



Universidad Nacional de La Plata



MAESTRIA EN GESTIÓN TURÍSTICA

Tema: Procesos de cooperación en políticas públicas turísticas a nivel regional entre Argentina y Brasil en el marco de las nuevas tendencias turísticas internacionales.

Trabajo Científico libre para la obtención del grado de Magíster en Gestión Turística

Facultad de Ciencias Económicas - Universidad Nacional de La Plata

Director de Tesis:

Prof. Dr. Carlos Garay

Presentado por la maestranda:

Lic. María Lucila Salessi

Domicilio: Calle 509 y 202 Abasto LaPlata

Fecha de entrega: 07/09/2012

Agradecimientos

Quisiera agradecer en primera instancia a mi director Dr. Carlos Garay quien supo darme la orientación precisa en el momento adecuado, con el compromiso necesario para llevar a buen término este trabajo de investigación.

Una especial mención y agradecimiento al Prof. y Lic. Martín A. Morgante de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Plata, que me ha brindado desinteresadamente valiosísima información bibliográfica y académica y me ha asesorado respecto de los temas vinculados al contexto geopolítico internacional y regional en el ámbito turístico con una especial dedicación.

Deseo agradecer asimismo a cada una de las personas que he entrevistado personalmente, muchas de ellas con múltiples obligaciones y ocupaciones laborales, quienes, sin embargo, me ofrecieron su tiempo y dedicación respondiendo de manera desinteresada y generosa a cada uno de mis interrogantes.

Un párrafo especial para toda la familia Llorente Mari, en especial a la Profesora Natacha Llorente Mari quien, además de brindarme su experiencia profesional en la revisión y corrección de cada uno de los apartados de este trabajo, me ha alentado y dado fuerzas para continuar y seguir apostando por este proyecto de investigación.

El agradecimiento también incluye, por supuesto, a toda mi familia: Daniel, Renata, Lucio y Malena, por la inmensa paciencia y apoyo incondicional que me otorgaron. Fueron muy valiosas sus interpretaciones, contribuciones y aportes, por más pequeños que a ellos les hubieran parecido...

Procesos de cooperación en políticas públicas turísticas a nivel regional entre Argentina y Brasil en el marco de las nuevas tendencias turísticas internacionales

ÍNDICE

0. PRÓLOGO	5
1. HIPÓTESIS	6
2. OBJETIVOS	6
2.1 Objetivo general	6
2.2 Objetivos específicos	6
3. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS A APLICAR	9
4. ESTADO DE LA CUESTIÓN	10
4.1. Situación geopolítica del turismo internacional	10
4.2. El caso de Brasil	12
4.3. Reconocimiento internacional	16
4.4. Algunos datos económicos	16
4.5. Mercosur y RET	17
4.6. T20 y G20	21
4.7. Panorama del turismo nacional e internacional	23
4.7.1. Europa	29
4.7.2 América del Sur	29
4.8. Perspectivas Económicas y Turísticas	30
4.9. Proyecciones a largo plazo. Panorama 2020	33
4.10. El turismo como impulso económico	35
5. MARCO TEÓRICO SELECCIONADO	36
5.1. Introducción	36
5.2. Objetivos de la política turística	42
5.3. Políticas relacionadas con la Actividad Turística: Políticas Sectoriales	45

5.4 Niveles de Intervención Pública en el sector turístico	48
5.5 La Política Turística Argentina	49
5.5.1 Nivel Público Nacional	50
5.5.2. La Política Turística Argentina y la Ley Nacional N° 25997.....	52
6. DESARROLLO.....	56
6.1 Políticas y Relaciones Turísticas Internacionales: Cooperación	56
6.2 Tratados, Acuerdos, Convenios Multilaterales, Memorándum de entendimiento.....	60
6.2.1 Facilitación del tránsito de turistas intrarregionales	60
6.2.2 Buenas Prácticas en Cooperación Turística entre países de una misma región	63
6.2.3 Cooperación en el ámbito de la Promoción Turística	64
6.3 Entrevistas. Análisis e interpretación	67
7. CONCLUSIONES Y PROPUESTA	72
8. ANEXOS	
Anexo I. Entrevistas	79
Anexo II. Acuerdo sobre facilitación turística entre la República Argentina y la República Federativa del Brasil	83
9. ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO	87
10. FUENTES ESCRITAS Y ORALES	90

0. PRÓLOGO

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar los procesos de cooperación internacional en políticas públicas vinculadas a la actividad turística existente entre Argentina y su principal socio regional, Brasil.

La competitividad del sector turístico para el diseño de políticas públicas a nivel regional se sustenta en acuerdos competitivos y cooperativos en el marco de una visión geopolítica regional. En esta última década se han ido configurando regiones, entendidas como territorios ampliados de alcance internacional que, mediante la implementación de ciertos mecanismos de integración, permitirán posicionarse estratégicamente en este nuevo escenario global multipolar.

Las tendencias en políticas turísticas marcan un fortalecimiento e inclinación hacia culturas cooperativas entre los Estados tanto en el desarrollo como en la ejecución de políticas públicas del sector turístico. Nuestro objetivo es analizar y describir de qué manera los gobiernos de Argentina y Brasil están promoviendo una mayor cooperación turística regional en términos de políticas públicas, particularmente en respuesta a un abordaje integral y transversal del desarrollo de la actividad turística.

En el marco de la agenda y hoja de ruta del turismo internacional signado por la aparición de estos nuevos mercados (mercados vinculados a las potencias emergentes) se van configurando territorios entendidos como espacios ampliados de alcance internacional. Mediante la implementación de ciertos mecanismos de integración, cooperación y diseño de una agenda común de temas estratégicos respecto del sector de los viajes y el turismo, estos Estados podrán posicionarse competitivamente en este nuevo escenario globalizado.

El nuevo contexto de cooperación provee áreas de interés común en las cuales colaborar, por ejemplo, medidas para simplificar las reglamentaciones para viajar y los procedimientos de entrada, desarrollo y promoción conjunta de itinerarios multidestino, organización transfronteriza de eventos y festivales, creación de plataformas para intercambiar conocimientos y compartir información sobre mercados emisores, entre otros. Dicho contexto cooperativo permitirá además a

las ONT (Organizaciones Nacionales del Turismo) hablar con una sola voz sobre políticas de colaboración en el sector turístico.

1. HIPÓTESIS

El presente trabajo de investigación propone la siguiente hipótesis a partir del análisis de las políticas públicas turísticas existentes a través de tratados de cooperación: **los procesos de cooperación en políticas del sector turístico existentes en la región analizada (Argentina-Brasil) se están cumpliendo *parcialmente* en este nuevo contexto geopolítico regional.** En este marco, favorable a la integración, se vislumbran diversas áreas de interés común desde las cuales construir una agenda de políticas convergentes o colaborativas, es por esto que en este trabajo demostraremos la relevancia de complementar e incrementar otras dimensiones de la cooperación.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

El presente trabajo de investigación tiene por objeto analizar los procesos de cooperación en políticas públicas del sector turístico a nivel regional; más específicamente entre Argentina y Brasil en la actualidad (2000-2012).

2.2 Objetivos específicos

- ❖ Describir el escenario o situación geopolítica del turismo internacional.
- ❖ Analizar especialmente el caso Brasil, su importancia y reconocimiento internacional aportando datos y cifras que así lo convalidan.
- ❖ Presentar un panorama del MERCOSUR y las Reuniones Especializadas en Turismo RET que abordan temas específicos de cooperación en el sector turístico en dicha región.
- ❖ Abordar temáticas en el marco del análisis de diversos organismos internacionales como el G-20 y el T-20.

- ❖ Referir al panorama del turismo nacional e internacional, sus implicancias como impulsor económico, y describir las proyecciones a largo plazo de cara al 2020.
- ❖ Desarrollar en el marco teórico seleccionado conceptos clave para nuestra investigación como: política turística, políticas turísticas sectoriales, niveles de intervención pública en el sector turístico, política turística en Argentina, cooperación, entre otros.
- ❖ Enunciar, analizar e interpretar tratados, acuerdos y convenios de cooperación turística a nivel regional que resultan pertinentes para esta investigación a saber:
 - *Acuerdo sobre Facilitación Turística entre la República Argentina y la República Federativa de Brasil. Acuerdo de Iguazú*
 - *Acuerdo Modificatorio del Anexo del Acuerdo sobre Documentos de Viaje de los Estados Partes del Mercosur y Estados Asociados*
 - *MERCOSUR/CMC/DEC. N° 24/09. Fondo de Promoción de Turismo del Mercosur.*
 - *Mercosur/LXXXIV-GMC/DT N° 15/11. Anexo al Decreto 600/2012. Fondo de Promoción de Turismo del Mercosur*
 - *Memorándum de Entendimiento entre el Ministerio de Turismo de la República Argentina y el Departamento para el desarrollo y la competitividad del Turismo de la República Italiana sobre cooperación en materia de turismo*
 - *Acuerdo entre la República Argentina y la República de Chile para la supresión de la legalización consular en las visas y autorizaciones de viajes de menores de edad. Aprobado por Ley: 24.831. B.O.: 17/07/1997*
 - *Memorándum de entendimiento entre la Secretaría de Turismo de la República Argentina y la Administración Nacional de Turismo de la*

República Popular China sobre la facilitación de viajes de grupos de ciudadanos chinos a la República Argentina. 2004

- *Acuerdo para la Concesión de un plazo de 90 días a los turistas nacionales de los Estados partes del MERCOSUR y Estados Asociados (CMC N°10/06)*
 - *Acuerdo de Creación de la Visa MERCOSUR (CMC N°16/03)*
-
- ❖ Analizar, evaluar y valorar las entrevistas realizadas a diversos funcionarios y referentes de organismos académicos y administraciones públicas nacionales e internacionales vinculadas al sector turístico: D. Michel Julian, Oficial de Programa *Market Trends Competitiveness and Trade in Tourism Services* de la Organización Mundial del Turismo (OMT); Lic. Alejandro García, Director del Departamento de Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNLP y ex Director de Relaciones Internacionales e Institucionales del Ministerio de Turismo de la Nación; Lic. Leonardo Boto Álvarez, Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) que depende del Ministerio de Turismo de la Nación, Cdor. y Lic. Carlos Gutiérrez, ex representante de las Américas para la OMT y Director Ejecutivo del Ente de Turismo Buenos Aires y Lic. Jordi Busquets, asesor de Federación Empresaria Hotelera y Gastronómica de la Republica Argentina FEHGRA para la OMT, a fin de recoger las voces de los principales actores involucrados en la gestión y administración del sector turístico e indagar sobre la dimensión de la cooperación turística a nivel regional y su factibilidad en términos de convergencia de dichas políticas en el ámbito turístico entre Argentina y Brasil.
 - ❖ Establecer conclusiones, análisis y propuestas.

3. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS A APLICAR

Las herramientas metodológicas que se utilizaron en el presente trabajo fueron: el análisis heurístico o descriptivo y hermenéutico o interpretativo de textos que se aplicaron al estudio de diversas fuentes primarias: tratados, acuerdos, convenios, memorándums de entendimiento, entre otros.

Asimismo, se construyó un marco teórico conceptual por medio del relevamiento bibliográfico de fuentes primarias y secundarias pertinentes a la temática de investigación.

Se recopilaron, seleccionaron y analizaron fuentes documentales primarias y secundarias. Como algunas de estas fuentes pueden estar sesgadas por intereses sectoriales o personales, se utilizarán técnicas de observación que brinden la oportunidad de sopesar la confiabilidad de las fuentes documentales. (Valles 1999, pp. 130-131)

Se realizaron entrevistas que, si bien se desarrollaron en base a un cuestionario de preguntas abiertas, corresponden a las llamadas entrevistas no estructuradas, esto es, “una entrevista no estructurada o no formalizada es aquella en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas.” (Sabino 1996, p.170). Estas entrevistas fueron respondidas por referentes clave tales como funcionarios de las Organización Mundial del Turismo OMT, Organizaciones públicas y privadas del Turismo a nivel nacional como el Ministerio de Turismo de la Nación, INPROTUR, FEHGRA, y referentes académicos con expertise en el área específica.

4. ESTADO DE LA CUESTIÓN

4.1 Situación geopolítica del turismo internacional

Dada la crisis financiera internacional originada el 15 septiembre de 2008 con la quiebra del Lehman Brothers Holdings Inc. (Compañía global de servicios financieros (Banco de Inversión) de Estados Unidos), el mundo industrializado y las economías avanzadas ingresaron en una fase denominada de *Gran Contracción Global*¹. Este fenómeno ha impactado directa e indirectamente en los flujos de turismo internacional. Europa y Estados Unidos todavía están atravesando ciertas debilidades en los indicadores macroeconómicos; a pesar de esta situación, la industria del turismo mantiene ciertos signos de recuperación visibles desde el año 2009 a la actualidad.

Según el último informe trimestral del UNWTO (Barómetro del Turismo Internacional) publicado por la OMT², los ingresos del turismo internacional siguen en recuperación desde las pérdidas de la crisis del año 2009 y alcanzaron nuevos récords en la mayoría de los destinos, llegando a un estimado de USD 1,030 billones (€0,740 billones) a nivel mundial, a partir de USD 0,928 billones (€0,700 billones) en 2010. Teniendo en cuenta los ajustes de las fluctuaciones en el cambio y la inflación, los ingresos por turismo internacional crecieron hasta un 3.8%, mientras que las llegadas por el turismo internacional crecieron un 4.6% en 2011 alcanzando los USD 982 mil millones. Esto confirma la íntima relación entre ambos indicadores, con el crecimiento de los ingresos tendiente levemente a la baja, por debajo del crecimiento de las llegadas en épocas de recesión económica.

El secretario general de la UNWTO, Taleb Rifai, afirmó que estos eran resultados alentadores, que los dos años pasados han mostrado una demanda saludable del turismo internacional en muchos mercados, incluso cuando la recuperación económica ha sido desigual. Esto es particularmente relevante para aquellos países que enfrentan presiones en sus políticas fiscales y que tienen bajo consumo interno. En dichos países, el turismo internacional se convierte en una herramienta

¹ Kenneth Rogoff 2011.

² OMT(2012) Barómetro OMT del Turismo Mundial.

clave para estimular la actividad de exportación y la creación de fuentes de trabajo, equilibrando de esta forma los déficits externos. Citamos a Taleb Rifai: “Confiamos en que los gobiernos de todo el mundo irán reconociendo progresivamente esta situación y adopten medidas que favorezcan al sector turístico, incluyendo políticas impositivas más justas y la facilitación de visas y movimiento de pasajeros, ya que estas medidas han demostrado ser un estímulo para el crecimiento económico y la creación de empleo”.³

En el citado informe se observan los siguientes datos desagregados por regiones, la región de las Américas ha registrado el incremento en ingresos más alto (+5.7%), seguido por Europa (+5.2%), Asia y el Pacífico (4.3%) y África (2.2%). La región de Oriente Medio ha sido la única que ha registrado cifras de crecimiento negativo.

Por otro lado, las economías emergentes, como sería el caso de las sudamericanas y las del MERCOSUR, tuvieron hasta el año 2011 un *súper ciclo global* de auge de las materias primas y las commodities y también de los flujos turísticos intrarregionales y extrarregionales.

A partir de 2012 las tendencias advierten un retroceso en la caída del PIB en el caso de España, que es la cuarta economía de la eurozona⁴, y además indican que el turismo y el empleo, que han sido pilares básicos de la recuperación, actualmente están sufriendo una gran caída. Estos sectores están en baja debido al alto desempleo, que supera el 25%, con lo cual, muchos operadores turísticos y empresas multinacionales se están ajustando en términos de recortes presupuestarios. Operadores y grandes empresas turísticas están restringiendo ingresos y despidiendo gente, lo que, sin lugar a dudas, repercute en las economías industrializadas. Este fenómeno hace que los flujos turísticos desde Europa estén en declive.

Dada la crisis de las economías industriales, se está produciendo una ola de emigrados de fuerza laboral calificada, sobre todo de España hacia Brasil y,

³ Fuente: OMT Press Release 12027.Madrid.7 de mayo de 2012 Disponible en: <http://www2.unwto.org/>.

⁴ Comisión Europea Bruselas 2011.

debido a la proximidad geográfica, también hacia Argentina y países del MERCOSUR.

4.2 El caso de Brasil

La República Federativa de Brasil se ha convertido en la sexta economía mundial por GDP (Gross Domestic Product⁵) debido a que ha tenido políticas públicas de Estado desde la presidencia de Fernando Henrique Cardoso desde 1994 hasta el presente.

Tanto en la gestión del presidente Luis Ignacio Lula Da Silva (2002-2009) como en la actual de Dilma Roussef se han realizado grandes inversiones en infraestructura territorial, turística y financiera. Analicemos las razones: Brasil en este contexto mundial, además de ser parte integrante del mundo BRICS⁶, ha logrado desde el punto de vista internacional, llegar a ser sede de la Copa FIFA Mundial de 2014 y de los Juegos Olímpicos de 2016; dos desafíos estrechamente relacionados con el turismo. Con ambos megaeventos, Brasil planea incrementar el arribo anual de turistas a unos 10 millones para 2020 (en 2010 ingresó la mitad de esa cifra) y obtener ingresos por USD 10.000 millones⁷. Mario Moyses, presidente del Instituto Brasileño de Turismo EMBRATUR afirmó: “La infraestructura y el transporte público aún pueden mejorar. En materia hotelera contamos con un crédito especial que apunta no solo a construir nuevos hoteles sino a refaccionar los que ya tenemos. Se trabaja para difundir la diversidad de Brasil, en especial de su cultura y sus ciudades, para que el país no se asocie sólo

⁵ FMI 2011

⁶ BRICS Brasil, Rusia, India, China y recientemente Sudáfrica. BRICS es un acrónimo presentado por Jean O Neal, economista de Goldman Sachs en su ensayo *Dreaming with Brics* en el año 2001. Durante la última cumbre anual del Consejo Mundial de Viajes y Turismo WTTC, Anna Stupnystka, economista de Goldman Sachs, expresó a los delegados que el turismo global crecerá en promedio un 5% en los próximos dos años, pero los BRICS lo harán en más del doble de esa cifra. Como respaldo de los dichos de Stupnystka, un informe sobre tendencias para 2011 de la consultora Euromonitor asegura que en los próximos cinco años los BRICS producirán anualmente 90 millones de nuevos consumidores de clase media con ganas de viajar.

⁷ Fuente: Instituto Brasileiro de Turismo EMBRATUR.

al fútbol y al carnaval”⁸. Además, la ciudad de Río de Janeiro fue declarada *Patrimonio Mundial del la Humanidad* por la Unesco en el año 2012.⁹

En el presente trabajo se ha hecho referencia a la publicación de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE sobre tendencias y políticas turísticas¹⁰, en la cual se evalúa la evolución del turismo a largo plazo en el área de OCDE en las dos décadas pasadas, el impacto de la crisis económica financiera en la industria turística y, por primera vez en la historia de dicha organización, se analizan datos y tendencias en políticas turísticas que abarcan doce países que no pertenecen a la OCDE, incluyendo fuertes economías emergentes como Brasil, China e India.

En este contexto, hemos recogido datos y realizado una breve descripción de Brasil como potencia económica emergente, para la cual entendemos que nuestro país debería reforzar e incrementar la cooperación en políticas turísticas.

El turismo en la economía brasilera

El turismo en Brasil ha florecido desde hace unos años, impactando favorablemente en el desarrollo socio económico del mismo. En un contexto global adverso signado por la crisis, el turismo internacional ha seguido expandiéndose durante el 2008, aunque a un paso más lento que en años anteriores. En el citado año, más de 5 millones de turistas internacionales visitaron Brasil (22% más que en el año 2003). Asimismo, los ingresos en concepto de turismo International totalizaron los USD 5,8 billones (16.8% más que en el año 2007).

Respecto del mercado doméstico, a pesar de una leve declinación de los arribos, el transporte aéreo internacional brasilero trasladó 48,7 millones de pasajeros.

⁸ Declaraciones de Mario Moyses. Presidente del Embratur en el marco de la presentación del Plan de Marketing Internacional Acquarela 2020.

⁹ Fuente: sitio web UNESCO: Rio becomes the 19th Brazilian site in the World Heritage List of UNESCO The 36th meeting of UNESCO World Heritage Committee in Saint Petersburg, Russia approved on Sunday (01/07/2012) the inscription of Rio de Janeiro in the World Heritage List.

¹⁰ OECD, Tourism Policies and Trends 2011.

En años recientes, Brasil ha consolidado su competitividad internacional y ha ascendido desde el puesto 59° al 45° en el ranking turístico que establece el World Economic Forum¹¹.

Organización y Administración Turística

La actual administración del gobierno brasilero considera la actividad turística como una verdadera política de estado. Muestra de ello ha sido la jerarquización de la cartera de turismo a rango ministerial, creando el Ministerio de Turismo en el año 2003. El objetivo de este Ministerio es la formulación de un modelo de administración pública descentralizado y participativo a fin de promover el desarrollo económico, generar fuentes de empleo y permitir la mayor inclusión social posible.

