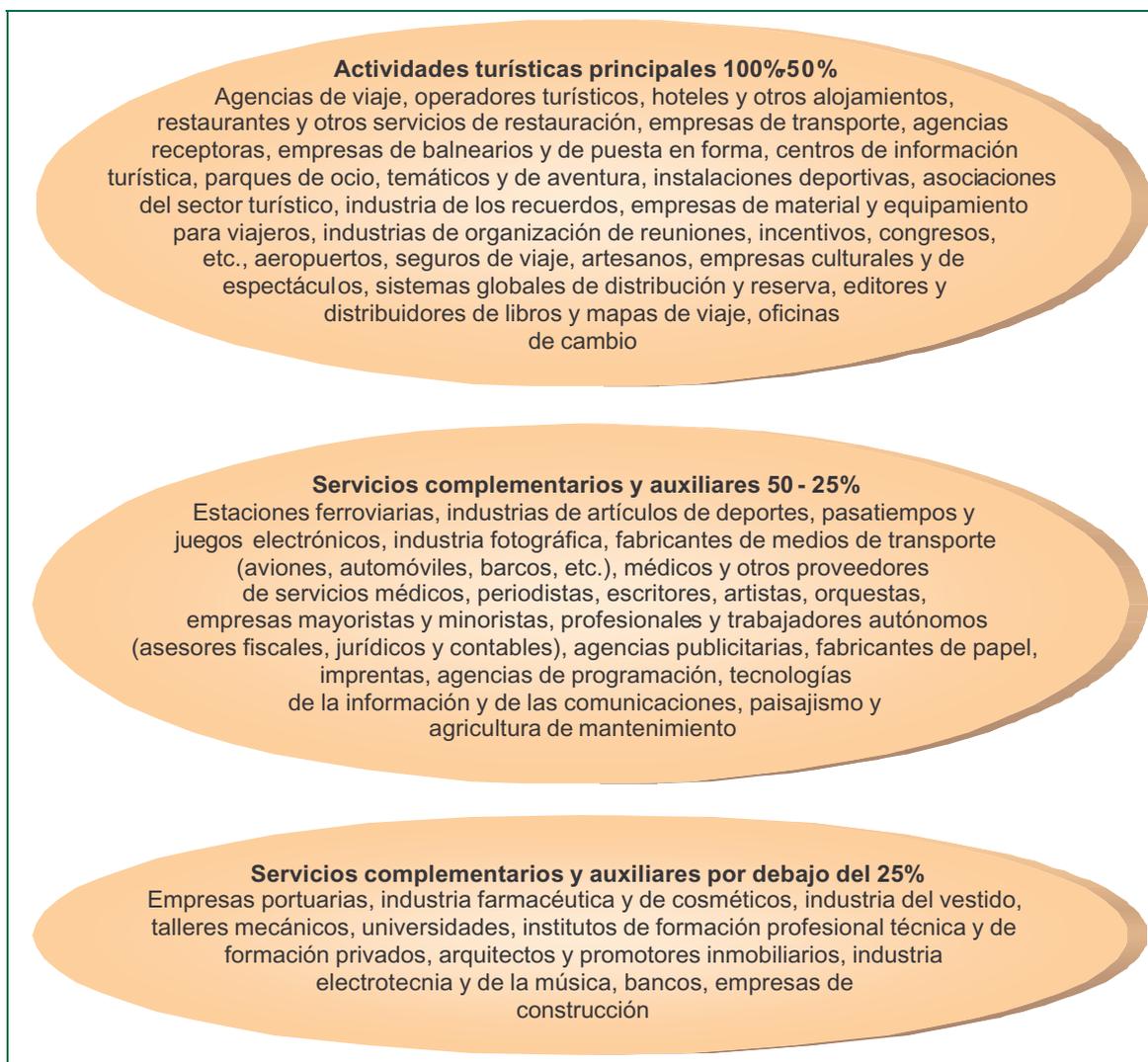
---

<sup>35</sup> *Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones: "Un marco de cooperación para el futuro del turismo europeo", Bruselas, 13/11/2001.*

<sup>36</sup> *Comunicación de la Comisión al Consejo "Incrementar el potencial del turismo como generador de empleo. Seguimiento de las conclusiones y recomendaciones del Grupo de Alto Nivel sobre Turismo y Empleo". (GAN) (1999/C 178/03).*

<sup>37</sup> *European Union. The impact of Travel and Tourism on jobs and the economy, 2002. WTTC.*

**Gráfico 3.2: Porcentaje del empleo generado en los diferentes subsectores por el consumo turístico**



Fuente: Grupo de Alto Nivel Turismo y Empleo, 1998.

En lo que respecta a las previsiones de crecimiento, el WTTC confirma que el turismo continuará creciendo a una tasa superior a la media del resto de las actividades económicas con unos índices anuales que oscilarán entre el 2,5% y el 4% en volumen de negocio, y entre 1% y el 1,5% en volumen de empleo.

Este sector económico ha sido, y seguirá siendo, uno de los principales beneficiados de la transformación del perfil de la sociedad europea. La mayor esperanza y calidad de vida, con el incremento parejo del tiempo y valoración del ocio, unido al elevado nivel de renta en el espacio de la Unión, se traducen en cambios importantes en la demanda de servicios turísticos.

Estos cambios no sólo se traducen en aspectos cuantitativos sino también, y muy importante, en aspectos cualitativos que se reflejan en la concepción de las prestaciones demandadas por los consumidores.

La trascendencia e importancia que el turismo representa para la economía de la Unión se enfrenta, al igual que en otros ámbitos geográficos, a las dificultades intrínsecas de medición de las variables que le son características y de estimación de los impactos que, en términos de empleo o de valor añadido, tiene sobre el resto del sistema productivo. No es hasta 1997, fecha en la cual tiene lugar la primera Conferencia europea sobre turismo y empleo, cuando se pone de manifiesto la necesidad de abordar estadísticas homogéneas que permitan una evaluación y seguimiento más exhaustivos de la economía asociada al turismo<sup>38</sup>. Desde entonces, la Comisión ha apoyado activamente todas las iniciativas que, a escala internacional y comunitaria, se han emprendido al objeto de desarrollar las Cuentas Satélites de Turismo.

Mientras que esta nueva metodología estadística se desarrolla y perfecciona, las series aportadas por la Oficina de Estadística de la Unión Europea hasta el momento se centran en variables tales como: número de establecimientos y capacidad de alojamiento, movimiento de viajeros medido a través de la entrada de visitantes, ingresos y gastos por turismo y su peso o contribución a la balanza de pagos de la Unión, o la descripción del perfil del consumidor turístico, entre las que cuentan con una trayectoria más dilatada. Difícilmente se encuentran estadísticas detalladas sobre empleo en el sector y, menos aún, sobre segmentos de actividad específicos dentro del mismo, como puede ser el ecoturismo.

En este contexto, la tabla 3.7 ofrece un resumen de las estimaciones más recientes suministradas por Eurostat a la OMT al respecto de estas variables.

En términos de ingresos por turismo, el balance entre los años 1995 y 2000 arroja un incremento neto del 8%, alcanzándose en el último año la cifra de 178,2 billones de dólares a la que España contribuye con 33 billones de dólares, lo que la convierte en el líder europeo por este concepto.

---

<sup>38</sup> La Comisión trabaja en la elaboración de estadísticas de turismo desde 1987, y desde entonces se enfrenta a la dificultad de preparar estadísticas homogéneas a escala comunitaria, debido a que métodos y conceptos varían considerablemente de un Estado miembro a otro.

Tabla 3.7: Evolución de los ingresos por turismo internacional en Europa

	Billones dólares USA			Crecimiento (%)		Participación (%)	
	1995	2000	2001	2000/1995	2001/2000	1995	2000
Unión Europea	165,2	178,2	-	7,85	-	100	100
Alemania	18,13	17,81	17,2	-1,76	-3,42	10,97	9,99
Austria	14,58	11,44	12,0	-21,53	4,89	8,82	6,41
Bélgica/Luxemburgo	5,86	7,04*	-	20,13	-	3,54	3,95
Dinamarca	3,67	3,62	-	-1,36		2,22	2,03
España	25,38	31,00	32,9	22,14	6,12	15,36	17,39
Finlandia	1,64	1,40	-	-14,63	-	0,99	0,78
Francia	27,52	29,90	29,6	8,64	-1,00	16,65	16,77
Grecia	4,13	9,22	-	123,24	-	2,5	5,17
Holanda	6,56	6,95	-	5,94	-	3,97	3,90
Irlanda	2,69	3,57	-	32,71	-	1,62	2,00
Italia	28,72	27,43	25,9	-4,49	-5,57	17,38	15,39
Portugal	4,34	5,20	-	19,81	-	2,62	2,91
Reino Unido	18,55	19,54	15,9	5,33	-18,62	11,22	10,96
Suecia	3,47	4,10	-	18,15	-	2,10	2,30

\*Dato correspondiente al año 1999.

Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), 2001, 2003.

Los gastos por turismo internacional en la Comunidad han seguido una trayectoria muy pareja a la de los ingresos, experimentando un incremento del 8% entre 1995 y 2000 (tabla 3.8). Los mercados emisores por antonomasia continúan siendo Alemania (27% de los gastos totales) y el Reino Unido (con el 21%). España contribuye con un modesto 3%, aunque en el periodo considerado los gastos en viajes internacionales en nuestro país se han incrementado un 23%.

La magnitud de las cifras de ingresos y gastos por turismo internacional convierten al sector en un contribuidor neto a la Balanza de Pagos de la Unión<sup>39</sup>. Concretamente, durante 1999 los ingresos por turismo internacional en la zona euro excedieron en 16,2 millones de euros a los gastos totales de los europeos por el mismo concepto.

<sup>39</sup> La Balanza de Pagos es un documento contable que presenta de manera resumida el registro de las transacciones económicas llevadas a cabo entre los residentes de un país y los del resto del mundo durante un periodo de tiempo determinado que normalmente es un año.

Tabla 3.8: Evolución de los gastos del turismo internacional

	Billones dólares USA		Crecimiento (%)	Participación (%)	
	1995	2000	2000/1995	1995	2000
Unión Europea	163,84	177,247	8,18	100	100
Alemania	54,00	47,60	-11,85	32,95	26,85
Austria	11,66	9,25	-20,66	7,11	5,21
Bélgica/Luxemburgo	9,00	10,057*	11,74	5,49	5,67
Dinamarca	4,28	5,13	19,85	2,61	2,89
España	4,46	5,50	23,31	2,72	3,10
Finlandia	2,27	1,81	-20,26	1,38	1,02
Francia	16,32	17,16	5,14	9,96	9,68
Grecia	1,32	4,55	244,69	0,80	2,56
Holanda	11,66	11,82	1,37	7,11	6,66
Irlanda	2,03	2,59	27,58	1,23	1,46
Italia	14,82	15,45	4,25	9,04	8,71
Portugal	2,14	2,22	3,73	1,30	1,25
Reino Unido	24,26	36,56	50,70	14,80	20,62
Suecia	5,62	7,55*	34,34	3,43	4,25

\*Dato referente al año 1999.

Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), junio de 2001.

Atendiendo a los datos provisionales suministrados por Eurostat para los 9 primeros meses del año 2001, los gastos por turismo en Europa han experimentado un crecimiento del 3,3% y, en este contexto, España es uno de los Estados miembros que ha mostrado una evolución más positiva, tanto de este indicador como de los ingresos<sup>40</sup>.

La magnitud de las variables anteriores se corresponde con la evolución de las llegadas de turistas internacionales, que han experimentado un incremento superior al 40% durante los últimos cinco años (tabla 3.9). España, Francia e Italia siguen siendo los destinos preferentes, atrayendo a 1 de cada 4 turistas del mundo.

<sup>40</sup> Stability of Tourism flows in the European Union. Statistics in Focus, Eurostat. European Communities, 2002.

Tabla 3.9: Movimiento de turistas en la Unión Europea (millones de llegadas de turistas internacionales)

	Nº de turistas			Crecimiento (%)		Participación (%)	
	1995	2000	2001	2000/1995	2001/2000	1995	2000
Europa	324,7	402,7	400,3	24,02	-0,7	-	-
Unión Europea	225,0	319,2	-	41,83	-	100	100
Alemania	14,84	18,98	17,9	27,89	-5,69	6,59	5,94
Austria	17,17	17,98	18,20	4,71	1,22	7,63	5,63
Bélgica	5,56	6,45	-	16,0	-	2,47	2,02
Dinamarca	2,12	2,08	-	-1,9	-	0,94	0,65
España	34,91	84,20	49,5	38,06	2,69	15,51	26,37
Finlandia	1,77	2,70	-	52,54	-	0,78	0,84
Francia	60,03	75,50	76,5	25,77	1,32	26,68	23,65
Grecia	10,13	12,50	-	23,39	-	4,50	3,91
Holanda	6,57	10,20	-	55,25	-	2,92	3,19
Irlanda	4,81	6,72	-	39,70	-	2,13	2,10
Italia	31,05	41,18	39	32,62	-5,29	13,8	12,90
Luxemburgo	0,76	0,80	-	05,26	-	0,33	0,25
Portugal	9,51	12,03	-	26,49	-	4,22	3,76
Reino Unido	23,54	25,19	23,4	07,00	-7,10	10,4	7,89
Suecia	2,31	2,74	-	18,6	-	1,02	0,85

Fuente: elaboración propia a partir de las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT). (Datos recopilados en Agosto de 2001).

### Grandes rasgos del empleo en el sector turístico europeo

Como se expuso anteriormente, las estadísticas suministradas por Eurostat no presentan series homogéneas de empleo turístico a escala comunitaria. Hasta el momento, las estadísticas disponibles hacen referencia a un subconjunto muy específico de actividades que pertenecen al núcleo de las denominadas “*actividades características del turismo*” (el sector HORECA<sup>41</sup>) y, por consiguiente, sólo ofrecen estimaciones parciales del impacto socioeconómico del turismo en Europa. Aún acotado de esta manera, las estimaciones del empleo directo asociado al sector HORECA oscilan entre 6 y 7 millones de personas, lo que supone una proporción sobre la población ocupada del 5,8%, para 1996.

<sup>41</sup> Este sector incluye: hoteles, restaurantes, cafés, pubs y bares, camping y servicio de catering. The HORECA sector in the EU. SME statistics. Statistics in focus. Eurostat. European Union, 2000.

Este empleo se concentra además en la pequeña y mediana empresas, y aún más en las denominadas micro-empresas (con menos de 10 empleados), concretamente el 95% del sector empresarial turístico. Esta característica -la elevada atomización del sector- unida a la dificultad de medición de los consumos turísticos, explica las carencias detectadas en las fuentes estadísticas consultadas.

A pesar de estas dificultades, la importancia y envergadura del empleo asociado al turismo está fuera de toda duda actualmente. A esta magnitud cuantitativa debemos añadir, no obstante, otros aspectos cualitativos del empleo turístico que, a escala europea, reproducen algunas de las características ya comentadas en el ámbito mundial.

Un estudio realizado por la Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo detectó una serie de cuestiones problemáticas relacionadas con el empleo y el turismo en la Unión Europea, tales como: horarios de trabajo irregulares (el 50% de los trabajadores del sector de la hostelería y restauración tenían horarios irregulares, y el 41% trabajaba 6 o más noches al mes); trabajo frecuente los domingos (el 80% trabajaba de 2 a 5 domingos al mes); salarios sin un componente fijo en el 25 % de los casos; falta de pago generalizado de las horas extraordinarias; y niveles de remuneración, en general un 20 %, inferiores al promedio de la Unión Europea<sup>42</sup>. La tabla 3.10 recoge un ejemplo de alguna de las características anteriores.

**Tabla 3.10: Horas oficiales de trabajo en el sector turístico en 13 países de la Unión Europea**

Horas por semana	País
Más de 48 horas	Irlanda
De 45 a 48 horas por semana	Francia, Luxemburgo, Austria, Italia, Países Bajos, Alemania y España
De 40 a 44 horas por semana	-
Menos de 40 horas	Bélgica, Noruega, Dinamarca, Finlandia y Suecia

Fuente: C. Juyaux: *Quels emplois dans le tourisme?* (documento ETLC).

<sup>42</sup> Quoted by H. Wiedenhofer, General Secretary of the ECFIUF, in an address to the European Union Conference on Employment and Tourism, Luxembourg, 4/5 noviembre 1997.

La estacionalidad de la demanda turística es otra de las características de la actividad que se emplea frecuentemente para explicar la extensión de formas de contratación irregular en el sector. La concentración de actividad durante periodos de tiempo determinados es el argumento de la mayor parte de los empresarios para justificar los elevados porcentajes de contratación a tiempo parcial. Esta circunstancia afecta directamente a la calidad de la oferta laboral y a las motivaciones, tanto de trabajadores como de empresarios, para mejorarla.

Estas circunstancias, la estabilidad laboral y la calidad de la oferta de trabajo, fueron destacadas como las debilidades más importantes del sector turístico en Europeo en el diagnóstico efectuado por el Grupo de Alto Nivel sobre Turismo y Empleo establecido por la Comisión Europea<sup>43</sup>.

Este tipo de empleo, no obstante, también constituye una oportunidad para un amplio colectivo de la población, como exponían los sindicatos SETA-UITA<sup>44</sup> en un estudio sobre ordenación del tiempo de trabajo. Este análisis pone de manifiesto que el empleo turístico responde a las necesidades de colectivos con especiales dificultades de acceso al mercado laboral, como es el caso de las mujeres, los jóvenes y los desempleados de larga duración. La contrapartida se encuentra en que una parte importante de estas ofertas de empleo se cubren de forma irregular y, por consiguiente, no gozan de los derechos y coberturas establecidos en términos de protección social, representación colectiva, formación, etc. La tabla 3.11 muestra el porcentaje de personas en el sector turístico que trabaja a tiempo parcial en la Unión Europea<sup>45</sup>.

**Tabla 3.11: Empleo a tiempo completo y a tiempo parcial en hoteles y restaurantes, Unión Europea, 1995-1997**

	Valores absolutos (en miles)				Proporción (%)		Variaciones (%)	
	1995		1997		1997		1995/1997	
	A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
UE-15	4.439	1.382	4.449	1.615	73,6	26,4	1,4	16,8
EUR-11	3.505	774	3.550	927	79,3	20,7	1,3	19,7
Bélgica	99	26	99	31	76,4	23,6	0,0	18,8

<sup>43</sup> Conclusiones y recomendaciones del Grupo de Alto Nivel Turismo y Empleo, Comisión Europea, DG XXIII, Bruselas, octubre 1998.

<sup>44</sup> Sindicato Europeo de Trabajadores de la Alimentación, Hostelería y Afines (SETA); Unión Internacional de Trabajadores de la Alimentación, Agrícolas, Hoteles, Restaurantes, Tabaco y Afines (UITA), 1995.

<sup>45</sup> Tourism in Europe. Trends 1995/98, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 2000.

	Valores absolutos (en miles)				Proporción (%)		Variaciones (%)	
	1995		1997		1997		1995/1997	
	A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial	A tiempo completo	A tiempo parcial
Dinamarca	38	26	42	37	53,1	46,9	10,3	41,9
Alemania	835	218	865	300	74,2	25,8	3,7	37,4
Grecia	212	11	219	11	95,3	4,7	3,3	-5,4
España	687	85	677	108	86,2	13,8	-1,4	27,5
Francia	592	144	558	169	76,8	23,2	-5,7	17,2
Irlanda	52	17	54	22	71,3	28,7	4,7	28,7
Italia	753	87	781	102	88,4	11,6	3,7	17,8
Luxemburgo	7	1	8	1	91,5	8,5	7,3	25,4
Países Bajos	94	143	90	130	41,0	59,0	-4,8	-9,4
Austria	155	32	171	34	83,3	16,7	10,4	7,6
Portugal	194	10	206	13	94,1	5,9	6,0	24,8
Finlandia	38	12	42	18	69,6	30,4	10,9	51,7
Suecia	63	32	61	40	60,4	39,6	-4,3	25,0

Fuente: EUROSTAT, Estudio sobre la fuerza de trabajo.

Como se puede comprobar, el empleo a tiempo parcial en esta industria está creciendo a un ritmo muy superior al del empleo a tiempo completo y, además, es muy superior al porcentaje que se mantiene en otros sectores de actividad (el 26,4% en el sector frente a una media del 18% en el resto de sectores económicos considerados en su conjunto<sup>46</sup>).

### Estimaciones del mercado ecoturístico en Europa

La Organización Mundial del Turismo prevé que durante la próxima década un porcentaje creciente del incremento de los ingresos totales por turismo en Europa provendrán del consumo de productos y servicios alternativos al tradicional “sol y playa”. Las previsiones apuntan a que durante los próximos 20 años, los nuevos segmentos del mercado turístico contabilizarán el 20%, aproximadamente, de todos los viajes en Europa. Parte de este incremento lo explicará el incremento del número de turistas, pero otra parte muy importante

<sup>46</sup> Según se desprende de una encuesta realizada por la Fundación Europea de Dublín para la Mejora de las Condiciones de Vida y Trabajo, del año 2000.

provendrá de un cambio en los patrones de consumo turístico. Esta tendencia se debe a la conjunción de diversos factores, entre los que destacan los siguientes<sup>47</sup>:

- ◆ El consumidor europeo es cada vez más exigente con los nuevos lugares que elige para visitar y con los productos y servicios que consume
- ◆ La integración europea ha incrementado enormemente la movilidad de los ciudadanos
- ◆ El periodo de vacaciones se fracciona cada vez más (más viajes de menor duración)
- ◆ El turista europeo persigue, además, una mayor participación e involucración en los lugares que visita
- ◆ La creciente concienciación medioambiental aumenta la valoración de los espacios naturales

Entre los turismos alternativos la Comisión considera un conjunto muy heterogéneo de actividades (turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo de salud, turismo cultural, turismo deportivo, etc.), a las que acude en contraposición de los servicios turísticos tradicionales, y que agrupa bajo las rúbricas genéricas de “turismo verde”, “turismo rural” o “ecoturismo”. También reconoce que, al respecto de estas actividades, aún no se han desarrollado suficientemente estudios de mercado que permitan efectuar una valoración precisa de los impactos económicos que se derivan de su desarrollo.

No obstante, se coincide al afirmar que se trata de un sector escasamente estructurado, que se compone de un elevado número de propietarios-empresarios que amplían actividades ofertando alojamiento y manutención contribuyendo, por tanto, a la obtención de rentas complementarias. El conocimiento de los impactos sobre el empleo es muy incierto.

Diversos Estados miembros han emprendido algunos estudios parciales al objeto de valorar el crecimiento potencial de esta actividad (tabla 3.12).

---

<sup>47</sup> *Sustainable tourism based on natural and cultural heritage in Europe. European Commission, October 2002.*

Tabla 3.12: Análisis de diversos segmentos de mercado turístico en Escocia

Segmento	Tipo de actividad	Perfil del turista	Motivación	Caracterización	Mercado y potencial de crecimiento
Turismo de naturaleza	Paseos y excursiones	Preferentemente parejas sin hijos; menor de 44 años y nivel de renta medio/alto	Salud, bienestar, disfrutar del paisaje	Muy estacional (abril/septiembre); estancia media: 7 días	1,1 millón de viajes en 1998; gasto: 600 millones €  Potencial de crecimiento: elevado
	Observación de la vida salvaje	Elevado nivel cultural y elevada concienciación medioambiental	Interpretación de la naturaleza y educación	La estacionalidad depende de las especies de interés; estancia media: 7 días	Ingresos: 70 millones de €; 2.000 empleos  Potencial de crecimiento: elevado
Turismo cultural	Festivales, museos, visita a lugares históricos	Nivel de renta: medio; Edad: entre 45-64 años	Contactar con residentes, educación y nuevas experiencias	Menor estacionalidad	200.000 turistas; gasto: 50 millones €
Turismo educacional	Excursiones, cursos, seminarios	Extranjeros; grupos reducidos, y personas mayores	Educación, conocer a otras personas	Viajes de mayor duración; baja estacionalidad	Ingresos por turista elevados
Deportes al aire libre	Caza y pesca	Mercado más maduro, mayormente hombres, entre 35 y 55 años	Afrontar nuevos retos	Estacional y de escasa duración	210.000 visitantes; ingresos: 70 millones €

Fuente: Sustainable tourism based on natural and cultural heritage in Europe. European Commission, October 2002.

