

LA PRESIDENCIA ESPAÑOLA DE LA UNIÓN EUROPEA EN MATERIA DE TURISMO

Elena Valdés del Fresno *

Resumen. Para responder a los retos a los que se enfrenta actualmente el sector turístico europeo, España, que durante el primer semestre del 2002 ha ejercido la presidencia española del Consejo de la Unión Europea, propuso a los Estados miembros una serie de medidas, que, en el marco de las propuestas realizadas por la Comisión, contribuyan a potenciar el sector. Estas medidas, finalmente aprobadas en la Resolución sobre «El futuro del turismo en Europa», adoptada por el Consejo de mercado Interior, Consumidores y Turismo de 31 de mayo del 2002, giran en torno a la necesidad de dotarse de instrumentos de medición que permitan mejorar el conocimiento y análisis de los impactos económicos del turismo, así como de los instrumentos de conocimiento y puesta en común de las técnicas que mejoren su competitividad. Asimismo, la presidencia española ha querido impulsar el concepto de calidad de los destinos, servicios e infraestructuras turísticas, los procesos que aseguren un crecimiento sostenible del sector, una mejor utilización de los instrumentos financieros y no financieros de la Unión, y los procesos de integración y acceso de las PYMES a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, así como la creación de un portal del conocimiento turístico europeo. Las medidas propuestas deberán acompañarse de los procesos necesarios para integrar la perspectiva del sector turismo en las políticas comunitarias que le afectan.

Palabras clave: Presidencia española del Consejo de la Unión Europea; Resolución «El futuro del Turismo en Europa». Instrumentos de medición. Instrumentos de conocimiento. Competitividad. Calidad. Crecimiento sostenible.

Abstract. Spain has presided the European Union Council since the 1st of January 2002, and accepts the challenge thrown to the European tourist sector proposing to the Member States, within the framework of the proposals made by the EU Commission, a series of measures to strengthen the sector. These measures, approved in the Council Resolution of 21 May 2002 on the future of European tourism (2002/C 135/01) deal with the need to incorporate instruments for the measurement that allow us all to analyse deeper and to ascertain the economic impact of tourism, as well as the instruments to put in common the techniques to improve our common competitiveness. The Spanish presidency hopes to improve the concept in quality destinations, including quality in the services as well as quality of the tourist infrastructures. Equally it desires to improve the process to ensure a sustainable development of the sector, and to ameliorate the management of the financial and non financial instruments of the Union, promoting as well the accessibility to integration of small to medium enterprises to the era of communication and information. It is also our goal to create a portal on the European tourist knowledge and to open a debate on the positioning of the image of Europe in the long haul markets. These proposed measures will go along with the necessary processes to integrate the tourism point of view within the European policies that may affect it.

I. CONSIDERACIONES PREVIAS

I.1. Introducción

Cuando el 1 de enero del 2002 España asume la Presidencia del Consejo de la Unión Europea, la actividad de la Unión en materia de turismo empieza a emerger lentamente de un período de práctica inactividad, que, con algunas excepciones, duraba desde 1995.

Una parte de esa escasa actividad es debida a la difuminación con que los Tratados recogen la actividad en materia de turismo. En efecto, el fundamento jurídico para la política comunitaria de turismo se contiene en la muy genérica mención de la letra u) del actual artículo 3 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea en la que se mencionan las «medidas en el ámbito del turismo» como

* Directora de la Oficina Española de Turismo en Bruselas.

parte de las actividades comunitarias que deben emprenderse para alcanzar los objetivos globales de la Comunidad.

Es cierto por lo tanto que no existe, en sentido estricto, una política comunitaria para el turismo en Europa, y que existe un consenso generalizado para que así siga siendo. Ello no obsta para que el sector, por su importancia económica y para el empleo, deba contribuir necesariamente a alcanzar los objetivos de la Unión Europea.

Otra de las razones por las que el turismo carece de peso específico en las Instituciones de la Unión, es tributaria de las diferentes concepciones existentes entre los quince, en general y respecto al turismo en particular, y de la oposición a que la Comisión asuma competencias que pudieran suponer un incremento de recursos humanos, de costes económicos e intervención en un sector económico por lo demás muy descentralizado en la mayor parte de los Estados miembros.

