

https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420048 - Thursday, April 29, 2021 2:44:17 PM Address: 157.100.89.71



UNWTO

Organización Mundial del Turismo

La contribución del turismo a los objetivos de desarrollo sostenible en Iberoamérica



www.gettyimages.com/stock/1018111797/size/3420018/Thumbnail/09-21/244-39 PM/HP Address/157.100.89.71

Índice

Prefacio Secretario General / 4

1. El sector turístico: potencial de desarrollo socio-económico / 5

- 1.1. El turismo, clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar /5
- 1.2. Evolución del turismo internacional en el mundo y en Iberoamérica /6
- 1.3. Crecimiento sostenido en la mayoría de los destinos iberoamericanos en 2017 /7

2. La importancia económica del turismo en Iberoamérica /11

3. El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): cómo puede el turismo ayudar a lograr los ODS /19

- 3.1 Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible - Viaje al 2030 /24
- 3.2 Los ODS y el sector privado: avanzar la sostenibilidad un factor competitivo /25

4. Recomendaciones globales /26

- 4.1 Recomendaciones para la política de turismo /26
- 4.2 Recomendaciones para el sector privado de turismo /26
- 4.3 Recomendaciones para la comunidad de desarrollo internacional y los actores principales del turismo mundial /27

Prefacio



En nombre de la Organización Mundial del Turismo (OMT), la agencia de las Naciones Unidas que impulsa la contribución del turismo al desarrollo sostenible, me complace presentar esta publicación.

“Por una Iberoamérica próspera, inclusiva y sostenible”, es el lema de la XXVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno de 2018 en Guatemala. Este enfoque aborda los tres pilares de la sostenibilidad, economía, sociedad y medio ambiente y está en plena sintonía con el presente estudio, que aporta las claves para que la Cooperación Iberoamericana también se comprometa a incluir al turismo como vehículo eficaz para impulsar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en los 22 países de la Comunidad Iberoamericana.

Asimismo, la UNWTO exhorta a los principales actores iberoamericanos del sector turístico a tomar las medidas necesarias para acelerar el cambio hacia un sector más sostenible al alinear las políticas, las operaciones comerciales y las inversiones con los ODS.

Durante las seis últimas décadas, alrededor del mundo el sector turístico ha experimentado una continua expansión y diversificación. Hoy en día, es en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento, y representa hasta un 10% del PIB y el empleo mundial. Esta relevancia económica es, en la misma medida, una gran oportunidad para avanzar hacia los ODS.

En Iberoamérica, el turismo se ha convertido en un sector clave para el progreso socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo, la generación de ingresos por exportación y la ejecución de infraestructuras. La mayoría de los destinos de la región presentaron buenos resultados en 2017, con la llegada de 202 millones de turistas internacionales y generando ingresos por 159.000 millones de dólares de los EE.UU. que equivale al 12% de los ingresos mundiales generados por turismo.

Este es el marco para que los gobiernos reconozcan las oportunidades que el turismo ofrece para el desarrollo de un turismo sostenible en el ámbito nacional. El turismo bien gestionado, puede ser un aliado firme del desarrollo sostenible, ya que abarca todos los eslabones de su cadena de valor. Desde la inversión en infraestructura a la creación de empleo, la necesidad de servicios de sanidad y salud, la capacitación de recursos humanos, o bien el transporte y la energía. Todos juntos, entre muchos otros, son parte del espectro turístico, que sólo puede ser verdaderamente sostenible en la medida en que sea de beneficio para las comunidades que lo acogen. Esta realidad exige que se disponga de una gobernanza, políticas y herramientas eficaces que faciliten su planificación y coordinación, y que brinden apoyo y guía.

La consecuencia natural de la relevancia económica, el fomento de la cohesión social y la necesaria preservación de activos naturales, legados culturales tangibles e intangibles, es la entrada del turismo al ámbito de la Cooperación Iberoamericana.

Confiamos en que este informe será una herramienta útil y fuente de inspiración para decisores políticos, el sector privado y otros interlocutores, a fin de impulsar un sector turístico más responsable y sostenible que fomente la Agenda 2030 en Iberoamérica.

Zurab Pololikashvili

Secretario General, Organización Mundial del Turismo (OMT)

1. El sector turístico: potencial de desarrollo socio-económico

Turismo en Iberoamérica en 2017 Cifras clave

203 millones de turistas internacionales (15% del total mundial)

159.000 millones de dólares EE.UU. de ingresos por turismo internacional (12% del total mundial)

237 dólares per cápita de ingresos por turismo internacional frente a los 179 dólares del promedio mundial

78.000 millones de dólares EE.UU. de gasto por turismo internacional en 2016 (6% del total mundial)

65.000 millones de dólares EE.UU. de superávit en la balanza turística (viajes) en 2016

1.1 El turismo, clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar

¿Por qué el turismo?

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. El turismo se ha convertido en un sector clave para el progreso socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras en muchos destinos alrededor del mundo.

El turismo representa 10% del producto interior bruto mundial y uno de cada diez empleos en el mundo.¹ También se ha distinguido por un crecimiento prácticamente ininterrumpido a lo largo del tiempo, a pesar de crisis ocasionales, demostrando su fortaleza y su resistencia a lo largo de los años. Las llegadas de turistas internacionales en el mundo han pasado de 25 millones en 1950 a 1.323 millones en 2017.

De igual modo, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han crecido de 2.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1950 a 1.332 mil millones de dólares de los EE.UU. en 2017.

El turismo es una categoría importante del comercio internacional de servicios. El turismo internacional representa el 7% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios y 30% de las exportaciones mundiales de servicios.

Como categoría mundial de exportación, el turismo ocupa el tercer puesto, tan solo por detrás de los productos químicos y de combustibles, y por delante de la automoción y de la alimentación. En muchos países en desarrollo, el turismo es la principal categoría de exportaciones.

1. World Travel & Tourism Council (2018), Viajes y Turismo. Impacto económico y asuntos globales, WTTC, London Madrid (en línea), disponible en: www.wttc.org (03-09-2018).

2017: un año de fuerte crecimiento para el turismo internacional

Las llegadas mundiales de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) crecieron un 7% en 2017, alcanzando un total de 1.323 millones, 84 millones más que en el año anterior. El 2017 fue el año con el crecimiento más fuerte en los últimos siete años desde 2010 y el octavo año consecutivo de crecimiento continuo, tras la crisis económica y financiera de 2009.² El crecimiento sostenido y continuo experimentado en muchos destinos, combinado con la recuperación de los destinos que sufrieron cuestiones relacionadas con la seguridad en los últimos años, impulsaron los resultados en 2017.

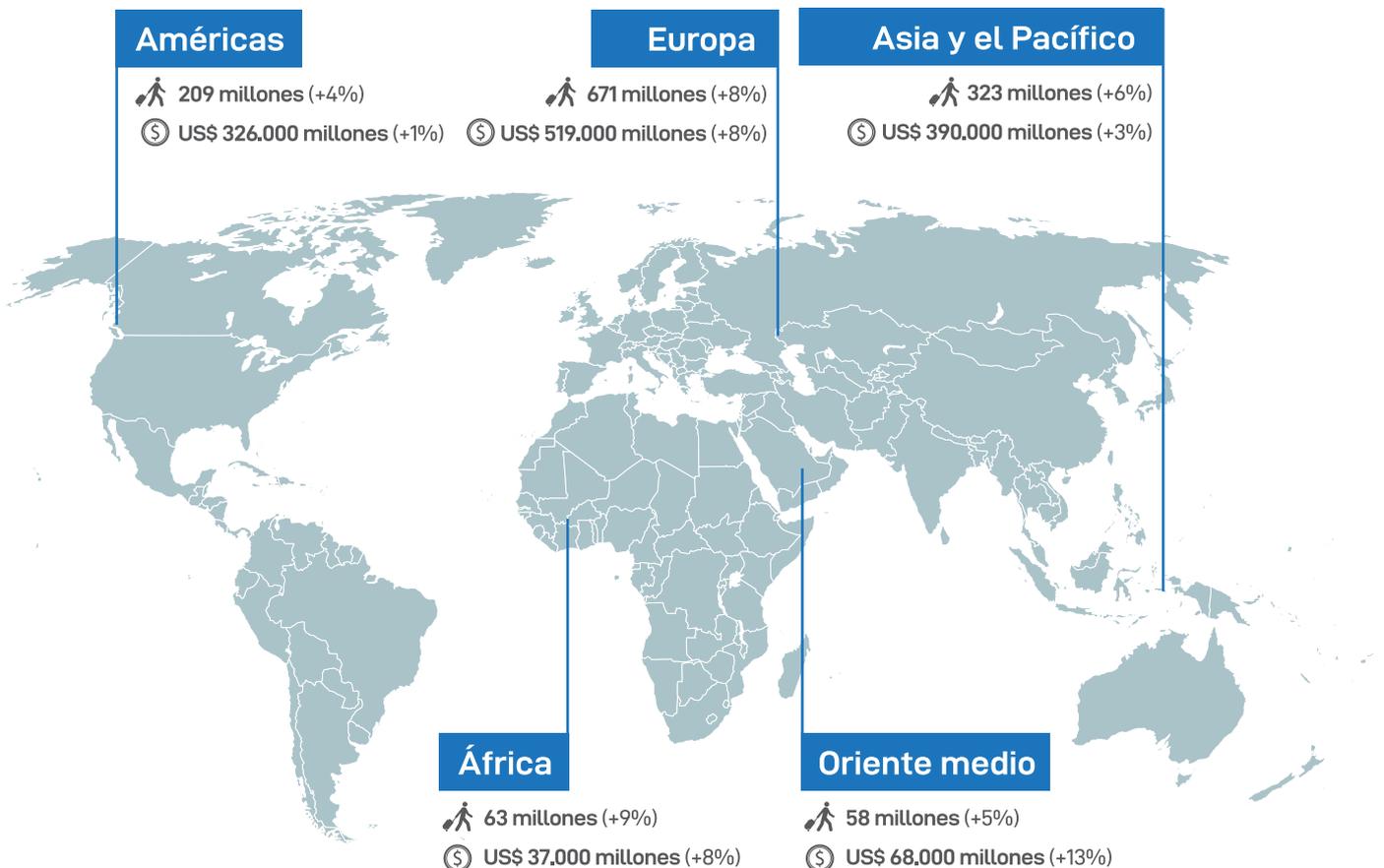
El crecimiento en las llegadas en 2017 fue impulsado de igual manera por el alza de la economía mundial, lo que se reflejó en una fuerte demanda proveniente de los principales mercados emisores, en particular China, los Estados Unidos de América, Australia, Canadá, la República de Corea, Italia y España. Tras

unos años a la baja en términos de gasto en el extranjero, la fuerte recuperación de la demanda de Brasil y de la Federación Rusa también contribuyó con los resultados positivos.

Por región, el crecimiento fue más fuerte en Europa (+8%) y África (+9%). Impulsada por los destinos mediterráneos, Europa registró unos resultados extraordinarios para una región de gran tamaño y madura, mientras que África consolidó su recuperación de 2016. Asia y el Pacífico registró un 6% de crecimiento en las llegadas internacionales, Oriente Medio 5% y Las Américas 4%.

Por subregión, los mejores resultados fueron para África del Norte (+15%) y Europa Meridional/Mediterránea (+12%), ambas con un crecimiento de 13%, seguidas por Asia del Sudeste (+9%) y América del Sur (+8%). Europa Occidental, Europa del Norte, Asia Meridional y Oceanía crecieron un 6%.