A todo lo anterior, debemos unir la enorme riqueza natural del continente con 400.000 zonas declaradas áreas protegidas -2.120.979 km<sup>2</sup>, aproximadamente, que ocupan el 8% del territorio europeo-; integradas en una gran red (Natura 2000). A esta red se agregarán 15.000 nuevas áreas que ocupan alrededor de 600.000 km<sup>2</sup>.

### 3.4 GRANDES CIFRAS DEL TURISMO EN ESPAÑA

En la actualidad, España se encuentra a la cabeza de los países que están perfeccionando el sistema contable acordado internacionalmente para la elaboración de las Cuentas Satélites de Turismo<sup>48</sup>. Las macromagnitudes de la economía del turismo que, aún de forma provisional,

<sup>48</sup> La Cuenta Satélite del Turismo en España: Metodología y primeras estimaciones (1996-1999). Subdirección General de Cuentas Nacionales. Instituto Nacional de Estadística. Octubre, 2002.

describe la Cuenta Satélite de Turismo en España para el periodo 1996-1999 (CSTE) son las siguientes:

### 1. Impactos del turismo sobre el Producto Interior Bruto de la economía española

En términos de contribución al PIB, el turismo aportaba a la economía española un 12,1% del valor de la producción en 1999 (68.452,5 millones de euros concretamente). Esta participación en el PIB nacional supone un incremento de un punto porcentual respecto al peso que la actividad ostentaba en 1996 (el 11%). Esta evolución tan favorable se debe, fundamentalmente, al dinamismo experimentado por las partidas de ingresos procedentes del turismo receptor<sup>49</sup> con un crecimiento medio anual superior al 12% entre 1996 y 1999. Los resultados que se derivan de la CSTE confirman la posición de España en el ranking europeo en ingresos por turismo internacional, que viene explicado por el crecimiento sostenido en la llegada de turistas y el gasto medio efectuado por visitante. El resto de componentes de la demanda final turística (consumo de residentes en el territorio, consumo de las Administraciones Públicas, formación bruta de capital, etc.) no experimentan, en el periodo considerado, el dinamismo observado en el turismo receptor, aunque su contribución final al consumo turístico total sea ligeramente superior en términos relativos (tabla 3.13 y gráfico 3.3). Todas las previsiones apuntan además que el turismo receptor en España mantendrá unas tasas de incremento anual superiores a la media Europea, concretamente tres puntos porcentuales por encima de esta última según la OMT.

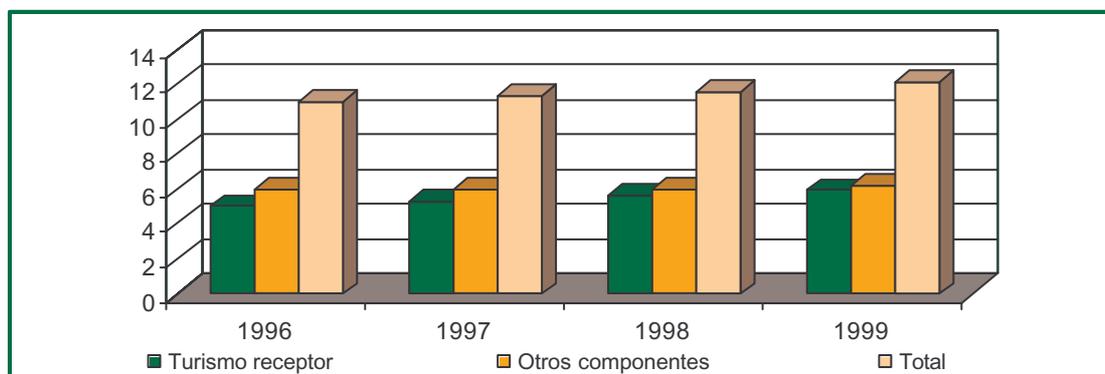
**Tabla 3.13: Valor de la demanda final turística en España (millones de euros)**

	1996		1997		1998		1999	
	Mill €	Mill €	Var. anual	Mill €	Var. anual	Mill €	Var. anual	
Turismo receptor	23.318,0	26.356,8	13%	29.692,9	12,6%	33.601,8	13,1%	
Otros componentes del turismo	27.951,8	29.792,4	6,5%	32.055,7	7,5%	34.850,7	8,7%	
<b>Total</b>	<b>51.269,8</b>	<b>56.149,2</b>	<b>9,5%</b>	<b>61.748,6</b>	<b>9,9%</b>	<b>68.452,5</b>	<b>10,8%</b>	

Fuente: La Cuenta Satélite del Turismo de España: Metodología y primeras estimaciones (1996/1999). Subdirección General de Cuentas Nacionales. Instituto Nacional de Estadística, 2002.

<sup>49</sup> Cantidades satisfechas por los turistas/visitantes extranjeros en España.

**Gráfico 3.3: Aportación del turismo al PIB de la economía española durante el periodo 1996-1999 (en porcentajes)**



Fuente: *La Cuenta Satélite del Turismo de España: Metodología y primeras estimaciones (1996/1999)*. Subdirección General de Cuentas Nacionales. Instituto Nacional de Estadística, 2002.

## 2. Impactos del turismo sobre las operaciones corrientes de la Balanza de Pagos

Si conjugamos los pagos e ingresos totales por turismo en España, el balance final arrojaba un saldo positivo de 25.655,5 millones de euros en 1999<sup>50</sup>, equivalente al 4,5% del PIB en ese mismo año. La evolución de ambas partidas durante el periodo considerado ha sido muy pareja (con porcentajes medios de variación interanual del 12%) observándose, levemente, un repunte de los pagos realizados por los españoles en el resto del mundo al final del periodo, con un incremento del 15% entre 1998 y 1999. En términos absolutos, no obstante, el crecimiento de los ingresos por turismo continúa siendo superior a los pagos por turismo internacional (un 44% frente a un 42%). Esta circunstancia explica el crecimiento continuado de la aportación de la rúbrica de Turismo y Viajes al saldo de las operaciones corrientes de la Balanza de Pagos en España<sup>51</sup> y nos da una idea de la enorme trascendencia que este sector tiene para nuestra economía (tabla 3.14 y gráfico 3.4).

<sup>50</sup> Según el avance de resultados del turismo en España en el 2001, el saldo turístico asciende a 29.967 millones de euros lo que supone un incremento absoluto respecto a 1999 de cerca del 17%. (Ministerio de Economía, 2002).

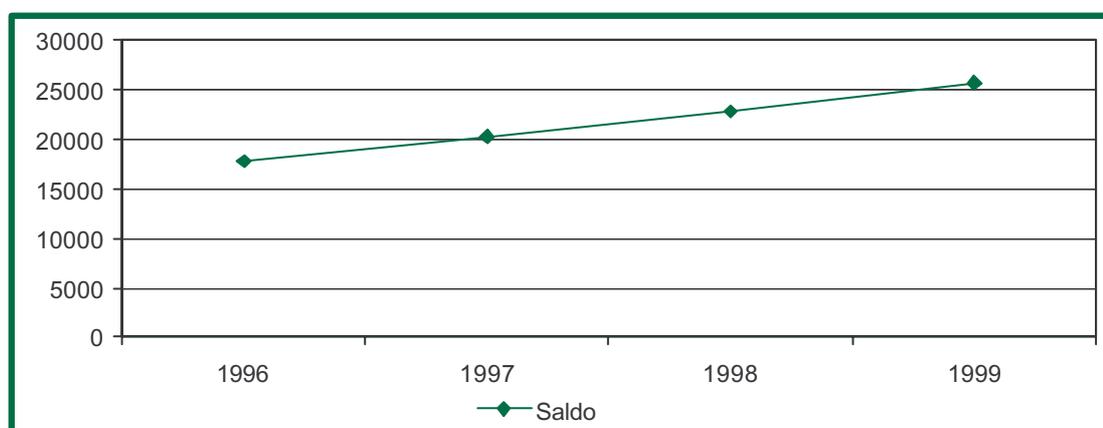
<sup>51</sup> El saldo de Viajes y Turismo ha permitido cubrir más de un 90% del déficit comercial de la Balanza de Pagos por cuenta corriente entre los años 2000 y 2001.

**Tabla 3.14: Evolución de los ingresos y gastos por turismo internacional en España (miles de millones de euros)**

	1996	1997		1998		1999	
	Miles mill.	Miles mill.	Var. anual	Miles mill.	Var. anual	Miles mill.	Var. anual
Ingresos por turismo	23,31	26,35	13%	29,69	12,6%	33,60	13,1%
Gastos por turismo	5,57	6,14	10,2%	6,88	12%	7,94	15%

Fuente: La Cuenta Satélite del Turismo de España: Metodología y primeras estimaciones (1996/1999). Subdirección General de Cuentas Nacionales. Instituto Nacional de Estadística, 2002.

**Gráfico 3.4: Evolución del saldo por turismo en España, periodo 1996-1999 (en millones de euros)**



Fuente: La Cuenta Satélite del Turismo de España: Metodología y primeras estimaciones (1996/1999). Subdirección General de Cuentas Nacionales. Instituto Nacional de Estadística, 2002.

### 3. Impactos directos e indirectos del turismo en la economía española

La significatividad de la actividad turística no se agota en la contribución específica del PIB turístico al total nacional. Empleando la metodología input-output y considerando otras variables macroeconómicas, como son la producción y el empleo generado por las empresas que suministran bienes y servicios de consumo turístico, se determinan los efectos directos e indirectos relacionados con la actividad, cuya agregación ofrece una medida de los impactos totales del turismo en la economía española.

La estimación de los impactos totales del turismo contenida en la CSTE se refiere al año 1996, al ser éste el más reciente con el que se cuenta con un sistema input-output nacional (tabla 3.15).

**Tabla 3.15: Aportación del turismo a la economía española en 1996. Efectos directos, indirectos<sup>52</sup> y totales (millones de euros)**

	Efectos directos	Efectos indirectos	Efectos totales
PIB pm Demanda	51.269,8	-	51.269,8
Producción	56.138,2	37.549,3	93.687,5
Empleo (puestos de trabajo)	863,5	536,2	1.399,7

Fuente: *La Cuenta Satélite del Turismo de España: Metodología y primeras estimaciones (1996/1999)*. Subdirección General de Cuentas Nacionales. Instituto Nacional de Estadística, 2002.

En términos de producción, por cada millón de euros producidos para atender directamente a la demanda turística, se generan unos 668.872 euros adicionales en la economía. Análogamente, en términos de empleo, por cada 100 puestos de trabajo directos ligados a la demanda turística, se generan 62 puestos adicionales. Como podemos comprobar, en ambos casos la magnitud de los efectos indirectos supera más de la mitad de los efectos directamente relacionados con el consumo turístico inicial, lo que muestra la idea de la incidencia del turismo sobre la economía española. Esta afirmación la corrobora el hecho de que, considerando los efectos totales, la producción turística contribuiría con un 11% a la producción total y con un 10% al empleo total de la economía española en 1996.

Las cifras anteriores sitúan al turismo entre los sectores económicos que en mayor medida contribuyen a la utilización del factor trabajo, tanto en términos absolutos como relativos, aunque los impactos globales de la demanda turística sobre la producción continúan siendo superiores a los que experimenta la variable empleo.

#### 4. Otras características de la actividad e industria turística en España

La recientemente publicada CSTE incorpora también información al respecto de variables y características de la actividad turística en nuestro país, tales como: la composición de la demanda por productos (que expresa monetariamente el consumo turístico receptor e interno en alojamiento, restauración, transporte y resto de productos de la demanda turística); la distribución del gasto turístico entre diversos segmentos de demanda turística (negocios, ocio/vacaciones, visitas a familiares, estudios y otros); y por último, otras características que engloba dentro de “Otra información complementaria”.

<sup>52</sup> Los efectos indirectos son el resultado del cálculo del efecto multiplicador del consumo turístico en el resto de ramas productivas de la economía diferentes a los sectores receptores de la primera ronda de gasto turístico. Es decir, mide los efectos del incremento en una unidad del gasto turístico sobre la producción total del resto de actividades productivas.

Con relación al objeto de nuestro estudio, de esta información complementaria resulta oportuno aportar las medidas relativas de las empresas turísticas en España en función del número de asalariados<sup>53</sup> (tabla 3.16).

**Tabla 3.16: Distribución de las empresas turísticas españolas según su tamaño (número de asalariados en el año 2000)**

Actividades Características	Sin asalariados	De 1 a 2	De 3 a 19	De 20 a 99	Más de 100	Total
Hoteles y similares	5.549	4.295	5.164	1.278	396	16.682
Restauración	120.026	80.850	44.215	1.741	226	247.058
Transporte Ferrocarril	1	3	2	3	6	15
Transporte Terrestre	138.498	41.673	17.731	1.757	182	199.841
Transporte Marítimo	164	38	125	66	19	412
Transporte Aéreo	38	34	48	42	20	182
Agencias de viaje	2.613	1.943	1.544	176	37	6.313
Anexas a los transportes	4.001	3.570	4.380	644	158	12.753
Alquiler de automóviles	985	923	572	72	14	2.566
Actividades recreativas, culturales y deportivas	26.729	14.021	9.147	1.299	275	51.471
<b>Total</b>	<b>298.604</b>	<b>147.350</b>	<b>82.928</b>	<b>7.078</b>	<b>1.333</b>	<b>537.293</b>

Fuente: La Cuenta Satélite del Turismo de España: Metodología y primeras estimaciones (1996/1999). Subdirección General de Cuentas Nacionales. Instituto Nacional de Estadística, 2002.

La caracterización del sector empresarial turístico español contenido en la tabla reproduce fielmente uno de sus atributos más mencionados, esto es, la elevada atomización del sector. Como podemos comprobar, el 55% de las empresas turísticas afirman no tener asalariados<sup>54</sup>; cerca de un 30% sólo cuenta entre 1 y 2 asalariados; y si sumamos las empresas con menos de 20 asalariados este porcentaje asciende al 43%.

### Grandes rasgos del empleo en el sector turístico en España

La información sobre empleo turístico contenida en la CSTE no permite profundizar en aspectos cualitativos relacionados con las condiciones de trabajo de este colectivo, además de encontrarse referida a 1996. No obstante, entre los trabajos previos desarrollados por el

<sup>53</sup> La información recogida en la CSTE procede el Directorio Central de Empresas (DIRCE), con fecha 1/1 de 2001.

<sup>54</sup> La información contenida en la CSTE no especifica cuantas empresas. Dentro de este porcentaje no se dispone de datos de empleo y cuáles son las circunstancias laborales del resto.

Instituto Nacional de Estadística en la elaboración de la CSTE, se encuentra un preliminar específico centrado en el “*Empleo en las ramas de actividad turística*”. Los datos de empleo turístico contenidos en este estudio se basan en el análisis de series de afiliados al Sistema General de la Seguridad Social que durante los años 1999, 2000 y 2001 estaban adscritos a alguno de los epígrafes de la CNAE-93 correspondientes a las “*actividades características del turismo*”. Con esta apreciación queremos resaltar que los datos sólo se refieren a los empleos generados directamente en estas actividades y que, por consiguiente, no considera el empleo indirecto ni el empleo de las denominadas actividades *complementarias* o *conexas* a las actividades características del turismo.

Durante el trienio considerado, las variaciones interanuales en el número total de afiliados en estos epígrafes son similares, situándose algunas décimas por debajo del 4%. El cómputo total de empleados en actividades características del turismo en el año 2001 asciende a 1.471.562 personas, lo que supone que aproximadamente el 9,5% de los trabajadores en España estaba ocupado en alguna actividad característica del turismo a finales de ese año.

La distribución de este empleo entre los diversos sectores que configuran el núcleo característico de la industria turística se muestra en la tabla 3.17. Como podemos comprobar, la mayor proporción de empleo se concentra en el sector de Hostelería que acapara conjuntamente el 62% y el 65% del empleo turístico en los años 2000 y 2001, respectivamente.

**Tabla 3.17: Distribución del empleo turístico español por ramas características de producción turística**

Rama	1999	2000		2001	
	Empleados	Empleados	%	Empleados	%
Restauración	n.d.	704.258	49,8	730.996	49,7
Hoteles y similares	n.d.	175.864	12,4	188.400	12,8
Agencias de viajes	n.d.	41.589	2,9	43.341	2,9
Transporte de viajeros; actividades recreativas, culturales y deportivas	n.d.	493.104	34,9	508.000	34,6
<b>Total</b>	<b>1.364.334</b>	<b>1.414.815</b>	<b>100</b>	<b>1.471.562</b>	<b>100</b>

*n.d.: no disponible.*

*Fuente: Instituto de Estudios Turísticos e Instituto Nacional de Estadística, 2001 y 2002.*

La desagregación de los ocupados durante el 2001 según su situación profesional revela que en su mayor parte son asalariados (un 73% frente a un 27% de autónomos). Entre la masa de asalariados una cuarta parte de empleados lo son con carácter temporal, acercándose este porcentaje al 30% si se consideran exclusivamente las actividades de hostelería y agencias de

viajes. Este último porcentaje debe servirnos para matizar la cifra absoluta de ocupados mostrados anteriormente, ya que ésta no discrimina entre los empleos que sólo lo han sido durante un periodo determinado. La elevada incidencia de la estacionalidad en la actividad hace necesario transformar la cifra de ocupados en un volumen anual de empleo a jornada completa (*full time job equivalent*). Para ello es imprescindible obtener información de las horas efectivamente trabajadas, así como de la forma de contratación utilizada.

A la temporalidad en el empleo de este colectivo se añade que el 11% contaba con contratos de trabajo a tiempo parcial. Estos porcentajes se encuentran por encima de la media de la temporalidad y eventualidad observada en otros sectores de actividad, lo que corrobora los argumentos que señalan que las condiciones de estabilidad en el empleo turístico amenazan seriamente la productividad del trabajo y la calidad de los servicios prestados.

Estas características, unida a los bajos niveles de cualificación generalmente exigidos (el 30% de los ocupados sólo posee estudios primarios), favorecen que sean colectivos como el femenino y los jóvenes quienes más padezcan las circunstancias adversas que se derivan de las débiles condiciones de estabilidad en el empleo.

El análisis de la distribución de la cifra de ocupados por sexos en actividades turísticas en la Encuesta de Población Activa revela, por ejemplo, que el 35% de los ocupados en los primeros nueve meses del año 2001 eran mujeres, aumentando este porcentaje hasta el 57% si sólo se consideran las actividades de hostelería y agencias de viajes.

En lo que respecta al segundo colectivo mencionado, el 14% de los ocupados se encuentran en el tramo de edad comprendido entre los 16 y 24 años, aumentando de nuevo este porcentaje hasta el 18% en los sectores de hostelería y agencias de viajes (esto supone 7 puntos más que la proporción de jóvenes en el sector de los servicios).

Para finalizar, la distribución de la cifra total de ocupados por Comunidades Autónomas muestra que Andalucía ocupa el tercer lugar tras Cataluña y la Comunidad de Madrid, en (concretamente el 13% del total nacional), aunque durante el año 2001 disminuyó su participación en el conjunto en un punto porcentual respecto al año 2000. Cataluña y la Comunidad de Madrid se encuentran muy parejas, con un 18% y 17% del empleo total, respectivamente.

Tomando en consideración la participación del empleo turístico sobre el total de empleo en las diferentes Comunidades Autónomas, son las Comunidades Canaria y Balear las que muestran una mayor especialización turística desde el punto de vista de esta variable (con un 20% y un 18% de los ocupados empleados en actividades turísticas, respectivamente).

### Estimaciones del mercado ecoturístico en España

En nuestro país, el turismo de sol y playa continúa representando entre el 65% y el 75% de la demanda turística final, tanto interna como de turismo receptor. Sin embargo, al igual que se ha observado en otros países y espacios de nuestro entorno, en España se ha asistido también a un intenso proceso de diversificación de la demanda turística hacia productos alternativos y, por consiguiente, de la configuración de la oferta que la satisface y de los recursos susceptibles de valorización turística. En este contexto, el turismo de naturaleza, rural o ecológico, ha despertado un creciente interés, tanto desde el punto de vista de la demanda como de las Administraciones y organismos públicos.

La juventud relativa de este tipo de actividades unida a las comunes dificultades de investigación turística hacen que, de nuevo, en España escaseen las estadísticas y estudios rigurosos que contribuyan a un mayor conocimiento del sector. Hasta el momento, las pocas mediciones que se han efectuado sobre la actividad se han centrado en aspectos parciales, basadas fundamentalmente en el alojamiento rural y similares, o en indicadores indirectos, como es la contabilización del número de visitantes a espacios protegidos o de singular riqueza natural y paisajística. Efectivamente, el punto de partida de los análisis más recientes ha sido la conceptualización del turismo de naturaleza como aquel que asocia su actividad a algún espacio protegido.

Antes de exponer y analizar las diversas magnitudes de las actividades ecoturísticas en España, o similares pues en su mayoría no coinciden con la delimitación de la actividad adoptada por este estudio, en la tabla 3.18 recogemos las principales estimaciones aportadas por diversos organismos e instituciones. A simple vista, la información contenida en la tabla nos muestra ya la variabilidad de estas estimaciones.

**Tabla 3.18: Diversas aproximaciones al sector ecoturístico en España: síntesis de las estimaciones más recientes**

Magnitud de observación	OMT	EUROPARC	INE	MMA
Nº de visitantes	10 millones <sup>(1)</sup>	30 millones <sup>(2)</sup>	-	-
Facturación/Ingresos (millones de €)	3.606	-	-	211
Alojamiento	-	-	5.496	3.500
Empleo	-	-	7.983	4.000

OMT: El mercado español del ecoturismo. Organización Mundial del Turismo, OMTa, 2002.

EUROPARC: Federación de Parques Naturales y Nacionales de Europa, 2000.

INE: Encuesta de Ocupación de Alojamientos de Turismo Rural (EOTR). Instituto Nacional de Estadística, 2001.

MMA: Informe de coyuntura del sector medioambiental en España. Ministerio de Medio Ambiente, 2001.

<sup>(1)</sup>: Mide únicamente las visitas a Parques Nacionales, año 2000.

<sup>(2)</sup>: Mide las visitas a cualquier área protegida, año 1999.

Fuente: Elaboración propia, 2003.

Como exponíamos, el punto de partida de numerosos diagnósticos que enfatizan las potencialidades del turismo de naturaleza comienza por destacar la riqueza y abundancia de recursos naturales en nuestro país. Según datos suministrados por la Federación Europea de Espacios Naturales y Nacionales, el territorio protegido en España asciende aproximadamente al 8,4% del total nacional (42.418 kilómetros cuadrados). Según esta misma fuente, el inicio de la explotación de estos espacios con fines de ocio turístico y recreación se sitúa en torno a la década de los setenta y ochenta; estimando que el número de visitantes a espacios protegidos ha pasado de los 4,2 millones en 1973 a los 20 millones en 1982, y a casi 30 en 1999.

La OMT corrobora esta tendencia afirmando que durante los noventa el número de visitantes a Parques Naturales en España se incrementó un 176%, con tasas de crecimiento sostenidas durante los últimos tres años del 26%. Concretamente, y para el año 2000, la OMT estima que el número de visitantes a parques Nacionales españoles se situó en torno a las 10.200.000 personas.