El Ministerio de Turismo está constituido por un grupo de departamentos o áreas a saber:

- La Secretaría Nacional de Políticas Turísticas; esta área tiene la función de formular, establecer y asesorar la política turística nacional de acuerdo a los lineamientos que fija el Consejo Nacional de Turismo.
- La Secretaría Nacional de Programas para el Desarrollo del Turismo, cuyo rol es promover iniciativas de inversión tanto públicas como privadas, así como la promoción de la inversión de capital vinculado a los programas que apoyen el desarrollo del turismo regional (*Programas de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo – PRODETUR*) y también apoyar y promocionar la producción y marketing de productos relacionados con el sector turístico y su rentabilidad.
- El Instituto Brasileiro de Turismo EMBRATUR, un cuerpo cuya área de expertise es promover, distribuir y apoyar el marketing turístico de los productos, servicios y viajes hacia el exterior.

¹¹ Op. cit. loc. cit.

- El Consejo Nacional de Turismo, que es un cuerpo colegiado que colabora con el Ministerio de Turismo para formular e implementar la política turística y evaluar los planes, programas proyectos y actividades.
- El Forum Nacional de Secretarios y Dirigentes de Estado de Turismo, un organismo consultivo integrado por los directores de turismo de todos los estados federales, cuya función en un marco de gerenciamiento descentralizado es ayudar en asuntos problemáticos y brindar soluciones, recabando las demandas de sus pertinentes jurisdicciones tanto de Estados como de municipios.

Asimismo, es de destacar el Plan Aquarela y la Marca Aquarela. En el marco del turismo internacional, el Plan Aquarela, (Marketing Turístico Internacional de Brasil) es un instrumento técnico creado por el EMBRATUR y el Ministerio de Turismo de Brasil en el año 2003. Su objetivo principal es estimular o impulsar al turismo internacional de un modo sostenido y sustentable. Desde el año 2007 hasta 2010 fue reformulado mostrando los logros alcanzados por las iniciativas ejecutadas en la primera versión. Actualmente Brasil se encuentra realizando una fuerte campaña de promoción de su marca país de cara a los dos grandes eventos internacionales Copa FIFA 2014, Olimpiadas 2016. Reiteramos nuestra posición respecto de la importancia de considerar estos programas con miras a encontrar políticas convergentes y cooperativas en el sector turístico entre Argentina y Brasil.

Brasil apunta en breve a convertirse en el tercer destino de América Latina con mayor afluencia de turistas, por encima de México. Para lograr este objetivo está llevando a cabo una política cambiaria que consiste en liberar la venta de dólares por primera vez en la historia financiera de este país, para beneficiar el ingreso de turistas, considerando que este destino pretende ser líder en materia de ingresos por turismo internacional. Por otro lado, es parte de la política del Banco Central

de Brasil mantener lo que se llama *target inflation*¹² es decir mantener una inflación controlada que actualmente está en el orden del 6% anual¹³. En relación al cambio dólar-real se pueden extraer hasta un máximo de USD 3000¹⁴. Estas medidas se encuentran dentro de una batería de políticas de estímulo (USD 60.000 millones)¹⁵ que está inyectando la gestión de Dilma Roussef para alcanzar una tasa de crecimiento prevista y, tal como lo sostiene Goldman Sachs, para seguir siendo parte del mundo BRICS, debería mantener una tasa de crecimiento del 8% hasta el 2050.

4.3 Reconocimiento internacional

El reconocimiento internacional por parte de Goldman Sachs, entre otros, produce efectos de distinto tipo en cada país. Como hemos señalado previamente, el boom de crecimiento económico, desde el punto de vista turístico, se ha convertido en una importante fuente de ingresos y de generación de empleo de los emigrados tanto europeos como de otras partes del mundo. Consideramos que este contexto puede tener implicancias de rebote al reformular si Argentina y sus socios del MERCOSUR se pueden beneficiar del crecimiento del *gigante tropical*.

4.4 Algunos datos económicos

Resulta interesante analizar el contexto económico de la Republica Federativa de Brasil, a la luz de la investigación que en términos de procesos de cooperación turística proponemos abordar.

Podemos considerar algunos factores que pueden alterar la marcha de la economía como, por ejemplo, un eventual enfriamiento de la tasa de crecimiento con una desaceleración en relación al PBI, aunque por ahora ese escenario no se avizora en el corto plazo. En otro orden, Brasil está captando un flujo de IED (Inversión Extranjera Directa) que según datos obtenidos por CEPAL 2012¹⁶, ocupa el

¹² Fuente: Banco Central de Brasil 2011.

¹³ Fuente: FMI 2012.

¹⁴ Fuente: Banco Central de Brasil 2012.

¹⁵ BANDES. Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social de Brasil.

¹⁶ Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) 2012.

primer lugar seguido por México. Estos flujos de IED fundamentalmente se dirigen hacia las grandes megalópolis (Río de Janeiro - San Pablo – Porto Alegre) en inversión tecnológica, logística y en infraestructuras territoriales y regionales. En materia de políticas turísticas, lo anteriormente citado tiene un gran impacto económico en el país, de cara a los grandes eventos mundiales citados anteriormente. Asimismo, un tema muy investigado actualmente en los foros internacionales y en los centros académicos, es el ascenso y el auge de las *nuevas clases medias en el mundo emergente* y en particular en el caso Brasil, que ha ganado notoriedad con la implementación del programa Bolsas de Familia¹⁷ durante la presidencia de Lula, quien pudo sacar de la pobreza a 40 millones de personas. Esto posibilita, en un contexto de seguimiento de políticas de Estado, ir conformando una clase media en un país que tiene 192 millones de habitantes¹⁸ que puede acceder a determinados bienes y servicios, hecho que en otros tiempos era impensable. En este marco, se está dando un flujo de turismo emisor hacia los principales destinos internacionales, como por ejemplo USA.

4.5 MERCOSUR y RET

Más arriba hemos descrito la situación de Brasil con respecto a sus características económicas actuales. Ahora ampliaremos el foco y nos ocuparemos del MERCOSUR en general y de las Reuniones Especializadas en Turismo de modo de abordar temas de cooperación en políticas turísticas a nivel regional.

El Mercado Común del Sur (MERCOSUR), es un bloque subregional integrado por Argentina, Brasil, Paraguay (actualmente suspendido por la violación de la Cláusula Democrática del Protocolo de Ushuaia) Uruguay y Venezuela. Tiene como países asociados a Bolivia, Chile, Colombia, Perú y Ecuador. Fue creado el

¹⁷ El programa *Bolsas de Familia* (BFP) es un programa de transferencia directa de ingresos que beneficia a las familias en situación de pobreza y pobreza extrema en todo el país. El *Plan Bolsa de Familia* integra a su vez a otro programa, *Brasil sin Miseria* (BSM), que se centra en la actuación sobre los 16 millones de brasileños con ingresos familiares menores de \$ 70 mensuales, y se basa en la seguridad de ingresos, inclusión productiva y el acceso a los servicios públicos. Fuente: Ministerio de Desarrollo Social y Combate al Hambre.

¹⁸ Datos de 2012 según la ONU.

26 de marzo de 1991 con la firma del Tratado de Asunción. Los idiomas oficiales de Mercosur son el español, guaraní y el portugués.

Objetivos:

Conforme el artículo 1º del Tratado de Asunción constitutivo del bloque, el MERCOSUR implica:

1. La libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países, a través, entre otros, de la eliminación de los derechos aduaneros y restricciones no arancelarias a la circulación de mercaderías y de cualquier otra medida equivalente;
2. el establecimiento de un arancel externo común y la adopción de una política comercial común con relación a terceros Estados o agrupaciones de Estados y la coordinación de posiciones en foros económicos comerciales, regionales e internacionales;
3. la coordinación de políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados Partes: de comercio exterior, agrícolas, industriales, fiscales, monetarias, cambiarias y de capitales, de servicios, aduaneras, de transportes y comunicaciones y otras que se acuerden, a fin de asegurar condiciones adecuadas de competencia entre los Estados Partes;
4. el compromiso de los Estados Partes de armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración.”¹⁹

“Los Estados Partes que conforman el MERCOSUR comparten una comunión de valores que encuentra expresión en sus sociedades democráticas, pluralistas, defensoras de las libertades fundamentales, de los derechos humanos, de la protección del medio ambiente y del desarrollo sustentable, así como su

¹⁹ MERCOSUR: Tratado de Asunción 1991.

compromiso con la consolidación de la democracia, la seguridad jurídica, el combate a la pobreza y el desarrollo económico y social con equidad.”²⁰

Tal cual hemos mencionado, con la incorporación de la República Bolivariana de Venezuela, el Grupo Mercado Común, GMC, reunido en Mendoza en julio de 2012, confirmó que a partir de ahora los estados plenos serán cinco: Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay y Venezuela. Se estima que llevará un tiempo coordinar la etapa en la cual se encuentra el bloque, que es la de una unión aduanera incompleta. Aún no se llegó a la *etapa del mercado común*, esto significa la libre circulación de mercancías, servicios, tecnologías y *personas*. La normativa vigente prevé, con los tratados y protocolos que se han ido suscribiendo, dotar al bloque de un mayor grado de institucionalidad, de coordinación de políticas macro económicas y de profundización de la cláusula democrática. Los países integrantes deberán adoptar una política de Estado consistente en la creación de este espacio económico común.

En este marco, creemos que es importante a los fines de nuestro trabajo mencionar las Reuniones Especializadas en Turismo, las cuales forman parte de la Estructura Institucional del Mercosur, dependiendo directamente del Grupo Mercado Común GMC, el cual ostenta jerarquía con capacidad decisoria. (García, 2001)²¹.

Siguiendo a García, las RET constituyen el espacio con especificidad para tratar los temas vinculados al sector turístico, que al ser una actividad multisectorial, atravesada por diversos sectores, participa de otras instancias negociadoras de la estructura como, por ejemplo, los asuntos referidos a las temáticas aduaneras, migratorias, documentales y de facilitación fronteriza en general; el subgrupo que se ocupa del transporte terrestre y más específicamente de la prestación de transporte de servicios turísticos; el grupo que aborda una temática transversal a la actividad turística como es la sustentabilidad, entre otros. Nos interesa recalcar esta temática ya que constituye uno de los ejes de cooperación intrarregional más relevantes en términos de políticas turísticas.

²⁰ Sitio Oficial del Mercosur. Acerca del Mercosur. Disponible en : http://www.mercosur.int/t_generic.jsp?contentid=3862&site=1&channel=secretaria&seccion=2

²¹ García, Alejandro (2001) Mercado Común del Sur-MERCOSUR.

Corresponde hacer una mención a las Reuniones de Ministros de Turismo del Mercosur. Este año, y con sede en el Palacio San Martín en la ciudad de Buenos Aires, se llevó a cabo la XI Reunión de Ministros de Turismo presidida por el Ministro de Turismo de Argentina, Enrique Meyer, en la cual se abordaron temas como la promoción conjunta en mercados lejanos 2011-2012, el Fondo de Promoción turística del Mercosur (FPtur), y la importancia de que Argentina haya incorporado al ordenamiento jurídico interno la Decisión CMC N° 24/09, que crea el Fondo de Promoción de Turismo del Mercosur mediante el decreto N° 600/12, firmado por la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner, documento que analizaremos más adelante en nuestra exposición.²²

Creemos importante destacar diversos ejes temáticos que se vinculan al tema de la cooperación regional y que se tratan en las mencionadas reuniones RET, en las cuales se abordan temas de interés y problemática común - “Facilitación de Fronteras”, “Fondo del Mercado Común”, “Cooperación Técnica Internacional”, “Participación del Sector Privado” e “Integración de otros países”, entre otros. El objetivo marco que guió las distintas presentaciones y discusiones fue fortalecer la actividad entre los países asociados en los mercados lejanos. Así, se designó un Comité Técnico Específico que llevaría adelante la coordinación y el armado de la agenda de actividades 2011 en destinos como la India, Corea, países del Golfo Pérsico, Sudáfrica, Turquía, Israel, China, Dubai y Singapur.²³

A los fines de este trabajo nos interesa especialmente recalcar la intención de llevar a cabo un espacio regional que desarrolle políticas macroeconómicas pero también sectoriales -como es el sector turístico- en forma coordinada, en una “comunidad de valores” que se traduzca en acciones concretas de cooperación regional.

²² Fuente: Secretaria de Comunicación Pública. Presidencia de la Nación. . Disponible en <http://www.prensa.argentina.ar/2012/05/20/30797-reunion-de-ministros-de-turismo-del-mercosur.php>

²³ Ministerio de Turismo de la Nación. INPROTUR Memoria Turística 2010.

4.6 T20 y G20

El Grupo de los Veinte (países industrializados y emergentes) o G20, es el foro más importante de cooperación en las áreas más relevantes de la agenda económica y financiera internacional. Reúne a las economías avanzadas y emergentes más importantes del mundo.

El G20 está integrado por 19 países miembros y la Unión Europea que, en su conjunto, representan cerca del 90% del PIB mundial, el 80% del comercio global y dos tercios de la población total.²⁴

Entre sus objetivos se encuentran:

1. La coordinación de políticas entre sus miembros para lograr la estabilidad económica mundial y el crecimiento sustentable;
2. la promoción de regulaciones financieras que permitan disminuir el riesgo y prevenir nuevas crisis; y
3. la reingeniería de la arquitectura financiera internacional.

Los líderes mundiales del G20 han reconocido por primera vez en la reunión llevada a cabo en junio de 2012 en Los Cabos, México, la importancia de los viajes y el turismo como motores de crecimiento económico y creación de empleo y manifestaron su disposición a apoyar cualquier esfuerzo de los países del G20 al respecto. Agilizando los visados, y este es un eje de cooperación a nuestro entender muy relevante, los países del G20 podrían obtener cinco millones de puestos de trabajo en una época en la que el desempleo crece sin freno en todo el mundo. Son puestos que se suman a los cientos de millones de empleos directos e indirectos que ya reciben el apoyo diario del sector.

Según el Consejo Mundial de los Viajes y el Turismo CMVT o World Travel and Tourism Council WTTC, en 2012 el sector contribuirá directamente con USD 2 mil millones al PIB y dará trabajo a 100 millones de personas en el marco de la

²⁴ Fuente: <http://www.g20.org/>

economía mundial. Teniendo en cuenta que los viajes y el turismo tienen una repercusión económica tan amplia, el sector contribuye con alrededor de USD 6,5 billones a la economía mundial y genera 260 millones de puestos de trabajo o, lo que es lo mismo, uno de cada 12 puestos de trabajo del planeta.

El estudio llevado a cabo por ambas organizaciones (OMT y CMVT) y presentado en la Reunión Ministerial del T20 el pasado mes de mayo, hizo ver que los países del G20 podrían incrementar el número de turistas internacionales en 122 millones, generar otros 206.000 millones de dólares en exportaciones turísticas y crear más de cinco millones de nuevos puestos de trabajo de aquí a 2015 si, como dijimos antes, se agilizaran los procedimientos de emisión de visados y las formalidades de entrada. Los resultados mostraron que de los 656 millones de turistas internacionales que visitaron los países del G20 en 2011, aproximadamente 110 millones necesitaron visado, mientras que otros muchos millones desistieron de viajar debido al costo, al tiempo de espera y a la dificultad de obtener una visa.

Facilitar la emisión de visados a estos turistas, procedentes muchos de ellos de algunos de los mercados emisores que más rápido crecen en el mundo, como los países BRICS (Brasil, Federación de Rusia, India, China y Sudáfrica), podría estimular la demanda, el gasto y en última instancia crear millones de nuevos puestos de trabajo en las economías del G20.

En el discurso de apertura de ITB Berlín²⁵ (enero 2012), el Secretario General OMT Taleb Rifai sugiere que se haga de la *facilitación de los viajes una prioridad en la agenda turística mundial*, y reafirma que se debería abordar y enfatizar esta cuestión si la comunidad turística desea ser escuchada en los más altos niveles de decisión. Con esta certeza, la Organización Mundial del Turismo ha unido las voces del sector (CMVT, IATA, Foro Económico y Mundial, ASTA, US Travel y muchos más) para avanzar en tan importante asunto.

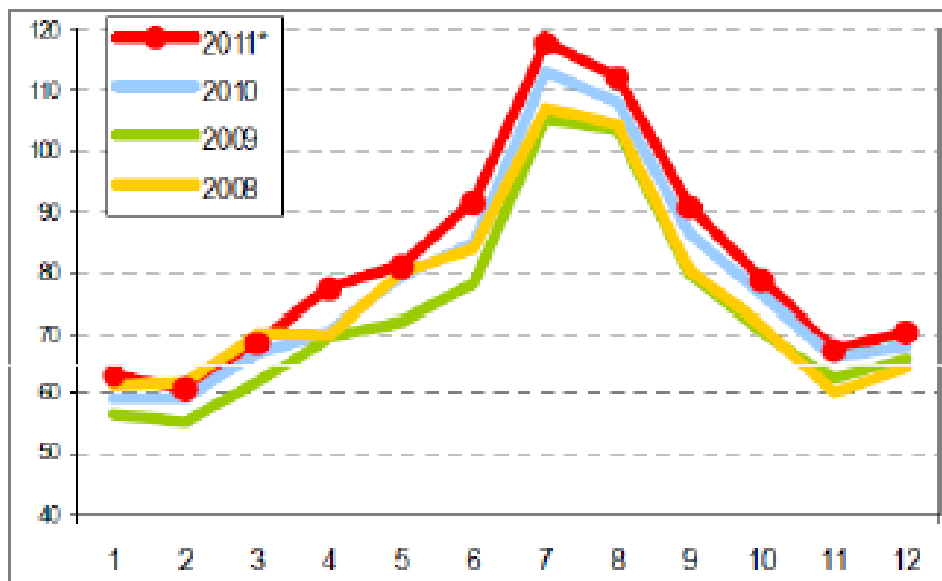
²⁵ Taleb Rifai, Secretario General de la Organización Mundial del Turismo. *El turismo internacional en los mil millones: construyamos el futuro que queremos*, ITB Berlín 2012.

4.7 Panorama del turismo nacional e internacional

La OMT (Organización Mundial del Turismo) augura para el 2012 un crecimiento del turismo tanto en volumen de extranjeros como en volumen de gasto entre el 3% y el 4%. Los escenarios son siempre cambiantes ya que el turismo es una actividad muy dinámica y vulnerable a los cambios políticos, sociales, económicos, ambientales, etc.

Según un artículo del diario español El País²⁶, los años de crisis han brindado al sector la posibilidad de actualizar sus negocios para responder a las nuevas demandas del turista moderno, adecuar instalaciones, adaptarse a las nuevas tecnologías y a la formación y capacitación de los recursos humanos.

Llegadas mensuales de turistas en el mundo (millones)

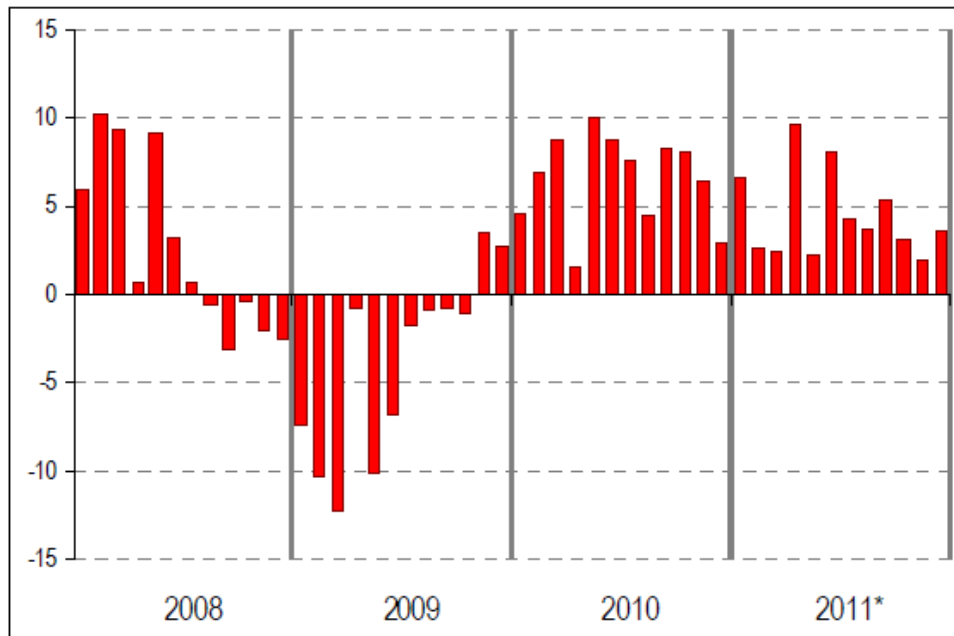


Fuente: Organización mundial del turismo (OMT). Marzo 2012

²⁶ ¿Nos salvará el turismo? Diario El País, domingo, 26 de junio de 2011 (http://elpais.com/diario/2011/06/26/negocio/1309094065_850215.html)

A fin de comprender el escenario que plantea el Sector Turístico en términos de Turismo Internacional Mundial, se puede observar que, a pesar de la crisis de los países desarrollados, el Turismo Internacional tuvo un crecimiento del 4,4% en 2011, totalizando un nuevo record de 980 millones de llegadas. En el periodo 2011, América del Sur creció un 10% vis-à-vis 2010. Fue la región con mayor crecimiento junto con Asia Sudeste (10%)²⁷.

Variación interanual mensual de llegadas de turistas en el mundo (%)



Fuente: Organización mundial del turismo (OMT). Marzo 2012

²⁷ Cámara Argentina de Turismo CAT (2011); *Turismo Internacional-Informe trimestrales. Resultados Año 2011.*

Según el último informe de la Cámara Argentina de Turismo²⁸, a pesar de consolidarse como el principal destino turístico de Sudamérica, en el 2011 los argentinos que viajaron al exterior y gastaron en otros países superaron a los turistas que vinieron al país y consumieron en la Argentina. Mientras que el turismo emisor creció un 26% respecto al 2010, el receptor lo hizo en solo un 6%.