2. Organización Mundial del Turismo (2018a), Barómetro OMT del turismo mundial, volumen 16(3), junio 2018, OMT, Madrid (en línea), disponible en: www.e-unwto.org (03-09-2018).

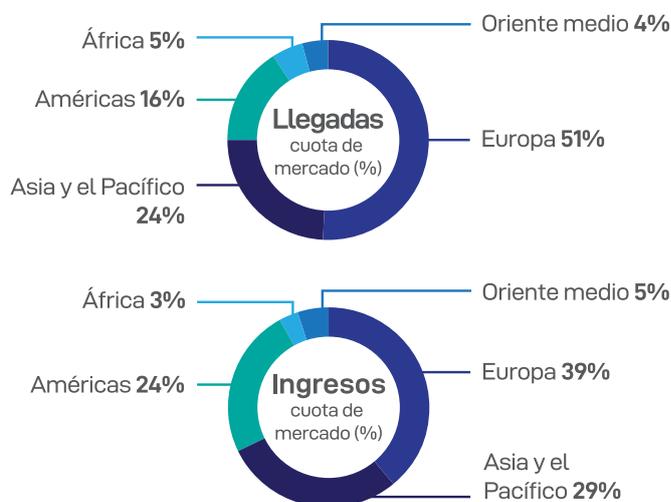
Tendencias del turismo internacional 2017



Llegadas de turistas internacionales (Total)
1.323 millones



Ingresos turismo internacional (Total)
US\$ 1.340.000 millones



1.3 Crecimiento sostenido en la mayoría de los destinos iberoamericanos en 2017

Los 22 países iberoamericanos, definidos por la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), recibieron en 2017 alrededor de 203 millones de turistas internacionales -es decir llegadas de residentes en el extranjero que pernoctan en dichos destinos por todo tipo de motivos, como los viajes de ocio o negocios, o las visitas a parientes y amigos.

En un contexto de fuerte crecimiento del turismo internacional, las llegadas de turistas a Iberoamérica crecieron un 10% en 2017, un crecimiento superior a la media mundial. Tanto los destinos iberoamericanos de Europa como los de América crecieron un 10% en las llegadas, en línea con la media de Iberoamérica.

De acuerdo a los datos disponibles, la mayoría de los destinos iberoamericanos presentaron fuertes resultados en 2017, destacando un dinámico flujo intrarregional en América del Sur.

Colombia y Uruguay (ambos +21%) fueron los destinos iberoamericanos con mayor crecimiento en las llegadas de turistas internacionales.

Para Colombia, 2017 fue el cuarto año consecutivo de crecimiento a doble dígito y superó por primera vez los 4 millones de llegadas internacionales.

Uruguay siguió beneficiándose de las acciones promocionales en mercados generadores fronterizos así como de los incentivos tax-free para turistas. Paraguay continuó su senda

de crecimiento con 17% más de llegadas con relación al 2016. Las llegadas internacionales en Chile crecieron 14%, mientras que Ecuador recibió un 13% más de turistas el año pasado recuperándose del impacto del fuerte terremoto ocurrido en la costa central en 2016.

Perú creció un 8% superando los 4 millones de llegadas. Tanto la continua solidez del mercado emisor argentino como la recuperación del mercado brasileño contribuyeron a mantener la fuerte demanda en los destinos próximos y de la región americana.

Respaldado por un dólar fuerte, el mercado emisor de los Estados Unidos de América se mantuvo sólido e impulsó las llegadas en la región, particularmente en los destinos del Caribe y de América Central.

El mayor destino del Caribe, la República Dominicana, creció un 4%, mientras que Nicaragua (+19%) y El Salvador (+9%) lideraron los resultados en América Central.

México (+12%) tuvo un año más de crecimiento robusto, cosechando los frutos de la diversificación de sus mercados.

3. Secretaría General Iberoamericana, Comunidad iberoamericana (en línea), disponible en: www.segib.org/ (03-09-2018).

En cuanto a los destinos iberoamericanos en Europa, España (+9%) batió un nuevo record en 2017 con 82 millones de llegadas de turistas internacionales, 6 millones más que en 2016 y tras cuatro años de crecimiento por encima de la media, un resultado extraordinario para un destino de gran tamaño y maduro. Portugal (+16%) recibió 21 millones de llegadas internacionales con un incremento de dos dígitos con respecto a 2016. Con un crecimiento del 6%, Andorra alcanzó los 3 millones de llegadas internacionales.

El turismo internacional en Iberoamérica representa el 15% de los 1.323 millones de llegadas registradas en el mundo en 2017. Los 19 destinos iberoamericanos de América concentran el 46% de las llegadas en todo el continente, mientras que los tres destinos de la Península Ibérica reúnen el 16% del total de llegadas en Europa. Del total de llegadas a Iberoamérica, 48% corresponden a destinos en Américas y 52% en Europa.

Como ocurre en la mayoría de los destinos mundiales, la principal fuente de turistas internacionales en los destinos de la comunidad iberoamericana es el tráfico intrarregional.

El grupo de países es heterogéneo y el número de llegadas varía de manera importante de acuerdo al desarrollo y madurez de los destinos. España, con 82 millones de llegadas, es el mayor destino de Iberoamérica y el segundo destino más visitado a nivel mundial. España representó el 41% del total de llegadas a Iberoamérica en el 2017. Le sigue México (sexto destino mundial) con 39 millones y Portugal (en 2016) con 21 millones, mientras que Argentina, Brasil, Chile y República Dominicana reciben más de 6 millones. Andorra, Uruguay, Colombia, Costa Rica y Perú reciben entre 3 y 4 millones de turistas mientras que El Salvador, Guatemala, Nicaragua,

Panamá, Ecuador y Paraguay captan entre 1 y 2 millones de turistas internacionales.

En el periodo 1995-2017, las llegadas de turistas internacionales en la región iberoamericana crecieron una media de 4% por año, un ritmo similar a la tasa mundial. Los turistas internacionales han más que duplicado en estas dos décadas, pasando de 79 millones en 1995 a 203 millones en 2017 y beneficiando tanto a los destinos maduros como emergentes. Este crecimiento refleja no solo el importante desarrollo socioeconómico experimentado en la región, pero también la implementación de políticas favorables al desarrollo significativo de la actividad turística como la mejora en la conectividad aérea y la facilitación de visados, mejores infraestructuras y más promoción. En definitiva, un número cada vez mayor de personas participa en el turismo en el espacio iberoamericano.

En 2018, el turismo internacional continuó sólido en los primeros cuatro meses del año con un crecimiento de 6%, destacando una vez más Europa (+7%) y superando las proyecciones de crecimiento de la OMT para el turismo a nivel mundial de +4% a +5% para 2018.⁴

4. Organización Mundial del Turismo (2018a).



Tabla 1.1 Iberoamérica: llegadas de turistas internacionales por país de destino

| | Serie | Llegadas de turistas internacionales (1000) | | | | | Cuota Iberoam (%) | Cuota mundo (%) | Variación crecim. medio (%) | | Llegadas 100 pob a.b. | |
|--------------------------|------------|---|----------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-----------------|-----------------------------|-------------|-----------------------|------------|
| | | 1995 | 2010 | 2015 | 2016 | 2017 | 2017 | 2017 | 16/15 | 17/16 | 95/17 | 2017 |
| Mundo | | 530.820 | 952.140 | 1.194.581 | 1.239.036 | 1.322.702 | .. | 100 | 3,7 | 6,8 | 4,2 | 18 |
| Destinos Iberoamericanos | TF | 78.740 | 121.842 | 162.236 | 184.848 | 202.863 | 100 | 15,3 | 13,9 | 9,7 | 4,4 | 30 |
| <i>en Américas</i> | | 36.258 | 60.525 | 81.258 | 88.501 | 96.874 | 48,0 | 7,3 | 8,9 | 9,5 | 4,6 | 16 |
| Costa Rica | TF | 785 | 2.100 | 2.660 | 2.925 | 2.960 | 1,5 | 0,2 | 10,0 | 1,2 | 6,2 | 60 |
| Cuba | TF | 742 | 2.507 | 3.506 | 3.975 | .. | .. | .. | 13,4 | .. | 8,3 | 35 |
| Rep. Dominicana | TF | 1.776 | 4.125 | 5.600 | 5.959 | 6.188 | 3,1 | 0,5 | 6,4 | 3,8 | 5,8 | 61 |
| El Salvador | TF | 235 | 1.150 | 1.402 | 1.434 | 1.556 | 0,8 | 0,1 | 2,3 | 8,5 | 9,0 | 24 |
| Guatemala | TF | .. | 1.119 | 1.464 | 1.585 | 1.660 | 0,8 | 0,1 | 8,3 | 4,7 | .. | 10 |
| Honduras | TF | 271 | 863 | 880 | 908 | 936 | 0,5 | 0,1 | 3,1 | 3,1 | 5,8 | 11 |
| México | TF | 20.241 | 23.290 | 32.093 | 35.079 | 39.298 | 19,5 | 3,0 | 9,3 | 12,0 | 3,1 | 32 |
| Nicaragua | TF | 281 | 1.011 | 1.386 | 1.504 | 1.787 | 0,9 | 0,1 | 8,5 | 18,8 | 8,8 | 29 |
| Panamá | TF | 345 | 1.324 | 2.110 | 1.921 | 1.843 | 0,9 | 0,1 | -8,9 | -4,1 | 7,9 | 45 |
| Argentina | TF | 2.289 | 5.325 | 5.736 | 6.638 | 6.705 | 3,3 | 0,5 | 15,7 | 1,0 | 5,0 | 15 |
| Bolivia | TF | 284 | 679 | 882 | 959 | .. | .. | .. | 8,8 | .. | 6,0 | 9 |
| Brasil | TF | 1.991 | 5.161 | 6.306 | 6.547 | 6.589 | 3,3 | 0,5 | 3,8 | 0,6 | 5,6 | 3 |
| Chile | TF | 1.540 | 2.801 | 4.478 | 5.641 | 6.450 | 3,2 | 0,5 | 26,0 | 14,3 | 6,7 | 35 |
| Colombia | TF | 1.399 | 2.385 | 2.978 | 3.317 | 4.027 | 2,0 | 0,3 | 11,4 | 21,4 | 4,9 | 8 |
| Ecuador | VF | 440 | 1.047 | 1.544 | 1.418 | 1.608 | 0,8 | 0,1 | -8,2 | 13,4 | 6,1 | 10 |
| Paraguay | TF | 438 | 465 | 1.215 | 1.308 | 1.537 | 0,8 | 0,1 | 7,7 | 17,5 | 5,9 | 22 |
| Perú | TF | 479 | 2.299 | 3.456 | 3.744 | 4.032 | 2,0 | 0,3 | 8,4 | 7,7 | 10,2 | 13 |
| Uruguay | TF | 2.022 | 2.349 | 2.773 | 3.037 | 3.674 | 1,8 | 0,3 | 9,5 | 21,0 | 2,8 | 105 |
| Venezuela | TF | 700 | 526 | 789 | 601 | .. | .. | .. | -23,8 | .. | -0,7 | 2 |
| <i>en Europa</i> | | 42.482 | 61.317 | 80.978 | 96.346 | 105.989 | 52,2 | 7,9 | 19,0 | 10,0 | 4,2 | 187 |
| Andorra | TF | .. | 1.808 | 2.663 | 2.831 | 3.003 | 1,5 | 0,2 | 6,3 | 6,1 | .. | 3.902 |
| España | TF | 32.971 | 52.677 | 68.175 | 75.315 | 81.786 | 40,6 | 6,2 | 10,5 | 8,6 | 4,2 | 177 |
| Portugal | TCE/ TF | 9.511 | 6.832 | 10.140 | 18.200 | 21.200 | .. | .. | n/a | 16,5 | 3,7 | 206 |

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO)©
(Cifras procedentes de la OMT, julio 2018)
a) Compilado por UNWTO en base a datos del Fondo Monetario Internacional,
World Economic Outlook, UNWTO y UN Data, 2017
b) 2016 cuando el dato de 2017 no está disponible

TF: llegadas de turistas internacionales a las fronteras (excluyendo los visitantes del día);
VF: llegadas de visitantes internacionales a las fronteras (incluidos turistas y visitantes del día);
TCE: llegadas de turistas internacionales a establecimientos turísticos colectivos;
THS: llegadas de turistas internacionales a hoteles y establecimientos asimilados;
NHS: pernoctaciones de turistas internacionales en hoteles y establecimientos asimilados;
NCE: pernoctaciones de turistas internacionales en establecimientos turísticos colectivos.