La oferta turística que de forma pareja se ha desarrollado acompañando esta tendencia se centra, fundamentalmente, en la oferta de alojamiento en espacios protegidos o sus áreas de influencia. Por otra parte, la OMT pone de manifiesto que la constitución de operadores especializados en la oferta de productos específicos relacionados con el ocio y disfrute de la naturaleza también ha experimentado un crecimiento, aunque aún moderado, durante los últimos años. Así, por ejemplo, de la encuesta realizada a touroperadores (TO) por la OMT se deriva que, aunque el 55% de los productos ofrecidos por los TO son “paquetes turísticos compartidos con contenidos convencionales o paquetes mixtos”, un 30% ofertan productos ecoturísticos “puros”. Las actividades incluidas en estos últimos son muchas y muy variadas. Entre las más importantes se consideran las siguientes: la observación de la fauna, senderismo de montaña, visita a áreas protegidas y conocimiento de tradiciones y culturas locales.

Otros indicadores indirectos de las tendencias alcistas observadas en la oferta y demanda de estas actividades en España los encontramos, por ejemplo, en la proliferación de guías y revistas especializadas en dar a conocer y promocionar estos nuevos segmentos de ocio y turismo; el creciente apoyo institucional a través de programas específicos de ámbito

nacional<sup>55</sup>, europeo<sup>56</sup> (como se detalla en el apartado 4 de este capítulo) o de las instituciones de las Comunidades Autónomas a través de cursos, seminarios, encuentros, etc<sup>57</sup>.

Todo lo anterior, nos hace suponer que el número de personas que dependen, directa o indirectamente, de la prestación de servicios a los visitantes (alojamiento, restauración, visitas guiadas, etc.), tanto en los espacios protegidos como en sus áreas de influencia, ha debido incrementarse considerablemente en la última década.

Como se ha expuesto en otras ocasiones, no existen estadísticas o medidas a escala nacional de las actividades ecoturísticas consideradas en su conjunto, limitándose las estimaciones al sector del alojamiento que, si bien es el que ostenta un mayor peso, no agota las posibilidades empresariales relacionadas con la demanda ecoturística. A este contexto se circunscriben las estimaciones efectuadas por el Instituto Nacional de Estadística y el Ministerio de Medio Ambiente, cuyos principales resultados pasamos a exponer a continuación.

Según la Encuesta de Ocupación de Alojamientos de Turismo Rural: Alojamientos de Turismo Rural (EOTR)<sup>58</sup>, iniciada por el INE en el 2001, el número de turistas que emplearon este tipo de infraestructuras de alojamiento durante ese año ascendió a 1,1 millones de personas que efectuaron 3,3 millones de pernoctaciones. La EOTR estima también que el personal empleado<sup>59</sup> en este tipo de infraestructuras en España asciende a 7.983 trabajadores distribuidos entre un total de 5.496 alojamientos rurales<sup>60</sup>.

Según esta encuesta, la demanda de este tipo de infraestructuras es predominantemente nacional (89%) y su distribución por Comunidades Autónomas oscila entre un 15% de pernoctaciones registradas en Castilla y León seguida de Cataluña con el 12%, hasta entre un 6% y el 8% de pernoctaciones que se registraron en Aragón, Cantabria, Asturias, Galicia y Navarra (la Comunidad Autónoma Andaluza ocupa el décimo lugar con un 5% de las

---

<sup>55</sup> Plan FUTURES, el nuevo Plan PICTE.

<sup>56</sup> Como, LEADER I, II, Plus; PRODER.

<sup>57</sup> Los espacios naturales protegidos como recurso turístico. Metodología para el estudio del Parque Nacional de Sierra Nevada. Trinidad Vacas Guerrero. Revista de Estudios Turísticos, nº 147 (2001), pp. 57-84. Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría General de Turismo. Secretaría de Estado de Comercio y Turismo.

<sup>58</sup> La Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural recoge información referente a todos los alojamientos de turismo rural según están definidos en las distintas normativas de cada Comunidad Autónoma. Se consideran, en general, alojamientos rurales aquellos establecimientos o viviendas destinadas al alojamiento turístico mediante precio, con o sin otros servicios complementarios y que estén inscritos en el correspondiente Registro de Alojamientos Turísticos de cada Comunidad Autónoma.

<sup>59</sup> El Instituto Nacional de Estadística lo define como el conjunto de personas, remuneradas y no remuneradas, que contribuyen mediante la aportación de su trabajo, a la producción de bienes y servicios en el establecimiento durante el mes que incluye el período de referencia de la encuesta, aunque trabajen fuera de los locales del mismo.

<sup>60</sup> EOTR, INE. Resumen del año 2001.

pernoctaciones). La distribución de esta demanda -o lo que es lo mismo, las preferencias del turista nacional- la corrobora también la OMT que afirma que el 38% del turismo interno relacionado con el ecoturismo se concentra en el norte de España, la denominada “España Verde”. En la encuesta efectuada por la OMT, Andalucía representa el 13,3% de la demanda de productos ecoturísticos a escala nacional, revelándose como uno de los destinos especialmente valorados.

El sector ha sido objeto de análisis desde otros ángulos. Así, en el marco del “Plan de Acción para el Empleo 1999”, el Ministerio de Medio Ambiente trabajó en un informe sobre el empleo en el sector del medio ambiente, presentado en junio de 1999, en el que se analizaban las características del sector ambiental en nuestro país. Fruto de estos trabajos se llegó a la realización del documento titulado “Estimación del Empleo Medioambiental en España”. En este documento se incorpora al “turismo ecológico”, que se asimila en este caso al turismo rural, como uno de los sectores que contribuyen a la estimación del empleo directo en el sector medioambiental. Una actualización de los datos presentados en este informe, realizada por el Ministerio de Medio Ambiente en el año 2001, estimaba que el volumen de mercado o de negocio asociado la demanda de alojamiento y restauración en el medio rural durante el año 2000 supuso alrededor de 211 millones de euros. En el mismo se estimaba, igualmente, que la oferta de establecimientos de alojamiento rural ascendía a 3.500 con una inversión asociada de 271 millones de euros durante el periodo 1992-2000; de los cuales, la tercera parte provienen del conjunto de las ayudas públicas y el resto de aportaciones privadas. En lo que respecta al empleo generado por esta actividad el diagnóstico reconoce que, si bien una buena parte de las casas rurales son una actividad complementaria realizada a tiempo parcial por el propietario de la instalación, ésta podría generar alrededor de unos 4.000 empleos directos anuales, generalmente procedentes de empresas de pequeño tamaño y carácter familiar<sup>61</sup>.

Aunque estos datos suponen una aproximación al tamaño del mercado de trabajo en el sector del turismo rural, debemos ser cautos en su interpretación. En primer lugar, las cifras recogidas por el MMA proceden de la información suministrada por la Asociación Española de Turismo Rural (ASETUR). ASETUR es una asociación de ámbito estatal que agrupa, fundamentalmente, propietarios de establecimientos de alojamiento rural de las distintas Comunidades Autónomas, por lo que las estimaciones anteriormente referidas se centran, casi exclusivamente, en este tipo de actividad excluyendo, por consiguiente, otras actividades complementarias que, aunque minoritarias, tienen una enorme trascendencia en la configuración de la oferta del sector. Adicionalmente, debemos tener en cuenta el hecho de

---

<sup>61</sup> Informe de coyuntura económica del sector medioambiental en España. Ministerio de Medio Ambiente, 2001.

que no todos los establecimientos de alojamiento rural pertenecen a este tipo de asociaciones, o se encuentran inscritos en registros oficiales.

Para finalizar el análisis del tamaño, evolución y características del mercado ecoturístico en España, expondremos algunos resultados relevantes obtenidos durante los trabajos preparatorios del Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE) -efectuado en 1999-; y los contenidos en el primer informe sobre el Mercado Ecoturístico Español, recientemente presentado por la OMT<sup>62</sup>.

La investigación efectuada por el PICTE acerca de la percepción del producto turístico español en uno de los mercados emisores más importantes para nuestro país, como es el europeo, derivaba que el interés por la naturaleza y el paisaje ocupaba el tercer puesto en importancia, en una lista de 11 respuestas motivacionales<sup>63</sup>.

En su valoración acerca del peso económico relativo de los principales productos turísticos españoles, medido en términos de estancia/pernoctaciones, el PICTE obtuvo que la participación del turismo rural en España era aún poco significativa en comparación con otros segmentos, aproximadamente de un 2%. No obstante, si al turismo rural sumamos otro segmento adicional que engloba al turismo de “naturaleza, paisaje y espacios protegidos”, la participación asciende al 5%, de lo que se deduce que este porcentaje representa, aproximadamente, al turismo con motivaciones ecoturísticas en España.

En cuanto a la valoración de los diversos segmentos en función de su grado de participación en los ingresos totales generados (66.111,11 millones de euros), el turismo rural y el turismo de paisaje y naturaleza suman 3.606 millones de euros lo que supone un 6% sobre el total.

Del Informe Especial desarrollado por la OMT con ocasión de los trabajos emprendidos durante el Año 2002, declarado Año internacional del Ecoturismo, destacamos los siguientes aspectos: la tipología y actitud de los consumidores ecoturísticos en el mercado español y los principales canales de comercialización y promoción del ecoturismo en España.

Entre las características socio-demográficas y económicas del turista ecológico analizadas por la OMT, destacamos las siguientes:

---

<sup>62</sup> *El mercado Español del Ecoturismo. Informe Especial, nº 14. Sección de Desarrollo Sostenible del Turismo. Organización Mundial del Turismo. Madrid, febrero de 2002.*

<sup>63</sup> *Estos resultados se obtuvieron de una encuesta dirigida a 2.529 residentes de países europeos.*

- ◆ El grupo de edad que más viajes de tipo ecoturístico realiza es el de 20 a 39 años (59%)
- ◆ Quienes más representan este grupo son las mujeres, un 55% frente al 45% de hombres
- ◆ El grupo de población que mejor responde al mercado ecoturístico pertenece al segmento de ingresos inferiores a 1.500 euros
- ◆ La mayoría de los ecoturistas ocupan cargos intermedios (42%) y poseen estudios universitarios (61%)
- ◆ Proviene de distintas zonas geográficas, principalmente áreas metropolitanas
- ◆ Preparan sus viajes personalmente o directamente en un 51% de los casos
- ◆ El 60% de los ecoturistas viajan, preferentemente, en verano

Entre las motivaciones analizadas por la OMT destaca la visita a espacios protegidos o Parques Naturales, que en la encuesta de preferencias supone el 21% de las motivaciones investigadas. Tras ésta, le siguen con igual valoración (17%) la “contemplación de paisajes sobresalientes”, “actividades deportivas” y “contemplar la fauna salvaje”.

Al respecto de los canales de comercialización y promoción analizados por la OMT, resulta de interés destacar los siguientes aspectos:

- ◆ El 52% de los TO y oficinas especializadas en España emplean el término ecoturismo en la promoción de sus productos
- ◆ Aunque la mayoría de los comercializadores consideran que es un producto con futuro, opinan que aún no se encuentra lo suficientemente implantado
- ◆ La mayor parte de los TO entrevistados por la OMT son partidarios del desarrollo de campañas integrales de información al turista y de sensibilización acerca de un comportamiento ético
- ◆ Los canales de promoción más empleados son el “boca a boca” e Internet (con cerca del 14%) seguidos de la celebración de ferias y salones especializados (12%)

### 3.5 GRANDES CIFRAS DEL TURISMO EN ANDALUCÍA

La exposición de las grandes cifras relacionadas con la economía turística en Andalucía reproducirá el esquema seguido en puntos anteriores comenzando, en consecuencia, con la descripción y análisis de los agregados macroeconómicos relacionados con el turismo. La estimación de los impactos del turismo sobre la producción y empleo regional se efectúa a partir de la metodología input-output y de la información contenida en las Cuentas Económicas Regionales, que permiten valorar la contribución del turismo a la economía andaluza considerada en su conjunto<sup>64</sup>.

#### 1. La contribución del turismo a la producción andaluza

Las estimaciones efectuadas para el año 2001, sitúan el valor de la producción turística<sup>65</sup> andaluza en 11.483,25 millones de euros, lo cual representa un 13% sobre el Producto Interior Bruto en nuestra Comunidad<sup>66</sup>. Centrándonos en esta variable, y en su evolución durante la última década, puede afirmarse que el turismo ha sido el responsable del 21,4% del crecimiento total de la economía andaluza durante el periodo 1990-1999, que supone una aportación de 2 puntos al crecimiento medio anual<sup>67</sup>.

Estas cifras, y su magnitud, no dejan ninguna duda acerca de la importancia económica de esta actividad en Andalucía. La tabla 3.19 y el gráfico 3.5 recogen la evolución de la producción turística andaluza a lo largo de la última década que, en términos absolutos, experimenta un crecimiento del orden del 159% respecto a los valores registrados en 1990, aunque con importantes variaciones interanuales. A excepción del año 1993, durante los noventa las tasas de variación anual del turismo se han encontrado por encima de la media del crecimiento de la economía regional, observándose un relativo estancamiento o estabilización al principio de la presente década.

---

<sup>64</sup> Al respecto de la información estadística sobre economía turística en Andalucía, nuestra Comunidad ha sido pionera en el desarrollo de los trabajos preparatorios a la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo de Andalucía (CSTA), de los cuales se viene encargando, desde 1995, el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA).

<sup>65</sup> La producción turística mide el valor de la producción necesaria para satisfacer la demanda del turista no residente en la Comunidad Autónoma.

<sup>66</sup> Balance del Año Turístico en Andalucía, 2001. Sistema de Análisis y Estadística del Turismo en Andalucía (SAETA). Consejería de Turismo y Deportes, Junta de Andalucía, 2002.

<sup>67</sup> J. Auriol et al: "Aproximación a la Cuenta Satélite Regional de Turismo a partir de las Cuentas Regionales. La experiencia de Andalucía en base al Marco Input-Output de 1995", 2000.

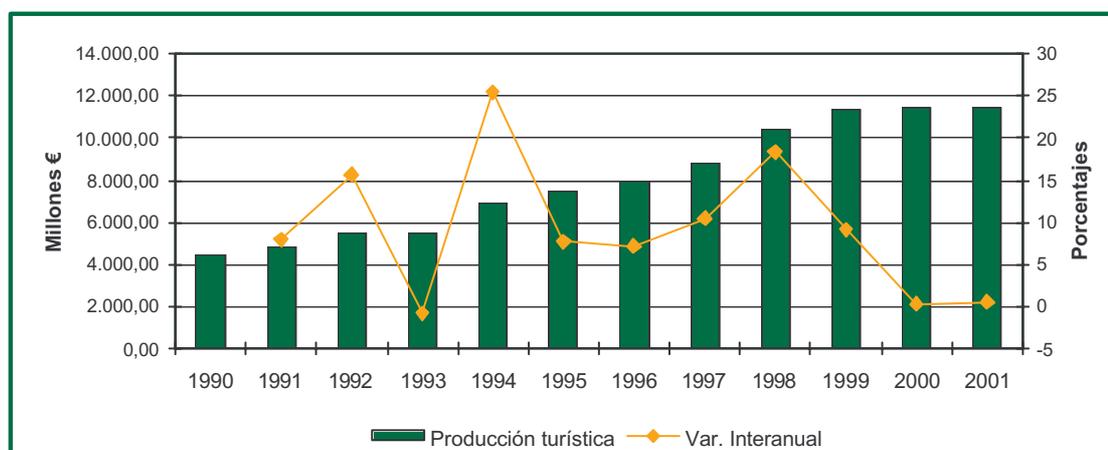
Como exponíamos al principio, la importancia del turismo no se deriva sólo del dinamismo que ha mostrado tener durante estos años sino de su contribución a la formación del PIB regional. En 1990 esta contribución se situaba en el 9,58% ascendiendo a porcentajes del 15% y 13% durante los años 2000 y 2001, respectivamente. En el año 2001, esta participación sobre el PIB regional supone una variación del 36% respecto al nivel registrado en 1990.

**Tabla 3.19: Valor de la producción turística en Andalucía. Periodo 1990-2001 (millones de euros corrientes)**

	Producción turística	Var. Interanual
1990	4.439,50	-
1991	4.793,60	7,98
1992	5.544,70	15,67
1993	5.504,40	-0,73
1994	6.905,70	25,46
1995	7.441,80	7,76
1996	7.973,80	7,15
1997	8.813,90	10,54
1998	10.428,80	18,32
1999	11.384,10	9,16
2000	11.419	0,31
2001	11.483,20	0,56
<b>Variación interanual media</b>		<b>9,29</b>
<b>Variación 1990-2001</b>		<b>158,65</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos suministrados por SAETA, 2003.

**Gráfico 3.5: Evolución del valor de la producción turística en Andalucía: producción en millones de euros y variación interanual. Periodo 1990-2001**



Fuente: elaboración propia a partir de los datos suministrados por SAETA, 2003.

La evolución y contribución de la producción turística al desarrollo de Andalucía muestra claramente un hecho que ha sido expuesto en multitud de diagnósticos de la economía andaluza, a saber, su creciente especialización en la producción de bienes y servicios destinados al turismo. Esta mayor especialización de nuestro sistema productivo en la economía turística viene explicada por múltiples factores, entre los que destacan dos principalmente:

- A. La favorable evolución del turismo durante la última década, donde al hecho de que el turismo internacional no ha dejado de crecer se le ha sumado un importante crecimiento del turismo nacional y andaluz en nuestra propia región, consecuencia del aumento de los niveles de renta y de la valoración social, cultural y ambiental de nuestro entorno; y
- B. El mantenimiento relativo de las ventajas competitivas, si bien, a este respecto hay que señalar que a lo largo del periodo éstas han dejado de basarse tanto en el diferencial de precios para apoyarse, en mayor medida, en la calidad y en la diferenciación de productos y servicios

## **2. Impactos del turismo sobre el empleo en Andalucía**

El empleo directo requerido por la economía andaluza para satisfacer la demanda turística durante el 2001 se estima en 211 mil personas. La tabla 3.20 y el gráfico 3.6 muestran la evolución de esta variable en el periodo 1990-2001, durante el cual el empleo directo derivado de la actividad turística ha experimentado un incremento del orden del 70%, con una variación interanual media del 6,5%. La evolución del empleo turístico mantiene, a grandes rasgos, la misma tendencia que la producción turística aunque, en comparación con esta última, los impactos de la demanda turística sobre el empleo son relativamente inferiores a los experimentados por la producción.

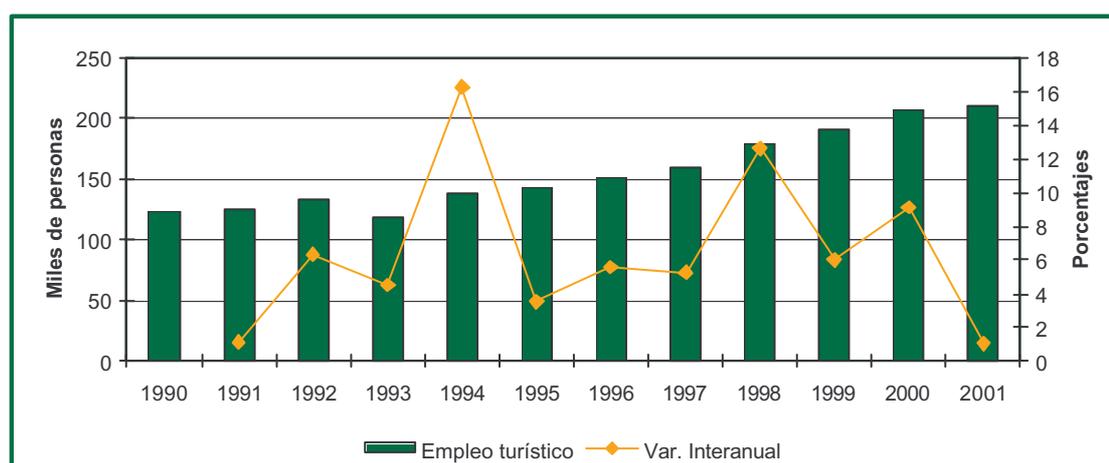
**Tabla 3.20: Evolución del empleo turístico en Andalucía. Periodo 1990-2001 (miles de personas)**

	<b>Empleo turístico</b>	<b>Var. Interanual (%)</b>
1990	123,4	-
1991	124,8	1,13
1992	132,7	6,33
1993	119,3	4,52
1994	138,7	16,26

	Empleo turístico	Var. Interanual (%)
1995	143,6	3,53
1996	151,6	5,57
1997	159,6	5,27
1998	179,8	12,65
1999	190,6	6,00
2000	208	9,12
2001	210,2	1,05
<b>Variación interanual media</b>		<b>6,49</b>
<b>Variación 1990-2001</b>		<b>70,34</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos suministrados por SAETA, 2003.

**Gráfico 3.6: Evolución del empleo turístico en Andalucía: empleados en miles de personas y variación interanual. Período 1990-2001**



Fuente: elaboración propia a partir de los datos suministrados por SAETA, 2003.

En términos de su participación sobre el empleo total en Andalucía, ésta se sitúa en el 9,3% en el año 2001, porcentaje también algo inferior a la participación de la producción turística sobre PIB regional, pero indudablemente significativa en la generación de empleo en nuestra Comunidad Autónoma. Efectivamente, durante el periodo 1990-2001 la contribución media del empleo turístico al empleo total de Andalucía se ha situado en torno al 8%, con porcentajes cercanos al 10% durante el 2000 y nunca inferiores al 6,5% en todo el periodo considerado (tabla 3.21).

**Tabla 3.21: Evolución de la participación del empleo turístico sobre el empleo total en Andalucía. Periodo 1990-2001 (miles de personas)**

	Empleo turístico	Empleo total	Participación (%)
1990	123,4	1.822,50	6,77
1991	124,8	1.834,1	6,80
1992	132,7	1.802,60	7,36
1993	119,3	1.696,70	7,03
1994	138,7	1.688,30	8,22
1995	143,6	1.731,50	8,29
1996	151,6	1.822,30	8,32
1997	159,6	1.879,70	8,49
1998	179,8	1.961,00	9,17
1999	190,6	2.070,20	9,21
2000	208	2.168,80	9,59
2001	210,2	2.263,20	9,29
<b>Contribución media al empleo andaluz</b>			<b>8,21</b>

Fuente: elaboración propia a partir de los datos suministrados por SAETA, 2003.

### 3. Impactos directos e indirectos del turismo en la economía andaluza

La utilización de la metodología input-output nos permite determinar los efectos indirectos, en términos de producción y de empleo, de la satisfacción de la demanda turística. Las tablas 3.22 y 25 resumen los impactos totales del consumo turístico sobre la producción y el empleo en Andalucía en el año 2001.

**Tabla 3.22: Impacto de la producción turística sobre la economía andaluza. Año 2001 (millones de euros)**

	Efecto total	Efecto directo	Efecto indirecto
Primario	381,75	48,36	333,38
Energía e industria básica	955,56	198,22	757,35
Industria de bienes intermedios	166,78	24,62	142,15
Alimentación y bebidas	1.157,35	171,01	986,34
Textil, confección, cuero y calzado	38,80	20,87	17,93
Manufacturas	46,80	22,41	24,18
Construcción	111,89	0,00	111,89
Comercio	1.317,64	660,98	648,65
Restauración	6.432,07	6.355,13	76,94
Hostelería	2.700,60	2.633,10	67,50

	Efecto total	Efecto directo	Efecto indirecto
Reparaciones y transportes	977,39	561,29	416,11
Comunicaciones	327,12	153,14	173,97
Ocio y cultura	301,17	283,77	17,40
Servicios destinados a la venta	1.319,15	342,34	976,81
Otros servicios	22,56	0,00	22,56
<b>Total</b>	<b>16.256,83</b>	<b>11.483,25</b>	<b>4.773,98</b>

Fuente: SAETA. Recogido en Balance del año turístico en Andalucía, 2001. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, 2002.