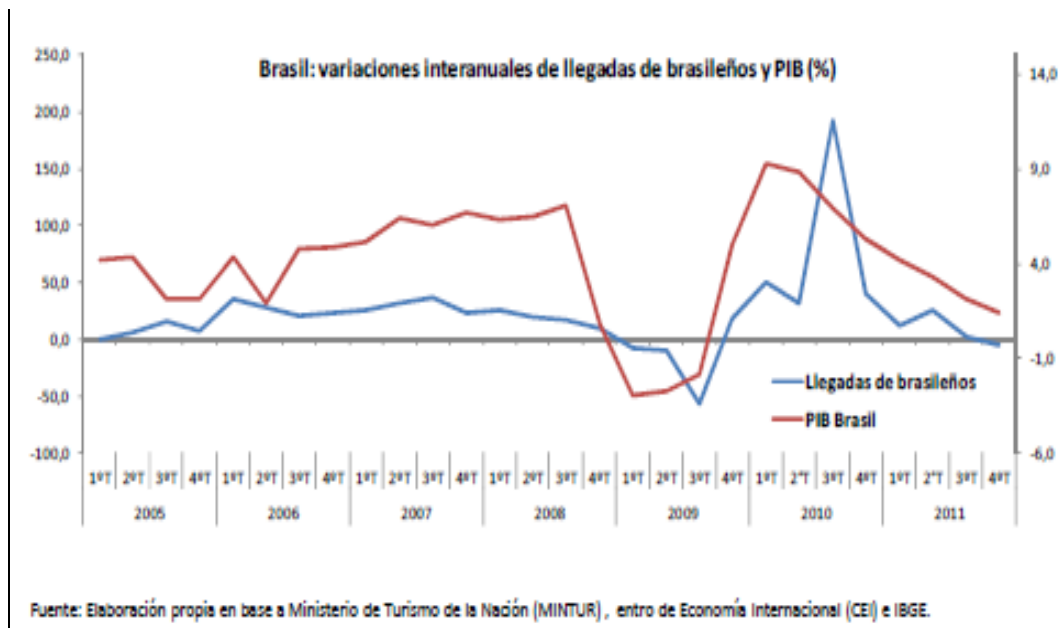
Las causas que explican las brechas negativas entre la entrada y salida de turistas y divisas son consecuentes con el fortalecimiento de la economía y el peso argentino, la merma de llegada de turistas brasileños y la disminución de los visitantes afectados por la crisis económica internacional y el impacto negativo del volcán Puyehue.

Siguiendo las tendencias internacionales observadas en el citado informe, durante el año 2011, analizando la evolución de las llegadas de turistas de nuestros principales socios vemos la desaceleración de Brasil, la contracción de Chile, Estados Unidos y Europa, y el crecimiento de Bolivia, Paraguay y Resto de América. En este marco, y a los fines de comprender mejor el escenario actual de la región turística que constituye nuestro objeto de estudio, es dable destacar que en 2011 las llegadas de brasileños sufrieron una fuerte desaceleración, creciendo un 7% con respecto a 2010. Recordemos que en 2010 Brasil había crecido un 67% interanual.

La desaceleración de las llegadas refleja la desaceleración del crecimiento del PIB brasileño. Brasil creció un 7,5% en 2010, mientras que solo un 2,7% en 2011. Para el 2012 se proyecta un crecimiento del 3% de su PIB.

En el siguiente gráfico se puede ver cómo las llegadas de brasileños acompañan la evolución del PIB de Brasil.

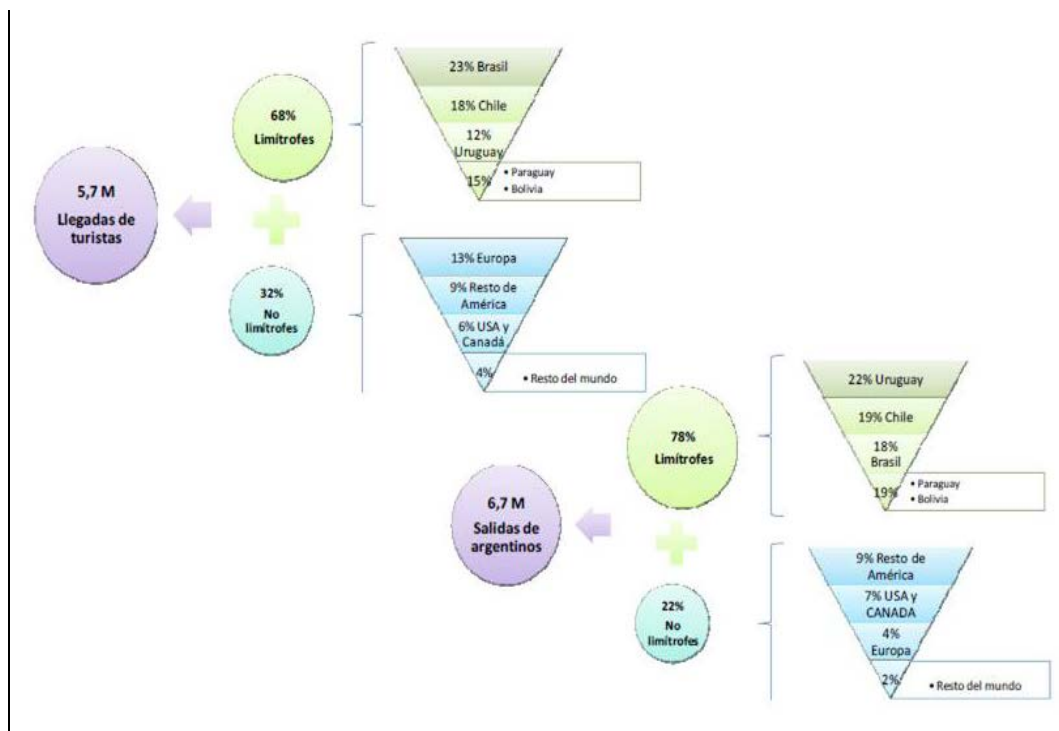
²⁸ Cámara Argentina de Turismo CAT (2011); *Turismo Internacional-Informe trimestrales. Resultados Año 2011.*



Como podemos observar en el próximo cuadro, casi el 70% de las llegadas de turistas en el año 2011 provino de los países limítrofes, contra un 13% de llegadas de turistas europeos.

Composición de las llegadas de turistas a la Argentina

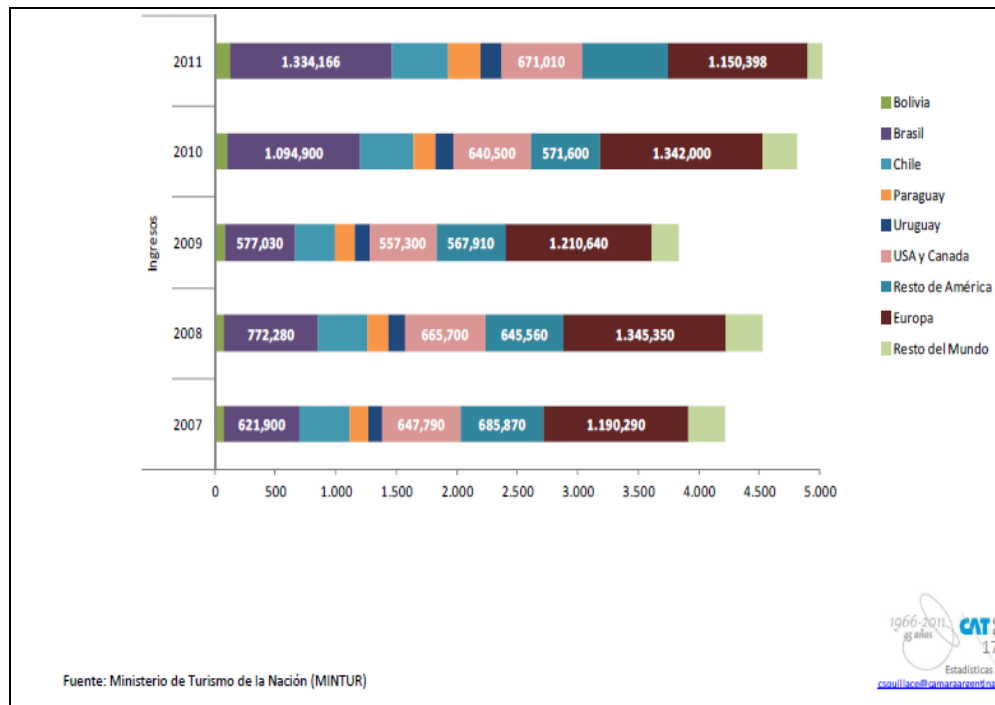
Fuente: CAT. (2011) Estadísticas. Elaboración propia a base de MINTUR



Entretanto, un 80% aproximadamente de los turistas argentinos que viajaron al exterior visitó países limítrofes. Particularmente se destacaron Uruguay (22%), Chile (19%) y Brasil (18%). En términos de egresos de divisas, del total del gasto en el exterior de los residentes argentinos se destacaron: Brasil con el 18%, el resto de América con 15% y Estados Unidos y Canadá con un 15%. Los países limítrofes generaron un 45% de las divisas, a pesar de representar casi un 70% de los turistas extranjeros. Respecto de los ingresos, se destacaron particularmente Brasil y Europa con un 26% y 22% respectivamente.

En este sentido, y tal cual observamos en el cuadro siguiente, a partir del año 2010 Brasil aumenta considerablemente su importancia como generador de divisas (debido al mayor poder de compra de su moneda), mientras que el ingreso generado por los europeos y norteamericanos permanece estable.

La importancia de Brasil como generador de divisas



Estos datos nos hacen reflexionar acerca de la importancia de reforzar la cooperación entre Argentina y Brasil con el objetivo de aumentar los flujos turísticos intrarregionales. Brasil es el mayor mercado emergente de Sudamérica, un importante generador de divisas, forma parte de los BRICS y para nuestro país, constituye una estrategia turística fundamental buscar políticas convergentes y cooperativas en dicho contexto.

En esta misma línea de análisis, las llegadas de residentes brasileños evolucionaron favorablemente desde enero a mayo de 2011 (crecimiento promedio de 27%), sin embargo se desplomaron a partir de junio con la cancelación de vuelos debido a las cenizas del volcán chileno (de junio a diciembre cayeron un 10% promedio).

Para el primer trimestre de 2012 no se esperan grandes signos de mejoría.

Brasil enfrenta dos grandes acontecimientos mundiales que lo pondrán de cara al mundo. El hecho de ser sede del Mundial de Fútbol en 2014 implicará un desafío y todo un hito de cara a la promoción e imagen del destino a nivel global; es, sin duda, un país de grandes acontecimientos populares desde los carnavales hasta el turismo corporativo. Brasil ofrece en total trece ciudades competitivas en términos de organización de reuniones y eventos corporativos internacionales.

El crecimiento de las llegadas de turistas internacionales a Brasil se ha llevado a cabo mayormente en un escenario de ampliación de la oferta de vuelos desde distintas partes del mundo que llegan hacia los principales destinos turísticos como por ejemplo Foz do Iguazú, Brasilia, Porto Alegre. Según Mario Moisés, presidente del EMBRATUR, “el aumento de la oferta de vuelos abre espacio para que haya un crecimiento más expresivo en la llegada de extranjeros al Brasil” y agrega “debemos aprovechar esta oportunidad para crecer en el escenario internacional”.²⁹

Por otro lado, consideramos relevante enfatizar y ratificar que según la OMT en su informe Panorama del Turismo 2020, entre los principales mercados turísticos emisores en términos de gastos en el extranjero, las economías emergentes como

²⁹ Declaraciones de Mario Moyses. Presidente del EMBRATUR en el marco de la presentación del Plan de Marketing Internacional Acquarela 2020.

Brasil (+52%) siguen impulsando el crecimiento, lo que a los fines de nuestro análisis es importante destacar, a la luz de analizar procesos de cooperación en turismo entre Argentina y Brasil.

4.7.1 Europa

Debido a la recesión económica, la llegada de turistas europeos reflejó un decrecimiento del 3% en 2011. Para el primer trimestre de 2012 no se prevé una recuperación: en enero se observó una variación de -3% y en febrero del 3%. En el cuarto trimestre de 2011, el gasto promedio diario total de los turistas que llegan por Ezeiza y Aeroparque cayó un 8,4% respecto al mismo período del año anterior. Europa sigue siendo en la actualidad el mayor mercado de origen mundial, generando algo más de la mitad de las llegadas internacionales del mundo, seguida de Asia y el Pacífico (21%), las Américas (16%), Oriente Medio (4%) y África (3%).

Los brasileños continúan siendo quienes tienen un mayor gasto diario, mientras que los europeos siguen siendo los que permanecen por más tiempo en nuestro país. El gasto promedio de los brasileños en el cuarto trimestre de 2011 aumentó un 9%.

4.7.2 América del Sur

Según muestra un informe de la Organización Mundial del Turismo, (UNWTO) *Panorama turístico internacional 2011*, analizando los resultados de cada una de las regiones, América del Sur presentó los resultados más sólidos de las Américas con un aumento de las llegadas del 11%. Argentina (+23%) obtuvo los mejores resultados, seguida de Uruguay (+16%), Ecuador (+8%), Brasil y Perú (ambos +7%). Los resultados fueron impulsados por una fuerte demanda intrarregional, siendo Brasil uno de los mercados de origen con crecimiento más rápido y situándose actualmente como el tercer mercado emisor más grande por gastos de las Américas. En el siguiente cuadro extraído de *Panorama OMT del Turismo Internacional 2011* se quiere resaltar que los principales destinos de la región en términos de llegadas internacionales son Argentina y Brasil.

Llegadas e ingresos de turistas internacionales a la Región

	Llegadas de turistas internacionales						Ingresos por turismo internacional			
	(en miles)			Variación (%)		Cuota (%)	(millones US\$)			Cuota (%)
Destinos	2008	2009	2010*	09/08	10*/09	2010*	2008	2009	2010*	2010*
Américas	147.953	140.722	149.765	-4,9	6,4	100	189.097	166.186	182.168	100
Argentina	4.700	4.308	5.288	-8,4	22,8	3,5	4.646	3.960	4.930	2,7
Brasil	5.050	4.802	5.161	-4,9	7,5	3,4	5.785	5.305	5.919	3,2

* Datos provisionales.

Fuente: OMT, junio de 2011

Respecto del turismo emisor, la mayoría de los viajeros permanece en su región. La gran mayoría de los viajes internacionales tiene lugar en la propia región del viajero, originándose casi cuatro de cada cinco llegadas de todo el mundo en la misma región. Estos datos son importantes ya que nos muestran la necesidad de reforzar el concepto de cooperación interregional entre Argentina y Brasil, teniendo en cuenta la magnitud del fuerte mercado emergente con gran poder consumidor que ostenta Brasil.

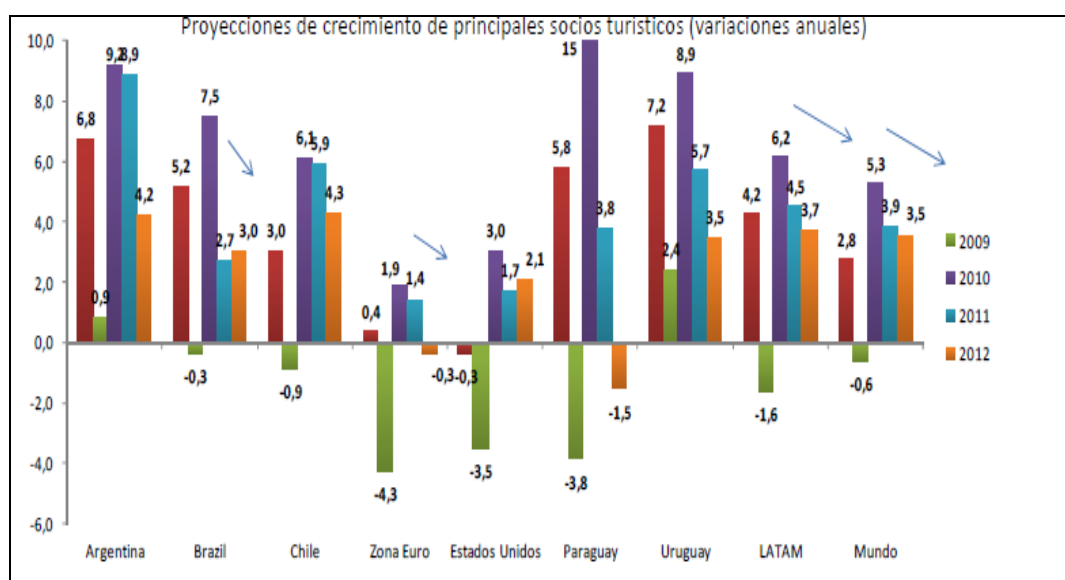
Los mercados de turismo internacional siguen concentrándose en gran medida en los países industrializados de Europa, las Américas y Asia y el Pacífico. Sin embargo, muchas economías emergentes, gracias a ingresos cada vez mayores, han logrado un rápido crecimiento en los últimos años, en particular en ciertos mercados de Asia del Nordeste y del Sudeste, Europa Central y Oriental, Oriente Medio, África del Sur y América del Sur.

4.8 Perspectivas Económicas y Turísticas³⁰

Hasta el tercer trimestre de 2011, Argentina registró una situación competitiva frente a la mayoría de sus socios turísticos, producto del crecimiento económico de éstos y la apreciación real de sus monedas. Las perspectivas para 2012 son menos favorables.

³⁰ Informe trimestral de la Cámara Argentina de Turismo: resultados año 2011.

El crecimiento de los principales socios turísticos de la Argentina se desaceleró en 2011, particularmente en Brasil y Latinoamérica. En el 2012 se espera una consolidación de crecimiento, aunque a tasas menores, de nuestros principales socios turísticos, y la continuidad de la recesión en la Zona Euro, como se puede observar en el cuadro que sigue:



Fuente: Fondo Monetario Internacional FMI, Septiembre 2011.

El notable desempeño turístico de Argentina en 2010 respondió a la rápida recuperación de los países de América Latina y el Caribe. El crecimiento de los países de la región se mantuvo en el primer trimestre de 2011, pero desde entonces muestra signos de desaceleración. Nuestro principal socio, Brasil, creció un 2,7% en 2011 mientras que Latinoamérica tuvo un crecimiento de un 4,5%. Para el 2012 se espera que Brasil crezca un 3% y Latinoamérica un 3,7%. Las perspectivas para la Zona Euro no son alentadoras (-0,3%), y se prevé una leve mejoría en USA (2,1%)

Dado el crecimiento del sector servicios a nivel mundial, la actividad turística se halla en la actualidad más reconocida y legitimada como un importante sector de la economía global por parte de organizaciones internacionales multisectoriales

clave en términos de políticas turísticas. Podemos citar, entre otras, la ONU (Organización de las Naciones Unidas), la OMT (Organización Mundial del Turismo), la OCDE (Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico), la OEA (Organización de Estados Americanos), el Organismo de Cooperación Económica de Asia y Pacífico, la Organización de Turismo del Caribe y otros cuerpos e instituciones internacionales que se encuentran actualmente investigando y realizando importantes informes acerca del sector de los viajes y el turismo. Uno de los principales objetivos consiste en la vinculación del turismo con otros sectores de la economía internacional. Asimismo, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), con sede en Londres, la Asociación de Viajes de Asia y el Pacífico, la Sociedad de Turismo del Sudeste, y otros grupos que representan mayormente el sector privado, se encuentran actualmente formulando un mayor nivel de cooperación y construcción de consenso respecto del abordaje de cuestiones referidas a políticas turísticas.

Consideramos que estos cambios indican un claro incremento del reconocimiento del impacto de la actividad turística en el siglo XXI. El pronóstico de crecimiento del sector turístico sigue siendo sostenido a pesar de los evidentes ajustes que la mayoría de los países han debido realizar a causa de las amenazas terroristas (sobre todo desde los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001, ajustes que se traducen en una mejor comprensión y adopción de nuevas medidas de seguridad), como muestran las estadísticas que hemos citado en apartados anteriores.

Este reconocimiento de cambio continuo y permanente es el que caracteriza y distingue al sector turístico hoy en día.

El turismo constituye un sector privilegiado y estratégico en el nuevo orden global multipolar y representa amplias posibilidades a nivel mundial. Se ha convertido, sin dudas, en uno de los sectores económicos del mundo que ha crecido más rápidamente en los últimos seis decenios, lapso en el cual ha ostentado un

crecimiento sostenido y una diversificación cada vez mayor. El sector turístico, por consiguiente, constituye un motor clave del progreso socioeconómico, lo que implica que cada vez más destinos invierten en su gestión y desarrollo.

Respecto del comercio internacional, el turismo ha devenido en uno de sus principales agentes. Actualmente los ingresos de exportación vinculados al sector de los viajes y turismo internacional representan el cuarto puesto luego de los combustibles, los productos químicos y los productos automotrices³¹. En esta misma línea de análisis, la actividad turística en Argentina se colocó en el tercer lugar en cuanto a productos argentinos exportables, superado sólo por los productos derivados de la soja y los porotos de soja. El récord de ingresos en 2011, de u\$s 5.211 millones representa el 88% de crecimiento en el sector, que significa el 1,50% del PBI argentino³². En este contexto, es importante destacar que para muchos países en desarrollo el turismo constituye la primera categoría en concepto de exportación, a la vez que genera fuentes de ingreso, puestos de trabajo, oportunidades de desarrollo y mejoramiento de infraestructura, lo que implica, en definitiva, una mejor calidad de vida de sus habitantes.