Gráfico 1.2 Iberoamérica: turismo receptor

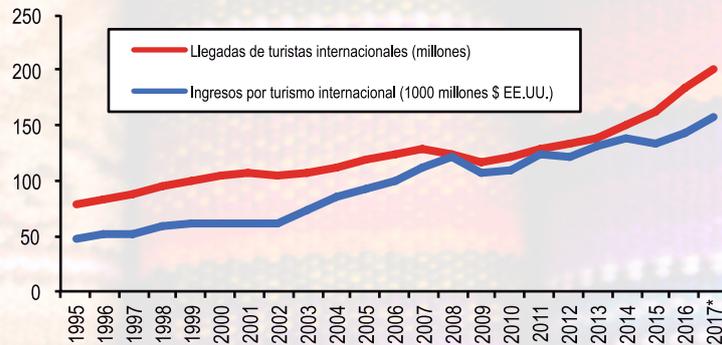


Gráfico 1.3 Iberoamérica: llegadas de turistas internacionales (millones)

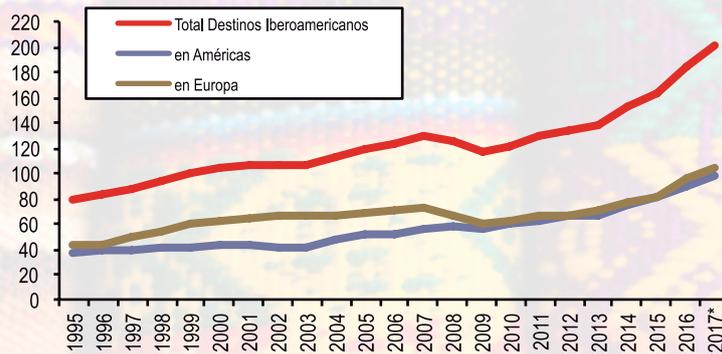
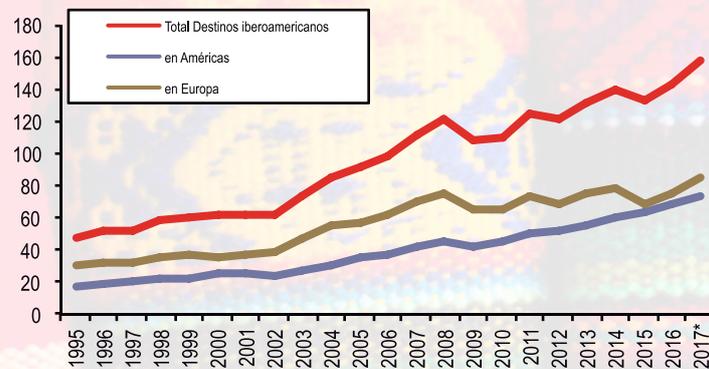


Gráfico 1.4 Iberoamérica: ingresos por turismo internacional (1.000 millones dólares de los EE.UU.)



2. La importancia económica del turismo en Iberoamérica

Entorno socioeconómico

El espacio iberoamericano está compuesto por 19 países de Las Américas y tres de Europa, con un total de 670 millones habitantes, un 9% de la población mundial.

El producto interior bruto (PIB) combinado de Iberoamérica es de 7 billones de dólares de los EE.UU. (2017), 9% de la economía mundial. Los niveles de desarrollo y de ingresos varían de manera sustancial en la región.

España, México y Brasil son las economías más grandes del espacio, representando 65% del PIB del grupo. También representan 56% de la población de la región.

Los niveles de desarrollo e ingresos varían considerablemente entre las economías iberoamericanas, con un PIB per cápita

en 2017 que va de 2.200 dólares de los EE.UU. en Nicaragua a 28.210 dólares de los EE.UU. en España. Entre los países con mayor crecimiento en renta per cápita destacan los países iberoamericanos de Américas, aunque algunos desde una base relativamente pequeña.

El PIB per cápita promedio en Iberoamérica es de 10.450 mil dólares de los EE.UU., prácticamente equivalente al promedio mundial de 10.660 dólares de los EE.UU. El PIB per cápita ha más que duplicado en las últimas dos décadas, pasando de 4.920 dólares de los EE.UU. en 1995 a 10.450 dólares de los EE.UU. en 2017, reflejo de unas economías en continua expansión, una creciente clase media y unos mayores ingresos disponibles.



Tabla 2.1 Iberoamérica: población y producto interior bruto (PIB)

| | Producto Interior Bruto | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------------------------|-----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|--------------------|-----------------|
| | Población (Millones) | | | | (Miles de millones \$ EE.UU.) | | | | | | | |
| | 1995 | 2010 | 2016 | 2017 | Cuota Iberoam. (%) | Cuota Mundo (%) | 1995 | 2010 | 2016 | 2017 | Cuota Iberoam. (%) | Cuota Mundo (%) |
| Mundo | 5.664 | 6.862 | 7.349 | 7.437 | .. | 100 | 30.996 | 65.906 | 75.368 | 79.281 | .. | 100 |
| Destinos Iberoamericanos | 513,2 | 623,8 | 661,1 | 669,8 | 100 | 9,0 | 2.587 | 6.730 | 6.407 | 7.001 | 100 | 8,8 |
| <i>en Américas</i> | 463,4 | 566,6 | 604,3 | 613,1 | 91,5 | 8,2 | 1.857 | 5.054 | 4.967 | 5.479 | 78,3 | 6,9 |
| Costa Rica | 3,5 | 4,5 | 4,9 | 5,0 | 0,7 | 0,1 | 11,5 | 37,6 | 58,1 | 58,9 | 0,8 | 0,1 |
| Cuba | 10,9 | 11,3 | 11,5 | 11,5 | 1,7 | 0,2 | .. | 64,3 | 89,7 | 87,2 | 1,2 | 0,1 |
| Rep. Dominicana | 7,8 | 9,5 | 10,1 | 10,2 | 1,5 | 0,1 | 16,6 | 53,9 | 71,7 | 74,9 | 1,1 | 0,1 |
| El Salvador | 5,6 | 3,9 | 3,7 | 6,4 | 1,0 | 0,1 | 9,5 | 21,4 | 26,8 | 27,4 | 0,4 | 0,0 |
| Guatemala | 10,4 | 14,6 | 16,6 | 16,9 | 2,5 | 0,2 | 13,3 | 41,3 | 67,5 | 70,8 | 1,0 | 0,1 |
| Honduras | 5,6 | 7,5 | 8,2 | 8,3 | 1,2 | 0,1 | 5,4 | 15,7 | 21,4 | 22,7 | 0,3 | 0,0 |
| México | 94,5 | 114,3 | 122,3 | 123,5 | 18,4 | 1,7 | 346,6 | 1.051,1 | 1.046,9 | 1.142,5 | 16,3 | 1,4 |
| Nicaragua | 4,6 | 5,7 | 6,2 | 6,2 | 0,9 | 0,1 | 4,1 | 8,8 | 13,2 | 13,7 | 0,2 | 0,0 |
| Panamá | 2,7 | 3,7 | 4,0 | 4,1 | 0,6 | 0,1 | 8,4 | 28,9 | 55,2 | 59,1 | 0,8 | 0,1 |
| Argentina | 34,8 | 40,8 | 43,6 | 44,1 | 6,6 | 0,6 | 280,1 | 424,7 | 544,7 | 619,9 | 8,9 | 0,8 |
| Bolivia | 7,6 | 9,9 | 10,9 | 11,1 | 1,7 | 0,1 | 6,7 | 19,8 | 34,1 | 37,8 | 0,5 | 0,0 |
| Brasil | 158,9 | 195,5 | 206,1 | 207,7 | 31,0 | 2,8 | 786,5 | 2.208,7 | 1.798,6 | 2.080,9 | 29,7 | 2,6 |
| Chile | 14,4 | 17,1 | 18,2 | 18,4 | 2,7 | 0,2 | 73,6 | 218,3 | 247,0 | 263,2 | 3,8 | 0,3 |
| Colombia | 37,5 | 45,5 | 48,7 | 49,3 | 7,4 | 0,7 | 111,2 | 287,0 | 282,4 | 307,5 | 4,4 | 0,4 |
| Ecuador | 11,6 | 15,0 | 16,5 | 16,8 | 2,5 | 0,2 | 23,0 | 69,6 | 97,8 | 98,6 | 1,4 | 0,1 |
| Paraguay | 4,8 | 6,3 | 6,9 | 7,0 | 1,0 | 0,1 | 9,1 | 20,0 | 27,4 | 28,8 | 0,4 | 0,0 |
| Perú | 23,3 | 29,6 | 31,5 | 31,8 | 4,8 | 0,4 | 52,1 | 148,0 | 195,3 | 210,0 | 3,0 | 0,3 |
| Uruguay | 3,2 | 3,4 | 3,5 | 3,5 | 0,5 | 0,0 | 21,3 | 40,3 | 52,4 | 60,3 | 0,9 | 0,1 |
| Venezuela | 21,8 | 28,5 | 31,0 | 31,4 | 4,7 | 0,4 | 77,4 | 294,3 | 236,4 | 215,3 | 3,1 | 0,3 |
| <i>en Europa</i> | 49,8 | 57,2 | 56,8 | 56,7 | 8,5 | 0,8 | 730,6 | 1.676,4 | 1.440 | 1.522 | 21,7 | 1,9 |
| Andorra | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | .. | 3,4 | 2,9 | 2,8 | 0,0 | 0,0 |
| España | 39,7 | 46,6 | 46,4 | 46,3 | 6,9 | 0,6 | 612,4 | 1.434,3 | 1.232,6 | 1.307,2 | 18,7 | 1,6 |
| Portugal | 10,0 | 10,6 | 10,3 | 10,3 | 1,5 | 0,1 | 118,2 | 238,7 | 204,6 | 211,7 | 3,0 | 0,3 |

Fuente: Compilado por UNWTO en base a datos del Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook, 2017