**Tabla 3.23: Impacto del turismo sobre el empleo en Andalucía. Año 2001**

	Efecto total	Efecto directo	Efecto indirecto
Primario	9.621	1.233	8.388
Energía e industria básica	2.325	207	2.118
Industria de bienes intermedios	1.851	281	1.570
Alimentación y bebidas	6.462	1.115	5.348
Manufacturas	1.521	825	696
Construcción	1.557	-	1.557
Comercio	23.867	14.045	9.823
Restauración	118.159	116.746	1.413
Hostelería	54.840	53.470	1.371
Reparaciones y transportes	13.745	8.085	5.60
Comunicaciones	3.775	1.767	2.008
Ocio y cultura	6.300	5.936	364
Servicios destinados a la venta	17.251	6.588	10.664
Otros servicios	261	-	261
<b>Total</b>	<b>261.537</b>	<b>210.297</b>	<b>51.240</b>

Fuente: SAETA. Recogido en Balance del año turístico en Andalucía, 2001. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, 2002.

El efecto multiplicador del complejo turístico sobre la producción andaluza se cifraba en 1,41 en el año 2001. Esto significa que de cada 100 euros de consumo (gasto) turístico, es necesario producir por valor de 141 euros y, por consiguiente, la medición del valor total de la producción turística en Andalucía durante el 2001 asciende a 16.256,83 millones de euros.

Por otra parte, por cada 100 empleos directamente relacionados con la actividad turística se generan 24 empleos adicionales, lo que supone un empleo total relacionado con el turismo de 261.537 personas en el 2001.

Tanto en términos de producción como de empleo, los sectores que acaparan los mayores porcentajes de impactos directos son los caracterizados como genuinamente turísticos, hostelería y restauración. Estos sectores suponen el 78% y el 81% de la producción y el empleo directamente relacionado con el turismo, respectivamente. Los efectos indirectos se concentran en el sector primario y en la industria, que acaparan un 47% y un 38% de la producción y empleos indirectos.

Hasta aquí, las grandes cifras de la economía turística en Andalucía no ofrecen ninguna duda de la envergadura y posición estratégica del turismo para el desarrollo regional. En términos agregados, y durante un periodo de tiempo que dista mucho de ser coyuntural, el turismo ha contribuido positivamente al mantenimiento tanto de rentas como de oportunidades de empleo que, en mayor o menor grado, se han beneficiado -y continúan beneficiándose- del continuo crecimiento de la demanda turística. Estos grandes agregados, no obstante, no aportan información suficiente acerca de la posición competitiva del turismo andaluz en un escenario mundial más amplio y globalizado, donde el desarrollo tecnológico y el acceso a nuevos mercados amenazan a largo plazo la permanencia de Andalucía en posiciones privilegiadas en el ranking internacional. El mantenimiento de esta posición y, por consiguiente, la estabilidad de los agregados económicos relacionados con la economía turística, se encuentran estrechamente relacionados con la calidad de los servicios prestados y la productividad del trabajo; variables éstas que no se incorporan a la información suministrada por las magnitudes macroeconómicas.

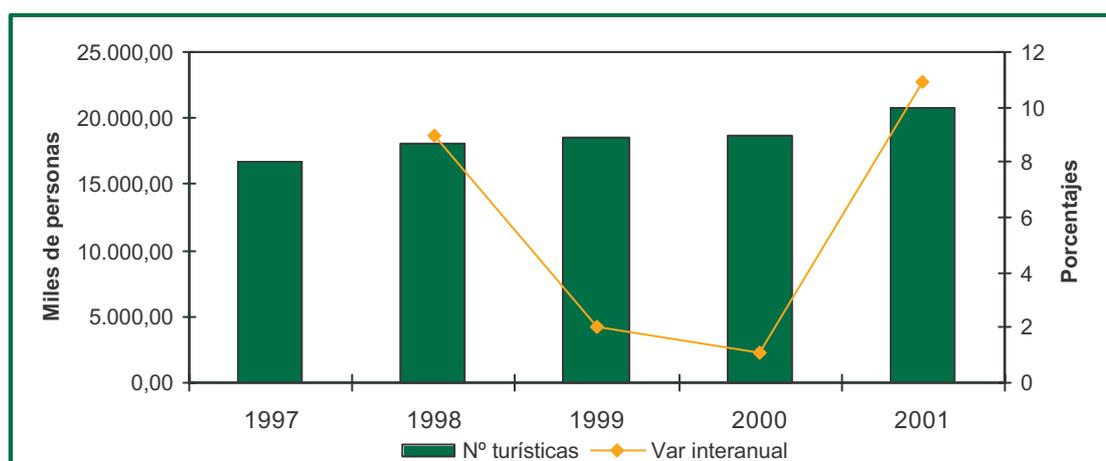
El apartado destinado a la descripción de los “*Grandes rasgos del empleo en el sector turístico andaluz*” tratará de profundizar más en las características estructurales básicas del mercado de trabajo turístico.

#### **4. Otras características de la actividad e industria turística en Andalucía**

Para finalizar presentaremos los principales indicadores no monetarios relacionados con la industria turística en Andalucía. Los indicadores no monetarios se refieren a los dos grandes componentes de la economía turística: la demanda, que recoge el flujo de viajeros; y la correspondiente a la oferta de establecimientos según actividades características. De ellos se derivan las siguientes magnitudes.

Durante el año 2001 visitaron nuestra comunidad 20,8 millones de turistas, de los que 9,5 millones eran extranjeros<sup>68</sup> (46% del total). La cifra de visitantes alcanzada durante el 2001 supone un incremento interanual del 10,9%. Por provincias, Málaga ha sido la que ha captado el mayor número de turistas, con un 37,7% del total; seguida a gran distancia por Cádiz, Almería y Granada (gráfico 3.7).

**Gráfico 3.7: Evolución de las llegadas de turistas a Andalucía (miles de personas) y variación interanual (%)**



Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), IEA, 2002.

Desde el punto de vista de la oferta, la capacidad de alojamientos turísticos reglados en Andalucía, según el Registro de Actividades Turísticas (REAT), es de 337.955. Esta cifra supone un incremento de la capacidad de alojamiento en nuestra comunidad respecto al año anterior del orden del 5,1% que, a pesar de ser importante, no iguala la magnitud del cambio experimentado en la demanda que, como vimos, estuvo próxima al 11%. La caracterización de esta oferta según las diversas modalidades de alojamiento colectivo se muestra en la tabla 3.24.

<sup>68</sup> En términos de turismo receptivo extranjero Andalucía equivale a Tailandia o al conjunto de Oceanía, superando en más del doble a destinos turísticos como Cuba, República Dominicana o Argentina.

**Tabla 3.24: Capacidad de oferta de alojamiento en Andalucía y variaciones interanuales 2000-2001**

Tipo de alojamiento	2000		2001		Variación 2000-2001
	Nº plazas	Particip. (%)	Nº plazas	Particip. (%)	
Hoteles	151.408	47,1	162.497	48,1	7,3
Pensiones	31.346	9,7	32.849	9,7	4,8
Apartamentos	46.413	14,4	47.962	14,2	3,3
Camping	92.489	28,8	94.647	28,0	2,3
<b>Total plazas</b>	<b>321.656</b>	<b>100</b>	<b>337.955</b>	<b>100</b>	<b>5,1</b>

Fuente: REAT. Recogido en Balance del año turístico en Andalucía, 2001. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, 2002.

La tabla 3.25 informa del tamaño de las unidades empresariales turísticas en función del número de trabajadores asalariados. Como podemos comprobar, el tejido empresarial turístico andaluz reproduce la caracterización de atomización de la industria registrada en el resto de ámbitos analizados. El 60% tiene menos de cinco empleados, y este porcentaje asciende al 91% si consideramos conjuntamente todas aquellas empresas con menos de 20 asalariados.

**Tabla 3.25: Distribución de las empresas turísticas en Andalucía según su tamaño (número de asalariados en el año 2001)**

Actividades características	Sin empleo conocido	De 0-5	De 6-19	De 20-49	De 50-99	Más de 100	Total
Hoteles y similares	321	2.005	540	227	86	41	3.220
Restauración	2.850	41.098	2.359	346	35	2	46.690
Transporte terrestre	986	12.131	1.429	206	34	10	14.796
Transporte marítimo	8	30	7	6	0	2	53
Transporte aéreo	1	12	4	0	0	0	17
Anexas al transporte	577	2.363	656	127	18	24	3.765
Actividades recreativas, culturales y deportivas	1.048	4.787	632	178	37	8	6.690
<b>Total</b>	<b>5.470</b>	<b>60.421</b>	<b>5.087</b>	<b>863</b>	<b>124</b>	<b>46</b>	<b>72.011</b>

Fuente: Directorio de Establecimientos con Actividad Económica en Andalucía. Año 2001. Instituto de Estadística de Andalucía, 2002.

Según se deriva de los anteriores datos, la mayor parte de las empresas y, por consiguiente del empleo generado, se concentra en el sector de hostelería (69,27% de las empresas), con una acentuada concentración en las actividades de restauración (con un 65% sobre el total de empresas).

### Grandes rasgos del empleo en el sector turístico andaluz

El contexto y objeto concreto de este estudio aconsejan una caracterización del empleo turístico en Andalucía más extensa que la efectuada hasta el momento en el resto de ámbitos considerados. Para ello se ha efectuado un análisis de las series y variables características del mercado laboral comparando las magnitudes de actividad, ocupación y paro del sector hostelero andaluz, tomando como base las series anuales comprendidas entre 1995 y 2001. Este ejercicio nos ha permitido efectuar un análisis horizontal del mercado laboral en el sector hostelero con las mismas variables referentes al mercado laboral regional. La información contenida en estas series posibilita también un análisis del empleo por sexos y edad de los trabajadores.

En lo que respecta al tamaño de la **oferta de mano obra en hostelería**, la población activa en el sector representó el 6,34% de los activos totales en Andalucía en el año 2001 (184.300 activos en términos absolutos) (tabla 3.26). La consideración de un ciclo relativamente amplio nos permite analizar la evolución cíclica de la actividad. Efectivamente, aunque tanto los activos en hostelería como el total de activos experimentan un crecimiento del 11% entre 1995 y 2001, aproximadamente, las oscilaciones interanuales mostradas por los demandantes de empleo turístico son muy superiores a las del mercado en su conjunto. Mientras que la población activa andaluza presenta un ritmo de crecimiento interanual relativamente constante, en torno a un crecimiento medio del 2%, la población activa en hostelería evoluciona de forma claramente cíclica, presentando años negativos en los que se pierde activos y años con crecimientos muy significativos (superior al 10% en 1998).

Por otra parte, es interesante resaltar que los activos en hostelería en Andalucía han mantenido una elevada participación sobre los activos totales en hostelería en España durante el periodo considerado (una participación media del 17,5% sobre el total nacional).

**Tabla 3.26: Evolución de la población activa en hostelería y la población activa total en Andalucía. Periodo 1995-2001 (medias anuales en miles de personas)**

	Activos totales	Variación (%)	Activos en hostelería	Variación (%)	Activos hostelería sobre total de activos
1995	2.619,90	-	166,3	-	6,34
1996	2.697,60	2,97	159,9	-3,85	5,9
1997	2.754,20	2,10	163,4	2,19	5,9
1998	2.779,40	0,91	159,3	-2,51	5,7
1999	2.829,70	1,81	176,5	10,80	6,2

	Activos totales	Variación (%)	Activos en hostelería	Variación (%)	Activos hostelería sobre total de activos
2000	2.872,00	1,49	185	4,82	6,4
2001	2.905,67	1,17	184,3	-0,38	6,3

Fuente: elaboración propia a partir de la información del IEA, EPA y SAETA, 2003.

A lo largo de todo el periodo considerado, la media de ocupados en hostelería sobre la población ocupada total es superior a la participación de los activos, situándose en promedio alrededor del 7%. En este caso, la variación total de la población ocupada en hostelería es superior a la variación total en la ocupación andaluza, un 27% frente a un 24%, mostrando así un dinamismo superior al regional en su conjunto (y también muy superior al registrado por la población ocupada en hostelería en España, que se incrementa sólo un 19% entre 1995 y 2001). Aunque de forma un poco más suave, los ocupados en hostelería experimentan el mismo comportamiento cíclico que el observado en los activos.

**Tabla 3.27: Evolución de la población ocupada en hostelería y la población ocupada total en Andalucía. Periodo 1995-2001 (medias anuales en miles de personas)**

	Ocupados totales	Variación (%)	Ocupados en hostelería	Variación (%)	Ocupados hostelería sobre ocupados totales
1995	1.722,22	-	124	-	7,20
1996	1.822,30	5,81	117,8	-5,00	6,46
1997	1.879,60	3,14	124,3	5,52	6,61
1998	1.961,00	4,33	124,1	-0,16	6,32
1999	2.070,20	5,57	139,9	12,73	6,75
2000	2.168,80	4,76	149,6	6,93	6,89
2001	2.263,20	4,35	149,7	0,07	6,61

Fuente: elaboración propia a partir de la información del IEA, EPA y SAETA, 2003.

En lo que respecta a la población parada en hostelería, exceptuando 1999, ésta no deja de descender entre 1995 y 2001, mostrando porcentajes sensiblemente superiores al descenso del número de desempleados totales en Andalucía hasta 1999, y sensiblemente inferiores a partir de esa misma fecha. El mayor crecimiento relativo de la población activa en hostelería en el periodo considerado es una de las causas de que, en el cómputo final, los desempleados en este sector experimenten un menor descenso (19,15%) que la reducción de la población parada en la región (28,7%). Por otra parte, la participación de los desempleados en el sector hostelero andaluz sobre el sector hostelero nacional es sensiblemente superior a los

porcentajes de participación de activos y ocupados, situándose en promedio en torno al 25% del total nacional.

**Tabla 3.28: Evolución de la población parada en hostelería y la población parada total en Andalucía. Periodo 1995-2001 (medias anuales en miles de personas)**

	Población parada	Variación (%)	Parados en hostelería	Variación (%)	Parados en hostelería sobre parados totales
1995	892,54	-	42,8	-	4,80
1996	879,16	-1,50	42,2	-1,40	4,80
1997	868,88	-1,17	39,1	-7,35	4,50
1998	820,93	-5,52	35,3	-9,72	4,30
1999	762,50	-7,12	36,6	3,68	4,80
2000	708,00	-7,15	35,4	-3,28	5,00
2001	636,30	-10,13	34,6	-2,26	5,44

Fuente: elaboración propia a partir de la información del IEA, EPA y SAETA, 2003.

El análisis de la información proveniente de la Encuesta de Población Activa en el sector de hostelería nos permite testar adicionalmente alguno de los rasgos apriorísticamente asignados al mercado de trabajo que le es característico: elevada participación de la mujer y del colectivo de población joven y bajos niveles de cualificación de los ocupados.

Respecto a la participación de la mujer en el mercado de trabajo turístico, ésta se encuentra ligeramente por encima de su participación media en el empleo regional, aunque las diferencias no son significativas (un 40% en hostelería frente a un promedio del 38% en el total regional). El análisis por edades pone de manifiesto que el grupo de empleados más significativo es el de personas de mediana edad, entre 25 y 34 años, seguidos de los ocupados cuya edad oscila entre los 34 y los 45 años. Ambos grupos representaban al 55% de los ocupados en el sector durante el año 2000. El colectivo de jóvenes, entre 16 y 24 años, también presenta una participación elevada con el 21%. Por último, en la tabla 3.29 reflejamos la distribución de la población activa en hostelería según sus niveles de instrucción. En ella se comprueba que el peso de la población con niveles de cualificación muy bajos (analfabetos o sólo con graduación máxima de EGB completa o equivalente) es excepcionalmente elevada en la actividad (un 74%).

**Tabla 3.29: Población activa en hostelería según niveles de instrucción. Año 1999**

Grado de instrucción	Hombres (%)	Mujeres (%)	Total (%)
Analfabetos	7,25	10,93	8,73
EGB (1ª etapa y equivalente)	28,76	24,33	26,98
EGB completo y equivalente	39,06	34,87	37,38
FP I	6,75	7,40	7,01
FP II	6,08	6,20	6,13
BUP/equivalente	8,11	9,86	8,81
Universitarios	1,85	3,57	2,54
Otros	2,15	2,83	2,43
	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Fuente: EPA. Elaboración SAETA. 2000.

### Estimaciones del mercado ecoturístico en Andalucía

El mercado ecoturístico andaluz, tal y como ha sido definido en este estudio, no ha sido objeto de una valoración específica -integradora y global- de sus potencialidades y estado actual de desarrollo. Por similares razones a las mencionadas en otros ámbitos, la aproximación a este segmento del mercado turístico se ha efectuado de forma parcial, y sólo muy recientemente. A estas aproximaciones nos referiremos a continuación resaltando, de nuevo, la dispersión de conceptos y magnitudes objeto de medida. La tabla 3.30 contiene una síntesis de los principales indicadores relacionados, directa e indirectamente, con el desarrollo de las actividades ecoturísticas obtenidos del proceso de investigación bibliográfica efectuada por el equipo de trabajo.

**Tabla 3.30: Diversas aproximaciones al sector ecoturístico en Andalucía: síntesis de las estimaciones más recientes**

Magnitud de observación	SAETA	INE	CMA	IEA
Nº Establecimientos alojativos	424	285	95	-
Plazas	2.733	2.021	-	-
Empleo	-	486	-	75.000

SAETA: *Balance del Año Turístico en Andalucía, 2001. Sistema de Análisis y Estadística de Turismo en Andalucía. Consejería de Turismo y Deportes, 2002.*

INE: *Encuesta de Ocupación de Alojamientos de Turismo Rural (2001). Instituto Nacional de Estadística, 2002.*

CMA: *Medio Ambiente en Andalucía. Informe 2001. Consejería de Medio Ambiente, 2002.*

IEA: *Nuevos Yacimientos de Empleo en Andalucía. Instituto de Estadística de Andalucía, 2000.*

Fuente: elaboración propia, 2003.

La amplia dispersión de los estimadores proviene, en gran medida, de la heterogeneidad de metodologías empleadas, que incorporan una delimitación diferente de las actividades y la explotación de fuentes estadísticas de muy diversa naturaleza.

Comenzando por la aproximación efectuada por el organismo competente en materia de turismo en nuestra Comunidad Autónoma, hay que resaltar que la consideración independiente de un segmento específico de demanda y actividad turísticas centrado en la naturaleza se efectúa, por primera vez, en el nuevo Plan de Actuaciones 2000-2004. En este Plan se establecen las prioridades del Sistema de Información y Estadística de Turismo de Andalucía (SAETA) y las necesidades que debe cubrir la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). En esta nueva versión, la ECTA explota información turística desagregada en cinco grandes segmentos de demanda turística: 1) Turismo de sol y playa; 2) Turismo cultural; 3) Turismo de naturaleza y rural; 4) Turismo de negocio y reuniones; y 5) Turismo de golf.

La acotación de estos segmentos se efectúa, fundamentalmente, desde el punto de vista de la demanda, es decir, desde el punto de vista de las motivaciones de los visitantes al consumirlos; aunque también combina criterios territoriales. Desde esta perspectiva, la ECTA no establece una distinción clara entre turismo rural y turismo de naturaleza que, apriorísticamente, considera diferenciados según el territorio donde se desarrollan, pero que trata conjuntamente desde el punto de vista de la demanda.

En su informe, la Consejería de Turismo asocia directamente el desarrollo y potencialidades de este segmento con la cantidad de figuras de protección en los municipios andaluces. En este sentido, destaca que de los 781 municipios andaluces, 337 cuenta con alguna figura de protección natural, que son el motivo del 52% del total de pernoctaciones efectuadas en Andalucía durante el 2001.

La descripción de la oferta turística asociada a este segmento se restringe al tratamiento de la información disponible sobre "Establecimientos Turísticos Rurales", cuya evolución entre 1999 y 2000 se recoge en la tabla 3.31.

**Tabla 3.31: Establecimientos turísticos rurales y capacidad de alojamiento por provincias en Andalucía. Años 1999-2001**

	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	Total
<b>1999</b>									
Establecic.	-	-	-	-	-	-	-	-	240
Plazas	-	-	-	-	-	-	-	-	1.606
<b>2000</b>									
Establec.	20	25	40	42	56	49	79	8	319
Plazas	174	166	270	299	281	325	474	106	2.095
<b>2001</b>									
Establec.	27	37	50	50	79	56	111	14	424
Plazas	201	234	342	365	373	359	693	166	2.733

Fuente: Consejería de Turismo y Deporte. Recogido en el Anuario Estadístico de Andalucía. Instituto de Estadística de Andalucía, 2002.

Según esta encuesta, el número de establecimientos turísticos rurales ha crecido un 77% y su capacidad, medida en número de plazas, otro 70% entre 1999 y 2001. Centrándonos en el incremento durante el último año, que asciende al 33%, el experimentado por los establecimientos de alojamiento rural se encuentra muy por encima del aumento de la oferta de alojamiento total en Andalucía, que se situó en el 5,1%.

La distribución de estas infraestructuras por provincias muestra una clara concentración en Málaga (26%) y Huelva (18%), ocupando el último lugar la provincia de Sevilla con sólo el 3% de los alojamientos registrados. También se observa, que el aumento de esta oferta en todas las provincias durante el último año ha sido muy significativo, por encima del 25% en todos los casos, a excepción de Jaén donde sólo experimentan un crecimiento del 14%.

Como exponíamos, en su análisis territorial la ECTA distingue entre municipios con "interés natural" y "municipio rural". Por municipios con "interés natural" entiende todas aquellas localidades que cuentan con algún espacio protegido en su término municipal - independientemente de la figura de protección-; y en su diagnóstico determina que la participación de estos municipios en el número total de plazas de alojamiento rural en Andalucía asciende al 57%.

Las estimaciones que, para el mismo año y sobre la misma variable, efectúa el Instituto Nacional de Estadística divergen bastante de las ofrecidas por la ECTA. Como se observa en la tabla 3.30, según el INE el número de alojamientos de turismo rural abiertos en Andalucía durante el 2001 ascendió a 285 establecimientos, que se corresponden con el 5,18% de la oferta nacional de este tipo de infraestructuras, cifra que supone un 33% menos de los

establecimientos censados por la ECTA. Las estimaciones de la capacidad de alojamiento en ambas fuentes se encuentran, en cambio, más cercanas: 2.021 plazas según el INE y 2.733 según la ECTA.

Las divergencias al respecto de la valoración del impacto y envergadura de estas actividades son aún mayor si nos centramos en la variable empleo. Según la EOTR del INE el empleo directamente asociado a las actividades de alojamiento turístico rural en Andalucía durante el año 2001 asciende a 486 personas (6% del empleo estimado para el total nacional). Por otra parte, el Instituto de Estadística de Andalucía en su evaluación acerca de los Nuevos Yacimientos de Empleo, estimaba que el empleo asociado al consumo de nuevos productos turísticos relacionados con el “turismo rural, natural y cultural” ascendía a las 75.000 personas en el año 2000. Como puede comprobarse, estas estimaciones no son comparables por diversas razones, entre las que destacan: la disparidad de actividades consideradas y las hipótesis adoptadas en el cálculo de los empleos asociados al desarrollo de las mismas.

La encuesta del INE sólo toma en consideración una actividad turística específica –la de alojamiento- entre las muchas que pueden ofertarse en el medio rural dejando fuera, por consiguiente, todas las actividades relacionadas con la restauración y la oferta complementaria en estos ámbitos. El IEA, por su parte, centra su estimación en la acotación de la actividad turística desde su conceptualización como Nuevo Yacimiento de Empleo (NYE). En el ámbito de los NYE, tal y como fueron delimitados por la Comisión Europea en 1993, estas actividades comprenderían todas aquellas prácticas relacionadas con el consumo de “nuevas formas de turismo” que engloba, como decíamos, al turismo rural, natural y cultural. Adicionalmente, para la estimación del empleo relacionado con estas actividades, el INE adopta unas hipótesis, cuanto menos, muy optimistas acerca de la distribución del gasto entre residentes y no residentes, a partir del cual estima el empleo. Así por ejemplo, adopta la hipótesis de que la totalidad del gasto turístico ejecutado en las provincias de interior es gasto en turismo rural, cultural y natural. Con este criterio estima que alrededor del 27% del gasto en turismo en Andalucía está vinculado con esta modalidad. Las cifras básicas del ámbito estimadas por el IEA, calculada a partir de la Encuesta a los Hogares, se sintetiza en la tabla 3.32.