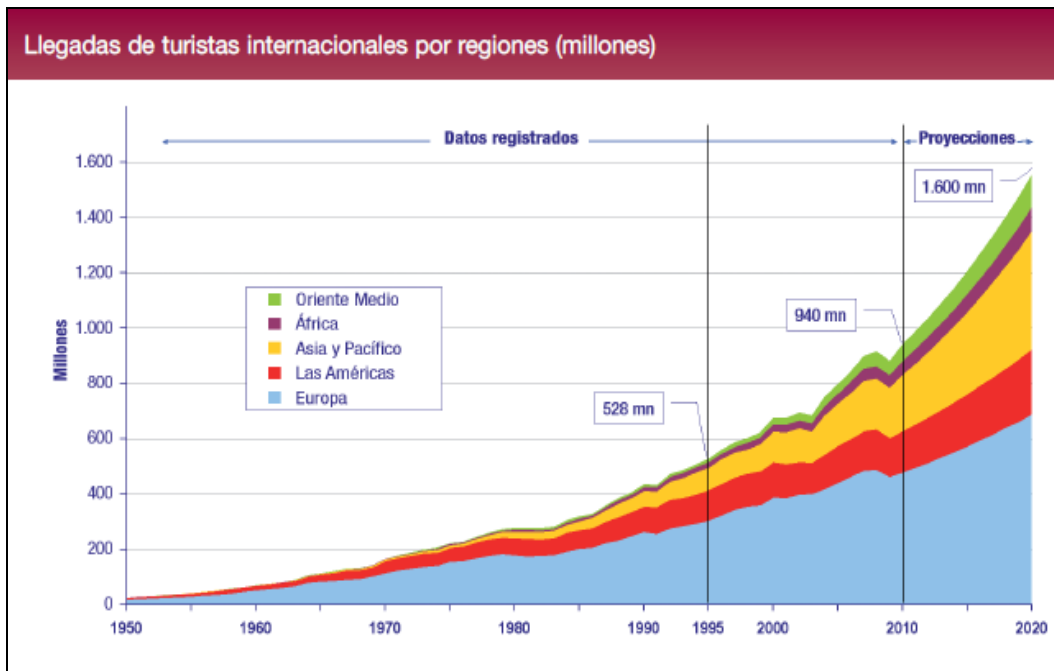
4.9 Proyecciones a largo plazo. Panorama 2020

Según el informe *Turismo: Panorama 2020*³³ las llegadas internacionales se acercarán prácticamente a los 1.600 millones en el año 2020. A escala mundial en 2020, 1.200 millones de estas llegadas serán intrarregionales y 400 millones serán de viajes de larga distancia.

³¹ Fuente WTO –about. UNWTO.www.unwto.org.

³² Fuente: Declaraciones del Lic. Boto Álvarez .Presidente de INPROTUR en el marco del IV Congreso de AEDA. Agosto de 2012.

³³ Turismo: Panorama 2020 – Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado OMT 2002.



Se prevé que Asia y el Pacífico Oriental, Asia Meridional, Oriente Medio y África crezcan más del 5% al año, frente a un promedio mundial del 4,1%. Se considera que destinos *maduros* (pertenecientes a economías más avanzadas y diversificadas) de Europa y de las Américas mostrarán unas tasas de crecimiento inferiores al valor medio. Europa mantendrá la mayor proporción de llegadas del mundo, aunque esta proporción disminuirá del 60% de 1995 al 46% en 2020. Las llegadas totales de turistas por regiones muestran que en 2020 las tres primeras regiones receptoras serán Europa (717 millones de turistas), Asia Oriental (397 millones) y las Américas (282 millones), seguidas de África, Oriente Medio y Asia Meridional.

Llegadas de turistas internacionales por regiones (millones)						
	Año de referencia	Previsiones		Crecimiento medio anual (%)	Cuota (%)	
	1995	2010	2020	1995-2020	1995	2020
Total	565	1.006	1.561	4,1	100	100
África	20	47	77	5,5	3,6	5,0
Américas	109	190	282	3,9	19,3	18,1
Asia Oriental/Pacífico	81	195	397	6,5	14,4	25,4
Europa	338	527	717	3,0	59,8	45,9
Oriente Medio	12	36	69	7,1	2,2	4,4
Asia Meridional	4	11	19	6,2	0,7	1,2
Intrarregional (a)	464	791	1,183	3,8	82,1	75,8
Larga distancia (b)	101	216	378	5,4	17,9	24,2

Fuente: Organización Mundial del Turismo ©

Notas: (a) El concepto de "intrarregional" incluye las llegadas cuyo país de origen no está especificado.
(b) Se entiende por "larga distancia" cualquier viaje distinto de los intrarregionales.

4.10 El turismo como impulso económico

Creemos que es importante cuantificar en datos concretos la importante relevancia económica del Sector Turístico a nivel mundial. Según datos de la World Travel and Tourism Council³⁴ (WTTC) el turismo genera a nivel mundial 255 millones de empleos: uno de cada 10 puestos de trabajo pertenece al sector turístico, lo que remite a una industria con un gran potencial y con un impacto indiscutible.

Durante este año 2012 el desplazamiento de turistas internacionales llegará a mil millones de turistas en todo el mundo (1 billón). Respecto del PBI, que actualmente representa el 7%, se estima que para el año 2022 dicha cifra crecerá

³⁴ WTTC World Travel and Tourism Council por sus siglas en inglés constituye un Foro Mundial de los líderes del negocio en la industria de Viajes y Turismo. WTTC trabaja para crear conciencia de Viajes y Turismo como una de las mayores industrias del mundo, apoyando a 255 millones puestos de trabajo y la generación de un 9 por ciento del PIB mundial. Sus miembros son directivos de todos los segmentos de la industria de los viajes y el turismo, incluyendo alojamientos, catering, cruceros, espectáculo, recreación, transporte y servicios relacionados con los viajes. Su principal objetivo es colaborar con los gobiernos para que sean conscientes de todo el impacto económico del mayor creador de riqueza y trabajo del mundo: los viajes y el turismo. Para ello, ha estado invirtiendo desde hace más de 20 años en trabajos de investigación acerca de dicho impacto económico. (WTTC World Travel and Tourism Council *.Travel & Tourism. Economic Impact 2012. BRICS*).

en torno al 10%, lo que generará 328 millones de puestos de trabajo, significando que de cada 10 trabajos, uno pertenecerá al sector turístico. De estas cifras se desprende que la actividad turística es una de las herramientas para recuperar la castigada economía global.

En los últimos años, el mundo ha sufrido variadas y tremendas desgracias como actos terroristas, guerras, desastres naturales, y frente a todos estos eventos el turismo ha tomado relevancia debido a su implicancia en proporcionar oportunidades económicas. Taleb Rifai, Secretario General de Turismo de la OMT³⁵ (Jordania, junio de 2012), expresó: “Subrayamos las cifras de empleo y el desafío global que enfrentamos. En los próximos diez años continuarán los cambios políticos, como la ‘primavera árabe’, las nuevas tecnologías y los cambios de hábitos, lo que creará mayores oportunidades para nuestra industria”.

5. MARCO TEÓRICO SELECCIONADO

Analizaremos los siguientes textos teóricos: Montaner Montejano (2002), Capanegra (2006), Schulte (2003), Agüero (2009), OMT (1998), Vellas (2009), García Reche et al. (2003), Casanova Ferro.

5.1 Introducción

Pensar en políticas turísticas constituye un reconocimiento a la importancia de las decisiones públicas que impactan de manera relevante a la actividad turística.

Obtener el máximo bienestar de sus ciudadanos es un objetivo principal de cualquier política de Estado. En este marco y bajo la ley 25997, sancionada y promulgada en el año 2005, el gobierno nacional priorizó al sector turístico y le otorgó rango jerárquico de Política de Estado.

“Para avanzar con una concepción contextual, realista y de vanguardia del Turismo en nuestro país, es necesario conjugar el rol promotor del Estado con las expectativas, los valores y las necesidades cotidianas de las personas. Los valores

³⁵ OMT. Press Release. Fuente: OMT. Press Release. *El turismo Internacional arranca con fuerza en 2012*. Batumi. 10 Mayo 2012.

más humanos se tornan fundamentales para cohesionar una sociedad y llevarla por un sendero de progreso. En este sentido, el sector turístico asume como propios los valores del nuevo modelo de país proyectado para el año 2016: arraigo, responsabilidad política, respeto mutuo, compromiso con el país, conciencia nacional, solidaridad, participación, creatividad e identidad. El modelo turístico adoptado para el país se inspira entonces en las necesidades reales de los actores del Turismo y en los valores fundamentales que intentan ser recuperados por la sociedad argentina. El eje rector de la política será el desarrollo económico con inclusión social y la conservación del patrimonio turístico nacional”³⁶.

Tal cual se observa en el texto, esta vez, de la nueva edición del PFETS Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020³⁷ “Desde el año 2003, el Gobierno Nacional ha puesto en marcha en el país una serie de políticas públicas que se conjugan en la idea fuerza de construir un modelo de desarrollo con inclusión social, diversificación productiva e *integración regional*”. Quisiéramos remarcar este concepto de integración a la luz de los conceptos de cooperación en la gestión de políticas públicas de turismo en Argentina.

La política turística debe observarse como un eslabón más de la cadena que conduce a un mayor bienestar de los ciudadanos de un país (OMT, 1998). Concordamos con Montaner Montejano (2002) cuando afirma que la política turística constituye una política especializada o micropolítica en el seno de la cual se establecen las directrices de ordenación, planeamiento, promoción y control de la actividad turística de un país, llevadas a cabo por los poderes públicos que se convierten en agentes turísticos a través de los órganos de la Administración Pública. Una política que debe reforzar y complementar su acción en conjunto con el sector privado. Asimismo, se espera que las acciones de dicha política se traduzcan en una apropiada regulación de la actividad turística utilizando medidas de tipo fiscal en la figura de impuestos y tasas o incentivando la actividad a través de subvenciones y créditos blandos, desgravaciones impositivas, subsidios en concepto de utilización de energía y formación de recursos humanos, entre otros.

³⁶ Ministerio de Turismo de la Nación. PFETS 2016.

³⁷ Ministerio de Turismo de la Nación PFETS 2020 .Actualización 2012-2020.

Del mismo modo, estamos de acuerdo con Capanegra (2006) cuando, al referirse a las políticas públicas en turismo, expresa que “Es innegable que el turismo sea objeto de política pública por los beneficios económicos, sociales, culturales y políticos que reporta, especialmente para los sectores dominantes”.

Una política turística competitiva tiene el gran desafío de compatibilizar el principio de libertad de empresa (tendencias liberales de economía de mercado) juntamente con la preservación y resguardo de los recursos naturales y culturales, que constituyen la justificación constitutiva de las ventajas estructurales que otorgan continuidad a la actividad turística bajo condiciones y criterios sustentables. En este contexto, creemos que es un deber indelegable e ineludible del sector público el reaseguro de las condiciones que gestionan la preservación y conservación de los recursos que sostienen la actividad turística. Para ello, el gobierno, como actor principal de la política turística, a través de la implementación y ejecución de medidas como la ordenación, fiscalización, promoción y fomento, etc. debe regular y gestionar rigurosamente los ámbitos de aplicación de dichas medidas.

Estamos de acuerdo con Schulte (2003), en que la industria turística no puede ser vista como un sistema que opera de manera autónoma independientemente de los poderes políticos establecidos en el país. El papel del Estado en relación a la planificación y al desarrollo del turismo está determinado no sólo por la tarea de definir una política de turismo, sino también por la de manejar temas tan relevantes como la promoción de los productos en el mercado extranjero, la elaboración de planes generales que contribuyan a mejorar la cantidad y calidad de la oferta, la coordinación y el financiamiento (a través de recursos propios o de otros agentes estatales) de un sinnúmero de áreas como infraestructura vial, telecomunicaciones, transporte, entre otras. Además, el Estado debe generar las bases para el desarrollo y la regulación del turismo en las respectivas escalas nacionales, regionales y locales. (Schulte, 2003)

Lo anterior se expresa en los distintos ámbitos de actuación del Estado: el nivel Macro, (nivel estratégico, donde se manejan y elaboran planes, políticas y

normas); el nivel Meso (que corresponde a la labor de las respectivas instituciones públicas y privadas encargadas de implementar la política de turismo a través de la planificación y coordinación intersectorial), y el nivel Micro, donde se encuentran las unidades menores operativas y de ejecución de proyectos.

Cada uno de estos niveles de actuación relacionados con el turismo debe ser coordinado con los demás y también con otros actores, tanto públicos (Ministerio de Obras Públicas, Salud, Medio Ambiente, Relaciones Exteriores) como privados (Asociaciones de Turismo, Asociaciones de Transporte, Hoteleros, Gremios, Organizaciones No Gubernamentales (ONG), representantes diversos y otros)³⁸.

En este trabajo nos centraremos en el nivel Macro porque es el nivel correspondiente a la gestión de lo público, aunque también haremos referencia a los otros niveles por estar todos íntimamente relacionados.

Siguiendo a Montaner Montejano (2002), la política turística de cada país es muy diversa y según el nivel de jerarquía que se otorgue al sector será mayor o menor su grado de intervención. La política turística se encuentra en estrecha vinculación con el régimen político de cada nación y es consecuente con sus libertades y los derechos democráticos regidos por su Constitución.

En línea con el marco conceptual precedente, entendemos que a la hora de desarrollar y gestionar las políticas públicas de turismo, los agentes de la Administración Pública enfrentan una labor muy compleja. La intervención del Estado en la producción de bienes y servicios públicos imprescindibles para el desarrollo de la actividad turística se enmarca en la formulación de políticas que incluyen el marco jurídico e institucional para el desarrollo del turismo. Dicha intervención estatal se da mediante la ordenación de los recursos, el desarrollo de la oferta, la infraestructura, la planificación, la promoción, la gestión, la fiscalización, el control, las ayudas, premios, créditos y subvenciones.³⁹

³⁸ Schulte (2003) *Guía conceptual y metodológica*.

³⁹ Montaner Montejano (2001).

Según postula Agüero (2009), y compartimos dicha afirmación, las políticas turísticas cumplen el rol de coordinación, planificación, regulación, promoción y fomento, incluyendo la gestión directa de la oferta turística.⁴⁰

La eficiencia de una política turística radica también en la gestión de la información que arroja la actividad en su conjunto, la recopilación, archivo y análisis de la misma, consecuente con una eficaz toma de decisiones. De este modo, y en pos de alcanzar este objetivo, la Organización Mundial del Turismo OMT creó la denominada Cuenta Satélite del Turismo (CST), herramienta económica capaz de medir con precisión el impacto económico que genera la actividad turística. Sostenemos que es fundamental la cooperación entre países regionales en términos de compartir información estadística referida al sector.

A diferencia de otras políticas sectoriales, la política turística reviste una enorme complejidad ya que en su esqueleto estructural se integran una amplia y diversa gama de subsectores que forman parte del sector turístico tales como el alojamiento, la restauración, los operadores turísticos, el transporte, etc. Dicha combinación heterogénea hace muchas veces difícil la toma de decisiones consensuadas en forma holística, ya que cada subsector posee sus especificidades e intereses propios que defender. Consecuentemente y respondiendo a esa misma lógica heterogénea, se torna difícil para las Administraciones Públicas de Turismo⁴¹ la coordinación y articulación integral de cada uno de los actores imbricados en el sistema turístico y la consideración, en su formulación y planificación, de otras políticas sectoriales nacionales y regionales, en razón del impacto significativo que pueden tener sobre la calidad del turismo.

Las competencias turísticas ejercidas por las administraciones nacionales abordan principalmente las siguientes cuestiones:

⁴⁰ Agüero (2009).

⁴¹ APT Administraciones Públicas de Turismo en *Introducción al Turismo* OMT 1998.

- Representar en el plano internacional, los intereses turísticos bilaterales y multilaterales, cuyo objetivo es favorecer el desarrollo de los flujos turísticos entre Estados signatarios,
- organizar una cooperación para la prospección de los mercados turísticos, la valorización de emplazamiento o de recursos naturales comunes (Ej. Cataratas del Iguazú),
- favorecer una cooperación técnica y financiera,
- realizar transferencias de tecnología turística, y
- adoptar medidas recíprocas de facilidades aduaneras como se ha enunciado en el marco de la última reunión del T20 en Los Cabos, México en junio de 2012.

Asimismo, entendemos que resulta relevante para los Organismos que gestionan y administran el turismo en diferentes países el abordaje de los siguientes ejes cooperativos:

- Promoción de la colaboración interregional en la construcción de estadísticas, encuestas, estudios de mercado, comportamiento de turistas, etcétera.
- Promoción conjunta de turismo en el extranjero, es decir, desarrollo y promoción conjunta de itinerarios multidesestino.
- Cooperación en programas de investigación y desarrollo
- Cooperación en formación profesional en materia de turismo.

Al referirse a programas de promoción, Vellas (2009) afirma que la eficacia de los mismos puede ser reforzada sobre todo mediante acuerdos internacionales entre los Ministerios de Turismo de dos Estados: ya sea con el objetivo de intercambiar y utilizar recíprocamente, o en común, medios promocionales (Sitios o páginas Web, Internet, catálogos, etc.) con el objetivo de realizar una acción de promoción conjunta en ciertos mercados emisores. Una de las prácticas más comunes de cooperación turística entre países y Estados vecinos es la cooperación conjunta en la promoción de productos multidesestino que más adelante en este

trabajo analizaremos y desarrollaremos específicamente para nuestra región objeto de estudio. Podemos citar como ejemplo enmarcado dentro de una iniciativa de cooperación conjunta, el hecho de que la República Dominicana y Puerto Rico se han propuesto lanzar paquetes multidestino con el objetivo, por un lado, de que los visitantes procedentes de Europa y de los Estados Unidos visiten ambas islas, y por el otro, de fomentar el intercambio turístico intrarregional entre ambos países.⁴²

El turismo puede ser considerado también como un factor de cohesión social, ya que contribuye de forma muy especial al establecimiento de relaciones mucho más estrechas entre los estados miembros. Esta situación ha planteado, en las últimas décadas, la necesidad de que se produzca una verdadera convergencia de políticas comunitarias hacia el turismo. Seguramente también, se observarán problemas debido a los intereses diversos o enfrentados a la hora de elaborar estas políticas de colaboración ya que cada Estado posee su propia identidad y ubicación en el mapa geopolítico mundial.

5.2 Objetivos de la política turística

García Reche et al. (2003), postulan que el objetivo principal de la política turística es no sólo lograr el bienestar social y la calidad de vida de la comunidad local, contribuir a mejorar el intercambio, entendimiento y conocimiento mutuo entre diferentes culturas, sino también la generación de divisas con su consecuente derrame económico regional y la creación de empleo. Se trata de una actividad con significativos efectos de arrastre sobre gran parte de su aparato productivo, opinión con la cual coincidimos. Entendemos que las instituciones representativas de dicha política deberán esforzarse en crear e intensificar las condiciones para generar destinos cada vez más colaborativos, competitivos e innovadores consecuentes con la búsqueda de un territorio equitativo y equilibrado social, económica y medioambientalmente.

⁴² UNWTO (2009) *Turismo en Iberoamérica*

En esta misma línea de análisis el citado autor menciona los principales objetivos de la política turística⁴³:

- Ingreso de divisas en el país de destino debido a que las visitas turísticas generan ingresos, divisas y empleo.
- Bienestar social: la actividad turística, ya sea en el propio territorio o en el exterior del mismo, proporciona bienestar y calidad de vida a los ciudadanos.
- Desarrollo de la sociedad anfitriona, la población residente. Dicha sociedad puede aumentar su cohesión, conseguir autonomía y estabilidad política. El proceso y dirección económicos deben recaer sobre todo en agentes e iniciativa local y no foránea.

Acordamos con Reche y Nácher (2003) que los gobiernos, a través de las políticas públicas, deben utilizar el dinero recaudado en concepto de ingreso de divisas por turismo internacional para lograr dos objetivos claros: la convivencia entre turistas y población residente, y la supervivencia de la identidad natural y cultural.

Un objetivo de la política turística es generar y mejorar la provisión de bienes y servicios públicos (accesibilidad, servicios, infraestructura, etc.) en pos de elevar la calidad de vida de la comunidad o población residente. Asimismo, la ordenación territorial y la planificación urbana constituyen instrumentos válidos que permitirán la mejor preservación del medio cultural y natural en el que se desarrolla la actividad turística. La política turística también fomenta la apropiación tecnológica (de las nuevas tecnologías de la información y comunicación) en todos los actores involucrados en el sector público y privado de la actividad de los viajes y el turismo, lo cual requeriría un costo de inversión, formación y capacitación de los recursos humanos.

Como ya hemos mencionado, uno de los objetivos de la política turística es el desarrollo de la sociedad anfitriona, la población residente, una sociedad cuya economía puede mejorar sustantivamente sus rendimientos a través de la

⁴³ García Reche (2003)

generación de mayor renta y empleo. Retomando a García Reche (2003), afirmamos que “gracias a la actividad turística, la sociedad puede aumentar su cohesión social, conseguir autonomía y estabilidad política en un Estado en el que los gobernantes y la población se respeten mutuamente y en el que la dirección del proceso económico recaiga sobre todo en agentes e iniciativa local no foránea.”⁴⁴ Apuntar al objetivo de mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos, a través de la implementación y ejecución de políticas públicas tiene que ver, en el sector turístico, justamente con brindar posibilidades concretas de realizar viajes domésticos a nivel nacional y regional.