Datos del Producto Interior Bruto para Andorra y Cuba extraídos de UN Data

Tabla 2.2 Producto Interior Bruto (PIB) per cápita

| | PIB per cápita (nominal) | | | | |
|--------------------------|--------------------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| | (\$ EE.UU.) | | | | Crecimiento (%) |
| | 1995 | 2010 | 2016 | 2017 | 95-17 |
| Mundo | 5.470 | 9.600 | 10.260 | 10.660 | 95 |
| Destinos Iberoamericanos | 5.040 | 10.790 | 9.690 | 10.450 | 107 |
| <i>en Américas</i> | 4.010 | 8.920 | 8.220 | 8.940 | 123 |
| Costa Rica | 3.330 | 8.300 | 11.840 | 11.860 | 256 |
| Cuba | 2.790 | 5.680 | 7.820 | 7.590 | 172 |
| Rep. Dominicana | 2.140 | 5.690 | 7.110 | 7.360 | 244 |
| El Salvador | 1.690 | 5.430 | 7.240 | 4.300 | 154 |
| Guatemala | 1.280 | 2.830 | 4.070 | 4.180 | 227 |
| Honduras | 970 | 2.100 | 2.610 | 2.730 | 181 |
| México | 3.670 | 9.200 | 8.560 | 9.250 | 152 |
| Nicaragua | 900 | 1.530 | 2.150 | 2.200 | 144 |
| Panamá | 3.050 | 7.900 | 13.670 | 14.410 | 372 |
| Argentina | 8.050 | 10.410 | 12.490 | 14.060 | 75 |
| Bolivia | 890 | 1.990 | 3.130 | 3.410 | 283 |
| Brasil | 4.950 | 11.300 | 8.730 | 10.020 | 102 |
| Chile | 5.110 | 12.790 | 13.580 | 14.310 | 180 |
| Colombia | 2.970 | 6.310 | 5.790 | 6.240 | 110 |
| Ecuador | 1.980 | 4.630 | 5.920 | 5.880 | 197 |
| Paraguay | 1.900 | 3.200 | 4.000 | 4.140 | 118 |
| Perú | 2.230 | 5.010 | 6.200 | 6.600 | 196 |
| Uruguay | 6.600 | 11.860 | 15.060 | 17.250 | 161 |
| Venezuela | 3.560 | 10.320 | 7.620 | 6.850 | 92 |
| <i>en Europa</i> | 14.680 | 29.300 | 25.350 | 26.840 | 83 |
| Andorra | 23.359 | 39.730 | 36.990 | 36.540 | 56 |
| España | 15.440 | 30.800 | 26.570 | 28.210 | 83 |
| Portugal | 11.790 | 22.580 | 19.820 | 20.570 | 74 |

Fuente: Compilado por UNWTO en base a datos del Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook, 2017

Datos del Producto Interior Bruto para Andorra y Cuba extraídos de UN Data

Iberoamérica recibe el 12% de los ingresos mundiales por turismo

El turismo es un pilar económico esencial tanto en los destinos iberoamericanos más maduros, como en los destinos emergentes. El turismo ha sido un motor de recuperación económica y de generación de empleo en países iberoamericanos de Europa afectados por la crisis. En los destinos emergentes, el potencial de crecimiento es todavía importante.

Se estima que los ingresos de los destinos iberoamericanos por turismo internacional ascendieron a 159.000 millones de dólares de los EE.UU. en 2017, lo que corresponde al 12% del total mundial (1.332 mil millones).

Los destinos europeos captan la mayor parte (85.000 millones de dólares de los EE.UU.), mientras que los destinos americanos ingresan 73.000 millones de dólares. España (68.000 millones de dólares de los EE.UU.) es, con mucho, el destino que mayores ingresos obtiene en el espacio iberoamericano, además de su posición de segundo país en el mundo en captación de ingresos por turismo. España es seguida a distancia por México (21.000 millones de dólares de los EE.UU.) y Portugal (17.000 millones de dólares de los EE.UU.), así como por la República Dominicana (7.000 millones de dólares de los EE.UU.), Brasil (6.000 millones de dólares de los EE.UU.), Argentina y Colombia (5.000 millones de dólares de los EE.UU. cada uno).

El ingreso medio por llegada de turista en Iberoamérica es de 782 dólares de los EE.UU. y, con respecto a la población, supone 237 dólares de los EE.UU. per cápita, superior a la media mundial de 179 per cápita. El ingreso por llegada más alto se produce en Panamá (2.415 dólares de los EE.UU.). Mientras que en Costa Rica, la República Dominicana, Colombia y Ecuador superan los 1.000 dólares de los EE.UU. por llegada.

Los ingresos por turismo internacional en Iberoamérica se han incrementado en 48.000 millones de dólares de los EE.UU. desde el año 2010. Los ingresos de los destinos americanos aumentaron en 28.000 millones de dólares de los EE.UU. durante los últimos siete años, mientras que los de Europa generaron 20.000 millones de dólares de los EE.UU. más. En el caso de los destinos iberoamericanos de Europa, habría que tomar en cuenta las fluctuaciones del dólar-euro en ese período de tiempo.

El turismo en Iberoamérica tiene el potencial para contribuir al cumplimiento de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), y en particular a los ODS 8, 12 y 14, los cuales se enfocan en el crecimiento sostenible e inclusivo, así como en la creación de empleo y el consumo y producción sostenibles.



Tabla 2.3 Iberoamérica: ingreso por turismo internacional por país de origen

| | Ingresos por turismo internacional por país de origen – Iberoamérica | | | | | | | | | |
|--------------------------|--|----------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|-----------------|--------------|--------------|------|
| | Millones \$ EE.UU. | | | | | Cuota Iberoam. (%) | Cuota Mundo (%) | | | |
| | 1995 | 2010 | 2015 | 2016 | 2017 | 1995 | 2010 | 2016 | 2017 | 2017 |
| Mundo | 414.877 | 976.639 | 1.216.795 | 1.238.602 | 1.332.390 | .. | 100 | 1.007 | 179 | |
| Destinos Iberoamericanos | 47.543 | 110.034 | 132.615 | 142.269 | 158.543 | 100 | 11,9 | 782 | 237 | |
| <i>en Américas</i> | 17.254 | 45.316 | 63.339 | 67.730 | 73.460 | 46,3 | 5,5 | 758 | 120 | |
| Costa Rica | 681 | 2.246 | 3.266 | 3.716 | 3.876 | 2,4 | 0,3 | 1.309 | 780 | |
| Cuba | 963 | 2.187 | 2.601 | 2.907 | .. | .. | .. | 731 | 306 | |
| Rep. Dominicana | 1.571 | 4.162 | 6.116 | 6.720 | 7.178 | 4,5 | 0,5 | 1.160 | 706 | |
| El Salvador | 85 | 390 | 817 | 829 | 873 | 0,6 | 0,1 | 561 | 137 | |
| Guatemala | 213 | 1.378 | 1.580 | 1.550 | 1.566 | 1,0 | 0,1 | 943 | 93 | |
| Honduras | 107 | 626 | 664 | 693 | 715 | 0,5 | 0,1 | 764 | 86 | |
| México | 6.179 | 11.992 | 17.734 | 19.650 | 21.333 | 13,5 | 1,6 | 543 | 173 | |
| Nicaragua | 50 | 314 | 528 | 642 | 841 | 0,5 | 0,1 | 470 | 135 | |
| Panamá | 309 | 1.745 | 3.947 | 4.404 | 4.452 | 2,8 | 0,3 | 2.415 | 1.086 | |
| Argentina | 2.222 | 4.942 | 4.927 | 4.686 | 5.060 | 3,2 | 0,4 | 755 | 115 | |
| Bolivia | 55 | 379 | 699 | 713 | 784 | 0,5 | 0,1 | 744 | 71 | |
| Brasil | 972 | 5.261 | 5.844 | 6.024 | 5.809 | 3,7 | 0,4 | 882 | 28 | |
| Chile | 911 | 1.552 | 2.481 | 2.665 | 3.634 | 2,3 | 0,3 | 563 | 198 | |
| Colombia | 657 | 2.797 | 4.245 | 4.522 | 4.821 | 3,0 | 0,4 | 1.197 | 98 | |
| Ecuador | 255 | 781 | 1.551 | 1.444 | 1.657 | 1,0 | 0,1 | 1.030 | 99 | |
| Paraguay | 137 | 217 | 484 | 519 | 603 | 0,4 | 0,0 | 392 | 87 | |
| Perú | 428 | 2.008 | 3.309 | 3.501 | 3.710 | 2,3 | 0,3 | 920 | 117 | |
| Uruguay | 611 | 1.509 | 1.970 | 2.071 | 2.540 | 1,6 | 0,2 | 691 | 727 | |
| Venezuela | 849 | 831 | 575 | 473 | .. | .. | .. | 787 | 15 | |
| <i>en Europa</i> | 30.289 | 64.718 | 69.276 | 74.539 | 85.083 | 53,7 | 6,4 | 803 | 1.501 | |
| Andorra | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | |
| España | 25.458 | 54.641 | 56.571 | 60.503 | 67.964 | 42,9 | 5,1 | 831 | 1.467 | |
| Portugal | 4.831 | 10.077 | 12.705 | 14.036 | 17.119 | 10,8 | 1,3 | 807 | 1.664 | |

Fuente: Compilado por UNWTO en base a datos del Fondo Monetario Internacional, World Economic Outlook, 2017

Datos del Producto Interior Bruto para Andorra y Cuba extraídos de UN Data

Balanza turística: saldo positivo para la mayoría de los destinos iberoamericanos

Para los destinos, los ingresos por turismo internacional cuentan como exportaciones en la balanza de pagos (viajes) e incluyen transacciones generadas por visitantes del día y que pernoctan. El gasto en turismo internacional se considera una importación. Es importante tener en cuenta que el transporte contratado con compañías fuera de los países de residencia está excluido de los ingresos y se reporta en una categoría separada (transporte de pasajero).

A fin de explorar más hondamente las repercusiones económicas del turismo en Iberoamérica, el siguiente cuadro reúne una serie de indicadores correspondientes al año 2016, en el que los ingresos por viajes a los destinos iberoamericanos ascendieron a 142.000 millones de dólares, además de los 11.000 millones de dólares que según se estima, se ingresaron por concepto de transporte internacional de pasajeros. Paralelamente, ese año se gastaron 78.000 millones de dólares en viajes y 14.000 millones en transporte internacional dejando un saldo positivo de 65.000 millones de dólares de los EE.UU. por viajes, aunque con un saldo negativo de 2.700 millones por transporte de pasajeros.

En los destinos europeos, el ingreso neto por viajes (48.000 millones de dólares y el transporte de pasajeros (2.400 millones de dólares sin contar con los datos no disponibles de España) es particularmente alto. Los países americanos registraron ingresos netos por viajes de 17.000 millones de dólares de los

EE.UU. pero un saldo negativo de 5.200 dólares de los EE.UU. por transporte de pasajeros.

Además de ser el país que obtiene mayores ingresos (61.000 millones de dólares de los EE.UU.), España es también el que más gasta (22.000 millones de los EE.UU.). No obstante, el saldo final es positivo (38.000 millones). El excedente de la balanza de viajes es también considerable en México (9.300 millones de dólares de los EE.UU.), Portugal (9.200 millones), República Dominicana (6.200 millones), Panamá (3.500 millones) y en Costa Rica (2.900 millones). Solo registran saldos negativos en la balanza turística Brasil (-8.500 millones dólares de los EE.UU.), Argentina (-4.300 millones), Venezuela (-1.300 millones) y Bolivia (-105 millones). Esto refleja la importancia del turismo interno, así como la fortaleza del turismo emisor en estos destinos, en particular Brasil y Argentina. España, Brasil, Argentina, México, Portugal y Colombia se encuentran entre los 50 países en el mundo que más gastan en turismo internacional.

Gráfico 2.1 Iberoamérica: países con excedente en la balanza de viajes, 2016 (1.000 millones de dólares de EE.UU.)