**Tabla 3.32: Caracterización económica del turismo rural, cultural y natural en Andalucía. Cifras básicas (millones de pesetas de 1998)**

Gasto Privado	501.837
Gasto Público	4.761
Producción s.f.	473.768
VAB s.f.	265.310

Coste del personal	185.717
Sueldos y salarios	146.716
Cotizaciones a la Seguridad Social	39.001
Empleo	75.220

*Fuente: Nuevos yacimientos de empleo en Andalucía. IEA, 2000.*

Asumiendo la relación directa que se entabla entre las actividades ecoturísticas y la existencia de espacios naturales con singulares valores medioambientales, ecológicos y paisajísticos, no hemos querido dejar de considerar en este apartado las infraestructuras de uso público instaladas en la Red de Espacios Naturales de Andalucía (RENPA). Los equipamientos e iniciativas emprendidas en el ámbito de la RENPA constituyen el principal recurso, junto con la riqueza natural andaluza, sobre el cual potenciar el desarrollo de actividades ecoturísticas en nuestra Comunidad. En la tabla 3.33 hemos reflejado las infraestructuras de alojamiento y acampada en los Espacios Naturales gestionadas por la Administración Autonómica (directamente o en régimen de concesión administrativa). La distribución de estas instalaciones según las diversas modalidades de alojamiento se recoge en la tabla 3.33.

A pesar de ser importantes, estas infraestructuras no agotan la oferta de equipamientos en los espacios naturales, a ellas debemos añadir los equipamientos de carácter informativo, educativo, recreativo y de servicios; que constituyen una infraestructura esencial para la gestión y control del desarrollo de las actividades turísticas en estos espacios.

**Tabla 3.33: Infraestructuras y equipamientos de uso público en los Espacios Naturales Protegidos de Andalucía**

Tipo de infraestructura	Modalidad	Número
Acogida e información	Casa de artesanía	1
	Centro de visitantes	26
	Punto de información	18
Alojamiento y acampada	Casa rural	5
	Hotel de montaña	8
	Refugio	39
	Área de acampada	7
	Camping	7
	Zona de acampada libre organizada	29
Esparcimiento y recreo	Área recreativa	162
	Carril cicloturismo	21

<b>Tipo de infraestructura</b>	<b>Modalidad</b>	<b>Número</b>
Observación e interpretación	Observatorio de uso científico	37
	Ecomuseo	2
	Mirador	98
	Sendero señalizado	332
	Parque de fauna silvestre	1
Educativos	Aula de la naturaleza	7
	Aula del mar	1
	Complejo de educación ambiental	1
	Jardín botánico	9

*Fuente: Medio Ambiente en Andalucía. Informe 2001. Consejería de Medio Ambiente, 2002.*

En su conjunto, el número de visitas registradas en estos equipamientos durante el año 2001 ascendió a 656.204.

A estas infraestructuras debemos añadir otras derivadas de los proyectos e iniciativas de la Consejería de Medio Ambiente relacionadas con los Corredores Verdes e íntimamente vinculadas a las prácticas ecoturísticas en nuestra región. Nos referimos concretamente, a la Red Andaluza de Vías Pecuarias que, con una extensión de 24.087 Km., es la más extensa de España.

La conjunción de todos estos recursos determinan, junto con la demanda de estas actividades, el tamaño y posibilidades de desarrollo de las actividades ecoturísticas en Andalucía (una descripción de las actuaciones públicas más relevantes sobre estos espacios se recoge en el capítulo 5 del informe).

Para finalizar esta aproximación al mercado ecoturístico en Andalucía proveniente de la explotación y análisis de fuentes estadísticas secundarias, el recuadro 3.4 recoge brevemente las características más relevantes de la demanda ecoturística ofrecidas por la ECTA.

**Recuadro 3.4: Caracterización de la demanda ecoturística en Andalucía**

- El mercado más relevante de esta tipología turística es el nacional (74,3% de la cuota de mercado)
- Del mercado nacional, los provenientes del resto de España representan el 50%
- Los turistas de este segmento presentan un alto grado de fidelidad (45,1%)
- Disfrutar de la naturaleza y del entorno natural fue la motivación principal del viaje para el 6% de los turistas que visitaron Andalucía durante el año 2001
- El perfil del ecoturista que visita Andalucía reúne las siguientes características: categoría socioeconómica: media-alta; edad: todas las edades, con predominio de jóvenes; sexo: por igual; nivel de estudios: medio
- El tipo de alojamiento más utilizado es el hotelero y las casas rurales (34,6% y 18,8%, respectivamente)
- El gasto medio diario se sitúa en los 40,47 €. Un 43,4% se destina a restauración y el resto principalmente a alojamiento (29,6%) y a compras (12,3%)
- El paisaje y los parques naturales son uno de los aspectos más valorados por los turistas (por encima de la valoración media de otros factores)

#### **4. ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS EN MATERIA DE ECOTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE**

El análisis de las principales estrategias de actuación en materia de turismo, entendido en sentido amplio, nos ayudará a poner de manifiesto la evolución de sus principales demandas y desafíos, así como las prioridades de actuación establecidas para afrontarlos y para garantizar un desarrollo ordenado y sostenible de la principal actividad económica mundial.

Para analizar esta evolución, en el capítulo se recogen cronológicamente los principales compromisos y acuerdos que afectan a la ordenación de las actividades turísticas, en general, y ecoturísticas, en particular. Como tendremos ocasión de comprobar, la transversalidad propia de las actividades de naturaleza turística ha determinado la injerencia de una gran variedad de políticas sectoriales en su ordenación. Podríamos decir que en todos los ámbitos de análisis considerados, no es prácticamente hasta la década de los noventa cuando se comienza a diseñar estrategias específicas destinadas a la regulación del turismo entendido como un sector de actividad autónomo. La constatación de la envergadura económica del turismo, con un creciente peso en todas las economías occidentales, determina la necesidad de la puesta en marcha de actuaciones específicas para garantizar un desarrollo ordenado del mismo. Por otra parte, las sinergias que se entablan entre el ámbito medioambiental y el propiamente turístico lo convierten en un punto de mira preferente en el proceso de introducción de los principios de sostenibilidad que comienzan a tomar cuerpo a lo largo de la década de los ochenta. De ahí, que una parte importante de las prioridades recogidas en las estrategias que afectan al turismo en sentido amplio incorporen, ya desde sus inicios, referencias expresas a la necesidad de diseñar modelos de desarrollo turístico sostenible, entre los que el ecoturismo o turismo de naturaleza ocupa un lugar destacado de atención.

Las circunstancias expuestas anteriormente determinan que en el análisis de la evolución de las principales políticas en materia de turismo se haga referencia a los ámbitos medioambiental y propiamente turístico, así como a otras políticas sectoriales con especial incidencia sobre la actividad. A pesar de ello, y en relación con el objeto de nuestro estudio, se prestará un valor preferente al análisis de aquellas estrategias que muestran tener una incidencia directa en el fomento de actividades turísticas compatibles con el medio ambiente, y especialmente a aquellas que promuevan el desarrollo de las actividades turísticas relacionadas con el disfrute y conservación de la naturaleza.

El análisis de las estrategias y políticas en materia de ecoturismo y turismo sostenible se efectuará a las escalas internacional, europea, nacional y de nuestra Comunidad Autónoma. Para facilitar la exposición en cada uno de estos ámbitos, y poner de manifiesto las

interrelaciones existentes entre las políticas medioambiental y turística, al inicio de cada epígrafe se recogerán sumariamente los principales hitos relacionados con su desarrollo

#### **4.1 DECLARACIONES Y COMPROMISOS INTERNACIONALES SOBRE TURISMO SOSTENIBLE Y ECOTURISMO**

##### **Recuadro 4.1: Evolución del concepto de sostenibilidad y su relación con el turismo**

1972	I Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente I Programa de Acción Comunitaria sobre Medio Ambiente Convenio sobre la protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural de la UNESCO
1973	Conferencia de Naciones Unidas sobre Población (Cocoyoc)
1975	Plan de Acción del Mediterráneo (PAM)
1987	Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo Informe de Naciones Unidas "Nuestro Futuro Común"
1989	Declaración de la Haya. Conferencia Interparlamentaria de Turismo de la Unión Europea
1991	Turismo cualitativo. 41º Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST) Plan de medidas comunitarias a favor del turismo. Comisión de las Comunidades Europeas
1992	Cumbre de la Tierra (Río de Janeiro) Convenio sobre Cambio Climático y sobre Diversidad Biológica Programa de Naciones Unidas para Medio Ambiente (PNUMA) Programa de Acción Agenda 21 V Programa Comunitario de Política y Actuación en materia de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible "Hacia un desarrollo sostenible" Principios para un turismo sostenible. Fundación Mundial para la Naturaleza y Consejo Mundial de Turismo.
1993	I Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible Carta del Turismo en el Mediterráneo (Casablanca)
1994	Organización Mundial del Turismo "Agenda 21 for travel and tourism industry. Towards environmentally sustainable development"
1995	Convenio de Barcelona para la Protección del Mediterráneo (MED 21) Informe de medio ambiente de la Unión Europea "Informe Dobbris" Revisión del V Programa de acción comunitaria en materia de medio ambiente Informe de la Comisión sobre "Ciudades Europeas Sostenibles" Conferencia Mundial para el Turismo Sostenible (Carta del turismo sostenible) Libro Verde de la Comisión II Conferencia Ministerial sobre Turismo en el Mediterráneo (Carta del turismo para el Mediterráneo)

1996 Conferencia sobre Asentamientos Humanos (Habitat II) Declaración de Calviá sobre Turismo y Desarrollo Sostenible
1997 Declaración de Berlín sobre Diversidad Biológica y Turismo Sostenible
1999 Aprobación del Código Ético Mundial para el Turismo. Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (Santiago de Chile)
2001 VI Programa de Acción de la Comunidad Europea en materia de Medio Ambiente. "Medio ambiente 2010: el futuro está en nuestras manos"
2002 Declaración del Año Internacional del Ecoturismo. Programa de Naciones Unidas para Medio Ambiente Cumbre Internacional del Ecoturismo (Québec)

El concepto de sostenibilidad no adquiere carácter institucional hasta la celebración de la Cumbre de la Tierra en 1992, aunque referencias destacables a la sostenibilidad en el turismo la encontramos ya en la Declaración de la Haya, que tiene lugar en 1989. Esta Declaración hace suyos los principios contenidos en el *Informe Brundtland*<sup>69</sup> y en el Programa de Naciones Unidas para Medio Ambiente (PNUMA) y los traslada al desarrollo del turismo. Los principios rectores de un turismo sostenible quedan así formulados en torno al largo plazo y al reconocimiento de una relación intrínseca entre turismo y medio ambiente en el sentido de que la integridad del medio natural, cultural y humano es condición necesaria para el desarrollo de esta actividad y que su gestión racional puede contribuir, además, a la protección y mejora de los recursos naturales, la preservación del patrimonio cultural y al aumento de la calidad de vida.

La sostenibilidad en el turismo es abordada también por la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo (AIEST), que celebra su 41º Congreso en 1991 bajo el título *Turismo Cualitativo*. En este encuentro se reconoce la complejidad del estudio e incorporación de la sostenibilidad en la actividad turística y se pone de manifiesto que el desarrollo de ésta sólo puede ser positivo cuando se antepongan las necesidades locales a los objetivos generales de la política turística. En este contexto, el turismo sostenible fue descrito como aquel que garantiza un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos de las comunidades donde se desarrolla.

Paralelamente, la Fundación Mundial para la Naturaleza, conjuntamente con el Consejo Mundial de Turismo, elaboran un documento de discusión sobre los principios del turismo

---

<sup>69</sup> En 1987, la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo publicó su informe titulado "Nuestro futuro común", más conocido como el "Informe Brundtland". En dicho documento se introducía la adopción de decisiones, en el que la protección del medio ambiente y el crecimiento económico a largo plazo, no se consideran incompatibles, sino complementarios.

sostenible que pone el énfasis en la *conservación de los recursos turísticos de base para asegurar el equilibrio entre las partes implicadas*. Las estrategias de actuación planteadas para afrontar los conflictos ambientales del desarrollo turístico abarcan, entre otros, los siguientes aspectos: el control de los usos del suelo; el establecimiento de normas estrictas con respecto a nuevas edificaciones y lucha contra la construcción ilegal; la gestión del flujo de automóviles en las principales vías de comunicación hacia las regiones turísticas; la diversificación del turismo; la ejecución y cumplimiento estricto de las normas sobre ruido, agua potable, aguas de baño, aguas residuales y emisiones a la atmósfera; la creación de zonas tampón en torno a espacios sensibles, tales como humedales o dunas; un escalonamiento más adecuado de las vacaciones de verano; y la sensibilización y educación de los turistas, habitantes y gestores de las zonas afectadas.

En un contexto más inmediato, otra referencia fundamental en lo que atañe al turismo la encontramos en el *Plan de medidas comunitarias en favor del turismo*<sup>70</sup>, propuesto por la Comisión en 1991 y aprobado finalmente mediante decisión del Consejo en julio de 1992. Aunque las prioridades y actuaciones de la Unión Europea en materia de turismo se tratarán más extensamente en el siguiente punto, es conveniente resaltar que este Plan constituye la primera acción específica a escala comunitaria al objeto de mejorar y promocionar la competitividad del sector, después de que se declarara a 1990 como el *Año Europeo del Turismo*. Adelantando la estrategia que se adoptaría posteriormente a la Cumbre de Río, en el V Programa Marco de Acción Comunitaria en materia de Turismo el Plan incorpora acciones específicas para lograr que el desarrollo turístico en la Unión no se haga en detrimento de la protección del medio ambiente. En este sentido se prescriben, entre otras, las siguientes medidas: la realización de inventarios de recursos turísticos de todos los Estados miembros; un escalonamiento más espaciado de los periodos vacacionales; el desarrollo de guías prácticas destinadas a la industria turística; la realización de proyectos piloto sobre turismo ecológico; el desarrollo de un código de conducta para el turista; el intercambio de información y experiencia con respecto a las técnicas de gestión de visitantes; y el otorgamiento de distinciones que premien aquellas iniciativas respetuosas con el medio ambiente.

Como exponíamos, y a pesar de estos antecedentes, no es hasta la celebración de la Cumbre de la Tierra en 1992, cuando empiezan a introducirse de forma más generalizada y sistemática los principios de sostenibilidad al turismo. El principal reflejo de esta nueva estrategia la encontramos en el V Programa Comunitario de Política y Actuación en materia de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible bajo el título *"Hacia un desarrollo sostenible"*, aprobado por la

---

<sup>70</sup> *Plan de acciones comunitarias a favor del turismo. Decisión 92/421/CEE. DOCE L 231/13, 13 de agosto de 1992.*

Comisión Europea en el mismo año. El V Programa Marco plantea que uno de los principales retos en la consecución de un desarrollo sostenible, tal y como fue definido en la Cumbre de la Tierra, es lograr la efectiva incorporación de la dimensión ambiental en todas y cada una de las políticas sectoriales emprendidas por la Unión. A este respecto, el V Programa supone un hito en la filosofía general de la planificación comunitaria, al tratarse del primero que introduce y extiende el concepto de sostenibilidad a todos los ámbitos de actuación. En lo que a turismo se refiere, en él se reconoce explícitamente que:

*"El turismo es un buen ejemplo de la íntima relación que existe entre desarrollo económico y medio ambiente, con todos los beneficios, tensiones, conflictos que ello conlleva. La Organización Mundial del Turismo prevé un incremento del 20 al 30% de las llegadas internacionales a Europa para la próxima década. La mayor parte de este aumento se dirigirá al sur de Europa y, en particular, a lugares con pueblos y ciudades históricas, áreas montañosas y zonas litorales. El Plan para la Protección del Mediterráneo, del Programa de las Naciones Unidas para Medio Ambiente, predice que el turismo habrá duplicado los residuos sólidos y las aguas residuales para el año 2000 y también una potencial duplicación del territorio ocupado por establecimientos turísticos."*

*"Si el turismo se planifica correctamente y se controla, el desarrollo regional y la protección ambiental pueden evolucionar simultáneamente. El turismo sostenible, basado en el respeto a la naturaleza y al medio ambiente, puede ser una contribución muy positiva a la prosperidad no sólo de la industria turística, sino también de las regiones donde se localiza y de las áreas de su entorno, en definitiva a la cohesión económica y social."*

A lo largo de los últimos años, todas las instituciones relevantes en el ámbito turístico internacional (Organización Mundial del Turismo, Consejo Mundial de Turismo, etc.), han ido otorgando progresivamente mayor relevancia a todas las cuestiones que afectan al medio ambiente dentro del desarrollo de actividades turísticas. Este interés por el medio ambiente en la década de los noventa se ha traducido en la elaboración de múltiples diagnósticos e informes en los que se tratan de establecer los objetivos básicos de un desarrollo turístico respetuoso con el entorno, así como recomendaciones a todos los actores implicados en su desarrollo para conseguir una mayor integración entre el turismo y el medio ambiente.

Entre estos diagnósticos destacan dos elaborados por la Organización Mundial del Turismo (OMT): “Tourism to the year 2000 and beyond. Qualitative aspects”<sup>71</sup> y “Agenda 21 for the travel and tourism industry. Towards environmentally sustainable development”<sup>72</sup>, elaborados en 1993 y 1994, respectivamente. Ambos documentos comparten los principios rectores que delimitan y definen a un desarrollo turístico sostenible como aquel “que responde a las necesidades de los turistas actuales y regiones receptoras, protegiendo y agrandando las oportunidades del futuro [...] de modo que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas manteniendo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de defensa de vida”. Estos principios son los que tratarán de operativizarse a través de la Agenda 21 para el turismo que, necesariamente, se fundamenta en los postulados básicos de la Agenda 21 global, siendo su principal objetivo la aplicación del desarrollo sostenible a las particularidades del fenómeno turístico.

Para ello, el Programa de Acción Agenda 21 contempla nueve áreas de actuación prioritarias dirigidas a las Administraciones Públicas y diez directrices destinadas a la industria que contribuyen, conjuntamente, a una nueva orientación de las estrategias e instrumentos para la toma de decisiones. Entre éstos, especial énfasis se presta a todos aquellos procesos que contribuyan a formas de producción y consumo sostenibles, donde el diseño de nuevos productos turísticos y la educación de los turistas son piezas fundamentales, y a todas aquellas actuaciones que combinen la protección del medio ambiente con la creación de empleo a escala local.

En esta misma línea se encuentran las recomendaciones de la OMT en su manual de *Desarrollo turístico sostenible. Guía para los planificadores locales*<sup>73</sup>, donde el énfasis se pone en los planificadores y responsables locales, como los actores fundamentales del éxito o el fracaso de un turismo sostenible.

---

<sup>71</sup> *El turismo hasta el año 2000. Aspectos cualitativos que afectan al crecimiento mundial. Organización Mundial del Turismo. Madrid, 1993.*

<sup>72</sup> *Agenda 21 para la industria del viaje y turismo. Consejo Mundial de Turismo y Viajes, Organización Mundial del Turismo y Consejo de la Tierra. 1994.*

<sup>73</sup> *Desarrollo turístico sostenible. Guía para los planificadores locales. Organización Mundial del Turismo, 1994.*

Para consolidar la sistematización de los principios del turismo sostenible en el ámbito internacional, se celebra en 1995 la I Conferencia Mundial para el Turismo Sostenible. El principal logro de la Conferencia fue la aprobación de la Carta del Turismo Sostenible, compuesta por 18 principios que sientan las bases para una estrategia turística mundial basada en este principio (recuadro 4.2). La Carta supone la aceptación definitiva de las relaciones que se entablan entre la sostenibilidad, el desarrollo y la conservación de los recursos, y el papel básico del turismo como motor del desarrollo a escala local. Durante este mismo año, otra actuación destacable es la elaboración del Libro Verde de la Comisión, que trata de profundizar en la delimitación del papel de la Comunidad en materia de turismo con el fin de incluir un Título sobre Turismo en el Tratado de la Unión.

### **Recuadro 4.2: Carta del Turismo Sostenible. I Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible, 1995**

#### **Presupuestos**

El turismo es una actividad ambivalente que puede aportar grandes ventajas en el ámbito socioeconómico y cultural al tiempo que contribuye a la degradación medioambiental y a la pérdida de la identidad local.

Los recursos en los que se basa el turismo son limitados.

Existe una demanda creciente de calidad medioambiental.

El objetivo de un turismo sostenible es el de satisfacer las expectativas económicas y las exigencias ambientales.

#### **Principios y objetivos**

Los criterios de sostenibilidad implican necesariamente una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar el capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas.

Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende, favoreciendo su integración en el entorno natural, cultural y humano.

Un turismo sostenible presupone la participación de todos los actores implicados en el proceso, tanto públicos como privados, y la cooperación eficaz a todos los niveles: local, regional, nacional, e internacional.

Objetivos prioritarios en el desarrollo de estrategias y planes de desarrollo turístico deben ser los criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista.

Se precisa introducir métodos de fijación de precios que permitan la internalización de los costes ambientales.

Ha de fomentarse la diversificación como una estrategia primordial para asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

Ha de prestarse una atención especial a:

- el papel de los transportes y a sus efectos sobre el medio ambiente en la actividad turística
- reducir el consumo de energía y recursos no renovables
- el reciclaje y minimización de los residuos en instalaciones turísticas
- la elaboración de un código de conductas dirigido a los principales actores implicados y, en particular, a los miembros de la industria turística

En el ámbito específico del desarrollo turístico en la cuenca mediterránea, se suceden también declaraciones y actuaciones expresas para lograr la sostenibilidad del mismo. Entre éstas destacamos dos. La primera, tiene lugar con ocasión de la celebración de la II Conferencia Ministerial sobre Turismo en el Mediterráneo en 1995, donde se adopta la *Carta del Turismo para el Mediterráneo*. La segunda tiene lugar en 1997, fecha en la cual se suscribe la *Declaración de Calviá sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo*<sup>74</sup>. En ambos encuentros, todos los participantes reconocen los logros de diversos planes de cooperación de la región que tienen en cuenta el reto de nuevos programas y estrategias, tales como los *Planes de Acción del Mediterráneo* y la *Carta del Turismo del Mediterráneo* (Casablanca 1993), incluida en la *Declaración Euromediterránea de Barcelona* (noviembre 1995).

### **Recuadro 4.3: Declaración de Calviá sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo. Calviá, 19 de abril de 1997**

#### **El turismo, motor de desarrollo del Mediterráneo**

La riqueza del patrimonio natural y cultural del Mediterráneo ha posibilitado que el turismo se haya convertido en una de las actividades más importantes de toda la región. Ha permitido multiplicar la inversión y el empleo. En los municipios y regiones mediterráneas se ha creado una oferta turística atractiva para un número creciente de turistas, que los convierte en el primer destino turístico mundial. El turismo es una oportunidad, pero también puede ser una amenaza si no se gestiona adecuadamente.

#### **Situaciones diferentes y metas comunes**

En los últimos 30 años, el 80% del desarrollo turístico se ha concentrado en la parte noroccidental del Mediterráneo. Ello plantea dos puntos de partida diferentes: en las zonas más desarrolladas, renunciar al crecimiento ilimitado y rehabilitar el patrimonio natural y edificado. En las zonas emergentes, desarrollar iniciativas sostenibles que eviten el deterioro de sus recursos y garanticen la viabilidad de su futuro. Ambas situaciones exigen formular los modelos y productos turísticos en clave de sostenibilidad.

#### **Desarrollo sostenible, reto de futuro**

(...) Los pueblos, regiones y ciudades mediterráneas creemos que el turismo integrado en el desarrollo sostenible preserva y recupera nuestros valores culturales, sociales y ambientales. Sentimos urgencia de afrontar los desequilibrios sociales y medioambientales desde hoy mismo. Entendemos que sólo podemos emprender el camino hacia la sostenibilidad en nuestra región con equidad si tenemos en cuenta que los límites de la capacidad de carga de nuestro entorno.

