

# EL TURISMO EN EL SIGLO VEINTIUNO



## 1. VISIÓN GLOBAL

El turismo se ha convertido en una actividad fundamental de las personas y de los pueblos en este siglo XXI, abarcando espacios económicos, sociales, laborales, culturales y educativos. Por lo tanto implica a países emisores y receptores de turismo alrededor del mundo. Este decálogo inscribe y potencia el turismo en el contexto de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible cuya agenda global aspira a una transformación positiva de nuestro mundo.

## 2. TURISMO RESPONSABLE

El turista puede y debe colaborar en la mejora del destino que visita. El objetivo fundamental del Decálogo para el Turismo en el Siglo XXI tiene que centrarse en que el viaje turístico contribuya a la felicidad de los viajeros y de quienes los reciben.

## 3. INNOVACIÓN

La innovación en materia turística debe ser compatible con todos los aspectos humanos involucrados en el turismo, que permitan decidir y determinar los aspectos más interesantes, durante y después de cada viaje. El turismo del siglo XXI debe basarse en las posibilidades de innovación que existen en cada momento, tanto en los referidos a soportes digitales como las posibilidades de nuevos procesos creativos del mundo actual.

## 4. ACTIVIDAD SOLIDARIA Y SOSTENIBLE

El turismo, a través de la Organización Mundial del Turismo, puede contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible derivados de la Agenda 2030, en un contexto de colaboración entre todos los sectores y entidades, con especial participación de los organismos técnicos y especializados de las Naciones Unidas. El turismo es un factor básico de solidaridad entre los pueblos y las personas. Tiene que ser sostenible tanto referente a la promoción y organización de los viajes y, sobre todo, en los modelos y formas de recepción del turista en cada un destino. Todo ello supone una especial atención a la preservación medioambiental, a combatir la desigualdad económica y a fomentar el consumo sostenible.

## 5. DESTINOS

La Organización Mundial del Turismo debe colaborar para que los países se conviertan en destinos de origen o en escenarios para ampliación de los viajes. El turista del Siglo XXI elige destinos más que países o ciudades. Organiza su propio viaje en espacios territoriales determinados en función de las posibilidades que ofrecen los medios de comunicación y de transporte en la actualidad. Ello requiere tomar en cuenta cuatro factores fundamentales:

- La conectividad, indispensable para que el turista pueda desplazarse.
- La asistencia sanitaria, las posibilidades de atender a los turistas en caso de enfermedad o de necesidad.
- La seguridad, tanto personal como jurídica, cuestión básica para poder organizar y decidir la elección de los destinos en cada momento.
- La comunicación digital, tener acceso a la telefonía móvil y a los diferentes espacios y redes sociales en internet.

## 6. INFRAESTRUCTURAS Y HOTELES

La política de la Organización Mundial del Turismo debe orientarse también hacia facilitar que los distintos países dispongan de una red de infraestructuras turísticas. A través de los diferentes mecanismos y posibilidades del mundo financiero y de la

financiación al desarrollo, dichas infraestructuras deben ser adecuadas para el movimiento dentro del país, así como permitir el acceso a espacios más amplios siempre que sea la voluntad del turista. Junto a esa red de infraestructuras es indispensable facilitar la posibilidad de que los turistas dispongan de un alojamiento adecuado en términos reales y accesibles desde el punto de vista económico.

## 7. GASTRONOMÍA.

**El turismo es un factor determinante para mejorar la oferta gastronómica de los países; la gastronomía puede contribuir a mejorar los aspectos de solidaridad y sostenibilidad que el turismo aporta en el Siglo XXI.** La gastronomía puede ser la motivación determinante para un viaje, siendo en todo caso un factor complementario, sea cualquiera la razón por la cual se elige un destino y se organiza un viaje.

Los turistas tienen que tener la posibilidad de desplazarse, con conectividad y, por supuesto, la posibilidad de alojarse, pero, también, tienen que poder alimentarse durante su estancia en el destino elegido.

## 8. HOSPITALIDAD Y EMPATÍA.

**Los viajes turísticos tienen que permitir el encuentro entre personas de distintos países que generen acercamiento internacional y entendimiento personal a partir de la empatía y simpatía.**

Por lo tanto, es fundamental que los países receptores tengan una actitud de acogida y hospitalidad que permita conseguir ese objetivo básico de felicidad en el desplazamiento de los turistas.

## 9. COORDINACIÓN.

**Para que la oferta turística sea lo más efectiva posible, se requiere la coordinación y el esfuerzo conjunto entre el ámbito empresarial, el sector privado, la sociedad civil, y todos los niveles relevantes del sector público, así como a nivel internacional.** Se deben establecer los adecuados mecanismos para que los turistas reciban todas las atenciones posibles en el lugar de destino y su viaje se convierta en un espacio y tiempo de felicidad.

Esto requiere, asimismo la coordinación ministerial y administrativa que afecta a todos ámbitos de gestión pública que tengan que ver con la posibilidad de que un país se convierta en destino turístico y, también, con que los turistas reciban la máxima satisfacción en sus viajes - desde el organismo responsable del turismo, hasta aquellos que rigen los transportes, las infraestructuras, los alojamientos, la asistencia sanitaria, la seguridad jurídica, el orden público, así como la sanidad.

Todos esos ministerios, departamentos y organismos deberían coordinarse a través de las correspondientes comisiones, bajo la dependencia directa de un responsable designado en la estructura de Presidencia de cada Gobierno. El resultado de dicha coordinación debe asegurar que todas las medidas fomentan, asimismo, el reconocimiento y la aceptación social del turismo como una aportación a cada país.

Dicho esquema de coordinación debe trasladarse a los organismos nacionales, al sistema de las Naciones Unidas, así como de otras organizaciones internacionales.

Es fundamental la coordinación y la colaboración entre países, sobre modalidades de intercambio, modelos de éxito y experiencias.

## 10. FORMACIÓN PROFESIONAL

**Se deben impulsar aquellas instituciones y mecanismos que permitan que los protagonistas de la actividad turística en el Siglo XXI reciban una formación adecuada.** Es fundamental que los responsables políticos y empresariales establezcan una formación profesional que de acceso a los conocimientos, la experiencia y la actitud necesaria para que los turistas en cada país y en cada destino, tengan la atención profesional y humana que les permita convertir su viaje en el espacio y en el tiempo en un espacio y un tiempo.