La Organización Mundial del Turismo (OMT 1998) entiende que una de las acciones principales de los organismos públicos que administran y gestionan la actividad turística consiste en ofrecer una Experiencia Turística Integral (ETI) de calidad, producto de una fuerte articulación de trabajo conjunto entre el sector público y el privado, en modelos y prácticas de desarrollo sustentables⁴⁵. Para ello, será condición indispensable preservar el paisaje natural o urbano donde se desarrolle toda acción turística, certificar niveles de seguridad, accesibilidad y salubridad consecuentes con una prestación de servicios de alta calidad a fin de lograr la satisfacción de los consumidores, su fidelización y la competitividad de los destinos o enclaves turísticos. Así lo expuesto, creemos que la competitividad debería ser un objetivo ineludible a la hora de plantear políticas turísticas conjuntas o convergentes entre países vecinos. Las tecnologías de la información y comunicación han impactado notablemente en la lógica sistémica de los Viajes y el Turismo. Por ejemplo, en el sector transporte se observa una notable reducción de las distancias entre focos emisores y receptores, los agentes involucrados en la cadena de valor turístico han ido tecnificando y resignificando su operatividad con innovación, creatividad y formación de recursos humanos. En ese contexto, se hace imprescindible que los gobiernos entre sí y el sector privado establezcan fórmulas cooperativas que acompañen el desarrollo de destinos turísticos adaptándose a las mencionadas variables, formulando estrategias de

⁴⁴ García Reche et al (2003)

⁴⁵ OMT (1998): *Introducción al Turismo*

segmentación de la demanda y diversificación de la línea de productos consecuentes con la oferta turística.

Los agentes públicos, con la máxima coordinación posible entre sí, deberán definir una estrategia de posicionamiento competitivo. En este sentido es importante recordar que el producto turístico se basa en la existencia de atractivos concretos, a los que debe acompañar una dotación de oportunidades, tanto públicas como privadas, asentadas de manera coherente en el territorio con el fin de asegurar un destino eficaz en su conjunto.⁴⁶

Como hemos señalado anteriormente, y debido a la inherente complejidad y entramado de sectores y subsectores que conforman el turismo, sus relaciones y lógicas de poder, entendemos que só

lo la acción pública tiene competencia para asegurar la coordinación de los agentes turísticos implicados en este proceso vinculado a un desarrollo turístico que busca satisfacer las necesidades de potenciales turistas. Estos turistas viajan en formato globalizado, exigen mejores servicios y experiencias superadoras en un escenario cada vez más dinámico y competitivo.

Creemos que la lógica de la formulación de políticas turísticas debe fundamentarse sobre criterios de sustentabilidad, es decir, debe perdurar en el largo plazo, debe responder equitativamente a los intereses de la población, y beneficiar a todos los actores involucrados. Esto es, debe ser viable económicamente y ser equitativa, comercialmente rentable, ecológicamente sustentable, socioculturalmente aceptable, proporcionando un alto grado de satisfacción tanto al turista como al residente.

5.3 Políticas relacionadas con la Actividad Turística: Políticas Sectoriales

El Estado ejerce políticas de ordenación y regulación territorial que impactan directamente sobre la actividad turística. Las políticas de ordenación son definidas como la capacidad de un gobierno de establecer las normas de convivencia

⁴⁶ García Reche et al (2003).

política. El Estado de Derecho en cada país genera, con mayor o menor grado de flexibilidad y apertura, las vías de entrada y salida de personas dentro y fuera de su territorio. En la interpretación de la Carta Magna de la diversidad de naciones que desarrollan actividades consecuentes con el sector de los Viajes y el Turismo, se señalan derechos y deberes de los ciudadanos mientras se hallan bajo la tutela jurisdiccional de su territorio. Dicha situación involucra directamente al sector turístico y distingue su condición de visitantes, residentes o ciudadanos.

“Una legislación restrictiva de los derechos de las personas a su movilidad geográfica restringe los flujos turísticos. En sentido contrario, la progresiva igualdad de derechos y deberes básicos de las personas con independencia de su origen y su localización entre las naciones del planeta es un factor que anima de modo considerable los fenómenos de movilidad: migración y turismo”.⁴⁷

En este marco de ordenación y regulación, el Estado debe, asimismo, en articulación con todos los niveles de intervención, crear un cuerpo legal sólido consecuente con la protección de la identidad natural y cultural de su territorio y de las personas que habitan en él. Un nivel reducido de desarrollo normativo y un débil tratamiento reglamentario suponen un riesgo para el potencial económico del sector, al igual que el equilibrio territorial en cuanto a la ordenación de los recursos turísticos. El gobierno deberá estipular las condiciones y requisitos pertinentes respecto de la obtención de las categorías de los actores que intervienen en la cadena de valor turístico.

Así, en línea con lo antedicho, el Estado debe legislar para proteger los derechos del turista como consumidor, establecer planes de manejo y criterios de uso sustentables y ambientalmente amigables (ecogestión) y finalmente elaborar las medidas idóneas tendientes a la protección y conservación de los bienes culturales y naturales patrimoniales.⁴⁸

Consideramos que este nivel director que vincula la ordenación y regulación del territorio es trascendental en términos de obtener una coordinación entre los distintos participantes activos implicados en el sector turístico para las fases de

⁴⁷ García Reche, Náchér Escriche (2003).

⁴⁸ Op. Cit, loc.cit.

diseño, formulación, organización, ejecución, control y evaluación de políticas turísticas consensuadas y eficaces a la hora de satisfacer los objetivos planteados. La política macroeconómica tiene un impacto directo respecto del costo medio de la estadía para los turistas extranjeros. Dicha estadía depende directamente del nivel interior de precios y de la relación cambiaria existente entre la moneda del país residente (destino) y la moneda que ingresa del exterior. Esta política podrá entonces, por medio de un tipo de cambio depreciado respecto del país emisor de turistas, generar condiciones para abaratar la estadía de los mismos fomentando y promoviendo, de este modo, el volumen de llegadas o arribos en concepto de Viajes y Turismo.

Asimismo, en países con alta dependencia económica del sector turístico, se ejerce un riguroso control de la inflación y de los precios internos vinculados con las prestaciones de servicios turísticos, a fin de mantener la competitividad en las tarifas.

Creemos que la política turística no se puede entender cabalmente si no se piensa como parte de una política de Estado que debe actuar coordinadamente con el resto de las instituciones gubernamentales que tienen competencia en el conjunto de políticas que la atraviesan transversalmente.

Acordamos con Capanegra (2006) cuando postula que “una política sectorial surge cuando existe conciencia y reconocimiento de su importancia estratégica para un modelo de desarrollo. Esto es lo que sucedió con el turismo en Argentina, más o menos desde 1930, y marca a las claras que dicha actividad no está exenta de las luchas y armonías de los procesos políticos.”⁴⁹

La política turística está, pues, directamente relacionada con otras políticas sectoriales como son la política de transporte (accesibilidad al destino), la política de medios y comunicación (promoción, publicidad, marketing de destinos, etc.), la política cultural (formulación de estrategias de segmentación conjuntas y asociativas entre cultura y turismo), la política de vivienda (que crea incentivos en el sector de la construcción del cual depende en gran medida la creación de oferta turística vinculada al sector hotelero), la política social y de calidad de vida, la

⁴⁹ Capanegra (2006).

política sanitaria, la política educativa, (concientización, sensibilización de la población residente sobre la actividad turística), la política de planificación territorial (equipamiento e infraestructura, dotación de instalaciones, servicios básicos que permiten la habitabilidad de los mismos), entre otras. Los objetivos generales y específicos formulados por las respectivas políticas sectoriales afectan e impactan en las estrategias que establece la política turística en su accionar.

Cabe señalar que todas estas políticas se ven atravesadas transversalmente por la política ambiental, que hace que cada una de estas acciones, planes, programas y proyectos se realicen con criterios de sustentabilidad, la política de seguridad ciudadana que nos garantiza la seguridad y libre circulación de las personas dentro de un territorio, nación o Estado y la política de ordenación y regulación del territorio (eficiente utilización de los recursos).

Acordamos con el concepto que postula García Reche (2003): “estas tres clases de política pública son el marco en el que se inserta la política turística, puesto que resulta absolutamente necesario conseguir seguridad para el turista y, al mismo tiempo, la experiencia turística debe ser compatible con los fines y estrategias territoriales y medioambientales de los gobiernos en los destinos visitados”.

5.4 Niveles de Intervención Pública en el sector turístico

Consideramos que el grado de intervención pública en el sector turístico es directamente proporcional a la jerarquía e importancia que se le otorga al área. En países cuyo nivel de crecimiento económico depende exclusivamente de la actividad de los viajes y el turismo, la actuación del sector público se hace muy presente y se observa una mayor cantidad de Administraciones Públicas involucradas en su gestión. Creemos que si la política turística pretende cierto grado de competitividad y eficiencia deberá construirse y formularse con una visión coordinada e integrada entre las diferentes áreas y niveles públicos de gobierno que la conforman.

A nivel nacional, el organismo de gobierno asignado para administrar el sector turístico es el que formula y ejecuta las políticas turísticas que rigen el área; dicho organismo tendrá una figura más o menos relevante de acuerdo, como hemos

mencionado, al nivel de jerarquía que se le asigne al sector. El mismo tendrá rango de Ministerio como en Argentina y Brasil, dependiendo directamente del Poder Ejecutivo, Presidencia de la Nación.

La escala regional (concepto base del presente trabajo de investigación) en la intervención pública turística se encuentra en amplia expansión y crecimiento, ya que muchas regiones que involucran provincias y países, son consideradas un destino turístico en sí mismo. Vale citar, como ejemplo, las Cataratas del Iguazú, un enclave turístico que comparten tres países limítrofes: Brasil, Paraguay y Argentina. Entendemos que las políticas públicas en el sector turístico deben considerar la escala regional de manera integral y su formulación deberá sustentarse en bases cooperativas y competitivas.

5.5 La Política Turística Argentina

Sostenemos que el gran reto que tiene la política turística en la Argentina actual es mediar entre las exigencias de la economía de mercado y la preservación de las ventajas estructurales que aseguren la continuidad de la rentabilidad económica y esto lo podemos completar exigiendo acciones que den sostenibilidad a la actividad turística. A partir de esta premisa debemos concentrarnos en medidas de política turística que trabajen en favor del desarrollo económico.

El turismo es entendido cada vez más como una actividad central para la evolución económica de los países, regiones y comunidades locales. Desde hace tiempo, se ha colocado entre las principales preocupaciones por su potencial para impulsar la actividad económica y sus contribuciones al empleo, cuestiones vitales para nuestro país. Además, existen tendencias claras que colocan al turismo como una de las principales actividades humanas, entre ellas, el aumento del tiempo de ocio, el abaratamiento del transporte, la segmentación creciente de la oferta turística, la mejora en las tecnologías de la información y de la comunicación, la proliferación de productos turísticos; cuestiones que señalan al turismo como una actividad promisoriosa.

5.5.1 Nivel Público Nacional

Siguiendo a Casanova Ferro⁵⁰ podríamos afirmar, al pensar en la construcción y enunciación de políticas turísticas, que la formulación de políticas turísticas es inherente a la gestión de los gobiernos estatales pero tiene que tener un sustento y apoyo de la propia población o comunidad residente. Así, los proyectos de destinos turísticos locales que han sido exitosos, se sostienen “en la formación de una conciencia turística de la cual se hace cargo y sostiene la comunidad entera”. (..). Aquí el rol del sector público resulta esencial no solo como regulador sino también como educador en un caso y facilitador en otro”.⁵¹

La actividad turística es transversal y muy compleja ya que, como hemos dicho en apartados anteriores, interactúa permanentemente con otros sectores. Retomando a Casanova Ferro, coincidimos en su planteamiento de que los riesgos de no planificar en la actividad turística son muy costosos y se traducirán forzosamente en costos negativos de carácter económico, cultural y/o medio ambiental y sigue diciendo: “el nuevo paradigma del turismo presenta la necesidad de definir nuevos segmentos, de atender a un consumidor muy bien informado, de competir en un escenario global y porque le corresponde al Estado compatibilizar la libertad de mercado con la preservación de su patrimonio cultural y natural en un escenario compatible con un paradigma de gestión de turismo sustentable”⁵².

En esta misma línea de análisis y siguiendo al citado autor, construimos el concepto de *Política Turística* desde una serie de acciones que tienen que ver con la formulación de un plan para el sector y de qué manera ha sido formulado, la estructura desde la cual se lo piensa ejecutar e implementar, los recursos y finalmente las normas generales y jurídicas que han de sustentar y legitimar sus acciones.

Cualquiera sea el modelo (centralizado o no) la función principal de las Organizaciones Nacionales de Turismo ONT estará alineada a los objetivos de la

⁵⁰ Gonzalo Casanova Ferro. Director Nacional de Gestión de Calidad Turística en Secretaria de Turismo de la Nación.
http://www.atodoturismo.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=53&Itemid=29

⁵¹ Casanova Ferro (2006)

⁵² Op. Cit. Casanova Ferro 2006

Política Turística actual, vale decir que con los recursos disponibles intentará mejorar la competitividad del sector fijando metas nacionales, investigando, realizando estadísticas, publicitando y promocionando, coordinando esfuerzos regionales, regulando, supervisando y marcando estándares de calidad cada vez más exigentes.

Entendemos que la formulación de políticas turísticas, su ejecución, los medios y recursos para llevarlas adelante y la transparencia en la obtención de recursos debe estar pensada para ser aplicada a diversas escalas (Internacional, Regional, Nacional, Provincial y Municipal) sostenida y coordinada en el marco normativo y legal acorde.

Según Fayos Solá⁵³, el turismo necesita reglas de juego claras para maximizar su contribución a la sociedad; en este sentido, para el autor, la política turística se puede conceptualizar como un instrumento cuyo objetivo es la gestión del conocimiento para investigar, divulgar y hacer ejecutivas esas normas de ordenación.

La política turística ha ido evolucionando en el abordaje y profundización de su campo de estudio. En principio se ocupaba solamente de la promoción de destinos o enclaves turísticos y de la regulación de ciertos sistemas de alojamientos hoteleros convencionales. En la actualidad, pensar en términos competitivos en el sector de los viajes y el turismo implica construir políticas públicas turísticas inclusivas, integrales y eficientes tanto a nivel local y regional como nacional, internacional y supranacional.

Según el mencionado autor, y estamos de acuerdo con su afirmación, la política turística “es una técnica de gestión del conocimiento, con enfoques multidisciplinarios, en el ámbito de la Administración Pública en particular y de las Ciencias Sociales en general”⁵⁴. La política turística debe generar y construir conocimiento, el cual se obtiene a través de la investigación y de lógicas consecuentes con una producción metodológica. El autor hace un análisis sobre las principales acciones involucradas en política turística, y afirma que la faceta de

⁵³ Fayos-Solá, E (2004) Ex Secretario General de la OMT.

⁵⁴ Op.Cit. Fayos Solá, E. (2004).

promoción se encuentra ampliamente desarrollada, siendo la que mayor atención recibe puesto que ha sido históricamente su principal justificación.

Quisiéramos enfatizar el concepto expresado por dicho autor respecto de que las reformas pendientes para una mejor gobernabilidad en términos de políticas turísticas se relacionan con la creación y gestión de espacios u organismos supranacionales que serán los encargados de gestionar y administrar recursos y bienes públicos globales, toda vez que se consolide una *genuina colaboración y cooperación regional entre los Estados* y otros protagonistas a escala planetaria.

Retomando a Fayos Solá, nos interesa especialmente recalcar en este trabajo de investigación el rol pertinente a las Administraciones y Organismos Supranacionales del Turismo, como por ejemplo la Organización Mundial del Turismo. La Nueva Política Turística requiere una mayor coordinación de las acciones en este nivel de gestión y administración.

5.5.2 La Política Turística Argentina y la Ley Nacional N° 25997

Siguiendo un recorrido histórico, la política turística argentina ha sufrido las oscilaciones de la política nacional. Citamos nuevamente a Casanova Ferro, cuando describe el marco político sobre el cual se asienta la política turística argentina: “El sistema turístico argentino es un fiel reflejo de su sistema político republicano y federal, como tal posee dos sectores bien diferenciados el privado y el público, este último es de carácter descentralizado y posee tres grados de competencia en razón del territorio: Nacional, Provincial y Municipal o Local”⁵⁵. La máxima autoridad de aplicación es el Ministerio de Turismo de la Nación, encargado del área o cualquier otra dependencia estatal que tenga injerencia. Sin perjuicio de que por tratarse de una actividad transversal pueda también estar sujeta a las normativas aduaneras, migratorias, policiales, etc.

A escala nacional, como hemos mencionado, la autoridad máxima es el Ministerio de Turismo de la Nación⁵⁶, que depende directamente de la Presidencia de la República lo que muestra la relevancia que el gobierno le asigna al sector como

⁵⁵ Casanova Ferro, op. cit.

⁵⁶ Decreto 919/2010 sobre Creación del Ministerio de Turismo de la Nación. 28/06/2010.

política de Estado. Bajo este concepto y abordando el marco legal y normativo vinculado al sector turístico, creemos que es importante reiterar la importancia de La Ley Nacional N° 25.997, la cual define a la actividad como “socioeconómica, estratégica y esencial”⁵⁷ y, tal como hemos mencionado, “prioritaria dentro de las políticas del Estado”⁵⁸ para el desarrollo del país en el sector turístico. Dicha Ley Nacional expresa las funciones del Ministerio de Turismo de la Nación como sigue:

Dentro de los llamados “Deberes” mencionaremos aquellos que abordan temas de cooperación, como son los siguientes:

- c) Coordinar, incentivar e impulsar las acciones para la promoción turística de nuestro país tanto a nivel interno como en el exterior.
- h) Favorecer el intercambio turístico, la promoción y la difusión mediante acuerdos y/o convenios multilaterales con otros países u organismos, a los fines de incrementar e incentivar el turismo hacia nuestro país y/o la región.
- j) Propiciar la investigación, formación y capacitación técnica y profesional de la actividad.
- k) Promover una conciencia turística en la población.

Dentro de las “Facultades” enumeradas por la Ley, destacaremos:

- f) Celebrar convenios con instituciones o empresas públicas o privadas nacionales o extranjeras para toda acción conducente al cumplimiento de los alcances y objetivos de la presente ley, incluyendo la instalación de oficinas de promoción en el exterior.
- h) Promover, coordinar, asistir e informar a instituciones educativas donde se impartan enseñanzas para la formación de profesionales y de personal idóneo en las actividades relacionadas con el turismo.
- o) La organización, programación, colaboración y contribución económica para la participación del país en ferias, exposiciones, congresos o eventos similares de carácter turístico.

⁵⁷ Ley Nacional de Turismo N°25997 (2005) Artículo1.

⁵⁸ Ley Nacional de Turismo N°25997 (2005).

p) Fomentar la inclusión de contenidos transversales de formación turística en los programas de estudio de todos los niveles de la enseñanza pública y privada.

No obstante el listado precedente, la nueva Ley Nacional N° 25997 basada en principios de sustentabilidad, desarrollo, calidad, accesibilidad, etc., debe tener en cuenta que aun cuando se otorguen amplias facultades a la Cartera de Turismo Nacional, estas serán insuficientes sin una estructura específica, tema que abordaremos en el párrafo subsiguiente.

En este marco, y en el contexto de esta nueva ley rectora basada en principios de calidad, sustentabilidad, equidad social, desarrollo, accesibilidad, etc. se han creado nuevos organismos que enumeramos a continuación:

- el COMITE INTERMINISTERIAL DE FACILITACION TURÍSTICA, instancia interinstitucional para coordinar y garantizar el cumplimiento de las funciones administrativas de las distintas entidades públicas de nivel nacional con competencias relacionadas y/o afines al turismo en beneficio del desarrollo sustentable del país y su competitividad, cuyo objetivo es conocer, atender, coordinar y resolver los asuntos administrativos que surjan en el marco de la actividad turística, relacionados con la competencia de dos o más dependencias de la Administración Pública, a fin de coadyuvar con la Secretaría de Turismo de la Nación en el ejercicio de sus deberes y facultades;
- el CONSEJO FEDERAL DE TURISMO, que tiene como objetivo examinar y pronunciarse sobre cuestiones referentes a la organización, coordinación, planificación, promoción, legislación y estrategias de las actividades turísticas de carácter federal. Entre otras funciones se le atribuyen las facultades de participar en la elaboración de políticas y planes para el desarrollo del turismo que elabore la Autoridad de Aplicación, y proponer la creación de zonas, corredores y circuitos turísticos en las provincias donde puedan desarrollarse políticas comunes de integración, promoción y desarrollo de la actividad;

- el INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA (INPROTUR) cuyo objetivo será diseñar los planes y programas para la promoción turística internacional; ejecutar la estrategia de promoción; administrar fondos para la promoción; realizar estudios de mercado; organizar eventos internacionales; coordinar misiones de promoción turística; producir el material promocional y comunicacional necesario. Es decir, promocionar la imagen turística del país en el exterior.
- En lo que respecta a inversiones se crea un PROGRAMA NACIONAL DE INVERSIONES TURISTICAS, en el que se incluyen las inversiones de interés turístico a ser financiadas por el Estado Nacional. Las provincias por su parte, deberán remitir a la Autoridad de Aplicación los proyectos por ellas propuestos para la realización de inversiones generales de interés turístico.⁵⁹

A nivel de las atribuciones del Ministerio de Turismo de la Nación citaremos los siguientes apartados:

El artículo 7 inciso g) trata sobre el redireccionamiento hacia nuevos mercados como el japonés o el chino, en el primer caso en cooperación con JICA (Agencia de Cooperación Internacional de Japón) y en el segundo por un Memorando de Entendimiento sobre facilitación de viajes de grupos entre nuestra Secretaría y la Administración Nacional de Turismo de la Republica Popular China. De este apartado nos ocuparemos más adelante cuando abordemos los documentos específicos a esta temática.