#### **Integremos la sostenibilidad en nuestro comportamiento**

Avanzar hacia la sostenibilidad exige cambiar formas de pensar, de actuar, de producir y de consumir. Las autoridades municipales, las empresas y las organizaciones sociales son actores claves de este proceso de cambio. (...) El desarrollo sostenible requiere un enfoque integrado, y no un enfoque basado en sectores aislados. El marco más apropiado para la cooperación en el desarrollo sostenible local es el proceso de la Agenda 21 Local.

<sup>74</sup> *Declaración de Calviá sobre Turismo y Desarrollo Sostenible "Una llamada de acción para municipios, regiones y Estados". Calviá, abril de 1997.*

### Participemos activamente

Las autoridades locales son las instancias más cercanas a los ciudadanos. Por ello, son actores clave en la solución de problemas y en la democratización y participación ciudadanas. Fomentaremos y apoyaremos campañas de sensibilización sobre turismo adaptado a las necesidades culturales y ambientales de nuestras comunidades y regiones. Llamamos al sector empresarial turístico así como a los turistas y a los residentes para que apoyen nuestros programas y estrategias comunes hacia la sostenibilidad. Tour operadores y agencias de viajes tienen responsabilidad de informar y sensibilizar a los turistas sobre cómo reducir el impacto ambiental social y cultural en los lugares de destino. Llamamos a los medios de comunicación y sus redes a apoyar estos programas comunes informando activamente en los lugares de procedencia y de destino.

### Iniciemos Agendas Locales 21

Debemos implicarnos en un proceso de Agenda 21 Local, con el fin de desarrollar modelos de gestión local sostenible a largo plazo, los gobiernos nacionales deben comprometerse en apoyar este proceso. Crearemos y promocionaremos el uso de instrumentos que fomenten la implantación y gestión de un turismo más responsable, tales como: ecoauditorías, etiquetas, premios, difusión sobre buenas prácticas, programas de capacitación y sistemas de indicadores, seguimiento e información. Documentaremos y difundiremos la aplicación de estos instrumentos para que otros puedan aprender de nuestras experiencias.

### Impulsaremos la cooperación

Nos comprometemos a promover la cooperación y programas conjuntos, muy especialmente por solidaridad hacia las comunidades locales, regionales y estatales del Sur y del Este del Mediterráneo. En línea con la convocatoria a la Acción de las Ciudades Mediterráneas (Roma, noviembre 1995), somos conscientes de la fuerza potencial de la cooperación entre los gobiernos locales y otros sectores de la comunidad, como grupos de ciudadanos, organizaciones no gubernamentales, centros de formación, sectores artesanales e industriales, sindicatos y otros. Apoyamos la puesta en marcha de la Agenda Med 21, así como la participación en la misma de todos los sectores implicados. El desarrollo y gestión de proyectos de cooperación local y de redes requieren un fuerte compromiso en lo que se refiere al conocimiento técnico, la distribución de información, las capacidades técnicas y políticas, así como la creatividad organizacional. Por esta razón, insistimos ante la Unión Europea en cumplir con el compromiso asumido de apoyar a las autoridades locales del mediterráneo a través de MEDA.

Apoyamos los esfuerzos del sector empresarial turístico en contribuir a la promoción del compromiso activo del sector empresarial y del transporte en la reducción y prevención de polución, y sus esfuerzos en cooperar con autoridades locales en la puesta en marcha de sus programas. Llamamos a la articulación y cooperación entre redes, organizaciones, colectividades de todos los sectores del ámbito Euro-Mediterráneo.

Otra referencia internacional a la sostenibilidad en el turismo la encontramos en la *Declaración de Berlín sobre Diversidad Biológica y Turismo Sostenible*, que se adopta en 1997. El objetivo de esta Declaración es la adecuación de los principios del *Convenio de Diversidad Biológica* a la actividad turística que debe ser garante de la conservación de la biodiversidad y del medio ambiente natural donde se desenvuelve.

Ante la profusión de documentos y declaraciones que se han ido sucediendo en los últimos años, en 1999 la OMT acuerda la promulgación de un *Código Ético Mundial para el Turismo* que sirva de marco único y sintético de todas los principios y propuestas, enriqueciéndose también de nuevas recomendaciones (recuadro 4.4). Para velar por su interpretación, aplicación y evaluación se crea, al mismo tiempo de su promulgación, el Comité Mundial de Ética del Turismo.

**Recuadro 4.4: Código Ético Mundial para el Turismo. Organización Mundial del Turismo, 1999**

1. Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombre y sociedades
2. El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo
3. El turismo, factor de desarrollo sostenible
4. El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad
5. El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino
6. Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico:
  - a) Los agentes profesionales del turismo tienen la obligación de facilitar información objetiva, velar por la seguridad de sus servicios y contribuir al desarrollo cultural de los turistas
  - b) Las autoridades públicas velarán por el establecimiento de los mecanismos necesarios para la repatriación de los turistas e informarán cuando existan condiciones difíciles para viajar al extranjero
  - c) La prensa y los demás medios de comunicación difundirán una información veraz y equilibrada
7. Derecho al turismo
8. Libertad de desplazamientos turísticos
9. Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico:
  - a) Se garantizarán los derechos fundamentales de los trabajadores asalariados y autónomos del sector turístico, así como el derecho de éstos a recibir una formación inicial y continua adecuada
  - b) Las empresas multinacionales no abusarán de la posición dominante que puedan ocupar
  - c) La colaboración y el establecimiento de relaciones equilibradas entre empresas de los países emisores y receptores contribuyen al desarrollo sostenible del turismo
10. Aplicación de los principios del Código Ético Mundial para el Turismo

A pesar de las numerosas aportaciones y atenciones prestadas a la sostenibilidad en el turismo, ésta ha centrado sus esfuerzos en dotar de contenido al concepto de turismo sostenible, en sentido amplio; que si bien es condición necesaria e inicio básico, no contribuye específicamente a las actividades ecoturísticas tal y como se han definido en este estudio.

El primer hito al respecto de las actividades ecoturísticas lo encontramos en la declaración del año 2002 como el *Año Internacional del Ecoturismo* por parte de Naciones Unidas. Esta declaración supone el reconocimiento internacional de la trascendencia que presenta este segmento específico del mercado turístico para la generación de riqueza y empleo a escala local, y su potencialidad como instrumento para la conservación de los recursos naturales.

Con esta iniciativa, Naciones Unidas ofrece la posibilidad de revisar experiencias ecoturísticas de todo el mundo y consolidar con ello los instrumentos y marcos institucionales que ayuden a garantizar el desarrollo sostenible de esta nueva actividad de consumo turístico estrechamente relacionado con la naturaleza.

El acontecimiento principal, de entre las múltiples actividades emprendidas con ocasión del *Año Internacional del Ecoturismo*, ha sido la celebración, en mayo de 2002, de la *Cumbre Mundial del Ecoturismo*. De la celebración de esta cumbre resulta la *Declaración de Québec sobre el Ecoturismo* que comienza reconociendo que, si bien el ecoturismo abraza los principios generales del turismo sostenible, a él se encuentran asociadas otra serie de características específicas que lo diferencian del primero. Entre estos aspectos diferenciadores destacamos los siguientes:

- ◆ Su contribución activa a la conservación del patrimonio natural y cultural que le sirve de sustento
- ◆ La mayor participación de las comunidades locales en su planificación, desarrollo y explotación
- ◆ La mayor involucración de los visitantes en la cultura y tradición de las comunidades locales
- ◆ Su diferenciación del “turismo de masas”, centrándose en viajeros independientes y en circuitos organizados para grupos de reducido tamaño

La cumbre ha resaltado la oportunidad económica que supone el desarrollo de las actividades ecoturísticas para las pequeñas comunidades locales en todo el mundo y, especialmente, en las ubicadas en zonas protegidas. También se ha puesto de manifiesto que, para garantizar estos beneficios socioeconómicos protegiendo el entorno natural donde se desarrollan y consumen estas actividades, son necesarios mecanismos de planificación participativa que permitan a las comunidades locales intervenir en la regulación del uso de sus territorios. Para alcanzar estas metas uno de los retos más inmediatos a los que se enfrentan las instituciones y organismos internacionales, así como los diferentes Estados, es avanzar en la definición y conocimiento del mercado ecoturístico.

La *Declaración de Québec sobre Ecoturismo* contiene un total de 49 recomendaciones dirigidas a los gobiernos, las empresas, organizaciones no gubernamentales, instituciones académicas e investigadoras, incluyendo también a los organismos de asistencia al desarrollo y a las instituciones financieras. Este documento se ha presentado oficialmente en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible que tuvo lugar en la ciudad sudafricana de Johannesburgo en septiembre de 2002.

## 4.2 ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS EN MATERIA DE ECOTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN LA UNIÓN EUROPEA

**Recuadro 4.5: Evolución de las políticas con incidencia sobre el turismo y el ecoturismo en la Unión Europea**

1983	Resolución del Parlamento Europeo sobre “La política comunitaria de turismo”
1984	Resoluciones del Consejo “Una política comunitaria de turismo; primeras orientaciones” y “La Comunidad Económica Europea y el turismo”
1990	Comunicación de la Comisión “Medidas comunitarias para el fomento del turismo rural” Dictamen del Comité Económico y Social sobre “Turismo y desarrollo regional” Declaración del Año Europeo del Turismo Resolución de la Comisión sobre “Medidas necesarias para proteger el medio ambiente del posible deterioro causado por el turismo de masas” Plan de medidas comunitarias para el fomento del turismo rural
1992	V Programa de Actuación Comunitaria en materia de Medio ambiente, “Hacia un Desarrollo Sostenible” Directiva Hábitats relativa a la conservación de hábitats naturales y de la flora y fauna silvestres y creación de la Red Natura 2000
1993	I Programa de actuaciones comunitarias a favor del turismo (1993-1995)
1995	Foro sobre el Turismo Europeo Libro Verde sobre Turismo
1997	I Conferencia europea sobre turismo y empleo Creación del Grupo de Alto Nivel Turismo y Empleo
1998	Conclusiones y recomendaciones del Grupo de Alto Nivel Turismo y Empleo
1999	Carta europea de turismo sostenible en espacios naturales protegidos Comunicación de la Comisión, “Incrementar el potencial de turismo como generador de empleo”
2001	Comunicación de la Comisión “Un marco de cooperación para el futuro del turismo en Europa” VI Programa de Acción de la Comunidad Europea en materia de Medio Ambiente. “Medio ambiente 2010: el futuro está en nuestras manos”
2002	8º Congreso anual de EUROPARC-España

El turismo es una actividad a la que la Unión Europea ha comenzado a prestar atención desde hace relativamente poco tiempo. Tradicionalmente, el acercamiento al sector se ha efectuado a través de medidas propias de otras políticas comunitarias que de alguna forma, directa o indirectamente, afectaban al desarrollo de las actividades turísticas. En este sentido, sobre la actividad turística han influido actuaciones en ámbitos tan dispares como el tráfico internacional, la política de transportes, la política social, el derecho de establecimiento y libre prestación de servicios, la política energética, la política regional, la política agrícola o la política de patrimonio cultural y educación, por citar las más importantes (recuadro 4.6).

**Recuadro 4.6: Medidas generales, directas e indirectas, relativas al turismo adoptadas por las instituciones europeas hasta comienzos de los noventa**

**Medidas generales**

Las medidas generales hacen referencia a la política de transportes; la eliminación de franquicias para viajeros en el tratamiento de temas sobre fiscalidad indirecta; al derecho de sociedades que se acompaña de la creación de la Agrupación Europea de Interés Económico (AEIE); la creación de empresas o el ejercicio de actividad en otro Estado miembro, que dieron pie a la adopción de numerosas medidas sobre libertad de establecimiento y prestación de servicios que afectan a las actividades turísticas; la política de la competencia y al programa de medidas en relación con la Carta Comunitaria de Derechos Sociales Fundamentales.

**Medidas indirectas**

Entre las medidas indirectas generadas por la aplicación de determinadas políticas comunitarias destacan la política regional desde donde, tanto a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional como del Banco Europeo de Inversiones, se pueden financiar proyectos e infraestructuras de desarrollo turístico; y la política de consumidores. También sobresalen, por su incidencia en el entorno turístico, las actuaciones emprendidas en el ámbito del medio ambiente y que afectan a la calidad de las aguas de baño, la gestión de residuos o la protección del medio natural.

**Medidas directas**

- Recomendación del Consejo relativa a la información normalizada de hoteles (D.O.L. 384 de 31 de diciembre de 1986)
- Recomendación del Consejo relativa a la seguridad de los hoteles en caso de incendio (D.O.C. 49 de 21 de febrero de 1984; D.O.L. 384 de 31 de diciembre de 1986)
- Resolución del Consejo sobre la mejora de la distribución estacional y geográfica del turismo. (D.O.C. 340 de 31 de diciembre de 1986)
- Decisión del Consejo mediante la cual se crea el Comité Consultivo de Turismo

Pronunciamientos concretos en materia turística a escala comunitaria no se inician, de forma global, hasta principios de los años ochenta, cuando la crisis industrial padecida durante ese periodo convierte al turismo en el punto de mira para dinamizar la economía de numerosas regiones de la Unión. Concretamente, el inicio de una política específica sobre este sector en Europa tiene lugar con la adopción de una resolución del Parlamento Europeo, en 1983, sobre *“La política comunitaria de turismo”*, confirmada posteriormente en dos resoluciones del Consejo concernientes a una política europea sobre esta actividad económica: *“Para una política comunitaria de turismo, primeras orientaciones”* y *“La Comunidad Económica Europea y el turismo”*. Estas declaraciones pueden considerarse, propiamente, como las primeras formulaciones de una política coherente y global, en materia turística, de la Unión Europea.

Estas resoluciones, y el esquema que presentan, tienen gran importancia en el análisis de la política turística europea, toda vez que determinan las directrices de las decisiones y estrategias que, desde entonces, se han aplicado al desarrollo de la actividad. Así pues, durante los años ochenta, son diversas las aportaciones al establecimiento de normas y

objetivos<sup>75</sup> en materia turística, que culminan en 1990 con la declaración del *Año Europeo del Turismo*. También en ese año tiene lugar la promulgación del *Plan de medidas comunitarias para el fomento del turismo rural*, que se enmarca dentro de las actuaciones descritas por los programas de desarrollo rural. Este Plan incorpora todo un conjunto de medidas que van desde la definición pionera de productos de turismo rural, a la creación de oferta en este ámbito, pasando por su promoción y comercialización; apoyo a proyectos piloto de conservación del patrimonio arquitectónico y a la elaboración de itinerarios culturales.

Entre las resoluciones adoptadas durante el Año Europeo del Turismo destaca especialmente aquella que centra su atención en las “*medidas necesarias para proteger el medio ambiente del posible deterioro causado por el turismo de masas*”, donde se reconoce expresamente que el turismo “mas que cualquier otra actividad humana, se basa en el medio ambiente natural y en los activos naturales, paisajísticos, culturales y climatológicos”, haciendo de ellos los elementos centrales de su desarrollo.

Con la asunción de estos principios, la Unión Europea encuentra en la planificación turística la mejor herramienta para evitar que el desarrollo turístico se efectúe a costa del entorno “*como si fuese un bien de consumo renovable*”. El reconocimiento de las interdependencias existentes entre desarrollo turístico y medio ambiente determinan, en gran medida, los ejes fundamentales sobre los que debe apoyarse la planificación turística. En este sentido, se determina que la planificación turística debe favorecer su coordinación con las políticas ambientales y el desarrollo de disposiciones sectoriales destinadas específicamente a la protección del entorno, la ordenación del territorio, el control de la especulación del suelo y la delimitación de la capacidad de carga de los destinos turísticos.

Por su especial importancia y trascendencia, la región mediterránea es objeto de una serie de medidas específicas, entre las que destacan:

- ◆ La financiación de proyectos de infraestructuras, sobre todo de depuración de aguas y de gestión de residuos
- ◆ La reducción de presiones en la costa mediante el fomento de instalaciones turísticas en el interior
- ◆ La dotación de recursos al saneamiento ambiental de las instalaciones turísticas ya existentes

---

<sup>75</sup> Destaca la aportación del I Dictamen del Comité Económico y Social sobre “*Turismo y desarrollo regional*”, 1990.

Con estos precedentes y las actuaciones emprendidas durante 1990, el Consejo solicita a la Comisión la elaboración de un *Programa de actuaciones comunitarias a favor del turismo*<sup>76</sup>, que abarca el periodo 1993-1995.

Este programa se articula en once grandes programas, e incorpora la sostenibilidad en un eje específico bajo el título “Turismo y medio ambiente”. Entre las propuestas contempladas por este subprograma destacan las siguientes:

- ◆ La creación de una distinción que premie comportamientos innovadores en la industria turística que incorporen la protección del medio ambiente
- ◆ El apoyo al desarrollo de redes de intercambio transnacional de experiencias sobre problemas medioambientales y sus posibles soluciones
- ◆ El apoyo a iniciativas que favorezcan nuevas formas de “turismo limpio”

Con estas propuestas, el programa trata de dar cabida a las recomendaciones del V Programa marco de actuación comunitaria en materia de medio ambiente que, como vimos, supuso la institucionalización del principio de integración ambiental en todas las políticas de la Unión, y muy especialmente en materia turística. También en esta fecha tiene lugar la aprobación de la Directiva Hábitat y la puesta en marcha de uno de los proyectos más ambiciosos de conservación de los valores naturales enmarcados en un espacio natural protegido, la Iniciativa Red Natura 2000. Esta iniciativa es una de las de mayor trascendencia de cara al futuro desarrollo del ecoturismo en Europa. Efectivamente, la Red Natura está llamada a convertirse en el referente fundamental en las estrategias de compatibilización de la biodiversidad y el paisaje, recursos esenciales para el desarrollo del ecoturismo, y las políticas de valorización, uso y disfrute de estos activos.

Con estos antecedentes, tras la aprobación del Plan de medidas a favor del turismo, la Unión incrementa progresivamente su participación en el fomento del turismo combinando las medidas directas con las provenientes del ámbito de otras políticas. En este sentido, otra de las políticas con singular incidencia sobre el desarrollo del ecoturismo ha procedido de las sucesivas reformas de la política agraria común (PAC). Desde 1992, las consideraciones medioambientales en la agricultura y el entorno rural europeo han cobrado especial trascendencia. Desde sus inicios, una máxima de la PAC ha sido contribuir al mantenimiento de la renta y el nivel de vida de la población rural, objetivo que desde los noventa se trata de lograr

---

<sup>76</sup> Decisión 92/421/CEE del Consejo sobre un plan de acciones comunitarias a favor del turismo. DO L 231 de 18/3/1992.

mediante medidas complementarias a las estrictamente agrarias. Con este fin, el fomento de iniciativas turísticas en el medio rural se ha considerado como una de las mejores alternativas para lograr, simultáneamente, los objetivos de desarrollo rural, una agricultura más sostenible y la conservación del paisaje cultural y natural, atributos clave en la configuración del atractivo turístico de estas zonas.

Centrándonos de nuevo en medidas concretas en el ámbito de la planificación turística europea, entre las actuaciones más importantes emprendidas con motivo del desarrollo del Plan de medidas a favor del turismo destacan la preparación del I Foro sobre Turismo Europeo y la elaboración del Libro Verde sobre Turismo, ambas en 1995. Durante la celebración del Foro tiene lugar una evaluación de las necesidades del sector y del alcance de las actuaciones acometidas hasta la fecha. Todos estos aspectos se recogen posteriormente en el Libro Verde de la Comisión, en cuyo diagnóstico se afirma que “[...] abundan los ejemplos que prueban que un medio ambiente degradado -por ejemplo, la calidad del agua o del paisaje- reduce el atractivo turístico. A la inversa, un patrimonio cultural y natural intacto y bien aprovechado es una baza considerable”.

En cuanto a las recomendaciones para lograr un turismo más sostenible se hace referencia a la necesidad de internalizar en el producto turístico los costes externos asociados a la utilización de bienes públicos como inputs de producción turística. Estos costes externos se derivan de la utilización, por parte de las empresas turísticas, de bienes públicos (entorno natural e infraestructuras, por ejemplo) para el desarrollo de sus actividades que, en cambio, consideran como un bien gratuito o de libre disposición, no contribuyendo, por tanto, a la disminución o corrección de los impactos que se derivan de su uso.

En otro orden de cosas, y atendiendo al potencial del turismo para la generación de empleo, se celebra en 1997 la primera *Conferencia Europea sobre Turismo y Empleo*. El siguiente paso fue la creación del *Grupo de Alto Nivel Turismo y Empleo*, que en 1998 presentó un informe en el que se valoraba el impacto económico del turismo en la Unión Europea y las condiciones y medios para fomentar el crecimiento y el empleo, donde se reconoce que el empleo ocupa un lugar prioritario en las acciones a acometer en el ámbito del turismo.

Posteriormente se llevó a cabo el seguimiento de las conclusiones y recomendaciones que se recogían en ese informe, cuyos resultados se presentan en una Comunicación de la Comisión<sup>77</sup>, que reconoce que el sector turístico tiene un potencial evidente de creación de empleo en el contexto europeo donde cuenta con una amplia representación en todos los

---

<sup>77</sup> “Incrementar el potencial del turismo como generador de empleo”, Comunicación de la Comisión, DOCE 23/6/1999.

Estados miembros. Esta Comunicación también destaca la responsabilidad y precisa colaboración de las Administraciones públicas, a todas las escalas, en el establecimiento de condiciones favorables para un desarrollo sostenible del turismo.

Como vemos, las actuaciones en materia turística de la Unión durante los noventa se centran, fundamentalmente, en la integración y homogeneización de las diferentes políticas con incidencia sobre la actividad y en el reconocimiento del potencial del sector para la generación de empleo. También se sientan las bases para lograr la sostenibilidad de la actividad mediante la asunción de todos los principios de turismo sostenible acordados internacionalmente, si bien son escasos los programas de actuación concretos destinados a conciliar, de forma operativa, los objetivos de sostenibilidad y de generación de un empleo estable y cualificado. De hecho, tras la finalización del primer Plan de medidas comunitarias a favor del turismo, en la primera mitad de los noventa, no se ha emprendido ninguna intervención específica y la actividad ha continuado creciendo y desarrollándose influenciada por múltiples factores que, en muchos casos, comprometen su sostenibilidad a escala europea<sup>78</sup>.

Aún más escasas han sido, si cabe, las medidas encaminadas a ordenar y fomentar el desarrollo de las actividades ecoturísticas de la Unión, según la hemos definido en este estudio. Si bien es cierto que el turismo de naturaleza, turismo rural o turismo activo se incluyen entre los diecisiete yacimientos de empleo y que son numerosas las referencias a esta actividad desde multitud de programas -relacionados con el desarrollo rural, la política agraria, forestal y ambiental- la realidad es que han sido pocos los esfuerzos que se han destinado a una ordenación de su desarrollo. A este respecto, la primera referencia concreta a la ordenación de esta modalidad turística no se produce hasta 1999, fecha en la cual se promulga la *Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Protegidos*, iniciativa que se encuentra estrechamente relacionada con la Directiva Hábitat y el proyecto de Red Natura, comentados anteriormente.

Los compromisos contenidos en esta declaración se inscriben en las prioridades europeas expresadas en las recomendaciones del Programa Agenda 21. Como no podía ser de otra forma, esta Carta comparte y refuerza todos los principios contenidos en la *Carta Mundial del Turismo Sostenible*, suscrita en 1995, el *Código de Ética del Turismo Sostenible* elaborado por la OMT ese mismo año y, también ha entrado a formar parte del programa de acciones

---

<sup>78</sup> La propuesta de la Comisión de poner en marcha un programa plurianual a favor del turismo en el periodo 1997-1999 "Philoxenia" fracasa por la renuncia de la Conferencia Intergubernamental a incorporar ninguna referencia al turismo en la reforma del Tratado de la Unión.