A reforzar estas posturas contribuyó sin duda el proceso que acompañó a la adopción y posterior fracaso el proyecto «Philoxenia» (1), iniciado en 1995.

También es debida esta práctica inactividad en la actuación comunitaria respecto al turismo a las diferentes características del sector entre los quince, evidenciándose claramente la divergencia de intereses entre países emisores y países receptores, entre países en los que el turismo ocupa un lugar preponderante en su PIB (España, Francia, Portugal, Italia y Grecia) y países en los que, aun siendo importante la participación del sector en el PIB, no tiene el mismo peso que para los países receptores.

En este contexto, España era consciente de la dificultad de impulsar un conjunto de acciones para el sector que, sin crear una política común para el turismo, que nadie desea, consiguiera poner en práctica un conjunto de actividades que redundaran en una mayor competitividad, tal y como veremos más adelante al analizar los objetivos que se plantearon.

1.2. Antecedentes

En el año 1995 la Comisión presentó una propuesta de programa plurianual a favor del turismo europeo («Philoxenia»). Sin embargo, esta propuesta no suscitó, como hubiera sido necesario, el apoyo unánime del Consejo de Ministros y, finalmente, la Comisión la retiró en abril de 2000.

Ello obligó a retomar desde otra perspectiva, el campo de actuación en materia de turismo, y a cambiar el enfoque, concediendo más importancia al empleo, centrando las actuaciones y estudios en el terreno de Turismo y Empleo. A raíz del Consejo Europeo extraordinario celebrado los días 20 y 21 de noviembre de 1997, en el que se definió la estrategia a favor del empleo, la Presidencia luxemburguesa y la Comisión Europea organizaron conjuntamente una conferencia sobre el tema «Empleo y turismo: orientaciones para la acción», en la que se reunieron empresarios, interlocutores sociales, autoridades públicas y académicas para examinar en qué condiciones se puede explotar plenamente el potencial de trabajo que representa el turismo en Europa. El Consejo de Ministros de Turismo del 26 de noviembre de 1997 (2) invitó a la Comisión a explorar de forma más exhaustiva y en coopera-

ción con los Estados miembros los resultados de esta conferencia y a informar al Consejo de los avances realizados en este campo a finales de 1998.

A resultas de lo anterior, la Comisión creó un Grupo de Alto Nivel sobre Turismo y empleo, al que se encomendó la tarea de examinar en qué condiciones el turismo podría aumentar su contribución al crecimiento y estabilidad del empleo en Europa. El Grupo de Alto Nivel presentó en octubre de 1998 sus recomendaciones en un informe (3). Como

respuesta a este último la Comisión presentó al Consejo de Mercado Interior, Consumidores y Turismo, su Comunicación de 28 de abril de 1999, titulada «Incrementar el potencial del turismo como generador de empleo» (4).

El 21 de junio de 1999, el Consejo de Mercado Interior adoptó las Conclusiones sobre Turismo y empleo (5) como consecuencia de las recomendaciones formuladas en el informe del Grupo de Alto Nivel y en la Comunicación de la Comisión:

EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA hace un llamamiento a la Comisión y a los Estados miembros para que colaboren estrechamente en sus respectivos ámbitos de competencia y respetando el principio de subsidiariedad, con vistas a potenciar, tanto en esta como en otras políticas comunitarias, la posible contribución del turismo al desarrollo, teniendo especialmente en cuenta la contribución de las PYME y previendo, por tanto, la consulta de los expertos de la industria del turismo. Teniendo asimismo en cuenta el informe del Grupo de Alto Nivel sobre Turismo y Empleo y la ulterior comunicación de la Comisión, los trabajos podrían abordar, por ejemplo las siguientes cuestiones:

- Facilitar el *intercambio y la difusión de información*, utilizando principalmente las nuevas tecnologías;
- Mejora de la *formación* con vistas a desarrollar las cualificaciones en la industria del turismo;
- Mejora de la *calidad de los productos turísticos*
- Fomento de la *protección del medio ambiente* y de un *desarrollo sostenible* en el sector del turismo.