El artículo 7 inciso h) se ocupa de la participación y profundización de la integración en el marco del MERCOSUR alentando el Polo turístico Iguazú y concretando el acuerdo marco sobre Medio Ambiente.

⁵⁹ Ley Nacional de Turismo N°25997 (2005).

6. DESARROLLO

6.1 Políticas y Relaciones Turísticas Internacionales: Cooperación

Según informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE realizado en 2010, las tendencias en políticas turísticas marcan un fortalecimiento e inclinación hacia culturas cooperativas entre los Estados en el desarrollo, asimismo se da la ejecución de políticas públicas en el sector turístico debido a que los gobiernos están promoviendo una mayor cooperación turística en los distintos niveles: a nivel internacional entre países limítrofes y también entre los distintos departamentos administrativos particularmente en respuesta a un abordaje integral y transversal del desarrollo de la actividad turística.

Desde los beneficios que redundan en las asociaciones o partenariados público-privados a nivel nacional referenciadas al trabajo conjunto o mixto de ambos sectores para un abordaje integral de la actividad turística, hasta las buenas prácticas internacionales de investigación, los gobiernos están promoviendo una mayor cultura cooperativa en el turismo en todos los niveles y particularmente están respondiendo a un enfoque de gobierno plenamente integrado (*“Whole of Government Approach”*⁶⁰) hacia el desarrollo de la actividad turística.

Los países de la zona mediterránea reunidos en la Conferencia de la OMT sobre *«El futuro del turismo en el Mediterráneo»* con fecha 16 y 17 de abril de 2012, han convenido en dar un fuerte impulso a la cooperación para mantener la posición de la región como principal destino turístico del mundo.

Áreas de cooperación

Quisiéramos enfatizar en el presente trabajo de investigación, el concepto de “competencia cooperativa”, término acuñado por la Organización Mundial del Turismo OMT en el marco del documento llamado “Hoja de Ruta para la Recuperación. El turismo y los Viajes 2009”⁶¹ en el cual se refuerza el concepto de asociacionismo, ampliándose, mas allá del marco del turismo tradicional, a los

⁶⁰ OECD *Tourism Trends and Policies* 2010.

⁶¹ UNWTO (2009) *Hoja de ruta para la recuperación. El Turismo y los Viajes*.

ámbitos de la economía, del empleo y del desarrollo, “maximizando las sinergias entre agentes nacionales, regionales e internacionales.

Cooperación en términos ecoturísticos

Un informe de la OMT revela que la tipología “ecoturismo” es la modalidad que más está creciendo a nivel mundial, con tasas entre el 15% y el 25% en contraste con el incremento del 7,5% del turismo convencional. En este sentido y considerando las bellezas naturales del país y su diversa oferta de destinos, el Instituto Brasileño de Turismo (EMBRATUR) ha presentado varias propuestas en el Amazonas para quienes buscan acercarse y preservar la naturaleza.

Cooperación - Partenariado

Entendemos que es relevante para el enfoque del presente trabajo, establecer el concepto de *Partnership regional*.

Para la Organización Mundial del Turismo OMT (2011) a fin de construir un sector turístico más competitivo y sustentable, existe una creciente necesidad de crear partenariados entre los distintos sectores que integran la cadena de valor turística. En una escala macro, el sector público y las organizaciones internacionales necesitan cooperar cada vez más estrechamente a fin de maximizar el potencial turístico.

En esta misma línea de análisis, y en este marco referido a los procesos de cooperación turística entre diversos países, podemos citar dos documentos fundamentales: el de la propia Organización Mundial del Turismo cuya Asamblea General, desde 1997, adoptara en Estambul la resolución 364XII y el Código Ético Mundial para el Turismo⁶² que destaca en su preámbulo “el interés en promover una verdadera colaboración entre los agentes públicos y privados del desarrollo turístico, y deseosos de que una asociación y una cooperación de la misma naturaleza se extiendan de forma abierta y equilibrada a las relaciones entre países emisores y receptores y entre sus sectores turísticos respectivos”.

⁶² Código Ético Mundial para el Turismo adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre- 1 de octubre de 1999).

Con el objetivo de crear o construir un sector turístico más sustentable y competitivo, se observa una creciente necesidad de forjar acuerdos cooperativos entre los actores que conforman la cadena de valor turística. El sector público (Administraciones Públicas de Turismo, Ministerios, etc.), el sector privado (cadenas hoteleras, distribuidores de viajes, agencias de viajes, compañías aéreas); el sector académico (público y privado), los Organismos Internacionales, ONG y otros, deberían cooperar en forma estrecha y mancomunada a fin de maximizar el potencial que posee el sector de Viajes y Turismo.

En una misma línea de análisis, el turismo produce importantes impactos en determinadas actividades económicas y presenta contundentes lazos con éstas. *Retail*, manufacturas de todo tipo y productos agrícolas, por mencionar algunas, son actividades que se ven beneficiadas directamente de la productividad turística, así como la comercialización y venta a los turistas de productos y servicios, la producción de insumos para proveer a los hoteles y a la industria de la restauración benefician directa o indirectamente a la comunidad residente.

Aunando esfuerzos

Sin duda, los retos mundiales en materia turística exigen una mayor cooperación esto es, procesos colaborativos en pos de un turismo competitivo y sustentable.

Un ejemplo contundente de estos esfuerzos de colaboración en materia turística en el ámbito europeo se observa en el acuerdo de cooperación y compromiso entre el Centro de Estudios Europeos CET y la Organización Mundial del Turismo OMT⁶³ para *avanzar en esfuerzos conjuntos por abordar los principales problemas que afronta el sector turístico e incrementar la actividad turística*, que ha sido presentado recientemente en el marco de la Feria Internacional (ITB) Berlín.

Por ejemplo en la UE, una de las principales iniciativas que se enmarcan en el nuevo acuerdo de cooperación es la constitución del Grupo de Reflexión Global de Organizaciones Nacionales de Turismo (ONT) sobre la Creación de Valor

⁶³ Fuente: OMT Press Release *La OMT y la CET promueven la cooperación en asuntos turísticos*. Berlín. 7 de marzo de 2012.

mediante la Colaboración. El Grupo de Reflexión ofrecerá un foro a los jefes de órganos nacionales de turismo de todas las regiones del mundo para encontrar áreas de interés común en las cuales colaborar, que pueden ir desde las condiciones y tendencias de unos mercados cambiantes hasta las nuevas tecnologías y los derechos del consumidor. Permitirá además a las ONT hablar con una sola voz sobre cuestiones que preocupan a todas ellas, como por ejemplo la facilitación de los viajes.

La OMT y la CET conjugarán también esfuerzos en áreas tales como la investigación de tendencias y mercados, los productos y segmentos, las metodologías de marketing, la evaluación comparativa, la sostenibilidad y la gestión de crisis. Ambas partes continuarán con su serie de manuales de prácticas óptimas y sus estudios de mercado que, hasta la fecha, cubren los mercados emisores más significativos para Europa, entre ellos China, India, los Estados Unidos y Oriente Medio, y los temas del *branding*, el marketing electrónico y el desarrollo de productos.

Se ha producido un cambio en las tendencias turísticas, impulsado por las economías del grupo de países BRICS, que hace que Europa, el destino turístico más visitado del mundo, tenga mucho que ganar con esta asociación. La investigación y los estudios de mercado⁶⁴ adquieren más importancia que nunca. Los mercados emisores de turismo indio, chino y ruso constituyen, entre otros, los de crecimiento más rápido y, en consecuencia, son mercados de importancia creciente en el mundo. La OMT y la CET han publicado conjuntamente, como hemos mencionado, estudios de investigación detallados centrados en cada uno de los mercados. Los informes facilitan la necesaria información con el fin de comprender mejor la estructura y las tendencias de estos mercados en crecimiento. Los informes consideran asuntos tales como el comportamiento y las pautas de los viajeros: elección de destinos, objeto de los viajes, gastos, actividades vacacionales y segmentación del mercado, así como los medios utilizados y el uso

⁶⁴ OMT (2010) *El mercado emisor de turismo Indio. El mercado emisor de turismo Chino. El mercado emisor de turismo ruso.*

de Internet. El acuerdo de hoy no solo subraya que es fundamental la colaboración en el ámbito europeo, sino también a escala mundial.

En este contexto, creemos pertinente para nuestro trabajo, recalcar la importancia de Brasil como país integrante de los BRICS y mercado emergente en términos de nuestro planteo de *cooperación en políticas públicas en el sector turístico*. Así, merece destacarse el impacto positivo que tiene la actual sexta economía mundial sobre sus países vecinos. Citando el último informe de Goldman Sachs sobre las economías BRICS: “Sus vecinos regionales pueden beneficiarse de las oportunidades de crecimiento de los BRICS...el fuerte crecimiento de estas economías podría tener un efecto similar sobre sus principales socios comerciales”.⁶⁵

6.2 Tratados, Acuerdos, Convenios Multilaterales, Memorándum de entendimiento.

6.2.1 Facilitación del tránsito de turistas intrarregionales

La Organización Mundial del Turismo OMT insta a los países afiliados y no afiliados y a la comunidad turística a trabajar en pos de la facilitación de las entradas entre los países, generar y simplificar los trámites y requisitos de visados y reducir los impuestos a los turistas.

En este contexto, consideramos importante analizar los siguientes acuerdos, pertinentes a la temática de referencia:

Acuerdo sobre facilitación turística entre Argentina y Brasil: Acuerdo Iguazú. (18/11/2009)

Deseo de las partes: profundizar el proceso de integración bilateral, generar mecanismos ágiles de control en zonas fronterizas para facilitar el turismo. Ámbito de aplicación: “Corredor Turístico Iguazú”, considerando que las Cataratas del Iguazú constituyen un atractivo único compartido entre ambos

⁶⁵ Goldman Sachs (2003): *Dreaming With BRICs: The Path to 2050*
(<http://www.goldmansachs.com/our-thinking/topics/brics/brics-reports-pdfs/brics-dream.pdf>)

países, declarado Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO y una de las siete maravillas del mundo. En este marco, el acuerdo apunta a adoptar un procedimiento efectivo que permita facilitar la movilidad de los nacionales y residentes de ambos países cuyo objetivo es facilitar el tránsito de turistas dentro del área geográfica denominada “Corredor Turístico Iguazú”, constituida por los territorios de los municipios de Puerto Iguazú y Foz do Iguazú. Consideramos que este tipo de acuerdos constituyen un paso fundamental para avanzar en la integración bilateral entre Argentina y Brasil, acercando los beneficios y ventajas que ésta conlleva a las personas, atendiendo sus necesidades y ofreciendo soluciones a sus problemas.

Acuerdo para la Concesión de un plazo de 90 días a los turistas nacionales de los Estados partes del MERCOSUR y Estados Asociados (CMC N°10/06). (Córdoba, Argentina 20/06/2006)

Signatarios: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Venezuela. El objetivo del acuerdo es dar un plazo de 90 días de residencia a los turistas nacionales de los Estados Partes del Mercosur además de profundizar la cooperación a través de la implementación de medidas concretas. Recomienda fijar estándares comunes y mantener la reciprocidad en las políticas. El acuerdo resalta la importancia de facilitar los documentos de viajes y la flexibilización de los plazos que se les conceden a los nacionales de los Estados que conforman el bloque regional, cuando se movilizan motivados por una actividad turística.

MERCOSUR/CMC/DEC. N° 16/03: Acuerdo para la creación de la “Visa MERCOSUR”. (Montevideo 15/12/2003)

Con miras a facilitar políticas de libre circulación de personas en el MERCOSUR se firma el Acuerdo para la creación de la visa MERCOSUR con el propósito de fijar o establecer normas comunes para el movimiento temporal (con estadías de hasta dos años prorrogables por igual período hasta un máximo de cuatro años) de todos los ciudadanos de los Estados parte que se advinieran a prestar diversos

servicios en la región. En este colectivo se incluyen servicios profesionales vinculados al ámbito académico, deportivo, científico, artístico, técnico, empresarial, legal, entre otros.

Creemos que este tipo de medidas si bien su objetivo se vincula mayormente al mercado laboral y a la prestación de servicios, favorece o tiene un impacto positivo en términos de intercambio turístico intrarregional, consecuente con la tipología turismo de negocios, turismo académico, turismo deportivo, etc., de los ciudadanos que circulan dentro del bloque.

Acuerdo entre la República Argentina y la República de Chile para la supresión de la legalización consular en las venias y autorizaciones de viajes de menores de edad: Aprobado por Ley: 24.831 B.O.: 17/07/1997.

El siguiente acuerdo establece la eliminación de la legalización consular en los permisos y autorizaciones de viajes de menores de edad. De esta manera se favorece la fluidez de la circulación de personas y el intercambio turístico entre ambos países. La eliminación de esos requisitos rige tanto para menores argentinos y chilenos como para los menores residentes en cualquiera de los dos países. El acuerdo permite el reconocimiento, como válidas para el ingreso y egreso de menores al territorio del otro país, de las venias o autorizaciones otorgadas ante las autoridades internas competentes, debidamente refrendadas según la legislación de cada país.

Memorándum de entendimiento entre la Secretaria de Turismo de la Republica Argentina y la Administración Nacional de Turismo de la Republica Popular China sobre la Facilitación de Viajes de Grupos de Ciudadanos chinos a la Republica Argentina.

6.2.2 Buenas Prácticas en Cooperación Turística entre países de una misma región

Resulta interesante para el presente trabajo analizar este documento internacional llamado “Declaración de Djerba” según el cual los países convinieron en “colaborar para seguir a la vanguardia de las nuevas tendencias turísticas, especialmente dada la creciente competencia de otras regiones del mundo y las pautas siempre cambiantes de los consumidores.”⁶⁶

Se ha expresado que es importante reforzar buenas prácticas de cooperación entre grupos de países que compiten y cooperan. Se pueden abordar con mayor eficacia acciones vinculadas a la actividad turística combinadas en ámbitos como la investigación, el desarrollo de productos, el acceso, la facilitación de los desplazamientos, la promoción y la tecnología.

Declaración de Djerba, 16 y 17 abril. Túnez. 2012.

La presente Declaración, analiza el futuro del turismo en el Mediterráneo y llega a las siguientes recomendaciones: diversificar los productos y alojamientos turísticos, mejorar la calidad de los alojamientos, planificación a largo plazo de las políticas turísticas, accesibilidad a los destinos turísticos, estudiar el comportamiento de los turistas, financiar las inversiones, establecer políticas de marketing, conservación del medio ambiente, facilitar viajes: visados.

Se puede extraer como conclusión que aunque los destinos compiten entre ellos, la cooperación es más productiva; asimismo, el desarrollo del turismo sirve para: generar ingresos, crear empleo, combatir la pobreza y garantizar la paz en la región. También, se insta a las autoridades públicas, operadores privados y centros de formación a cooperar en la formación en las profesiones turísticas, tanto a nivel profesional como universitario, en el establecimiento de normas o etiquetas, especialmente en el ámbito de la calidad de los servicios turísticos, y en particular de los alojamientos y en materia de sostenibilidad. Otro eje importante de cooperación lo constituyen los intercambios de buenas prácticas, especialmente en lo que se refiere a la atracción de inversiones, las técnicas de financiación de

⁶⁶ Declaración de Djerba, 16 y 17 abril. Túnez. 2012.

infraestructuras y la emisión de visados. Por último, y a fin de obtener mejor información, un área de cooperación importante entre países es la realización de estudios sobre las tendencias de los mercados.

La “Declaración de Djerba”, emitida por los participantes en ocasión de la Conferencia “El futuro del Turismo en el Mediterráneo”⁶⁷, instó a un aumento de la cooperación para ampliar la cuota de mercado turístico del Mediterráneo y extraer el máximo partido de la capacidad del turismo para generar ingresos, crear puestos de trabajo, reducir la pobreza y contribuir a la paz a orillas del Mediterráneo.

Compromiso del Cuzco: I Reunión Iberoamericana de Ministros de Turismo Cuzco, Perú, 7 de septiembre de 2001

Los Ministros (as) de Turismo de Iberoamérica, reunidos en la ciudad de Cuzco, Perú, declaran que el turismo es un instrumento para la Paz, la Democracia la Integración de los pueblos. En ese marco, reconocen que para que el turismo produzca el impacto social, económico y cultural deseado y contribuya a la lucha contra la pobreza, es indispensable que los Estados asignen los recursos suficientes y le otorguen una especial prioridad de manera que todas las entidades gubernamentales apoyen efectivamente su desarrollo.

Los Ministros (as) recomiendan la adopción de medidas y mecanismos regionales de cooperación multilateral, así como coordinar posiciones en las organizaciones internacionales y en las conferencias que se ocupen de turismo, y en promover y facilitar los flujos turísticos entre los países iberoamericanos.

6.2.3 Cooperación en el ámbito de la Promoción Turística

Hemos mencionado en el presente trabajo que cuando abordamos la temática vinculada a la cooperación en términos de políticas públicas regionales vinculadas a la actividad turística, una de las lógicas/prácticas más frecuentes de cooperación la constituyen las actividades de *promoción conjunta*, colaborativa entre países para atraer turistas internacionales hacia la región sobre todo destinada a los

⁶⁷ Op.Cit. ver ANEXO.

principales mercados emergentes. Entendemos que los siguientes acuerdos analizados ilustran esta lógica cooperativa entre distintos países.

MERCOSUR/CMC/DEC. N° 24/09

Fondo de Promoción de Turismo del MERCOSUR

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, las Decisiones N° 09/91 y 08/04 del Consejo del Mercado Común y la Resolución 12/91 del Grupo Mercado Común.

CONSIDERANDO:

La importancia del turismo como medio de reforzar la integración cultural entre los países y el desarrollo económico.

Que es conveniente dar continuidad a los resultados exitosos en la materia, tales como los alcanzados por el Proyecto de Promoción Conjunta de Turismo del MERCOSUR en Japón, desarrollado en asociación con la Agencia Japonesa de Cooperación Internacional (JICA), así como tener la posibilidad de implementar otras iniciativas similares que se presenten en el futuro.

Que a tal fin resulta necesario crear un instrumento de gestión financiera que sirva de apoyo a los trabajos que viene ejecutando la Reunión Especializada de Turismo (RET) en la materia.

El Consejo del Mercado Común decide:

Art. 1 - Crear el Fondo de Promoción de Turismo del MERCOSUR (FPTur) con el objetivo de promover en forma conjunta el turismo hacia el MERCOSUR en terceros países.

Mercosur/lxxxiv GMC/DDT n° 15/11 Participación de los estados asociados en El Fondo de Promoción de Turismo Del Mercosur (FPTur)

VISTO: El Tratado de Asunción, el Protocolo de Ouro Preto, y la Decisión CMC N° 24/09 del Consejo del Mercado Común en la cual se creó el Fondo de Promoción de Turismo del Mercosur (FPTur) con el objetivo de promover en forma conjunta el turismo hacia el MERCOSUR en terceros países, en donde la

participación de los Estados Asociados en el FPTur permitiría fortalecer las acciones de promoción conjunta ya previstas entre los Estados Partes.

Entonces, se conviene en reglamentar a través del presente decreto la participación de los Estados Asociados en el Fondo de Promoción de Turismo del MERCOSUR – FPTur. Asimismo, a dicho fin, se acuerda invitar a participar a los Estados Asociados mediante la realización de Acuerdos Marco entre el MERCOSUR, bajo la firma del CMC y cada uno de los Estados Asociados, para actividades de promoción turística conjunta.

Cooperación en el eje Promoción Roadshow Argentina - Brasil en China

El 25 y 27 de octubre de 2010, el Ministro Meyer participó, junto al titular del Instituto de Promoción Turístico Brasileño (EMBRATUR), del Roadshow 2010 realizado en las ciudades de Shanghai y Beijing. En la ocasión, el Ministro anunció el lanzamiento del sitio web del INPROTUR en idioma chino mandarín (www.argentinatravel.com.cn) con el objetivo de profundizar la relación con los potenciales turistas de ese país.

Fuente: Ministerio de Turismo de la Nación INPROTUR. Memoria 2010.

Memorándum de entendimiento entre el Ministerio de Turismo de la República Argentina y el Departamento para el Desarrollo y la Competitividad del Turismo de la República Italiana sobre cooperación en materia de Turismo. Buenos Aires. 1º de abril de 2001.

Si bien el presente acuerdo no se suscribe entre países vecinos, creemos que es un interesante ejemplo de cooperación en el abordaje convergente de políticas turísticas, en términos del análisis de sus principales objetivos, a saber: incrementar el flujo de visitantes entre ambos países fomentando y agilizando los viajes individuales y de grupo desde y hacia ambos países, crear condiciones favorables que coadyuven al incremento de la cooperación técnica, la promoción turística, las inversiones turísticas y la capacitación de los recursos humanos en el ámbito turístico con la intención de promover el desarrollo bilateral respecto del sector de los viajes y el turismo.