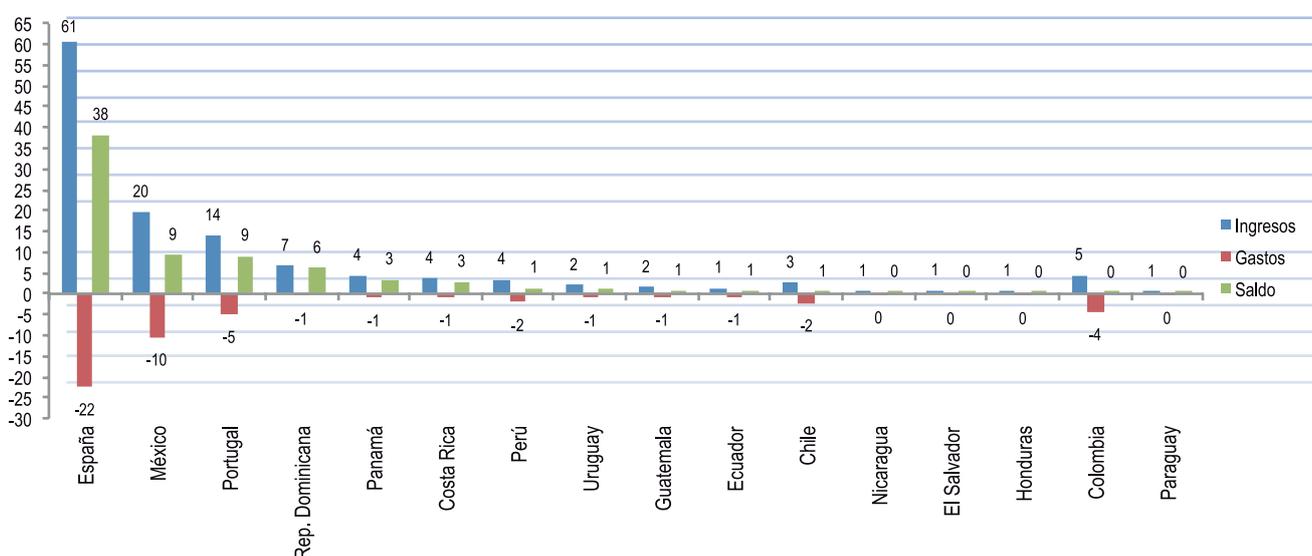


Tabla 2.4 Iberoamérica: la importancia económica del turismo, 2016

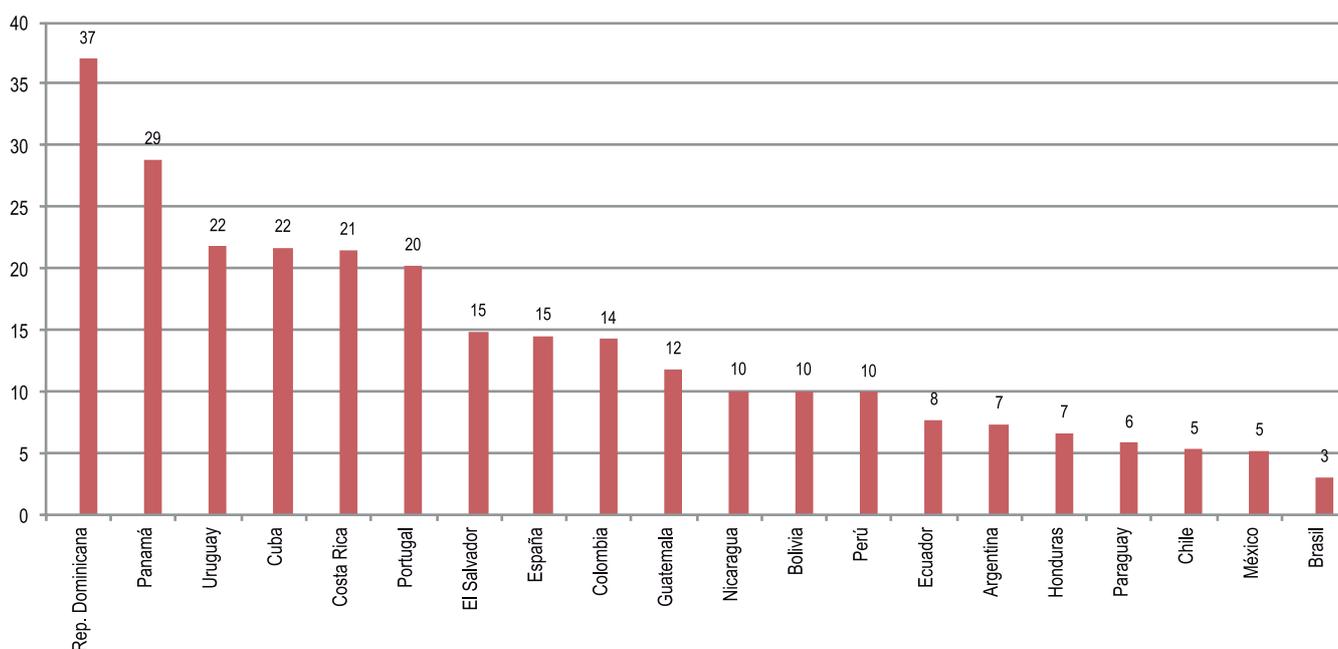
| | Exportaciones (ingresos) | | Importaciones (gastos) | | Saldo | | Export. bienes y servicios | | PIB | |
|--------------------------|--------------------------|----------------------|------------------------|----------------------|---------------|----------------------|----------------------------|--------------------|--|--|
| | Viajes | Transporte Pasajeros | Viajes | Transporte Pasajeros | Viajes | Transporte Pasajeros | De las cuales | | ingresos viajes + transporte pasajeros | ingresos viajes + transporte pasajeros |
| | | | | | | | (\$ EE.UU. Millón) | (\$ EE.UU. Millón) | | |
| | | | | | | | | | | |
| Mundo | 1.239.000 | 217.000 | 1.239.000 | 217.000 | 0 | 0 | 20.864 | 6,9 | 75.368 | 1,9 |
| Destinos Iberoamericanos | 142.269 | 11.126 | 77.821 | 13.688 | 64.448 | -2.562 | 1.498 | 10,2 | 6.407 | 2,4 |
| <i>en Américas</i> | 67.730 | 7.997 | 50.681 | 13.041 | 17.049 | -5.044 | 997 | 7,6 | 4.967 | 1,5 |
| Costa Rica | 3.716 | 131 | 819 | 229 | 2.897 | -98 | 17,9 | 21,5 | 58 | 6,6 |
| Cuba | 2.907 | 162 | .. | .. | .. | .. | 14,1 | 21,7 | 90 | 3,4 |
| Rep. Dominicana | 6.720 | 0 | 503 | 379 | 6.217 | -379 | 18,2 | 37,0 | 71,7 | 9,4 |
| El Salvador | 829 | 332 | 412 | 39 | 418 | 292 | 7,8 | 14,9 | 26,8 | 4,3 |
| Guatemala | 1.550 | 2 | 735 | 254 | 815 | -252 | 13,2 | 11,8 | 67,5 | 2,3 |
| Honduras | 693 | 7 | 370 | 112 | 323 | -104 | 10,6 | 6,6 | 21,4 | 3,3 |
| México | 19.650 | 969 | 10.303 | 2.520 | 9.347 | -1.551 | 398,0 | 5,2 | 1.046,9 | 2,0 |
| Nicaragua | 642 | .. | 181 | 129 | 461 | .. | 6,4 | 10,1 | 13,2 | 4,9 |
| Panamá | 4.404 | 2.049 | 922 | 207 | 3.482 | 1.842 | 22,4 | 28,8 | 55,2 | 11,7 |
| Argentina | 4.686 | 500 | 9.026 | 2.703 | -4.340 | -2.203 | 70,4 | 7,4 | 544,7 | 1,0 |
| Bolivia | 713 | 114 | 818 | 142 | -105 | -28 | 8,2 | 10,1 | 34,1 | 2,4 |
| Brasil | 6.024 | 589 | 14.497 | 2.571 | -8.473 | -1.982 | 218,6 | 3,0 | 1.798,6 | 0,4 |
| Chile | 2.665 | 1.058 | 2.124 | 609 | 541 | 450 | 70,2 | 5,3 | 247,0 | 1,5 |
| Colombia | 4.522 | 1.062 | 4.254 | 571 | 269 | 492 | 39,2 | 14,3 | 282,4 | 2,0 |
| Ecuador | 1.444 | 6 | 661 | 373 | 782 | -367 | 18,9 | 7,7 | 97,8 | 1,5 |
| Paraguay | 519 | 30 | 299 | 213 | 220 | -183 | 9,5 | 5,8 | 27,4 | 2,0 |
| Perú | 3.501 | 802 | 2.029 | 658 | 1.472 | 143 | 43,3 | 9,9 | 195,3 | 2,2 |
| Uruguay | 2.071 | 111 | 915 | 224 | 1.156 | -113 | 10,0 | 21,8 | 52,4 | 4,2 |
| Venezuela | 473 | 73 | 1.812 | 1.108 | -1.339 | -1.035 | .. | .. | 236,4 | 0,2 |
| <i>en Europa</i> | 74.539 | 3.130 | 27.140 | 647 | 47.400 | 2.482 | 501 | 15,5 | 1.440 | 5,4 |
| Andorra | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | .. | 2,9 | .. |
| España | 60.503 | .. | 22.290 | .. | 38.213 | .. | 415,9 | 14,5 | 1.232,6 | 4,9 |
| Portugal | 14.036 | 3.130 | 4.849 | 647 | 9.187 | 2.482 | 85,0 | 20,2 | 204,6 | 8,4 |

Fuente: Compilado por UNWTO en base a datos del Fondo Monetario Internacional, Organización Mundial del Comercio y UN data

El turismo contribuye de manera importante a la economía de numerosos países de Iberoamérica. Para este grupo de 22 destinos, los cerca de 153.000 millones de dólares generados en ingresos por turismo internacional y transporte de pasajeros en el 2016 representan en torno al 10% del valor total de las exportaciones de bienes y servicios y tienen un valor equivalente al 2,4% del Producto Interior Bruto (PIB) de Iberoamérica. La incidencia de los ingresos por turismo y transporte internacional en las exportaciones totales es comparativamente mayor en los destinos iberoamericanos de Europa (16%) que en los de

Américas (8%). Por país, cabe señalar que los ingresos por turismo y transporte internacional suponen más del 30% de los ingresos derivados de las exportaciones de bienes y servicios en la República Dominicana, más del 20% en Costa Rica, Cuba, Panamá, Uruguay y Portugal, y entre el 20% y el 10% en El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Bolivia, Colombia, Perú y España.

Gráfico 2.2 Iberoamérica: participación de los ingresos por turismo y transporte internacional en las exportaciones de bienes y servicios, 2016 (%)



Varios países disponen de los datos estimados en la cuenta satélite de turismo (CST) sobre la contribución directa del turismo como porcentaje del PIB y del empleo total. La CST es un marco estadístico normalizado y el principal instrumento de medición económica del turismo.⁵ Según datos disponibles de la CST para algunos países iberoamericanos, la aportación económica directa del turismo va de 11% del PIB en España a 9% en México, Perú y Portugal, 3% en Chile y 2% en Colombia. En cuanto a la participación del turismo en el empleo, las cifras van de un 13% del empleo total en España, a 9% en Portugal, 6% en México y 5% en Chile.

5. Naciones Unidas; Comisión de las Comunidades Europeas, Eurostat; Organización Mundial del Turismo y Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (2008), Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008 (en línea), disponible en: www.e-unwto.org (31-08/2018).