De estas conclusiones del Consejo de Mercado Interior nacieron cuatro grupos de trabajo uno de los cuales se desdobló posteriormente, dando así lugar a cinco grupos de trabajo que presentaron sus conclusiones en el mes de junio del 2001. Estos trabajos dieron paso al documento de la Comisión «Un marco cooperativo para el futuro del turismo en Europa» (6), que constituyó el marco de reflexión y el punto de partida para iniciar una nueva etapa para el sector turismo en Europa.

La Presidencia española ha cerrado este proceso inicial y ha conseguido sentar las bases para el impulso político de la estrategia futura de la Unión en materia de turismo, con

la aprobación de una Resolución sobre el futuro del turismo en Europa, cuyo contenido se analiza más adelante.

1.3. El peso económico del sector en Europa

El hecho de que no exista una política de turismo ni la consiguiente actividad de la UE respecto al sector no se corresponde sin embargo con su peso económico y social. En efecto, y de acuerdo con las fuentes de la Unión Europea y de la Organización Mundial del Turismo, el sector turismo en Europa emplea a 20 millones de personas y contribuye con el 12% al PIB y al empleo europeos. Di-

rectamente el turismo emplea a 8 millones de personas, representando el 5% de la población activa. Si a ello se añaden los empleos indirectos se alcanza la cifra de 20 millones de empleos, lo que supone un 12% de la población activa de la Unión Europea. El empleo en el turismo espera tener un crecimiento del 3% anual en los próximos años, creando 100.000 puestos de trabajo al año. Aun careciendo de datos de todos los países, el turismo aporta al PIB de los diferentes Estados miembros entre el 3% y el 12%.

En términos estructurales las pequeñas y medianas empresas juegan un papel esencial en el sector. En efecto, el 99% de las empresas emplean a menos de 250 personas. Las PYMES del sector turismo representan el 7,4% del total de PYMES europeas y generan el 6,5% del volumen de negocio de las PYMES.

I.4. El turismo en las Instituciones Comunitarias

Una vez más, hay que llamar la atención sobre el hecho de que el peso económico y la importancia económica del turismo en Europa no se ven reflejados en la estructura administrativa y política del turismo en las Instituciones comunitarias.

En el Consejo existe un grupo de Turismo, que a diferencia de lo sucedido en anteriores Presidencias se ha reunido en cinco ocasiones bajo presidencia Española, y en cuyo seno se ha discutido y consensuado la Resolución adoptada.

La organización administrativa del turismo en el seno de la Comisión de la UE está encuadrada en la Dirección General Empresa, adscrita al Comisario Erkki Liikanen. La empresa es el factor común que propició, a partir del 1 de enero de 2000, la fusión de las anteriores Direcciones Generales responsables de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y la industria y la Dirección responsable de innovación en una sola Dirección General.

Una de las Direcciones, la D, es la Dirección de Servicios, Comercio, Turismo, E-business e IDA. A su vez, la Dirección de Servicios, Comercio, Turismo, e-business e IDA se estructura en unidades, entre las que se encuentra el Turismo.

De la Unidad Turismo depende el Comité Consultivo de Turismo (7). Éste es el órgano de consulta y cooperación entre los Estados miembros, tal y como se establece en la Decisión del Consejo de 22 de diciembre de 1986. En los últimos cuatro años, el Comité Consultivo se ha reunido para realizar el seguimiento y dar continuidad a las propuestas de los cinco grupos de trabajo. Sin embargo, sería deseable que el Comité Consultivo asumiera formalmente capacidad para ser el órgano de interlocución con los agentes sociales y económicos y para proponer medidas que fortalezcan al sector.

Finalmente, los temas de turismo son tratados en el Parlamento en el seno de la Comisión de Política Regional, Transportes y Turismo, y durante el semestre de Presidencia española, se ha aprobado una Resolución del Parlamento Europeo sobre la Comunicación de la Comisión (8).