Asimismo, ambos gobiernos se comprometen a favorecer la cooperación en el campo de la *promoción del turismo* como así también en la organización de eventos relativos a distintos productos turísticos en los respectivos países, con particular atención al turismo cultural y enogastronómico.

Es interesante el análisis realizado en el artículo 4° de dicho acuerdo, el cual se refiere al compromiso de las partes respecto de favorecer el intercambio de información y de experiencias relativas a la organización y gestión en el sector turístico, incluyendo la legislación vigente en cada país en esta materia, sus estadísticas, las informaciones turísticas y el material informativo y profesional y las herramientas vinculadas a la protección y la conservación de sus recursos naturales y patrimonio cultural, en el marco de un desarrollo sustentable del turismo.

Por último, es dable destacar la intención explícita de cooperación en el presente acuerdo bilateral en lo que respecta a la facilitación de programas de capacitación y de expertos, como así también favorecer el intercambio de experiencias y de pasantías para adecuar la formación de los recursos humanos a las necesidades del sector turístico.

6.3 Entrevistas. Análisis e interpretación

Para el procesamiento de las entrevistas hemos seleccionado aquellos fragmentos que mejor ilustran cada una de las dimensiones de la cooperación en materia turística regional que intentamos abordar en el presente trabajo.

En la primera pregunta quisimos indagar sobre la opinión de los encuestados respecto del impacto de la actividad turística en la última década en nuestro país a fin de poder contextualizar el escenario de realidad turística hoy.

Los entrevistados coincidieron en que el balance es positivo: incremento del turismo receptivo y del interno en forma notoria, y de los ingresos; incorporación de nuevos destinos y productos; mayor conciencia de la importancia económica y social del turismo; jerarquización del sector; normas nacionales, provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires que reglamentan la actividad de forma moderna; retraso del tipo de cambio oficial.

Asimismo, han manifestado que en esta última década el turismo en la Argentina se halla en constante ascenso, producto de la estabilidad política, social y económica lograda. El turismo se caracteriza por ser una actividad que genera una contribución importante para la sociedad, tiene un efecto transversal y multiplicador sobre la actividad económica, así como también es un gran generador de empleos directos (produce entre el 6% y 8% del total de empleos mundiales, según indica el Informe 2011 de la OMT) e indirectos, que surgen de la necesidad de expansión de sectores que prestan servicios a los sectores productivos turísticos. Del mismo modo, el turismo provoca una mejor distribución de la riqueza, representa una posibilidad de mejora económica en el nivel de vida de la población residente, así como un instrumento óptimo para acelerar los posibles cambios positivos que puedan operar en el lugar concreto en el que se desarrolle.

El turismo receptivo en nuestro país se ha incrementado estos últimos años, con casi 6 millones de turistas arribados durante en el año 2011, siendo Argentina el país más visitado de Sudamérica, un comportamiento resultante de los eventos acontecidos, como la Ley de Turismo, la creación del INPROTUR, la política aerocomercial implementada por el Gobierno Nacional y las acciones de promoción turísticas realizadas por el MINTUR entre otras.

Por otro lado, el turismo interno ha presentado una alta movilidad, reflejo de las actuales políticas aplicadas al sector, como por ejemplo la reglamentación de los feriados, que, junto con el efecto de distribución de la riqueza, permiten que diferentes sectores de la población puedan acceder al Turismo, a la vez que contribuyen al mejoramiento de las economías locales en donde se desarrolla la actividad.

Luego de esta primera mirada, reflexión y abordaje al escenario geopolítico turístico nacional y regional, preguntamos a los encuestados sobre la viabilidad para la formulación de una política turística regional común con nuestro principal socio comercial, Brasil, y si consideraban posible instalar una agenda de políticas turísticas cooperativas a nivel regional.

En este sentido, se observó una convergencia de opiniones entre las respuestas obtenidas, ya que todos los referentes expresaron la relevancia de tener políticas turísticas regionales convergentes y cooperativas en una agenda común con Brasil. Han manifestado que creen en la necesidad de tener áreas de cooperación, y que éstas debieran profundizarse en algunas dimensiones tales como la integración de productos o circuitos turísticos, programas de infraestructura o el mejoramiento de la vinculación por medios de transporte sobre todo aéreos y terrestres. Asimismo, han manifestado que esta cooperación reviste cierta complejidad para su implementación ya que, según opina el Lic. Jordi Busquets, Asesor de FEHGRA para la OMT, “estos programas los llevamos adelante personas, y hay personas que tienen una impronta respecto de la cooperación con terceros más dispuesta que otras, luego hay circunstancias políticas ajenas al sector.” Y agrega: “Creo importante el tema de la cooperación, sí lo creo necesario, y creo que en los temas que se han venido planteando en los últimos años, se avanza y se retrocede”. Señala además que “la lógica de competir y cooperar es cíclica, ha tenido vaivenes producto de la buena o mala química que se haya dado entre las autoridades, (...), es fundamental que exista una buena relación para generar procesos de cooperación”.

Al preguntar al referente de la OMT, D. Michel Julian, sobre si la UNWTO contempla que en materia de política turística un grupo de países vecinos como puede ser Argentina y sus socios regionales lleven adelante una agenda convergente de políticas públicas en Turismo, la respuesta ha sido que “Aún siendo competidores, es mucho lo que se puede ganar cooperando, sobre todo en ámbitos de importancia capital para el turismo como la seguridad, la economía, la cultura, la infraestructura. Existen esquemas de cooperación regionales/subregionales de éxito como Centroamérica (marca común Visit Centroamérica, pasaporte/visado único) o el Caribe (Organización de Turismo del Caribe, doiticaribbean.com, cooperación en estadísticas, gestión de desastres, promoción). El MERCOSUR es un ejemplo de cooperación turística en

Sudamérica donde se ha abordado la promoción, la transferencia de conocimiento, la conectividad aérea... y donde Argentina tiene un papel de alta relevancia”⁶⁸.

Quisiéramos destacar que una de las prácticas más desarrolladas en términos de cooperación entre los países mencionados es la dimensión que abarca lógicas cooperativas *para la promoción conjunta en mercados lejanos*. Se trata de establecer una agenda común en términos de promociones colaborativas. En esta misma línea de análisis vale destacar la coincidencia de opiniones de los referentes entrevistados, como por ejemplo el Instituto Nacional de Promoción Turística INPROTUR, a través de su Secretario Ejecutivo, Lic. Leonardo Boto Álvarez: “Desde 2007 y con una renovación en 2009, se han firmado convenios bilaterales con Brasil (Embratur) para promocionarnos en Mercados Lejanos (como China, Singapur, Emiratos Árabes, entre otros) de manera conjunta. Esto se originó con la apertura de la oficina de turismo del Mercosur en Tokio, Japón, en 2005, que de alguna manera significó un puntapié para este tipo de estrategia promocional, debido a que sobre todo los turistas de estos países, cuando viajan a la región, por lo menos en sus primeras visitas recorren un conjunto de países (ya que los operadores emisivos formulan paquetes integrados) y no sólo a un país. Paralelamente, en 2011, este convenio bilateral con Brasil se amplió al resto de los países de la región. En las reuniones de Ministros de Turismo del Mercosur, se debate sobre las acciones promocionales en los Mercados Lejanos y se aprueban las estrategias. Hoy están participando 8 países de la región en mercados como India, Emiratos Árabes Unidos, China, Singapur, Sudáfrica y Australia entre otros. (...) Desde el Ministerio de Turismo y el INPROTUR, se están unificando criterios. Esto facilita por un lado al trade del país que se visita que se conozca de una vez la oferta que tiene parte de Sudamérica. A los organismos de turismo nos posibilita poder realizar una acción más grande y con mayor efectividad. Creo que en materia de turismo, la región está dando un ejemplo de *uniformidad y unificación en políticas de promoción turística*, muestra de esto son los constantes

⁶⁸ Entrevista realizada a Michel Julien. Oficial de programa Tendencias del turismo y estrategias de marketing Organización Mundial del Turismo (Cf. Anexo).

reconocimientos que estamos teniendo a partir de que adoptamos esta política para los denominados Mercados Lejanos”.

Recogiendo las voces de todos los entrevistados, observamos que han coincidido en que otra de las áreas importantes de cooperación con la República Federativa de Brasil es la cooperación en el tema *facilitación* que implica la agilización de documentos en frontera, emisión de visados, pasaportes, requisitos de pasajeros en tránsito, etc. Ahora bien, respecto del MERCOSUR y el área *facilitación*, uno de nuestros entrevistados expresa que es importante reconocer el tema de los canales preferenciales en los aeropuertos para ciudadanos pertenecientes a esta región.

Por otro lado, al preguntar sobre otras posibles dimensiones de la cooperación en el marco de la formulación de una política turística regional común con nuestro principal socio comercial como es la República Federativa del Brasil, el Lic. García nos ha expresado su visión sobre la cooperación en temas culturales que tengan que ver con el turismo, porque “existe un área grande de influencia de todo el sur de Brasil que tiene muchas similitudes con toda la parte nuestra del litoral y puntualmente Misiones. Hay determinado tipo de identidades culturales como los *gaúchos* del Sur de Brasil y nuestro folclore, el mate, la música, etc.”. El licenciado postula la idea de que para la cooperación regional, en este caso entre Argentina y Brasil, es importante asociarse y no competir.

Hemos encontrado coincidencia de opiniones respecto de la gran oportunidad que tiene nuestro país en términos de la formulación de agendas turísticas comunes y colaborativas con Brasil, de cara a los grandes eventos internacionales que exhibirá dicho país en los próximos cuatro años, principalmente la Copa Mundial de Fútbol 2014 y los Juegos Olímpicos 2016.

7. CONCLUSIONES Y PROPUESTA

A través de nuestro análisis observamos, al describir e interpretar el escenario turístico nacional, internacional y regional en los primeros apartados de este trabajo de investigación, que la agenda geopolítica regional debería prever políticas turísticas cooperativas comunes que apunten al desarrollo integral del sector.

En un marco de gran dinámica de los mercados turísticos internacionales, el impacto de la globalización en turismo y el constante crecimiento y evolución de la demanda turística, los gobiernos y otros actores involucrados en la cadena de valor turística, deberían promover fórmulas pro-asociacionismo y partenariado que permitan a los destinos y a la industria turística convertirse en un sector competitivo e innovador en el actual mercado turístico internacional.

Consideramos que la eliminación de la restricción de los viajes y visados, la simplificación de los requisitos para su obtención, es decir la *facilitación* en los asuntos referidos a temáticas aduaneras, migratorias, documentales y de facilitación fronteriza en general constituyen ejes centrales toda vez que se intenten implementar políticas cooperativas a nivel regional. Así lo confirma por ejemplo el “Tratado Iguazú” para nuestra región objeto de estudio y así lo han confirmado los Organismos y Foros Internacionales analizados en el presente trabajo, en sus documentos y declaraciones como el T-20 y así lo ratifican los principales referentes de los sectores consultados al respecto. En esta misma línea de análisis se observan medidas de facilitación turística referidas a la flexibilidad y agilidad en la gestión documental en los sitios de frontera con el objetivo de optimizar el flujo y tránsito de viajeros entre Argentina y Brasil.

Creemos que la gestión estratégica respecto de la promoción turística internacional y el marketing exterior constituyen las áreas más frecuentes de cooperación entre estados, sobre todo en lo que se refiere a la promoción general de la imagen de un destino en el exterior. Los referentes consultados han coincidido en que en esta área se han llevado a cabo agendas públicas convergentes entre ambos países, que coordinan facilidades para cooperar en

promociones conjuntas hacia el exterior como lo hace la región Asia Pacífico. Es decir, la idea de consolidar una agenda común de acuerdos bilaterales entre Argentina y Brasil en términos de promoción conjunta (por ejemplo, hacia mercados lejanos), tal como están llevando a cabo desde el 2005 el INPROTUR y el EMBRATUR, según acreditan las fuentes encuestadas.

A partir del análisis de la documentación y de las entrevistas realizadas, podemos concluir que si bien las políticas convergentes cooperativas entre Argentina y Brasil se están desarrollando satisfactoriamente, sobre todo en áreas de *promoción conjunta “multidestino”* hacia mercados lejanos, y también de *facilitación respecto de la agilización de documentos en fronteras, visados, controles aduaneros*; creemos que aún restan ejes fundamentales sobre los cuales es relevante sumar procesos de cooperación en políticas turísticas, en concordancia con las tendencias internacionales que así lo recomiendan.

En el capítulo 6 correspondiente al desarrollo de nuestro trabajo se han analizado los tratados y acuerdos referidos a la dimensión de la cooperación que aborda el área de la *facilitación de los desplazamientos*, por ejemplo, el Acuerdo sobre Facilitación Turística entre la República Argentina y la República Federativa del Brasil en la Región de Iguazú, como así también el Acuerdo entre la República Argentina y la República de Chile para la supresión de la legalización consular en las visas y autorizaciones de viajes de menores de edad. Por otro lado, en el marco del bloque MERCOSUR, podemos mencionar el Acuerdo para la creación de la “Visa MECOSUR” y el Acuerdo CMC N°10/06 que resalta la importancia de facilitar los documentos de viajes y la flexibilización de los plazos que se les conceden a los nacionales de los Estados que conforman el bloque regional, cuando se movilizan motivados por una actividad turística. Ahora bien, queremos destacar que efectivamente los mencionados tratados satisfacen dichos ejes de cooperación pero creemos que en este nuevo contexto turístico regional e internacional y siguiendo las recomendaciones de los principales Organismos Internacionales sería relevante incrementar áreas de cooperación regional que aborden otras dimensiones complementarias como por ejemplo la cooperación en

términos de intercambio de información estadística, en el área de investigación y desarrollo de nuevos productos que integren ambos países, en la formación en las profesiones turísticas tanto a nivel profesional como universitario, en el establecimientos de normas o etiquetas comunes concernientes al ámbito de la calidad de las prestaciones de servicios turísticos y en particular de los alojamiento, entre otros. Queremos destacar, asimismo, que en materia de sustentabilidad creemos que deberían conjugarse espacios comunes de cooperación en todas sus dimensiones.

De las entrevistas podemos además destacar otras lecturas y dimensiones que se han mencionado desde el punto de vista propositivo vinculadas a la cooperación en políticas públicas entre Argentina y Brasil, como por ejemplo el abordaje cultural cooperativo (en el sentido de construir un espacio de cooperación cultural turístico sobre todo con la zona sur de Brasil -estado de Santa Catarina- y nuestra región litoral). También se ha mencionado la posibilidad de profundizar políticas convergentes referidas a los medios de transporte tanto aéreo como terrestre, a la generación de productos turísticos integrales, a la cooperación técnica y desarrollo tecnológico conjunto en temáticas vinculadas a la actividad turística (como, por ejemplo, el intercambio de buenas prácticas para la utilización de plataformas y sitios Web para la gestión de destinos turísticos).

Quisiéramos enfatizar la opinión de los referentes encuestados respecto de la gran oportunidad de encontrar y reforzar lógicas cooperativas en el marco del actual escenario turístico regional, signado por la realización de los mencionados mega eventos internacionales -para los cuales Brasil desplegará una gran receptividad- que constituirán, sin duda, una vidriera de la región al escenario mundial.

En otro orden, Michel Julian referente de al OMT, en la entrevista que le hicéramos, ha identificado ciertas aéreas prioritarias de cooperación en materia turística implicando acciones a nivel nacional y regional como por ejemplo acciones de marketing y promoción conjunta, políticas de desarrollo sostenible, rutas culturales y religiosas, desarrollo del observatorio de turismo virtual, dimensiones todas en las cuales -a la luz de los tratados y documentos

analizados– no se vislumbran acciones concretas de cooperación en políticas públicas del sector turístico.

A lo largo del presente trabajo nos hemos propuesto poner en evidencia que existen dimensiones del área de cooperación en políticas públicas de turismo que no están suficientemente desarrolladas y que entendemos podrían contribuir a mejorar la competitividad del sector turístico o crearían instancias superadoras para intensificar la cooperación bilateral y la inserción de Brasil y la Argentina en el plano turístico regional e internacional.

Así, la integración de productos o circuitos turísticos regionales, los programas de infraestructura, el mejoramiento de la vinculación por modos de transporte aéreo y terrestre, y las buenas prácticas de sostenibilidad energética en toda la cadena de valor turística, constituyen ejes centrales en la construcción de políticas convergentes que, a nuestro entender, fortalecerían el apoyo regional e intrarregional en términos de cooperación, y de las que aún no se consignan documentos y tratados que las sustenten entre Argentina y sus socios regionales.

La formulación de normas de calidad estandarizadas y homologadas comunitariamente, es otro concepto relevante a considerar en la formulación de políticas públicas turísticas convergentes entre Argentina y Brasil; siendo éste un enfoque cooperativo que parece estar funcionando bien en otros países, por ejemplo, en la Eurozona²⁷.

Asimismo, entendemos que es importante fomentar políticas cooperativas en innovación tecnológica y el uso de la tecnología entre países vecinos en materia turística. Según un informe de la OMT la innovación puede ser un factor esencial en la agilización de visados electrónicos, la ordenación del tránsito aéreo y terrestre, el control de la congestión, la reducción de los residuos y la aplicación de tecnologías de eficiencia energética, entre otros.

La necesidad de disponer de una información precisa y fiable sobre la actividad turística en sus diferentes ámbitos, constituye, en nuestra opinión, uno de los objetivos a perseguir toda vez que se promuevan procesos de cooperación

regional, ya que permite aunar criterios en términos de tomar mejores y más eficientes decisiones que afecten al sector.

La alianza estratégica entre la Argentina y Brasil, abierta a las naciones vecinas, plantea políticas convergentes a nivel regional. En el ámbito del MERCOSUR, hemos mencionado las Reuniones Especializadas en Turismo RET. Tal cual hemos desarrollado en nuestro análisis, consideramos que, dada la estructura institucional vigente, se deberían comenzar a integrar áreas de competencia con el mercado común y con los estados plenos para lograr políticas turísticas convergentes en el actual proceso de integración. Asimismo, proponemos desarrollar acciones de coordinación y de complementación con los distintos actores implicados para llevar a cabo una política turística común; sobre todo teniendo en cuenta que los países miembros se están convirtiendo en mercados receptores y que Brasil constituye un fuerte mercado emisor con un alto nivel de gasto turístico.

Si bien sabemos que ya existen reuniones entre ministros de turismo del MERCOSUR para tratar ciertos temas turísticos, proponemos un ente con mayor especificidad en esta temática vinculada a la cooperación, esto es, sugerimos la formación de una Agencia de Turismo Bilateral entre Argentina y Brasil: un foro de los jefes de los Organismos Nacionales de Turismo para encontrar áreas de interés común en las que colaborar, que pueden ir desde las condiciones y tendencias de unos mercados cambiantes hasta las nuevas tecnologías y la implementación de buenas prácticas en la prestación de los servicios turísticos.

Tal como lo sostienen Peña y Botafogo Gonçalves,

Se reconoce que ambos países, y sus socios del MERCOSUR, pueden obtener claras ganancias mutuas desarrollando gradualmente procesos realistas de integración, que permitan potenciar sus propios procesos de consolidación de sistemas democráticos y de inserción competitiva en el

sistema internacional. Es a partir de los respectivos intereses nacionales que se puede construir una alianza bilateral y regional duradera (2007).

Es de destacar, y así lo afirman las voces de los referentes encuestados, que dichos procesos no están exentos de ciertas dificultades y tensiones: el de la cooperación “es un campo complejo ya que concretamente los programas [de cooperación] los llevan adelante personas que tienen una impronta respecto de la cooperación con terceros más dispuesta y otros menos dispuesta”, también se pueden verificar “circunstancias políticas ajenas al sector”. En definitiva, son procesos que en ocasiones son complejos, ya que los intereses de los estados participantes y sus agentes turísticos son, en muchas ocasiones, divergentes.

Asimismo, siguiendo a Dupuy y Morgante (2010)⁶⁹, creemos que “el surgimiento de Brasil como potencia regional ha despertado diversas expectativas a la hora de realizar un análisis crítico de la realidad [geopolítica] mundial” (el agregado es nuestro), este escenario, atraviesa transversalmente el sector turístico de nuestra región, lo cual tiene un gran impacto en los flujos de intercambio de visitantes entre ambos países (como hemos podido apreciar en el capítulo 4 de nuestro trabajo).

Nos interesa resaltar especialmente el contexto favorable en términos de cooperación entre Argentina y Brasil, con el ascenso de una nueva clase media “clase C” emergente⁷⁰ que hoy dispone de recursos económicos para consumo dentro del mercado interno y que, por la vía de la transferencia de divisas, accede a la posibilidad de viajar a diferentes destinos turísticos. Muchos de los que pertenecen a este nuevo segmento, como se ha observado en los informes estadísticos presentados, se han volcado al turismo intrarregional y en particular hacia la Argentina como primer país receptor de turismo, aunque también se vislumbran otros destinos que compiten cada vez más en la captación de flujo

⁶⁹ Dupuy, Héctor y Morgante, Martín (2010), *MERCOSUR Unasur. Desafíos de la integración en el marco de la crisis financiera global*.