3. El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): cómo puede el turismo ayudar a lograr los ODS

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) constituyen una ambiciosa agenda mundial en favor de las personas, el planeta, la prosperidad y la paz mediante la creación de alianzas. Su finalidad es poner fin a la pobreza, combatir las desigualdades y las injusticias y hacer frente al cambio climático en el período comprendido desde hoy hasta 2030. La relevancia económica del sector turístico, que representa hasta un 10% del PIB y el empleo mundial, hace que sea esencial aprovechar todo su potencial para progresar en la consecución de los ODS.⁶

El histórico acuerdo sobre la universal Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible, alcanzado en 2015 por los líderes mundiales en las Naciones Unidas, supone que 196 países se comprometen a avanzar hacia la consecución los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en aras de un futuro mejor para todos. El paso del compromiso a la acción solo se podrá dar si el desarrollo sostenible deja de ser un asunto periférico en la toma de decisiones y se convierte en un elemento central, tanto en el ámbito público como privado.

El turismo se incluye como parte de tres ODS: el Objetivo 8, sobre crecimiento económico y empleo; el Objetivo 12, sobre producción y consumo sostenibles; y el Objetivo 14, sobre vida submarina. Sin embargo, el turismo puede y debe desempeñar un papel importante en las soluciones que se encuentren en el marco de todos y cada uno de los 17 ODS.

El papel del turismo en el logro de los 17 ODS se fortalecerá significativamente cuando el desarrollo sostenible se convierta en una responsabilidad compartida y pase a formar parte del núcleo de la toma de decisiones (tabla 3.1).⁷

La designación de la Asamblea General de las Naciones Unidas del 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, estableció el escenario ideal para que el sector reflexione sobre su papel y se embarque en un viaje común hacia 2030; un viaje guiado por los ODS, como se refleja en el compromiso de todos los Estados miembros de la OMT en la 22ª Asamblea General de la OMT con la Declaración de Chengdu sobre Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.⁸

6. Organización Mundial del Turismo y Organización de Estados Americanos (2018), *Tourism and the Sustainable Development Goals – Good Practices in the Americas*, OMT, Madrid, available at <https://www.e-unwto.org> (03-09-2018).

7. Organización Mundial del Turismo (2017b), *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Highlights*, OMT, Madrid (en línea), disponible en: www.e-unwto.org (03-09-2018).

8. Organización Mundial del Turismo (2017), 'Declaración de Chengdu' (en línea), disponible en: www.unwto.org (03-09-2018).



Tabla 3.1 Cómo avanzar la contribución del turismo a ODS: acciones de política pública y estrategias para el sector privado¹⁰



ODS 1 – Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

El turismo aporta ingresos a través de la creación de empleo a nivel local y de las comunidades. Se puede vincular a las estrategias de reducción de la pobreza y al emprendimiento a nivel nacional. La poca cualificación exigida y la contratación local pueden potenciar a los grupos menos favorecidos, especialmente a los jóvenes y a las mujeres.

Entrenamiento continuo del personal; alianzas para la educación; gestión de la diversidad; beneficios complementarios; donaciones en especie para educación pobreza y derechos humanos; Inversión responsable y reclutamiento local; compras locales y comercio justo.



ODS 2 – Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible

El turismo puede estimular la agricultura sostenible promoviendo la producción y el suministro a hoteles, así como la venta de productos locales a turistas. El agroturismo puede generar ingresos adicionales, al tiempo que enriquece el valor de la experiencia turística.

Compra local y verde (alimentos / agricultura); suministros locales y comercio justo; involucrarse en la comunidad; protección de la fauna y el ecosistema; compensar acciones.



ODS 3 – Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades

Los impuestos generados por el turismo pueden reinvertirse en atención y servicios sanitarios, mejorando la salud materna, reduciendo la mortalidad infantil y previniendo enfermedades. Las tasas que pagan los visitantes en áreas protegidas pueden también contribuir a los servicios médicos.

Programas de prevención de salud; lucha contra el turismo sexual, concienciación y donaciones para la salud y los desastres; seguridad y salud del cliente - prevención e instalaciones.



ODS 4 – Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje para toda la vida para todos

El turismo tiene el potencial de promover la inclusión. Una mano de obra cualificada es fundamental para que el turismo prospere. El sector turístico brinda oportunidades de empleo directo e indirecto a jóvenes, mujeres y personas con necesidades especiales, que deberían beneficiarse a través de medios educativos.

Desarrollo profesional y capacitación; alianzas para la educación; gestión de la diversidad; educación para la cultura y el patrimonio; donaciones en especie para educación; entrenamiento continuo del personal, información, instalaciones; involucrar a la comunidad.



ODS 5 – Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas

El turismo puede empoderar a las mujeres, especialmente a través de puestos de trabajo directos y de generación de ingresos provenientes de experiencias turísticas memorables y significativas, así como de empresas relacionadas con el sector hostelero. El turismo puede ser una herramienta para que las mujeres participen plenamente y puedan estar al frente de cualquier ámbito de la sociedad.

Gestión de la diversidad; campañas de sensibilización y donaciones en especie para los derechos humanos y la lucha contra el turismo sexual; valores de no discriminación en la contratación y capacitación del personal.



ODS 6 – Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos

Las inversiones que requiere el turismo para prestar servicios de utilidad pública pueden desempeñar un papel fundamental de cara a lograr el acceso al agua y su seguridad, además de higiene y saneamiento para todos. Un uso eficiente de los recursos hídricos en el turismo, el control de la contaminación y la eficiencia tecnológica pueden resultar cruciales para salvaguardar nuestro recurso más preciado.

Nuevos equipos y tecnologías; programas de prevención para seguridad y salud; estándares y certificaciones; participación de la comunidad.



ODS 7 – Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos

Como sector que hace un uso intensivo de la energía, el turismo puede acelerar el cambio hacia una cuota mayor de energías renovables en la cesta energética. Merced a la promoción de inversiones en fuentes de energía limpia, el turismo puede ayudar a reducir los gases de efecto invernadero, mitigar el cambio climático y contribuir a lograr el acceso a la energía para todos.

Nuevos equipos y tecnologías; programas de prevención para seguridad y salud; estándares y certificaciones; participación de la comunidad.



ODS 8 – Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos

El turismo, como intercambio de servicios, es uno de los cuatro principales motores de ingresos en exportaciones a nivel mundial y actualmente genera uno de cada diez puestos de trabajo en el mundo. Con oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, sobre todo para mujeres y jóvenes, así como con políticas que favorezcan más diversificación en las cadenas de valor del sector, se puede mejorar los beneficios socioeconómicos del turismo.

Entrenamiento para desarrollo profesional; gestión de la diversidad y contratación local; incentivos de rendimiento, beneficios complementarios; inversión responsable y compras locales; participación de la comunidad.



ODS 9 – Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

El desarrollo del turismo necesita buenas infraestructuras públicas y privadas. El sector puede auspiciar políticas públicas para actualizar y adaptar infraestructuras, a fin de hacerlas más sostenibles, innovadoras y eficientes en cuanto al uso de recursos, además de avanzar hacia un crecimiento bajo en carbono, atrayendo así a turistas y otras fuentes.

Diseño ecológico; nuevos equipos y tecnologías en energía y agua recursos; energías renovables: equipos y materiales para reciclaje y desperdicio; entrenamiento continuo del personal.



ODS 10 – Reducir la desigualdad en y entre los países

El turismo puede constituir una poderosa herramienta para reducir las desigualdades si se implica a las poblaciones locales y a todos los interlocutores principales en su desarrollo. El turismo puede contribuir a la renovación urbana y al desarrollo rural, dando a las personas la oportunidad de prosperar en su lugar de origen. El turismo es un medio eficaz de integración económica y de diversificación.

Gestión de la diversidad; inversión empresarial local; responsable compras; valores de no discriminación en la contratación y capacitación del personal; participación de la comunidad.



ODS 11 – Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

El turismo puede mejorar la infraestructura y accesibilidad urbanas, promover la regeneración y preservar el patrimonio cultural y natural, activos de los que depende. La inversión en infraestructura ecológica (transporte más eficiente, menos contaminación) debería dar lugar a ciudades más inteligentes y más verdes, no solo para los residentes, sino también para los turistas.

Certificaciones; asociaciones; campañas de sensibilización, en especie donaciones para sitios de cultura y patrimonio; participar en la comunidad; energía limpia; eficiencia de recursos; iniciativas de conservación de la biodiversidad.



ODS 12 – Garantizar modalidades de consumo y de producción sostenibles

El sector turístico necesita adoptar patrones de consumo y de producción más sostenibles, impulsando el cambio hacia la sostenibilidad. Contar con herramientas para el turismo que den seguimiento al impacto en términos de desarrollo sostenible, incluyendo energía, recursos hídricos, residuos, diversidad biológica y creación de empleo, redundará en mejores resultados económicos, sociales y medioambientales.

Tecnologías de eficiencia para la energía y el agua; energías renovables; reciclaje- tratamiento de desechos; reducción de la contaminación; compra local y empresas; proveedor local; participación de la comunidad; inversión responsable.



ODS 13 – Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos

El turismo contribuye al cambio climático y se ve afectado por él. Los interlocutores turísticos deberían estar en la vanguardia de la respuesta mundial ante el cambio climático. Merced a la reducción de su huella de carbono, en los sectores del transporte y alojamiento, el turismo puede beneficiarse de un crecimiento bajo en carbono y ayudar a atajar uno de los retos más acuciantes de nuestra época.

Diseño ecológico; nuevos equipos y tecnologías; energías renovables; reciclaje y desperdicio; vida silvestre y ecosistemas - protección del paisaje; reducción de la contaminación; acciones de compensación; campaña de concientización y en especie donaciones para desastres.



ODS 14 – Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible

El turismo costero y marítimo depende de la salud de los ecosistemas marinos. El desarrollo turístico ha de formar parte de una gestión integrada de las zonas costeras, a fin de apuntalar la conservación y preservación de frágiles ecosistemas marinos, además de servir de vehículo para promover una economía azul y contribuir al uso sostenible de los recursos marinos.

Protección de animales silvestres y ecosistemas; reducción de la contaminación; residuos tratamiento; acciones de compensación; compras verdes; información para clientes y personal; participación de la comunidad.



ODS 15 – Proteger, restaurar y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y detener la pérdida de diversidad biológica

La riqueza de la diversidad biológica y del patrimonio natural son a menudo las razones principales por las que los turistas visitan un destino. El turismo puede asumir un papel fundamental si se gestiona de forma sostenible en zonas frágiles, no solo en lo que respecta la conservación y preservación de la diversidad biológica, sino también la generación de ingresos, como sustento alternativo para las comunidades locales.

Protección de animales silvestres y ecosistemas; reducción de la contaminación; residuos tratamiento; acciones de compensación; compras verdes; información para clientes y personal; participación de la comunidad.



ODS 16 – Promover sociedades pacíficas e inclusivas, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones inclusivas

Dado que el turismo implica miles de millones de encuentros entre personas de diversos entornos culturales, el sector puede fomentar la tolerancia y la comprensión entre religiones y culturas, sentando las bases de sociedades más pacíficas. El turismo, que involucra y beneficia a las comunidades locales, puede además consolidar la paz en sociedades después de conflictos.

Conciencia de los derechos humanos; donaciones en especie; empresas locales - inversión responsable; contratación y compras locales; diversidad y respetar la política; lavado de dinero anticorrupción; relaciones con los clientes; involucrar a la comunidad.