“Parques para la vida” propuesto por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza.

Como reza en su redacción definitiva, la Carta persigue servir de instrumento para el desarrollo de un turismo que cumpla con los requisitos de un desarrollo sostenible y, ante todo, refleja la voluntad de las instituciones encargadas de la gestión de los espacios protegidos y de los profesionales del turismo hacia la elaboración de estrategias locales a favor de un turismo sostenible compatible, al mismo tiempo, con la promoción económica y el bienestar de las comunidades locales. Todos los agentes participantes comparten la conceptualización de sostenibilidad en el turismo como *‘cualquier forma de desarrollo, equipamiento o actividad turística que respete y preserve a largo plazo los recursos naturales, culturales y sociales y que contribuya de manera positiva y equitativa al desarrollo económico [...] de los individuos que viven, trabajan o realizan una estancia en los espacios protegidos’*.

La adhesión a la Carta implica la adopción de una serie de pautas metodológicas de planificación y actuaciones especialmente destinadas a los gestores de los espacios protegidos (las Administraciones Públicas), a la pequeña empresa turística y a los agentes de intermediación en la comercialización turística (las agencias de viajes, mayoristas y minoristas) sin olvidar, por supuesto, al resto de participantes en el ámbito local. El principio fundamental del método de trabajo que implica la adopción de la Carta se basa en la colaboración, que ha de expresarse en todas las fases de definición y puesta en marcha del programa de actuaciones que se pretenda llevar a cabo. Los beneficios que se esperan lograr con esta metodología se recogen en el recuadro 4.7.

### **Recuadro 4.7: Ventajas ofrecidas por la adhesión a la Carta de Turismo Sostenible en Espacios Protegidos**

Para el espacio protegido la Carta permite:

- Ser distinguido como territorio de excelencia en materia de turismo sostenible
- Fijarse objetivos ambiciosos en materia de turismo sostenible
- Trabajar mejor con sus asociados
- Implicar más a los profesionales del turismo en el desarrollo de su política
- Influir sobre el desarrollo del turismo en su territorio
- Reforzar su acción de sensibilización a los visitantes
- Favorecer un desarrollo socioeconómico que sea compatible con el medio ambiente
- Desarrollar productos turísticos auténticos y de calidad
- Poseer un instrumento de control para el seguimiento y evaluación de las actuaciones emprendidas
- Reforzar su credibilidad ante la opinión pública y ante los que les financian

Para las empresas privadas que desarrollan su actividad en espacios protegidos la Carta permite:

- Ser reconocida a escala europea
- Acceder a nuevos clientes
- Desestacionalizar su demanda
- Constituir una asociación comercial con el resto de los actores económicos locales
- Lograr un mayor y mejor conocimiento de las expectativas de la demanda turística, real y potencial
- Obtener información muy valiosa del espacio protegido donde desarrolla su actividad
- Mejorar la gestión del consumo de recursos (agua, energía, etc) y la gestión de sus residuos
- Conseguir apoyos para la implantación de Sistemas de Gestión Medioambiental

Para las agencias de viajes la Carta permite:

- Ser reconocida a escala europea
- Acceder a nuevos segmentos del mercado
- Conseguir el apoyo del espacio protegido en el diseño y desarrollo de sus estrategias de comercialización (identificación de parajes, colaboración de profesionales encargados de la conservación del espacio protegido, etc.)
- Reforzar la satisfacción de sus clientes

Las ventajas derivadas de la adhesión a la Carta pretenden, en suma, materializar la máxima de que crecimiento económico y sostenibilidad pueden reforzarse mutuamente y, en este contexto, la figura de espacio natural protegido se erige en el elemento clave para la generación de empleo y nuevas actividades económicas. Esta tesis se mantiene y refuerza, recientemente, durante la celebración del 8º Congreso anual de EUROPARC (Federación de Parques Naturales y Nacionales de Europa)-España (ESPARC 2002<sup>79</sup>), que monográficamente se ocupa de analizar las oportunidades de los espacios protegidos como elementos clave para el desarrollo sostenible.

Entre los documentos y experiencias sometidos a debate durante este encuentro figuran unos expresamente centrados en el desarrollo del turismo en los espacios naturales protegidos y en la elaboración de planes de desarrollo socioeconómico de estos espacios y los entornos influenciados por los mismos. En la mayor parte de las experiencias debatidas, ambos aspectos -desarrollo socioeconómico y turismo- han ido de la mano. No en vano, las iniciativas de elaboración de planes de desarrollo en estas áreas se han centrado en actuaciones estrechamente vinculadas con el uso público y el aprovechamiento turístico desde los años noventa.

---

<sup>79</sup> Celebrado los días del 19 al 23 de junio de 2002 en Ronda, Málaga.

Volviendo a la estrategia turística europea en sentido amplio, el referente más reciente de la posición de la Comisión en el desarrollo de una política global en materia turística tiene lugar en noviembre de 2001, con la presentación de la Comunicación “*Un marco de cooperación para el futuro del turismo en Europa*” Este documento recoge las propuestas de coordinación que en materia específicamente turística, se debatieron en el Consejo Europeo de Lisboa y, continuando en la línea de los anteriores, establece las medidas y actuaciones que habrán de acometer los distintos agentes del sector turístico para garantizar un desarrollo sostenible de la actividad y generar empleo. Todas estas recomendaciones se presentan bajo la fórmula de programas globales de acción Agenda 21.

Para aproximarnos a una noción sobre la evolución del segmento del turismo objeto de nuestro análisis, y dada la escasez de datos en este ámbito, en la siguiente tabla presentamos, sintéticamente, la evolución de la oferta de turismo rural en algunos países de la Unión Europea:

**Tabla 4.1: Situación del turismo rural en algunos países europeos**

<b>País</b>	<b>Historia</b>	<b>Tipo de oferta</b>	<b>Ocupación</b>	<b>Financiación</b>
Alemania	Comenzó la oferta de este tipo de turismo en los años 60. Nació con el concepto de vacaciones baratas	Hoteles y pensiones Alojamiento en casas Camping Apartamentos	50-70% 20-40% 35%	Inexistente
Austria	Comenzó la oferta de este tipo de turismo en los años 60	Hoteles Apartamentos alojamiento privado Agroturismo	55-80% 20-45% 35%	Líneas de apoyo gubernamentales
Francia	El desarrollo de este tipo de turismo se remonta a los años 50.	Hoteles Gites Chambres d’hote	50-70% 20-40% 35%	Financiación mixta, público-privada
Irlanda	El desarrollo de este tipo de turismo se dio a finales de los 60	Hoteles Pensiones Viviendas privadas agroturismo	50-80% 20-50% 55% 45%	Financiación limitada
Portugal	El turismo rural en este país se ha orientado al fomento del alojamiento de alto nivel	Sin datos	Sin datos	Reducida
Reino Unido	Es un país pionero en el desarrollo del turismo rural	Hoteles Bed & breakfast Viviendas privadas	40-60%	Diversidad de fondos

Fuente: Turismo rural en España, Ministerio de Comercio y Turismo, 1995.

### 4.3 ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS EN MATERIA DE ECOTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN ESPAÑA

**Recuadro 4.8: Estrategias y políticas en materia de turismo sostenible y ecoturismo en España**

**Compromisos adquiridos por la Administración Central con el turismo sostenible**

1992 - Plan Marco de Competitividad del Turismo Español. Futures I (1992/1995)

1996 - Futures II (1996/1999)

1997 - I Congreso Nacional de Turismo

2000 - Plan Integral de Calidad del Turismo Español. PICTE 2000/2006

2001 - Sistemas de Calidad Turística Española

**Otras políticas nacionales con incidencia en el ámbito del turismo sostenible y ecoturismo**

2001 - Plan de Acción para los Espacios Naturales Protegidos del Estado Español

- Estrategia Española para la Conservación y el Uso Sostenible de la Diversidad Biológica

- Estrategia Forestal Española

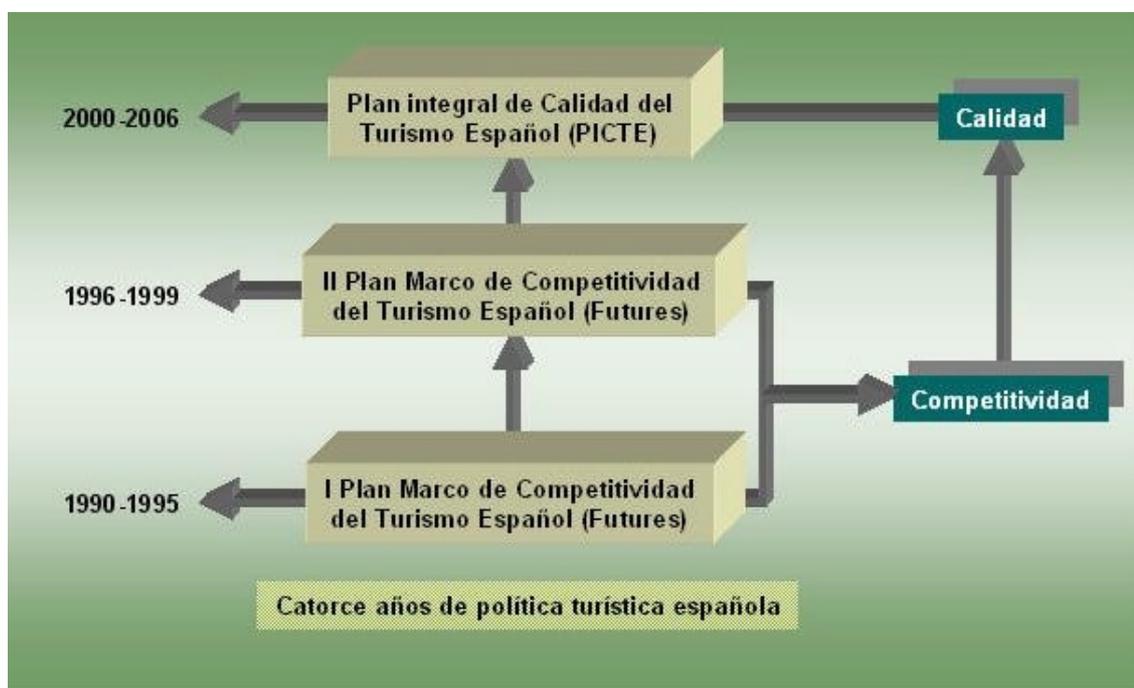
2002 - Plan Forestal Español

- Conservación de la Naturaleza en el Medio Rural

El punto de partida en el diseño de políticas específicas para la ordenación integral de la actividad turística en España puede decirse que no comienza hasta la década de los noventa. Con anterioridad a esta fecha, y como ocurriera en el ámbito europeo, el acercamiento al sector se realizó a través de otras políticas sectoriales que afectaban, directa o indirectamente, su desarrollo.

Los primeros instrumentos de intervención específica en materia turística desarrollados en nuestro país fueron los Planes Marcos de Competitividad del Turismo Español (FUTURES I y II). A través de la estrategia global de aumentar la calidad en establecimientos, servicios y destinos, el objetivo último de los sucesivos planes de la Administración turística española ha sido el de consolidar y mejorar la posición competitiva del sector en los mercados internacionales.

Gráfico 4.1: Evolución de la política turística española



Fuente: Secretaría General de Turismo, Ministerio de Economía, 2002.

Los planes Futuros I y II incorporan desde sus inicios la variable medioambiental en el diseño de la estrategia competitiva, como un elemento más del atributo de calidad con el cual diferenciarse en los mercados internacionales. Con este planteamiento se trata de superar el estancamiento de la actividad turística en numerosos municipios españoles especializados en un turismo tradicional de “sol y playa” con modelos de desarrollo insostenibles, así como promocionar nuevas zonas y formas alternativas de consumo turístico que contribuyan a diversificar la oferta y desestacionalizar la demanda. Para la consecución de ambos objetivos, la estrategia diseñada por los Planes de Competitividad se articula en torno a dos pilares fundamentales: la regeneración medioambiental de destinos turísticos tradicionales y la promoción de destinos emergentes especializados en la oferta de productos turísticos alternativos, entre los que el turismo rural, estrechamente relacionado con el disfrute de la naturaleza, cobra una especial significación. Estas líneas de actuación se materializan en los denominados *Planes de Excelencia Turística* y *Planes de Dinamización Turística*, respectivamente. Los *Planes de Excelencia* van dirigidos a la regeneración ambiental y la recuperación de la calidad de destinos turísticos maduros de sol y playa, mientras que los *Planes de Dinamización* se orientan a la activación económica de destinos turísticos emergentes, preferentemente en entornos rurales del interior. La potenciación de estos últimos

se plantea sobre la base de la diferenciación de productos turísticos donde se incorpora el turismo de salud, de montaña, deportivo y de aventura, el agroturismo y el turismo cultural.

A lo largo de la última década, ambas líneas de actuación han incentivado la incorporación de sistemas de gestión medioambiental y auditorías ambientales en instalaciones y en destinos turísticos, tanto en el litoral como en municipios del interior. Paralelamente, también han ido cobrando mayor relevancia proyectos de sensibilización y formación sobre turismo y medio ambiente destinados a gestores, Administración, turistas y población en general.

En resumen, la estrategia turística española durante los noventa se ha centrado en la promoción del turismo tradicional de sol y playa y, paulatinamente, ha ido redoblando los esfuerzos destinados al fomento de destinos y productos turísticos alternativos fuera de la temporada de verano. En este contexto, el turismo de naturaleza cobra especial relevancia en la definición de la nueva estrategia de desarrollo de la actividad.

En el actual periodo de planificación (2000-2006), los objetivos generales de los Planes de Competitividad encuentran continuidad en el *Plan Integral de Calidad del Turismo Español* (PICTE) que, como su propio nombre indica, mantiene la calidad como eje vertebrador de todas las actuaciones programadas para dar respuesta a los retos planteados.

Entre los objetivos generales perseguidos por el PICTE debemos destacar dos por su especial incidencia en la promoción y desarrollo futuros de la actividad ecoturística: el de *Sostenibilidad sociocultural y medioambiental de la actividad turística* y el de *Diversificación de la oferta y la demanda*, para cuya consecución se han diseñado dos programas específicos:

1. El Programa de Calidad de los Destinos Turísticos; y
2. El Programa de Calidad de los Productos Turísticos

El primero de ellos da continuidad a los *Planes de Excelencia Turística* y a los *Planes de Dinamización*, incorporando adicionalmente una nueva línea de intervención destinada a la *Gestión Integrada de los Servicios Turísticos*. Esta nueva línea va especialmente dirigida a las Administraciones locales sobre las que recaen la mayor parte de las competencias en la prestación de los servicios de proximidad, tanto a turistas y visitantes como a residentes. El principio rector que rige las actuaciones previstas en este programa se inspira en la estrategia de sostenibilidad a escala local ya contemplada por las Agendas 21.

Por su parte, el Programa de Calidad de Productos Turísticos persigue ante todo la diversificación de la oferta turística a través del apoyo de segmentos de mercado alternativos, entre los que se incluyen el turismo de aventura, el turismo rural y el cultural.

Éstas son, resumidamente, las grandes líneas de intervención en materia turística que se han desarrollado hasta ahora en España y las prioridades establecidas a medio plazo para reforzar la posición competitiva de la principal actividad económica en nuestro país.

Para reflejar con más detalle la evolución del tratamiento recibido por el ecoturismo desde el punto de vista de su ordenación debemos centrar la atención en el ejercicio reglamentario derivado de la intervención administrativa concreta cuya potestad, en este caso, se encuentra en las Comunidades Autónomas. Desde finales de los ochenta, las actuaciones reglamentarias efectuadas por diversas Comunidades Autónomas han abarcado el ámbito más general del turismo rural y han consistido, primordialmente, en la tipificación de los alojamientos rurales y en los requisitos que se deben satisfacer para el desarrollo de determinadas actividades. Podemos decir que, hasta el momento, se ha ido configurando un “cuerpo normativo” que se caracteriza por su heterogeneidad y dispersión.

En la actualidad existen, aproximadamente, medio centenar de denominaciones para catalogar a los alojamientos rurales y a cada una de ellas le corresponden distintos requisitos (en cuanto a capacidad, ubicación, propiedad, etc.) y diferentes tratamientos fiscales. Entre otros efectos, esta circunstancia, de escasa armonización de criterios y estándares, dificulta en gran medida el desarrollo de una estrategia de comercialización global del producto turístico rural español en los mercados internacionales. Para ilustrar esta cuestión, en la tabla 4.2 se recogen algunos ejemplos de las tipologías y requisitos establecidos para las infraestructuras de alojamiento rural actualmente vigentes en diversas Comunidades Autónomas.

**Tabla 4.2: Ejemplos de tipologías de establecimientos rurales en España**

Comunidad Autónoma	Modalidad de establecimiento rural	Capacidad	Requisitos de titularidad
Andalucía	Casas rurales	20	-
	Establecimientos hoteleros y apartamentos turísticos rurales	21	-
	Complejos turísticos rurales y Villas turísticas	20	-
Aragón	Vivienda de turismo rural	12	-
Canarias	Casa rural	15	-
	Hotel rural	40	-
Cantabria	Casa de labranza	16	-
	Posada	30	-
Castilla-León	Casa rural	10	-
Castilla-La Mancha	Casa de labranza	12	Titular de explotación agrícola, ganadera o forestal

Comunidad Autónoma	Modalidad de establecimiento rural	Capacidad	Requisitos de titularidad
Cataluña	Casa de payés y masía	15	Obtener parte de la renta de la actividad agrícola, ganadera o forestal
Comunidad Valenciana	Casa rural	10	Estar empadronado o desarrollar actividad profesional en agricultura, ganadería, artesanía, oficios o comercio en municipio o colindantes
Extremadura	Casa rural	12	Ejercicio de actividad agraria o ganadera habitual
	Hotel rural	60	-
Galicia	Casa de aldea y casa de labranza	20	-
	Pazo, castillo, casa grande y casa rectoral	36	-
Islas Baleares	Casa de agroturismo	24	-
	Hotel rural	50	-
Navarra	Casa rural	18	-
País Vasco	Casa de agroturismo	16	Agricultores que ostenten permanentemente esta condición
	Hotel rural	40	-
Principado de Asturias	Casa de aldea	10	Dedicación preferente al sector agrícola o ganadero
Región de Murcia	Alojamiento turístico especial en zona interior	12	-
La Rioja	Casa rural	12	-

*Fuente: elaboración propia, 2003.*

Para terminar, y al margen de la planificación turística, debemos hacer referencia a otra serie de políticas sectoriales que, si bien no nacen con el objetivo específico de incidir sobre el turismo, repercuten en gran medida en diversos ámbitos claves para su desarrollo. Las políticas sectoriales que presentan repercusiones sobre las empresas e iniciativas turísticas provienen de los más diversos ámbitos (política de empresa, de transporte, de obras públicas, de internacionalización, etc.), pero en relación con el desarrollo de iniciativas del segmento específico del ecoturismo y del turismo sostenible las que muestran tener una mayor incidencia son todas aquellas encaminadas a la conservación de los recursos y espacios naturales y a la preservación del entorno rural. Entre éstas, las más importantes a escala nacional son las siguientes:

- ◆ El Plan de Acción para los Espacios Naturales Protegidos del Estado Español

- ◆ La Estrategia Española para la Conservación y el Uso Sostenible de la Diversidad Biológica
- ◆ La Estrategia Forestal Española y el Plan Forestal Español
- ◆ Las políticas de conservación de la naturaleza en el medio rural derivadas del nuevo Reglamento de Desarrollo Rural de la Unión Europea 2000-2006

Todas ellas inciden de alguna forma, directa o indirectamente, sobre el entorno inmediato en el cual se desenvuelven las actividades características del ecoturismo aunque, según han quedado definidas en este estudio, las políticas de mayor trascendencia son las relacionadas con la ordenación y gestión de los espacios protegidos y la conservación de la naturaleza.

En este sentido, tanto el Plan de Acción para los Espacios Naturales Protegidos como la Estrategia para la Conservación y Uso Sostenible de la Biodiversidad Biológica debaten, expresamente, los posibles riesgos y beneficios que se derivan de la promoción del turismo en zonas sensibles o con singulares valores naturales. Ambas estrategias destacan los beneficios asociados a los futuros desarrollos del turismo en zonas naturales, pero también advierten sobre sus impactos negativos si no se planifica de forma sostenible y si no se cuenta con la participación efectiva de las poblaciones locales en el proceso de toma de decisiones. Para dar respuesta a este conflicto, ambas estrategias apuestan por la incorporación de los principios de conservación y uso sostenible de la diversidad biológica como valores añadidos al desarrollo de la actividad turística, de forma que se renueven los enfoques tradicionales y se dé cabida al desarrollo rural en territorios hasta ahora alejados de la actividad turística.

#### **4.4 ESTRATEGIAS Y POLÍTICAS EN MATERIA DE ECOTURISMO Y TURISMO SOSTENIBLE EN ANDALUCÍA**

El recuadro 4.9 recoge de forma sintética los principales hitos en la evolución de la política turística andaluza que, ya sea directa o indirectamente, han contribuido a la definición de una estrategia de turismo sostenible en los últimos años, y que se desarrollarán en este apartado.

**Recuadro 4.9: Evolución de las estrategias y políticas con incidencia sobre el turismo en Andalucía**

**Políticas regionales implicadas en el turismo sostenible y ecoturismo**

- 1987 Planes Territoriales de Turismo de Litoral y Programas de Desarrollo Integrado del Turismo Rural
- 1993 Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía (Plan DIA)
- 1996 Creación de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía
- 1998 I Pacto Andaluz por el Turismo
  - Borrador del Plan Senda
- 1999 Ley del Turismo de Andalucía
- 2001 Borrador del Plan General del Turismo de Andalucía
- 2002 Decreto 20/2002 de turismo en el medio rural y turismo activo

**Otras políticas con incidencia en el turismo sostenible y el ecoturismo**

- 1989 Ley 2/1989 de Inventario de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía
  - Ley 4/1989 de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre
  - Planes Rectores de Uso y Gestión de los Espacios Naturales Protegidos (PRUG)
  - Planes de Ordenación de Recursos Naturales (PORN)
  - Plan Forestal Andaluz
- 1997 Plan de Medio Ambiente de Andalucía
- 2001 Planes de Desarrollo Sostenible en Parques Naturales de Andalucía
- 2002 II Pacto Andaluz por el Turismo

El antecedente inmediato al primer ejercicio de planificación integral del turismo en Andalucía lo encontramos en la elaboración de los *Planes Territoriales de Turismo de Litoral* y los *Programas de Desarrollo Integrado del Turismo Rural* (PRODINTUR), puestos en marcha por la Junta de Andalucía a partir de 1987. Como su propio nombre indica, los Planes Territoriales de Turismo de Litoral son instrumentos de planificación elaborados específicamente para las franjas costeras con especiales perspectivas de desarrollo turístico, por su elevado nivel de demanda y por sus potencialidades de crecimiento. En estos momentos las prioridades se concentran en dotar de capacidad a la oferta hotelera y en las infraestructuras básicas, sobre todo de comunicación (ferrocarril y carreteras), para atender el crecimiento exponencial de la demanda turística en nuestro litoral a lo largo de toda la década de los setenta y los ochenta.

Al respecto del segundo de los instrumentos de intervención turística mencionado debemos destacar que, aunque de forma incipiente y no dotado de demasiados recursos, es el primer referente de la constatación, por parte de la Administración andaluza, de la existencia de importantes recursos turísticos en el interior de la región estrechamente relacionados con la riqueza y diversidad de nuestro entorno natural. Al igual que ocurriera con los anteriores, estos

programas se centraron primordialmente en la dotación de infraestructuras básicas relacionadas con la accesibilidad y comunicaciones, brindando a estas zonas las primeras oportunidades de atender a unas demandas aún incipientes<sup>80</sup>. En este sentido, la política de incentivos de un tipo concreto de alojamiento, dirigido a turistas atraídos por la oferta de los espacios naturales, tuvo su reflejo en la construcción de las villas turísticas, que supusieron el instrumento más claro y concreto de estos programas, entendidas como alojamientos turísticos de alta calidad ubicados en lugares privilegiados desde el punto de vista de la naturaleza<sup>81</sup>.