⁷⁰ Según el Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística. IBGE 2011 a través del Programa Bolsas de Familia 40 millones de personas salieron de la pobreza conformando la clase “C” “emergente.

emisivo de brasileños (por ejemplo Estados Unidos, concretamente Miami, Punta del Este y Europa).

Futuras investigaciones podrían extender nuestro análisis a *todos* los tratados y acuerdos bilaterales y multilaterales que suscribe nuestro país en materia de políticas públicas en el sector turístico. No lo hemos hecho en esta oportunidad puesto que consideramos excede los límites de una tesis de maestría, pero no descartamos dedicarnos a ello en próximos trabajos. Sugerimos además hacer una revisión periódica de la efectiva implementación o aplicación de los acuerdos que aquí analizamos, dicha revisión podría llevarse a cabo cada 4 años puesto que este período de tiempo se corresponde con la duración de los mandatos presidenciales tanto de Brasil como de Argentina.

Por último, quisiéramos tomar las palabras de Michel Julien, funcionario de la UNWTO, respecto de la importancia de aplicar experiencias regionales de cooperación en políticas turísticas a nuestra región:

América del Sur tiene todas las posibilidades de no solamente replicar esta experiencia de cooperación, sino también de *crear las suyas propias*. Hay actualmente un dinamismo en la creación de esquemas de integración política y económica en la región donde el turismo debería posicionarse de manera ventajosa.⁷¹

Haciéndonos eco de estas palabras, creemos firmemente que cualquier proceso de cooperación regional en el ámbito turístico constituye un factor de cohesión fundamental, y que una verdadera convergencia de políticas regionales entre Argentina y Brasil producirá un salto cualitativo en la competitividad del sector turístico, redundando en el afianzamiento de las relaciones entre estos países que comparten y cooperan territorialmente.

⁷¹ Michel Julian. Oficial de programa Tendencias del turismo y estrategias de marketing Organización Mundial del Turismo.OMT

8. ANEXOS

Anexo I. Entrevistas

**MTA. Maestría en Gestión Turística. Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata.**

**Trabajo Científico para la obtención del grado de Magíster en Gestión
Turística.**

Tesista: Lic. María Lucila Salessi

Cuestionario dirigido al funcionario D. Michel Julian.

**Cargo: Market Trends. Competitiveness and Trade in Tourism Services.
World Tourism Organization UNWTO.OMT**

Agosto, 2012.-

1. ¿Cuál es la agenda de temas que la UNWTO está abordando actualmente en términos de políticas turísticas para los Estados Miembro?
2. ¿La UNWTO contempla que en materia de política turística un grupo de países vecinos como puede ser Argentina y sus socios regionales lleven adelante una agenda convergente de políticas públicas en Turismo?
3. Considerando que Europa lleva a cabo una política turística regional (a través de la UE), ¿cómo ve Ud. la viabilidad de implementar prácticas similares en América del Sur? En este contexto, ¿es posible trasladar o extrapolar esta política turística a otras experiencias regionales de integración?
4. En este nuevo contexto global multipolar en donde tienen cada vez mayor peso y protagonismo destinos turísticos no convencionales, ¿cree Ud. que el mundo emergente tiene peso actualmente en el turismo internacional?

**MTA. Maestría en Gestión Turística. Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata.**

**Trabajo Científico para la obtención del grado de Magíster en Gestión
Turística.**

Tesista: Lic. María Lucila Salessi

**Cuestionario dirigido al Contador y Lic. Carlos Gutiérrez. Ex Representante
de la Américas de la Organización Mundial del Turismo. Director Ejecutivo
del Ente Turismo de Buenos Aires .Ciudad Autónoma de Buenos Aires.**

Julio, 2012.-

1. ¿Cuál es el impacto de la actividad turística en la última década en la República Argentina? ¿Qué balance puede hacer Ud.?
2. ¿Considera Ud. viable la formulación de una política turística regional común con nuestro principal socio comercial como es la República Federativa del Brasil? ¿Es posible instalar una agenda de políticas turísticas convergentes/cooperativas a nivel regional en el Mercosur?
3. ¿En qué aspectos deberían mejorar las relaciones con los países vecinos en materia de compartir “políticas turísticas regionales”?
4. En el marco del contexto económico-financiero vigente en nuestro país, ¿en qué medida cree Ud. que impactan o afectan a la competitividad del Turismo en la Argentina las medidas cambiarias, las restricciones y barreras a la Industria de los Viajes y el Turismo?

**MTA. Maestría en Gestión Turística. Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata.**

**Trabajo Científico para la obtención del grado de Magíster en Gestión
Turística.**

Tesista: Lic. María Lucila Salessi

**Cuestionario dirigido al Contador y Lic. Alejandro V. García. Director del
Departamento de Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas de la
Universidad Nacional de La Plata. Ex Director de la Dirección de Relaciones
Internacionales e Institucionales que depende del Ministerio de Turismo de la
Nación⁷² (Período 2004-2009)**

1. ¿Cuál es su mirada acerca de los procesos de cooperación en el marco del MERCOSUR a través de las RET?
2. ¿En que áreas o ejes de cooperación ve Ud. posible que se puedan articular políticas conjuntas entre argentina y Brasil?
3. ¿Considera Ud. viable la formulación de una política turística regional común con nuestro principal socio comercial como es la República Federativa del Brasil?
¿Es posible instalar una agenda de políticas turísticas convergentes/cooperativas a nivel regional en el Mercosur?
4. En el marco del contexto económico-financiero vigente en nuestro país, ¿en qué medida cree Ud. que impactan o afectan a la competitividad del Turismo en la Argentina las medidas cambiarias, las restricciones y barreras a la Industria de los Viajes y el Turismo?

⁷² Existe dentro del Ministerio de Turismo de la Nación un departamento específico, que se encarga de la temática abordada en el presente trabajo de investigación. Un área que se ocupa de la instrumentación de los objetivos mencionados en la Ley Nacional N° 25997.

La Dirección de Relaciones Internacionales e Institucionales tiene la responsabilidad primaria de impulsar y atender las relaciones institucionales con las organizaciones regionales e internacionales oficiales y privadas, y con los organismos públicos nacionales y provinciales, promoviendo, con la intervención del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto, la negociación y celebración de convenios bilaterales y multilaterales de cooperación y asistencia para facilitar el desenvolvimiento turístico.

**MTA. Maestría en Gestión Turística. Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Plata.**

**Trabajo Científico para la obtención del grado de Magíster en Gestión
Turística.**

Tesista: Lic. María Lucila Salessi

**Cuestionario dirigido al Lic. Leonardo Boto Álvarez, Secretario Ejecutivo del
Instituto Nacional de Promoción Turística INPROTUR. Ministerio de
Turismo de la Nación.**

Julio, 2012.-

1. ¿Cuál es el impacto de la actividad turística en la última década en la República Argentina? ¿Qué balance puede hacer Ud.?

2. Algunos gobiernos se están enfocando en la ampliación de la cooperación regional a través del desarrollo y la promoción de los productos y destinos turísticos, aprovechando las sinergias existentes entre los países vecinos.

En términos de cooperación en políticas turísticas a nivel regional, ¿qué criterios se priorizan en la creación y formulación de acuerdos de cooperación?

Por ejemplo medidas de facilitación de los viajes: simplificación de las reglamentaciones de viaje y la facilitación de los procedimientos de entrada, desarrollo y promoción conjunta de itinerarios multidesino, organización transfronteriza de eventos y festivales, creación de plataformas para intercambiar conocimientos y compartir información sobre mercados emisores, etc.

3. ¿Considera Ud. viable la formulación de una política turística regional común con nuestro principal socio comercial como es la República Federativa del Brasil? ¿Es posible instalar una agenda de políticas turísticas cooperativas a nivel regional en el Mercosur?

4. ¿En qué aspectos deberían mejorar las relaciones con los países vecinos en materia de compartir “políticas turísticas regionales”?

Anexo II

ACUERDO SOBRE FACILITACIÓN TURÍSTICA ENTRE LA REPÚBLICA ARGENTINA Y LA REPÚBLICA FEDERATIVA DEL BRASIL

La República Argentina y la República Federativa del Brasil, en adelante denominadas las “Partes”;

CONSIDERANDO:

Que es deseo de las Partes fortalecer y profundizar el proceso de integración, así como la estrecha relación que las une, hermanadas por la historia, cultura y geografía;

Que la plena integración entre nuestros pueblos sólo será posible cuando sus ciudadanos puedan relacionarse sin limitaciones burocráticas y administrativas;

Que un paso fundamental para avanzar en la integración bilateral consiste en acercar los beneficios y ventajas que ésta conlleva a las personas, atendiendo sus necesidades y ofreciendo soluciones a sus problemas;

Que la República Argentina y la República de Federativa del Brasil reafirman su deseo de avanzar en mecanismos ágiles de control en zonas fronterizas para facilitar el turismo;

Que las Cataratas del Iguazú constituyen un atractivo natural único compartido, considerado como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, convirtiéndose en una región que recibe una importante afluencia de turistas;

Que para este efecto, han decidido adoptar un procedimiento efectivo que permita facilitar la movilidad de los nacionales y residentes de ambos países dentro del área geográfica denominada “Corredor Turístico Iguazú”.

Por ello, ACUERDAN:

Artículo 1º

Objeto

El presente Acuerdo, en adelante denominado “Acuerdo de Iguazú”, tiene por objeto facilitar el tránsito de turistas dentro del área geográfica denominada “Corredor Turístico Iguazú”, constituida por los territorios de los municipios de Puerto Iguazú y Foz do Iguazú.

Artículo 2º

Beneficiarios

Serán beneficiarios del presente Acuerdo, los nacionales y los residentes permanentes y temporarios de las Partes.

Artículo 3º

Ámbito de Aplicación

1. Todas las personas mencionadas en el Artículo 1º, que crucen la frontera que vincula directamente a ambos países por el Puente Internacional Tancredo Neves, podrán transitar dentro de los límites del área geográfica denominada “Corredor Turístico Iguazú” por el plazo de hasta setenta y dos (72) horas.
2. Las Partes podrán, de común acuerdo, modificar el ámbito de aplicación a otras áreas geográficas y/o el radio de circulación autorizado, mediante el intercambio de notas reversales.

Artículo 4º

Requisitos Documentales

1. Para circular dentro del ámbito geográfico determinado en el Artículo 3º, bastará con la acreditación de identidad de los interesados a través de cualquiera de los siguientes documentos:

- Para la República Argentina: Pasaporte Válido; Documento Nacional de Identidad; Cédula de Identidad expedida por la Policía Federal; Libreta de Enrolamiento; Libreta Cívica; Cédula Provincial.

- Para la República Federativa del Brasil: Pasaporte Válido; Cédula de Identidad expedida por cada Estado de la Federación con validez nacional; Cédula de Identidad para Extranjeros expedida por la Policía Federal; Carteira Nacional de Habilitação -CNH.

2. Las Partes, de común acuerdo, podrán modificar el listado de documentos establecidos en el presente Acuerdo a través del intercambio de notas reversales.

Artículo 5º

Menores de Edad

Para efectuar el tránsito fronterizo, los menores de edad deberán presentar, además de los requisitos documentales enumerados en el Artículo 4º, la correspondiente documentación necesaria, conforme a la legislación vigente de cada Estado, a fin de habilitar el egreso/ingreso de los mismos, en virtud de su condición de tales.

Artículo 6º

Cláusula de Salvaguarda

1. Las Partes podrán solicitar en los puestos de frontera, de considerarlo necesario, documentación identificatoria complementaria en caso de existir dudas respecto de la documentación presentada.

2. Las Partes se reservan el derecho de negar el ingreso o cancelar la permanencia que se hubiere otorgado en su territorio a los beneficiarios, por desnaturalizarse los motivos de su ingreso.

Artículo 7º

Denuncia

Cualquiera de las Partes podrá denunciar el presente Acuerdo mediante notificación escrita dirigida a la otra. La denuncia tendrá efecto treinta (30) días después de la fecha de la referida notificación.

Artículo 8º

Suspensión

Cada Parte podrá suspender total o parcialmente la aplicación del presente Acuerdo por razones de seguridad o de orden público. En tal caso, la suspensión será inmediatamente notificada a la otra Parte por vía diplomática.

Artículo 9º

Vigencia

El presente Acuerdo entrará en vigor a los treinta (30) días a partir de la firma.

Hecho en Brasilia, a los dieciocho días del mes de noviembre del año 2009, en dos ejemplares, en los idiomas español y portugués, siendo ambos igualmente auténticos.

Por la República Argentina

Canciller Jorge Taiana

Por la República Federativa

del Brasil, Celso Amorim

9. ÍNDICE BIBLIOGRÁFICO

- AGÜERO, Juan O. (2009); *Política y Gestión del Turismo*. Buenos Aires, Editorial. Dunken.
- BOTE GOMEZ, Venancio, (1999) *Planificación Económica del Turismo. De una estrategia masiva a una artesanal*. México, Editorial Trillas.
- CÁMARA ARGENTINA DE TURISMO (2011) *Turismo Internacional. Informes trimestrales. Resultados año 2011*. (Ph.D Leandro Serino (coordinador) y Squillace Carla.)
- CAPANEGRA, César Alejandro (2006). *La política turística en la Argentina en el siglo XX. Aportes y Transferencias*, Vol.10, Núm.1, sin mes, 2006, pp.43-61. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina.
- DACHARY, Alfredo César; ARNAIZ BURNE, Stella Maris. *Desarrollo y Turismo en la Costa de Jalisco*, Capítulo VII. “Política internacional, geopolítica y sustentabilidad”. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de la Costa. México (2002)
- DUPUY, Héctor Adolfo; MORGANTE, Martín Adolfo; (2010) Mercosur Unasur. “Desafíos de la integración en el marco de la crisis financiera global”. *Colección Universitaria*, La Plata, Ediciones Al Margen.
- EDGEELL, D.; ALLEN, M; SMITH, G.; SWANSON, J. (2008) *Tourism Policy and Planning. Yesterday, Today and Tomorrow*. Elsevier. Oxford.UK.
- FAYOS-SOLÁ, E. (2004). “Política Turística en la Era de la Globalización” (pp. 215-233) en AURIOLES MARTÍN, Joaquín (2004) (Coordinador) *Las nuevas formas del turismo*, Cajamar, Editorial. Caja Rural Intermediterránea. Cajamar.
- FONDO MONETARIO INTERNACIONAL. Abril de 2012 *Reanudación del crecimiento, peligros persistentes. Perspectivas de la economía mundial*
- G20 Leaders Declaration, Los Cabos 18-19 Junio de 2012. <<http://www.g20.org/>. (Última fecha de consulta 3 de agosto de 2012).
- GARCÍA RECHE, A.; NÁCHER ESCRICHE, José M. *Política Económica Sectorial y Estructural*, Capitulo 4 “Política Turística”. Tirant Lo Blanch, Valencia, 2003.

- GARCÍA, Alejandro. “Mercado Común del Sur” – Mercosur – inédito, mimeo.
- Ministerio de Turismo .Instituto Nacional de Promoción Turística. INPROTUR. Argentina en el mundo. Promoción Turística Internacional. Memoria 2010. Disponible en http://www.argentina.travel/public_documents/INPROTUR-Memoria2010-050112.pdf. (Última fecha de consulta 12 de agosto de 2012).
- MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN (2005). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. 2016*.
- MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN (2011). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020*. Actualización 2012-2020.
- MONTANER MONTEJANO, Jordi (2002) *Política y Relaciones Turísticas Internacionales*. Barcelona, Editorial. Ariel Turismo.
- OECD Organization for Economic Cooperation and Development. *Tourism Trends and Policies* (2010).
- OMT (1998) *Introducción al Turismo*; Unidad 8 “Necesidad de intervención pública en el mercado turístico” Madrid. Organización Mundial del Turismo.
- OMT *Cooperación entre los sectores público y privado. Por una mayor competitividad del turismo*. Consejo Empresarial OMT. Agosto de 2001. Delivered by WTOelibrary to Dr. Vilella Leonel (cid 46016338) Sun, 12 Feb 2006 03:42:07)
- OMT Press Release 12027.Madrid.7 de mayo de 2012 Disponible en: <http://www2.unwto.org/>. (Última fecha de consulta 23 de julio de 2012)
- PEÑA, Felix; Botafogo Gonçalvez, José; (2007). *Argentina y Brasil 2015.Construyendo una visión compartida. Segunda Parte*. Editado por el CARI, Uruguay 1037, piso 1º, C1016ACA Buenos Aires, República Argentina.
- SABINO, Carlos (1996). *El proceso de investigación*, Buenos Aires, Lumen Humanitas.
- SAEZ, Antonia; MARTÍN, Pablo, y PULIDO, Juan Ignacio (Coordinadores) (2006). *Estructura Económica del Turismo*. Madrid, Editorial Síntesis, S.A.Vallehermoso, 34.28015.

- SCHULTE, Silke, (2003); *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo*. Santiago de Chile, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social - ILPES. CEPAL.
- SPINOLA, Natalia; STURZENEGGER, Adolfo. (2009). *Informe Económico Anual sobre la Actividad de Viajes y Turismo en 2010. Perspectivas para 2011*. Cámara Argentina de Turismo.
- UNWTO (2012) *World Tourism Barometer*. Volume 10. World Tourism Organization. Madrid. Spain.
- UNWTO (2009) *Hoja de ruta para la recuperación. El turismo y los viajes. Un instrumento primordial para la creación de empleo y la recuperación económica*, Madrid, OMT.
- UNWTO and European Travel Commission (2009) *The Chinese Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination*. Madrid, OMT.
- UNWTO and European Travel Commission (2009) *The Russian Outbound Travel Market. With Special Insight into the Image of Europe as a Destination*. (2009). Madrid, OMT.
- UNWTO and European Travel Commission (2009) *The Indian Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination*. Madrid, OMT.
- UNWTO (2009) *Turismo en Iberoamérica*.
- UNWTO Annual Report 2010 *A Year of Recovery*.
- UNWTO *Panorama OMT del Turismo Internacional*. Edición 2012 OMT. Capitán Haya, 42, Madrid.
- VALLES, Miguel S. (1999), *Técnicas cualitativas de Investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid, Editorial. Síntesis.
- VELAZCO GONZÁLEZ, María (2005) “¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004)”. En *Política y Sociedad*, 2005, Buenos Aires, Vol. 42 Num.1:169-195.

VELLAS, François (2004), *Economía y Política del turismo internacional*. Fundación Gaspar Espuña CETT. Madrid, Editorial Síntesis. Vallehermoso, 34.28015.

-World Travel and Tourism Council WTTC (2012) *Travel & Tourism. Economic Impact 2012. BRICS*. Disponible en www.wttc.org. (Última fecha de consulta 16 de agosto de 2012).

WTTC World Travel and Tourism Council, (2012) *Travel & Tourism. Economic Impact 2012. BRICS*.

10. FUENTES ESCRITAS Y ORALES

CASANOVA FERRO, G: Política Turística: El caso de argentina, en: http://www.atodoturismo.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=53&Itemid=29. (Última fecha de consulta 17 de julio de 2012).

Código Ético Mundial para el Turismo adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre- 1 de octubre de 1999).

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) 2012. *Informe macroeconómico de América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile junio de 2012.

Conferencia sobre “El futuro del turismo en el Mediterráneo”. Declaración de Djerba.Tunez. 16 y 17 de abril 2012. Disponible en <http://media.unwto.org/es/press-release/2012-04-26/los-paises-del-mediterraneo-conviene-en-impulsar-la-cooperacion-sobre-el-turismo>.

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre *La política turística y la cooperación entre los sectores público y privado* (2005/C 74/02). Diario Oficial de la Unión Europea. 2011.

GOLDMAN SACHS (2003): *Dreaming with BRICs: The Path to 2050* (<http://www.goldmansachs.com/our-thinking/topics/brics/brics-reports-pdfs/brics-dream.pdf>). (Última fecha de consulta 27 de junio 2012)

KENNETH Rogoff, El mundo vive la segunda Gran Contracción. En Diario La Nación Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1395382-el-mundo-vive-la-segunda-gran-contraccion>.(Última fecha de consulta 7 de mayo 2012)

LEY NACIONAL DE TURISMO N°25997 (2005).

Diario El País (España), ¿Nos salvará el turismo?, 26 de junio de 2011 (http://elpais.com/diario/2011/06/26/negocio/1309094065_850215.html) (sin autor, última fecha de consulta 7 de agosto 2012)

Secretaria de Comunicación Pública. Presidencia de la Nación. . Disponible en <http://www.prensa.argentina.ar/2012/05/20/30797-reunion-de-ministros-de-turismo-del-mercosur.php> (Última fecha de consulta 17 de julio 2012).

Sitio Oficial del Mercosur. Acerca del Mercosur. Disponible en : http://www.mercosur.int/t_generic.jsp?contentid=3862&site=1&channel=secretaria&seccion=2 (Última fecha de consulta 17 de julio 2012).

Sitio oficial G-20. Disponible en <<http://www.g20.org/>. (Última fecha de consulta 3 de agosto de 2012).

TALEB Rifai. Secretario General de Turismo de la Organización Mundial del Turismo. *El turismo internacional en los mil millones: construyamos el futuro que queremos* ITB Berlín 2012.

UNESCO Sitio Oficial .Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/unesco/>. (Ultima fecha de consulta 22 de agosto de 2012)

Este trabajo ha sido realizado por el suscripto, su autor. No he utilizado frases o párrafos que no hayan sido expuestos entre comillas con identificación de su autor. Nunca ha sido presentado ante otro Comité de Evaluación de Tesis.