ODS 17 – Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible

Gracias a su naturaleza intersectorial, el turismo tiene la capacidad de reforzar las alianzas público-privadas e implicar a múltiples interlocutores, a nivel internacional, nacional, regional y local, para que trabajen juntos en aras de los ODS y de otros objetivos comunes. Las políticas públicas y la financiación innovadora son elementos centrales para cumplir con la Agenda 2030.

Desarrollo profesional; alianzas para la educación; fauna silvestre y ecosistemas de protección animal; acciones de compensación; proveedor e involucramiento del cliente; relaciones con los clientes; participación del personal y relaciones; involucrar a la comunidad.

10. Organización Mundial del Turismo y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2017b).

Extracto de la Declaración de Chengdu

La Declaración de Chengdu sobre El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible subraya el potencial del sector turístico en términos económicos, sociales y políticos. El documento consta de 19 artículos. Entre las recomendaciones se alienta a los gobiernos a “desarrollar un enfoque integrado y holístico en relación con las políticas turísticas a fin de amplificar la incidencia positiva y el efecto multiplicador en las personas, el planeta y la prosperidad (artículo 1). Propone, además, llevar a cabo evaluaciones de la contribución del turismo a los ODS y de su compromiso con estos Objetivos en el ámbito nacional y en el subnacional, y garantizar que el turismo esté presente en las comisiones y grupos de trabajo interministeriales sobre los ODS, así como mejorar la contribución del turismo a las estrategias nacionales de los ODS mediante la creación de marcos y mecanismos institucionales que permitan la participación activa en el proceso de todas las partes”.

¿Sabías que...?

La plataforma Tourism4SDGs (el turismo y los ODS) fue creada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) con el apoyo de la Secretaría de Estado de Asuntos Económicos de Suiza (SECO) para impulsar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través del turismo.

Tourism4SDGs.org es un espacio de creación conjunta en el que los usuarios pueden acceder a un gran número de recursos, compartir iniciativas, estudios y proyectos propios, estimular el debate y la colaboración en temas de turismo y el desarrollo sostenible.



3.1 Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Viaje al 2030¹¹

El informe Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible – Un viaje al 2030 publicado conjuntamente por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) tiene por objeto crear conocimiento, empoderar e inspirar a los principales actores del sector turístico a tomar las medidas necesarias para acelerar el cambio hacia un sector turístico más sostenible al alinear las políticas, las operaciones comerciales y las inversiones con los ODS. Basado en el análisis de las 64 revisiones nacionales voluntarias (RNV)¹² y en las ocho hojas de ruta nacionales de Estrategia de Integración, Aceleración y Apoyo a las Políticas (MAPS), el informe demuestra que cada vez más se reconoce el valor del turismo no solo como motor sino también como acelerador de los ODS debido a su efecto transversal y multiplicador en otros sectores e industrias. Un total de 41 de los 64 RNV analizados hacen referencia al turismo.

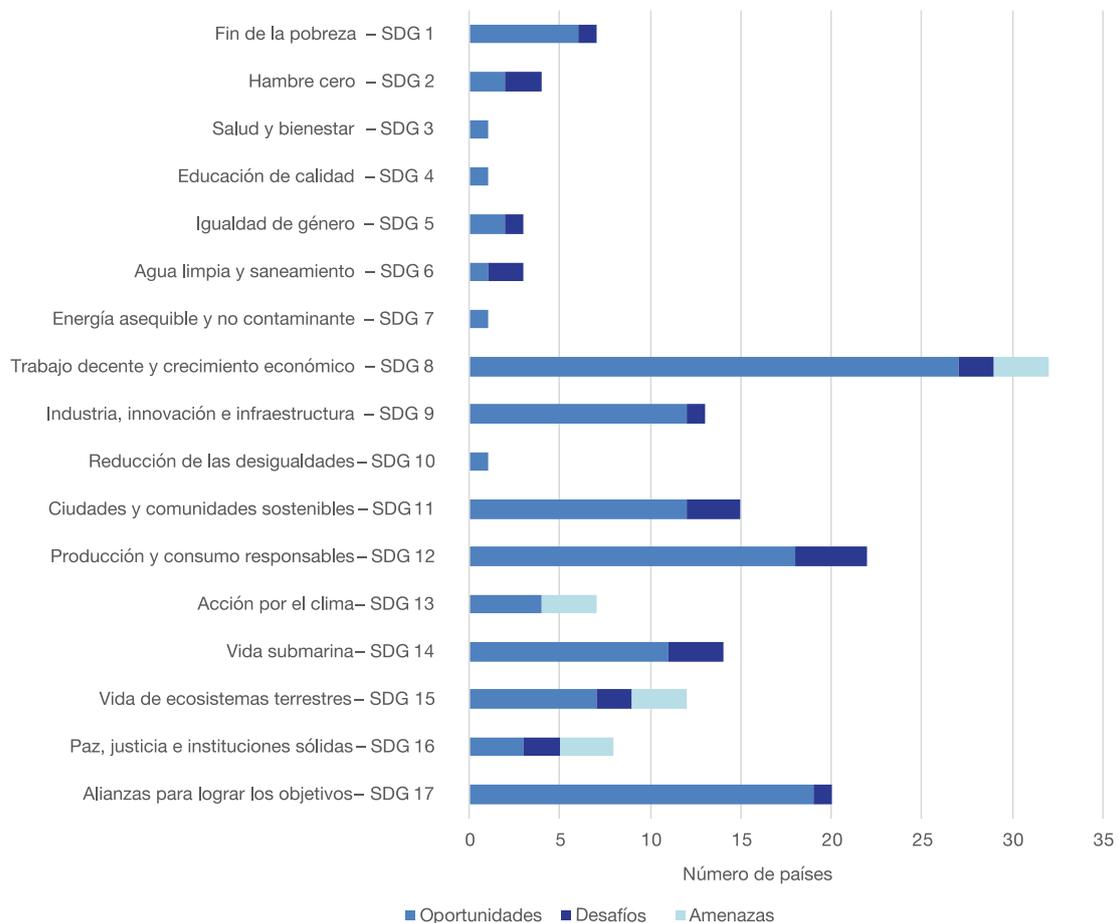
Aunque el turismo se relaciona, directa o indirectamente, con los 17 objetivos, los ODS 8, 12 y 17, (“Trabajo decente y

crecimiento económico”, “Consumo responsable y producción” y “Alianzas para los Objetivos”, respectivamente) son los que parecen tener el vínculo más fuerte con el turismo. Por el contrario, existen pocas referencias que vinculen el turismo con el ODS 3 “Buena salud y bienestar”, el ODS 4 “Educación de calidad”, el ODS 7 “Energía asequible y limpia” y el ODS 10 “Desigualdades reducidas” lo que nos permite sugerir que los formuladores de políticas deben aprovechar el oportunidades que el turismo puede ofrecer para alcanzar estos objetivos (Gráfico 3.1).

11. El contenido de este capítulo se extrajo principalmente de la siguiente publicación de la OMT: Organización Mundial del Turismo y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2017a), Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, OMT, Madrid (en línea), disponible en: www.e-unwto.org (03-09-2018).

12. United Nations Sustainable Development Knowledge Platform (2018), Voluntary National Reviews (en línea), disponible en: <https://sustainabledevelopment.un.org/vnrs/> (03-09-2018).

Gráfico 3.1 Oportunidades, desafíos y amenazas de turismo en relación con los ODS, basado en el análisis de las 41 revisiones nacionales voluntarias (RNV)



Algunos de los RNVs también destacan los desafíos y amenazas del turismo a la realización de los ODSs. Desafíos como el consumo y la producción insostenibles, así como la mala gestión de los recursos naturales y los residuos afectan principalmente a los ODS 11, 12 y 14 sobre “Ciudades y comunidades sostenibles”, “Producción y consumo responsable” y “Vida bajo el agua”, respectivamente. Además, varios países han informado que el potencial del turismo para avanzar en el desarrollo sostenible se ve socavado por amenazas externas como la inestabilidad económica mundial, los desastres naturales, el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la seguridad regional e internacional. Se considera que estas amenazas afectan principalmente al progreso en los ODS 8, 11, 13, 15 y 16 sobre “Trabajo decente y crecimiento económico”, “Ciudades y comunidades sostenibles”, “Acción climática”, “Vida en tierra” y “Paz, justicia” e Instituciones fuertes, respectivamente.

Aprovechar el efecto multiplicador del turismo a través de políticas integradas

Pocos planificadores de políticas turísticas, tanto en países desarrollados como en desarrollo, parecen estar actualmente involucrados en una planificación nacional inclusiva de los ODS, lo que lleva a oportunidades perdidas. Su participación en mecanismos institucionales para los ODS, así como su participación activa en la formulación de políticas, estrategias, planes de acción y procesos nacionales son fundamentales. Los encargados de formular políticas turísticas también deben fortalecer su diálogo con otros ministerios del gabinete, el sector privado y otros actores relevantes del sector para aprovechar estas interconexiones con otros sectores e industrias y generar un impacto en ellos. Del mismo modo, abordar los desafíos y amenazas del turismo requiere políticas integradas que tengan plenamente en cuenta los impactos transversales del turismo en los ODS.

El creciente reconocimiento del papel del turismo en el desarrollo sostenible y el logro de la Agenda 2030 es un avance histórico que ofrece una oportunidad única para que todos los gobiernos creen una base política sólida y favorable. En particular, debe alentar y empoderar a los responsables de las políticas de turismo para que participen activamente en la planificación nacional de los ODS.

3.2 Los ODS y el sector privado: avanzar la sostenibilidad un factor competitivo

Las empresas privadas son actores clave en el sector del turismo donde participan la hostelería, las empresas de transporte, los operadores turísticos, las atracciones, las empresas de gestión de destinos, las de tecnología y muchos más.

Dado que cada destino turístico depende de una sociedad bien gestionada, un entorno saludable y una economía estable, el sector privado tiene un papel importante que desempeñar para garantizar estas tres condiciones. Las empresas deben aspirar a generar ganancias, cuidar el entorno en el que operan y crear un impacto social positivo. Pueden llevar al turismo hacia un camino más sostenible mediante la adopción de modelos y prácticas sostenibles que no menoscaben la rentabilidad; y sin dejar de lado el sentido comercial.

Puntos clave

- La competitividad es el principal impulsor comercial de la sostenibilidad: dado que muchas actividades de Responsabilidad Social Corporativa (CSR) están relacionadas con el argumento empresarial de la sostenibilidad, es muy probable que las empresas que se involucren con los ODS también puedan mejorar los resultados de su negocio, que en la mayoría de los casos incluyen medidas de eficiencia. Sin embargo, la mitigación de los impactos negativos debe ir más allá de la eficiencia de los recursos e incluir medidas más drásticas a lo largo de toda la cadena de valor del turismo.
- Una gestión eficaz requiere una medición constante del impacto: si bien el sector privado turístico puede contribuir a los 17 ODS, su impacto sigue siendo difícil de medir dado que no hay medios universales para que las empresas y los destinos turísticos y de viaje puedan medir y controlar su progreso o contribución a los ODS.
- Hay poca conciencia de los beneficios económicos de la sostenibilidad: las empresas turísticas, en particular las PYMES, a menudo desconocen en qué medida la inversión en operaciones comerciales sostenibles también pueden impulsar significativamente la competitividad y la rentabilidad, permitiendo al mismo tiempo que aumenten la satisfacción de los clientes y de la comunidad receptora.