Aunque positivas, estas actuaciones no se enmarcaban dentro de una estrategia global en materia turística y en 1991 la Administración Pública andaluza constata la necesidad de articular un Plan integral en cuya elaboración tuviesen cabida todos los agentes económicos y sociales y donde se incorporasen medidas consensuadas de los más diversos ámbitos.

La constatación del papel estratégico del turismo en Andalucía, por un lado, y las intensas transformaciones estructurales experimentadas por la actividad a finales de los ochenta por otro, determinaron la materialización del primer ejercicio de planificación turística en la elaboración del *Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía* (Plan DIA), aprobado finalmente en 1993. Mediante el Plan DIA la Administración reconoce que la actividad turística debe ser tratada como un sector económico más y, por consiguiente, precisa de sus necesarias actuaciones administrativas y de política sectorial.

Con este Plan se tratan de paliar los efectos del ciclo económico adverso padecido a principios de la década de los noventa con repercusiones en los principales indicadores de la actividad turística en Andalucía, donde se detectan algunos síntomas de agotamiento del modelo de desarrollo turístico imperante hasta la fecha. Entre las principales causas que explicaban la pérdida de competitividad de la región andaluza como destino turístico, se destacaban las siguientes:

- ◆ Una oferta turística centrada en la cantidad más que en la calidad, que basando su competitividad en los precios veía limitada sus posibilidades de evolución al incorporar márgenes de venta reducidos y estar afectada por unos costes considerables tanto en los inputs como en los recursos humanos que precisaba

---

<sup>80</sup> Las primeras áreas delimitadas para la realización de estos programas fueron: la Sierra Norte de Sevilla, la Sierra de Aracena en Huelva, la Axarquía en Málaga, Cazorla, Segura y las Villas en Jaén, la Alpujarra granadina, la Alpujarra Almeriense, la Sierra de Grazalema en Cádiz y la Sierra Subbética de Córdoba.

<sup>81</sup> "Ecoturismo y turismo de naturaleza", Andrés Iriso, *La actividad turística española en 1996*, AECIT (Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo), Madrid, 1998.

- ◆ El deterioro del medio ambiente como consecuencia directa del impacto de la elevada población flotante y la insuficiente capacidad de numerosas infraestructuras de protección y saneamiento ambiental
- ◆ El aumento generalizado de precios en numerosas zonas de atracción turística, consecuencia de los incrementos estacionales de la demanda

El diagnóstico efectuado en el Plan concentra su atención en los problemas que amenazaban la permanencia y consolidación de los destinos turísticos tradicionales que, durante un largo periodo, debieron su crecimiento al monocultivo y especialización de la demanda turística en los productos de sol y playa. En este contexto, la elevada estacionalidad de esta modalidad de demanda turística y la escasa diversificación del sector, unida a la deficiente planificación territorial y prácticamente inexistente integración medioambiental, comprometían seriamente la sostenibilidad -no sólo ambiental sino también económica- del turismo en Andalucía. Aunque el análisis del sector se centraba primordialmente en los estrangulamientos que amenazaban el modelo turístico litoral -el de mayor peso en nuestra Comunidad-, también se pone de manifiesto que la creciente práctica de turismo alternativo (entre los que se menciona específicamente al turismo rural y el que se desarrolla en los espacios protegidos), junto a factores tales como la deficiente planificación urbanística y la existencia de explotaciones forestales y agrícolas inadecuadas, también ejercían una considerable presión sobre territorios del interior de alto valor ecológico.

En este sentido, y desde la perspectiva que nos ocupa, debemos resaltar la integración medioambiental reflejada por el Plan DIA, donde el medio ambiente es tratado como una variable endógena de la función de producción de la industria turística. Este aspecto se incorpora claramente en la formulación de su objetivo general que persigue *“el aumento de la rentabilidad social, económica y ambiental del turismo en Andalucía a través de su cualificación productiva”*.

Cuando analiza la situación y desafíos a los que se enfrentan los turismo temáticos, el Plan DIA distingue entre el turismo rural y el turismo en espacios naturales, si bien respecto al primero señala que uno de los principales factores de desarrollo del mismo ha sido, precisamente, la existencia de parques naturales o parajes singulares de gran reclamo turístico. En el momento de formulación del Plan, ambas modalidades de consumo turístico son caracterizadas como en fase de expansión y con enormes potencialidades de crecimiento a medio y largo plazo debido, sobre todo, al aumento de la demanda interna (nacional y regional). La tabla 4.3 recoge sintéticamente el diagnóstico efectuado por el Plan DIA al respecto de estas dos modalidades de turismo en Andalucía.

Tabla 4.3: El turismo rural y el turismo en espacios naturales protegidos en Andalucía. Diagnóstico del Plan DIA, 1993

	Puntos débiles	Puntos fuertes
<b>Turismo rural</b>	Escasa consolidación de la oferta de alojamiento Insuficiente calidad del servicio Ausencia de regulación de la oferta Nula cualificación y profesionalización de los recursos humanos Escasa información y deficiente comercialización Efectos medioambientales muy negativos en espacios concretos por ausencia de ordenación territorial	Amplia diversidad de atractivos turísticos en materia de paisajes, patrimonio histórico artístico, folclore, gastronomía, artesanía etc. Oferta organizada en algunas comarcas coincidentes en su mayoría con PRODINTUR Incremento de la iniciativa privada y de la oferta de alojamiento Creciente concienciación sobre la importancia del turismo como motor de la economía local Amplia diversidad Creciente demanda del turista urbano
<b>Turismo en espacios naturales protegidos</b>	Riesgos de concentración espacial en áreas consolidadas Incidencia negativa de prácticas no controladas Escasez de infraestructuras de uso público Escasa concienciación del visitante en el cuidado del entorno Infrautilización de los recursos disponibles Ausencia de ordenación y protección de numerosas zonas Obsolescencia de muchos equipamientos Escasa información y difusión Insuficiente comercialización	Alto nivel de profesionalidad en la gestión de los espacios naturales Amplia legislación al respecto Incipiente iniciativa privada en la prestación de servicios Apoyo de la iniciativa pública

Fuente: elaboración propia a partir del Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía, 2003.

Entre las iniciativas debatidas y puestas en marcha durante el periodo de vigencia del Plan DIA destacamos las siguientes:

- ◆ En materia de ordenación se aprueban los Decretos de “Ordenación de alojamientos en Casas Rurales Andaluzas”, de “Regulación de la profesión de Guía Turístico”, de “Creación de la Escuela Oficial de Turismo de Andalucía”, de “Formación de diferentes Profesiones Turísticas”, de “Ordenación Anual de Precios de los Alojamientos Turísticos”, de “Creación de la Comisión Interdepartamental de Turismo de Andalucía”, o los “Planes de Inspección y Sanciones en materia de Turismo”. Destaca también, en materia de regulación legal, el inicio de los trabajos para la futura redacción de la Ley de Turismo de Andalucía (aprobada finalmente en 1999)

- ◆ En materia de promoción y comercialización se crea el Centro Internacional de Reservas de Andalucía y la Empresa Pública de Turismo Andaluz pone en marcha los primeros Planes de marketing y promoción del turismo andaluz bajo una imagen integradora de las distintas ofertas

Como se ha expuesto anteriormente, el Plan DIA supuso ante todo la constatación del singular peso económico del turismo en Andalucía (tanto en términos de producción como de empleo) y el primer ejercicio de concertación entre todos los agentes económicos y sociales involucrados en su desarrollo. Uno de los principales resultados derivados de este reconocimiento institucional fue la creación de la Consejería de Turismo y Deportes, en 1996. La creación de esta Consejería, como organismo público específicamente centrado en la promoción y fomento del turismo andaluz, determinó un considerable incremento de los presupuestos destinados a esta actividad por parte de la Junta de Andalucía.

En el ejercicio de sus atribuciones, la Consejería de Turismo y Deporte inicia toda una serie de programas con el denominador común de incrementar la calidad de la oferta turística andaluza. Entre los más importantes se encuentran:

- ◆ El Programa de Modernización para la Mejora de la Competitividad Hotelera de Andalucía, cuya finalidad es apoyar financieramente el proceso de reforma y modernización de los establecimientos hoteleros andaluces favoreciendo así su adecuación a las nuevas exigencias de la demanda
- ◆ El Programa de Playas, al objeto de definir un modelo de gestión y aprovechamiento del litoral andaluz en el que se incorporen estándares a los equipamientos en función de la tipología existente, y se favorezca la actuación coordinada con otras Administraciones competentes
- ◆ El Programa de Señalización Turística de Andalucía que se inicia para cubrir los déficit de señalización en destinos emergentes y las necesidades de racionalización y modernización en destinos consolidados

Tras estas actuaciones, el próximo acontecimiento de relevancia en materia turística en nuestra Comunidad tiene lugar con ocasión de la firma del I *Pacto Andaluz por el Turismo* en 1998. La firma de este acuerdo se encontraba entre las prioridades establecidas por el III *Pacto Andaluz por el Empleo y Desarrollo Económico* (1997-1998) que instaba al fomento de la cooperación entre todos los agentes para lograr un turismo competitivo y sostenible. Junto a la necesaria concertación social, la estrategia diseñada por el I *Pacto Andaluz por el Turismo* determinaba la necesidad de elaborar un nuevo *Plan de Desarrollo Turístico de Andalucía* -al considerar

agotados los instrumentos contemplados en el anterior Plan DIA-, y de abordar una regulación global del sector que pusiera fin a la dispersión y heterogeneidad de normas que le eran de aplicación a través de la redacción de una *Ley de Turismo de Andalucía*.

Efectivamente, y hasta la aprobación definitiva de la Ley de Turismo de Andalucía (Ley 12/1999, de 15 de diciembre), las empresas del sector sólo contaban con la Ley 3/86 en materia de actuación inspectora y procedimiento sancionador, además de una multiplicidad de decretos y órdenes<sup>82</sup>, tanto de la Administración central como de la autonómica, que hacían de la ordenación turística de Andalucía un maremagno de disposiciones normativas de compleja aplicación para el conjunto del sector.

A tenor de lo establecido por el *I Pacto Andalúz por el Turismo*, la Ley 12/1999 de Turismo de Andalucía persigue “[...] el mayor aprovechamiento de los recursos turísticos, dentro del máximo respeto y cuidado de la cultura y tradiciones andaluzas y según las pautas del principio de sostenibilidad”. Para ello, la ley establece como principal instrumento de ordenación con vocación integral el *Plan General de Turismo* -aún en fase de borrador- y define, entre otros, los conceptos de recurso turístico, actividad turística, usuario turístico y “municipio turístico”. La estructura básica de esta ley, así como los principales aspectos regulados por la misma se recogen en el recuadro 4.10.

**Recuadro 4.10: Estructura y contenidos de la Ley 12/1999 de Turismo de Andalucía**

En su Título I, acota y delimita las actividades y los agentes relacionados con la actividad turística. A este respecto, la Ley establece su vocación horizontal al considerar que “[...] el turismo es un bien que debe ser tenido en cuenta por sectores normativos diferentes” entre los que destaca, por su especial incidencia, el medioambiental y la normativa relativa a los espacios naturales protegidos.

En el Título II, establece los ámbitos competenciales de las distintas Administraciones Públicas en materia turística y, desde el punto de vista organizativo, adscribe a la Consejería de Turismo cuatro órganos: el Consejo Andalúz de Turismo, el Consejo de Coordinación Interdepartamental en materia de Turismo, la Oficina de Calidad del Turismo y la Escuela Oficial de Turismo. Uno de los aspectos más controvertidos de la Ley es la introducción de los conceptos de “municipio turístico” y de “población turística asistida”. Esta figura pretende dar respuesta a la insuficiente capacidad financiera de muchos municipios andaluces para la efectiva prestación de numerosos servicios colectivos al exceder sobremedida la población flotante del número de vecinos.

El Título III establece los instrumentos de ordenación y promoción, entre los que destaca el ya mencionado Plan General de Turismo. También se incorpora la posibilidad de declarar Zonas de Preferente Actuación Turística y de aprobar Programas de Turismo Específicos y Programas de Recualificación de Destinos.

El Título IV regula los derechos y obligaciones en materia de turismo y el Título V se refiere a la ordenación de la oferta turística y contiene la regulación sustantiva de los servicios y establecimientos turísticos en general. A este respecto, la Ley declara como servicios turísticos “[...] a los de

<sup>82</sup> En la regulación de las modalidades de alojamiento turístico en el medio rural, destacaban dos normas: el Decreto 94/95 sobre ordenación de los Alojamientos en Casas Rurales Andaluzas y el Decreto 2877/82 de Vivienda Turística Vacacional.

alojamiento, restauración, intermediación e información turística”, aunque también prevé que reglamentariamente se pueda reconocer el carácter turístico de otros servicios complementarios. En la ordenación de la oferta turística merece especial mención el Registro de Actividades Turísticas, que establece que el acto de inscripción es un requisito indispensable para el inicio de la prestación de los servicios turísticos y para poder acceder a ayudas y subvenciones públicas.

Por último, los Títulos VI y VII se refieren a las funciones de inspección turística y al régimen sancionador aplicable.

El recientemente acordado II Pacto Andaluz por el Turismo refuerza la importancia de la aprobación del *Plan General del Turismo en Andalucía* a corto plazo para garantizar el futuro del sector, a la vez que aboga por el compromiso de alcanzar la “calidad total” del turismo andaluz.

Con relación a las expectativas presentes y futuras de las actividades ecoturísticas, desde la aprobación de la Ley de Turismo debemos destacar dos actuaciones concretas de la Administración turística andaluza: la aprobación del Decreto 20/2002, de 29 de enero, de turismo en el medio rural y turismo activo; y la elaboración del *Plan Senda* para el periodo 2001-2004. Ambas iniciativas anticipan las actuaciones previstas por el borrador del *Plan General de Turismo* dentro de sus estrategias de “Ordenación y diversificación de la oferta turística” y de “Ordenación de recursos y reequilibrio territorial”, respectivamente.

La complementariedad de ambos instrumentos es evidente, toda vez que persiguen el objetivo común de “[...] desarrollar un sistema turístico sostenible y competitivo integrado en el espacio rural andaluz”, cubriendo así las necesidades de estas áreas en materia de planificación y coordinación de las actividades turísticas.

La puesta en marcha de estas dos iniciativas encuentra cabida en las posibilidades abiertas por la Ley de Turismo que determina el desarrollo reglamentario de servicios turísticos complementarios, como es el caso de la regulación del turismo activo en el Decreto 20/2002, y el fomento de programas ejecutivos destinados a sectores específicos, como es el caso del Plan Senda.

Mediante el Decreto de turismo en el medio rural y turismo activo, se aúnan bajo una misma norma los diversos conceptos de turismo y de servicios en el medio rural, que comparten el elemento común de que son demandados por el turista, debido al disfrute que obtiene del contacto con la naturaleza. No en vano, el Decreto reconoce como servicio turístico al conjunto de actividades que integran al turismo activo, caracterizadas por su fuerte vinculación al desarrollo de alguna actividad deportiva sirviéndose de los recursos que ofrece la naturaleza. Esta caracterización vincula la oferta de estos servicios a su inscripción en el Registro de Actividades Turísticas, al igual que las diferentes categorías de alojamiento turístico en el

medio rural tipificadas por el Decreto. La especialización de establecimientos de alojamiento rural contempla hasta un total de doce categorías diferentes y todas ellas comparten uno o algunos de los siguientes requisitos:

- ◆ Explotación agropecuaria, forestal o piscícola en la que el turista participe de las actividades de la explotación
- ◆ Instalaciones dirigidas a interesados en el conocimiento de la naturaleza y modos de vida locales
- ◆ Equipamientos destinados a fines educativos y de disfrute de la naturaleza

El recuadro 4.11 contiene una descripción de las distintas tipologías de alojamiento rural y de actividades consideradas turismo activo por el Decreto 20/2002.

**Recuadro 4.11: Especialización de los establecimientos de alojamiento rural y actividades de turismo activo reguladas por el Decreto 20/2002 de turismo en el medio rural y turismo activo de la Junta de Andalucía**

Tipologías de instalaciones de alojamiento en el medio rural: agro-turismo; albergue, aulas de la naturaleza, casa forestal, casa molino, casas-cueva, chozas y casas huerta, cortijo, granja-escuela, hacienda, refugio y otros alojamientos especiales.

Actividades de turismo activo en el medio natural: bicicleta de montaña, buceo y actividades subacuáticas, descenso de barrancos, escalada, esquí de río, esquí acuático, esquí alpino, espeleología, heliesquí, globo aerostático, heliexcursión, hidrobob, hidrotrineo, hidropedales, mushing, montañismo, motos de nieve, motos acuáticas, navegación a vela, paracaidismo, piragüismo, quads, turismo ecuestre, salto desde puentes, salto con elástico, senderismo, surf, windsurf, todoterreno con motor, travesía, vuelo libre, vuelo con ultraligero, vuelo sin motor.

Otro aspecto importante es la consideración de los senderos y caminos rurales como recursos turísticos. Para la conservación y promoción de la *Red Andaluza de Itinerarios*, el Decreto establece la necesaria coordinación de las Administraciones competentes, Consejería de Turismo y Deporte y Consejería de Medio Ambiente. Las actuaciones previstas contemplan su debida señalización y acondicionamiento, estableciéndose también una atención preferente a todos aquellos itinerarios que discurran en espacios naturales protegidos, terrenos forestales y vías pecuarias. Por último, y en lo que respecta al conjunto de complejos turísticos rurales de titularidad pública, el Decreto determina su integración en la *Red Andaluza de Villas Turísticas*.

Podemos concluir que, desde el punto de vista de las competencias propias de la Administración turística, la Ley de Turismo y, muy especialmente, la reciente regulación de las actividades turísticas en el medio rural son el referente fundamental para conocer las prioridades de actuación en el ámbito del ecoturismo en Andalucía. No obstante, como señala

la propia Administración turística, en el desarrollo de esta actividad es imprescindible la concurrencia de la Administración ambiental, competente en garantizar la adecuada conservación de los espacios y valores naturales en sí mismos, y desde la perspectiva del ecoturismo como recursos susceptibles de explotación de forma sostenible.

Así pues, en el desarrollo de las actividades ecoturísticas igual de determinantes que las iniciativas propiamente turísticas resultan las estrategias de conservación que rigen la Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía. A este respecto, son dos las referencias fundamentales que determinan el marco y los límites en los cuales se han de desenvolver las actividades ecoturísticas: la Ley 4/1989 de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre; y la Ley 2/1989 por la que se aprueba el Inventario de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía.

Estas normas establecen las pautas generales para la protección y uso sostenible de estas áreas y determinan la elaboración de los Planes Rectores de Uso y Gestión de los Espacios Naturales Protegidos (PRUG) y los Planes de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) como los mejores instrumentos disponibles para compatibilizar la conservación y la sostenibilidad económica de estas áreas. La Administración ambiental es consciente de que la creciente demanda social de actividades recreativas y de ocio en el medio natural no está exenta de impacto ambiental sobre los espacios naturales protegidos amenazándose, en muchos casos, su sostenibilidad a largo plazo. Sin embargo, la sostenibilidad no sólo se apoya en los objetivos de conservación y protección sino que, necesariamente, también han de tomarse en consideración objetivos socioeconómicos generales y, muy particularmente, los de las comunidades locales asentadas en estos espacios.

En la actualidad, Andalucía cuenta con los PORN y los PRUG de toda la Red de Espacios Protegidos, condición necesaria e indispensable para llevar a cabo cualquier tipo de actividad y ordenar de forma sostenible tanto su conservación como el disfrute por parte de toda sociedad. Mediante los PRUG se establecen las disposiciones normativas concretas que posibilitan las tareas de investigación científica, así como las actividades turísticas y recreativas, estableciendo en cada caso los requisitos necesarios para acceder a dichas actividades.

En general, y sin perjuicio de disposiciones restrictivas muy concretas para la conservación de determinados enclaves<sup>83</sup>, los PRUG incorporan entre sus estrategias de actuación preferente la promoción del sector servicios relacionado con el disfrute del equipamiento didáctico-turístico-recreativo de los parques.

Éstas normas constituyen el marco de referencia básico de las intervenciones, públicas y privadas, en espacios naturales protegidos de Andalucía y a ellas se atienen las medidas ejecutadas y previstas tanto por el *Plan Forestal* como por el *Plan de Medio Ambiente*. Ambos instrumentos de planificación de la Consejería de Medio Ambiente ostentan también especial incidencia de cara al desarrollo y fomento de las actividades ecoturísticas en Andalucía.

Desde su inicio en 1989, el *Plan Forestal Andaluz* mantiene un programa específico destinado al “Uso público, turístico-recreativo y cultural del medio natural” lo que ha permitido la progresiva consolidación de la oferta pública de equipamientos destinados a la satisfacción de demandas turístico-recreativas y de interés científico-didáctico, todas ellas esenciales para el éxito del mercado ecoturístico tal y como ha sido definido por este estudio.

El *Plan de Medio Ambiente de Andalucía*, como figura que encauza toda la política ambiental en la región, integra los objetivos, programas y actuaciones del Plan Forestal e incluye además, dentro del Fomento de Actividades Compatibles con el medio ambiente, un Programa de Desarrollo Integral del Medio natural cuyos objetivos fundamentales son los de promover las actividades que supongan el aprovechamiento ordenado de los recursos ambientales del medio natural y en particular de los parques naturales, que conlleven la dinamización productiva y la generación de empleo en las comunidades locales que se encuentran en su área de influencia socioeconómica.

En el desarrollo de dicha estrategia, durante el año 2001 se aprobaron los *Planes de Desarrollo Sostenible (PDS)* del Parque Natural de Los Alcornocales (Cádiz) y Sierra Mágina (Jaén), con una vigencia de seis años y se aprobó la formulación de los Planes para otros ocho Parques Naturales de nuestra comunidad autónoma: Cabo de Gata-Níjar (Almería); La Breña y Marismas de Barbate (Cádiz); Sierra Subbética (Córdoba); Sierra Nevada (Granada-Almería);

---

<sup>83</sup> Normalmente estas zonas coinciden con las que en la zonificación de los parques se catalogan como de Grado A que se corresponden con “aquellos espacios de excepcionales valores naturalísticos, científicos, culturales o paisajísticos de los parques naturales que exigen el mantenimiento de sus características”. También se señala que éstos “coinciden mayoritariamente con los ecosistemas mejor conservados, con limitadas o nulas transformaciones antrópicas, incluyen también áreas donde se desarrollan actividades primarias que han dado lugar a paisajes naturalizados”. *Plan Gestor de Uso y Gestión del Parque Natural de Los Alcornocales*. Consejería de Medio Ambiente, 1994.

Sierra de Aracena y Picos de Aroche (Huelva); Sierra de Cazorla, Segura y Las Villas (Jaén); Sierra de las Nieves (Málaga); y Sierra Norte de Sevilla (Sevilla).

En los dos planes aprobados se recomienda especialmente la potenciación de las actividades turísticas por su *capacidad para estimular el potencial de desarrollo endógeno dados los elevados eslabonamientos productivos relacionados con otras actividades, ya que los volúmenes de inversión necesarios en capital y tecnología no son siempre elevados y, en todo caso, relativamente menores a otras alternativas. Igualmente, el turismo permite una diversificación productiva en el medio rural a partir de la puesta en valor de elementos ambientales, paisajísticos, artesanales o patrimoniales de un territorio*<sup>84</sup>.

---

<sup>84</sup> Plan de Desarrollo Sostenible Los Alcornocales. 2001. Consejería de Medio Ambiente, Junta de Andalucía.