4. Recomendaciones globales¹³

4.1 Recomendaciones para la política de turismo

- Participar en el diseño de estrategias nacionales de ODS, otorgándoles alta prioridad e integrando el concepto de turismo sostenible en la formulación de políticas y desarrollo de las instituciones nacionales así como la coherencia de las políticas mediante la integración entre todos los sectores involucrados,
- diseñar políticas de turismo más inclusivas garantizando la participación activa y los procesos consultivos transparentes entre todos los actores responsables del sector turismo,
- diseñar e implementar una Estrategia Nacional de Exportación de Turismo (ENET) para reforzar la capacitación y el fortalecimiento de las cadenas de valor del turismo con el objeto de lograr un mayor impacto económico local,
- evaluar y monitorear la contribución y el compromiso del turismo con los ODS tanto a nivel nacional como subnacional y avanzar en la medición y el monitoreo apropiado y sistemático del impacto del turismo por medio de la Iniciativa de Medición del Turismo Sostenible (MST) de la OMT,
- mejorar la capacitación en estadísticas y proporcionar orientación sobre la recopilación y el análisis de datos para medir y supervisar el progreso y los resultados, y
- fomentar la capacitación y la creación de incentivos para la investigación y el desarrollo (I+D) del sector privado en tecnologías e innovaciones sostenibles, así como sus aplicaciones en modelos comerciales de empresas turísticas. el ODS 7 “Energía asequible y limpia” y el ODS 10 “Desigualdades reducidas” lo que nos permite sugerir que los formuladores de políticas deben aprovechar el oportunidades que el turismo puede ofrecer para alcanzar estos objetivos (Gráfico 3.1). Compartir experiencias, buenas prácticas y lecciones aprendidas entre las compañías de turismo, en especial las PYMES, para apoyar la toma de decisiones fundamentadas en relación con las actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que impactan en los ODS,
- continuar invirtiendo en personas, tecnologías y TIC a fin de aumentar la eficiencia de los recursos, reducir los costos operativos y minimizar la huella del sector,
- incrementar las compras locales de bienes y servicios a lo largo de la cadena de valor del turismo para evitar ‘fugas’ y mejorar la competitividad y maximizar el impacto local positivo,
- participar en el Programa de Turismo Sostenible del 10YFP para acelerar el cambio hacia el consumo y la producción sostenibles en el turismo,

- medir y monitorear el impacto de las actividades comerciales relacionadas con el turismo en los ODS,
- promover una educación y formación profesional de alta calidad que incorpore la sostenibilidad y la inclusión en todos sus programas y productos para que el liderazgo, la gestión y el personal del turismo estén totalmente equipados para operar y promover los principios del turismo sostenible, y
- sensibilizar sobre las oportunidades comerciales creadas por los ODS mediante iniciativas de intercambio de conocimientos entre empresas y alianzas comerciales, así como asociaciones con fundaciones, el sistema de las Naciones Unidas y universidades.

4.2 Recomendaciones para el sector privado de turismo

- Alinear la cooperación para el desarrollo con las necesidades y prioridades de los países en desarrollo, brindando apoyo que maximice el impacto positivo del turismo y mitigue su impacto negativo en los ODS,
- promover el turismo como un sector prioritario para el desarrollo sostenible a nivel nacional y aprovechar los marcos de asistencia técnica relacionados con el comercio,
- identificar los ODS y las áreas temáticas que son más relevantes para los países donantes y desarrollar proyectos e iniciativas turísticas que estén alineados con las prioridades de los países donantes, y
- incluir un mecanismo de financiación innovador en los esfuerzos de movilización de recursos para el turismo sostenible, por ejemplo, facilidades para la financiación que pueden combinarse con proyectos turísticos relacionados con los ODS.

13. El contenido de este capítulo se extrajo principalmente de la siguiente publicación de la OMT: Organización Mundial del Turismo y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2017a).

4.3

Recomendaciones para la comunidad de desarrollo internacional y los actores principales del turismo mundial

- Apoyar los esfuerzos de todas las partes interesadas en el turismo y garantizar que los países y el sector privado puedan maximizar su impacto hacia los ODS a través del turismo,
- construir un diálogo más estrecho con los socios mundiales de desarrollo del sistema de las Naciones Unidas, incluida la OMT, el PNUD y otras organizaciones internacionales, así como los miembros del CAD y los donantes no tradicionales para facilitar la contribución del turismo a los ODS,
- fortalecer las alianzas público-privadas y de múltiples partes interesadas para revitalizar los medios de implementación de los ODS a través del turismo, en línea con el ODS 17 sobre “Alianzas para los Objetivos”, y
- asegurar una cooperación efectiva entre todos los principales interesados, incluidos los gobiernos a nivel nacional, subnacional y local, el sector privado, los destinos y las comunidades, para comprender mejor los efectos intersectoriales de diferentes actividades en el valor del turismo y las cadenas de suministro.



Bibliografía y referencias

Naciones Unidas; Comisión de las Comunidades Europeas, Eurostat; Organización Mundial del Turismo y Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (2008), Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008 (en línea), disponible en: www.e-unwto.org (31-08/2018).

Organización Mundial del Turismo (2018a), Barómetro OMT del turismo mundial, volumen 16(3), junio 2018, OMT, Madrid (en línea), disponible en: www.e-unwto.org (03-09-2018).

Organización Mundial del Turismo (2018b), UNWTO Tourism Highlights, 2018 Edition (en línea), disponible en: www.e-unwto.org (03-09-2018).

Organización Mundial del Turismo (2017), 'Declaración de Chengdu' (en línea), disponible en: www.unwto.org (03-09-2018).

Organización Mundial del Turismo (2013), Asia-Iberoamérica, Reunión de Alto Nivel (documento de la Asamblea General, en línea), disponible en: www.unwto.org (03-09-2018).

Organización Mundial del Turismo y Organización de Estados Americanos (2018), Tourism and the Sustainable Development Goals – Good Practices in the Americas, OMT, Madrid, available at <https://www.e-unwto.org> (03-09-2018).

Organización Mundial del Turismo y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2017a), Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, OMT, Madrid (en línea), disponible en: www.e-unwto.org (03-09-2018).

Organización Mundial del Turismo y Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2017b), Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Highlights, OMT, Madrid (en línea), disponible en: www.e-unwto.org (03-09-2018).

Organización Mundial del Turismo y Secretaría General Iberoamericana, (2010), Turismo en Iberoamérica, Panorama Actual, Edición 2010, OMT, Madrid (en línea), disponible en: www.segib.org (31-08-2018).

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2018), OECD Tourism Trends and Policies 2018, OECD, Paris (en línea), disponible en: www.oecd.org (03-09-2018).

Secretaría General Iberoamericana, Comunidad iberoamericana (en línea), disponible en: www.segib.org/ (03-09-2018).

United Nations Sustainable Development Knowledge Platform (2018), Voluntary National Reviews (en línea), disponible en: <https://sustainabledevelopment.un.org/vnrs/> (03-09-2018).

World Travel & Tourism Council (2018), Viajes y Turismo. Impacto económico y asuntos globales, WTTC, Londres (en línea), disponible en: www.wttc.org (03-09-2018).

TRAVEL. ENJOY. RESPECT.

#TRAVELENJOYRESPECT

<https://www.ec-unwto.org/dotdotdot/10-181115789284420018> - Thursday, April 29, 2021 2:44:39 PM - IP Address: 157.100.89.71



UNWTO
World Tourism Organization

https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420018 - Thursday, April 29, 2021 2:44:39 PM - IP Address: 157.100.89.71



XXVI CUMBRE | **XXVI CÚPULA**
IBEROAMERICANA | **IBERO-AMERICANA**
LA ANTIGUA GUATEMALA 2018 | LA ANTIGUA GUATEMALA 2018

La próxima Cumbre Iberoamericana, el mayor encuentro de jefes de Estado y de Gobierno de Iberoamérica, tendrá lugar en La Antigua, Guatemala, el 15 y 16 de noviembre de 2018.

Será la primera Cumbre dedicada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y su lema será: “Una Iberoamérica próspera, inclusiva y sostenible”.

Participarán los 22 países que conforman la comunidad iberoamericana: los 19 de América Latina de lengua castellana y portuguesa, y los de la Península Ibérica España, Portugal y Andorra.

La Organización Mundial del Turismo, la agencia especializada de las Naciones Unidas que impulsa al turismo para el desarrollo sostenible, celebra la oportunidad de apoyar la Cumbre de Guatemala y posicionar al turismo en la agenda de la Cooperación Iberoamericana.



Secretaría General
Iberoamericana

Secretaria-Geral
Ibero-Americana



UNWTO
Organización Mundial del Turismo



Copyright © 2018, Organización Mundial del Turismo (OMT)

La contribución del turismo a los objetivos de desarrollo sostenible en Iberoamérica

ISBN printed version: 978-92-844-2000-1

ISBN electronic version: 978-92-844-2001-8 | DOI: 10.18111/978928442001-8

Publicado por la Organización Mundial del Turismo, Madrid, España.

Primera edición: 2018

Todos los derechos reservados.

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la presentación de sus elementos no son indicativas de opinión alguna por parte de la Secretaría de la Organización Mundial del Turismo respecto del estatuto jurídico de ningún país, territorio, ciudad o zona ni de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

Las opiniones contenidas en esta publicación son exclusivas de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista de la OMT.

Organización Mundial del Turismo (OMT)
Calle del Poeta Joan Maragall, 42
28020 Madrid
España

Tel.: (+34) 915 678 100
Fax: (+34) 915 713 733
Sitio web: www.unwto.org
E-mail: info@unwto.org

Cita de la fuente: Organización Mundial del Turismo (2018), *La contribución del turismo a los objetivos de desarrollo sostenible en Iberoamérica*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420018>.

Todas las publicaciones de la OMT están protegidas por derechos de autor. Por lo tanto, y salvo indicación de lo contrario, ninguna parte de las publicaciones de la OMT podrá reproducirse, almacenarse en sistemas de recuperación de datos ni utilizarse de ninguna manera ni por ningún medio, sea electrónico o mecánico, incluidas la reproducción por fotocopia, la microfilmación y la digitalización, sin autorización previa por escrito. La OMT alienta la difusión de sus obras y estudia con interés todas las solicitudes de autorizaciones, licencias y derechos de traducción relacionadas con sus publicaciones.

La autorización de fotocopiar publicaciones de la OMT en España se solicitará por mediación de:

CEDRO, Centro Español de Derechos Reprográficos
Calle Monte Esquinza, 14
28010 Madrid
España

Tel.: (+34) 913 08 63 30
Fax: (+34) 913 08 63 27
Website: www.cedro.org
E-mail: cedro@cedro.org

Los interesados en reproducir publicaciones de la OMT fuera de España habrán de pedir autorización a una de las entidades con las que CEDRO tiene suscritos convenios bilaterales, cuando la haya en el país correspondiente (ver la lista de entidades en: www.cedro.org).

Para todos los demás países, así como para otras autorizaciones, las solicitudes se remitirán directamente a la Organización Mundial del Turismo a través de: <http://publications.unwto.org/es/content/derechos-y-permisos>.

https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/97892844200018 - Thursday, April 29, 2021 2:44:39 PM - IP Address: 157.100.89.7

La **Organización Mundial del Turismo (OMT)**, organismo especializado de las Naciones Unidas, es una organización internacional con un papel central y decisivo en la promoción y el desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Constituye un foro mundial para cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos en materia de turismo. En la actualidad está integrada por 158 países, 6 territorios, 2 observadores permanentes y más de 500 Miembros Afiliados.



UNWTO

World Tourism Organization (UNWTO)

www.unwto.org



9 789284 420001