II. LA PRESIDENCIA ESPAÑOLA

Los principios de la presidencia española

Es pues indudable que el turismo es hoy uno de los principales sectores de la Economía europea, tanto por su contribución al PIB en cada uno de los Estados miembros y en el propio ámbito europeo, como por el nivel de empleo que representa. El turismo es, además, uno de los sectores que más puede contribuir a alcanzar los objetivos del proceso de Cardiff y a la consecución de un verdadero mercado interior de servicios, favoreciendo un alto nivel de empleo y de protección social, un crecimiento duradero, la mejora de la calidad de vida y de la integración europea así como la cohesión social y económica, contribuyendo de manera notable a los objetivos de convergencia.

A pesar de la indudable importancia del turismo en la economía europea no es menos cierto que hoy este sector tiene planteados una serie de desafíos que la citada Comunicación de la Comisión señala, y sobre los que se proponen algunas medidas. Los nuevos sistemas de información y comunicación, la formación profesional y la calidad en el empleo, el propio concepto de calidad en los procesos y servicios ofrecidos a los consumidores y usuarios, la sostenibilidad del crecimiento y la consolidación de la imagen de Europa como destino turístico conforman a grandes rasgos estos retos.

Algunos de estos desafíos y oportunidades compartidas se han puesto de manifiesto de una manera clara, a raíz de los efectos que sobre el sector turístico han tenido los aten-

tados del 11 de septiembre (9), y en particular la carencia existente en lo que a fuentes estadísticas e instrumentos de medición se refiere.

La Presidencia española ha impulsado durante este semestre, a través de propuestas concretas, diversas iniciativas que permitan dar respuesta a estos desafíos, todo ello basado en los principios de cooperación abierta y el de subsidiariedad, afirmando al mismo tiempo la necesidad de utilizar las estructuras y medios disponibles existentes en el ámbito comunitario y fomentando la participación activa de las empresas y actores económicos y sociales en todo el proceso.

Este impulso se ha plasmado en la aprobación por el Consejo de Ministros de Mercado Interior, Consumidores y Turismo de 30 de mayo, de una Resolución (10), sobre el futuro del turismo europeo, que supone un paso importante para un enfoque cooperativo. Es ésta la primera vez que el Consejo de Ministros de la Unión aprueba una Resolución específica para el turismo, y en la misma se adoptan una serie de decisiones que analizamos a continuación.

III. PRINCIPALES MEDIDAS APROBADAS EN LA RESOLUCIÓN SOBRE EL FUTURO DEL TURISMO EN EUROPA

Para responder a estos retos, la Presidencia española presentó a los Estados miembros una serie de prioridades que, en el mar-

co de las propuestas realizadas por la Comisión, potencien el sector y que han sido objeto del contenido de la Resolución aprobada.

Durante este semestre de Presidencia española del Consejo de la Unión Europea, la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo ha estado trabajando en el grupo de Turismo del Consejo para conseguir el consenso de los quince en torno a esta Resolución para el sector Turismo en Europa, que ha sido la primera aprobada en los últimos 5 años y que constituye un importante primer paso para la creación de un marco de cooperación para que la industria turística pueda contar en la Unión Europea con los instrumentos que refuercen su competitividad, y contribuir así a un desarrollo sostenible, creador de riqueza y empleo.

El proceso de aprobación se inició el 1 de enero del 2002 con la presentación de un documento de prioridades y un documento de medidas que fue sometido a discusión del grupo de trabajo de Turismo del Consejo. La presidencia española convocó en cinco ocasiones a este grupo de trabajo y consiguió aunar voluntades hasta llegar al documento final que fue aprobado en el COREPER de 30 de abril como punto A.

Esta Resolución que formalmente se aprobó en el Consejo de Mercado Interior Consumidores y Turismo de 21 de mayo se centra en los siguientes temas:

- Imprimir una visión turística a la toma de decisiones en materia que afecten al sector

- Dotarse de los necesarios instrumentos de medición
- Difundir y compartir, mediante las nuevas tecnologías de la información las técnicas que permitan mejorar la competitividad del sector turístico europeo, en particular en lo que se refiere a calidad, desarrollo sostenible, nuevas tecnologías de la información y de la comunicación y accesibilidad para discapacitados
- Abrir el debate sobre la promoción de Europa como destino turístico

III.1. Perspectiva integradora y turística en la adopción de otras políticas comunitarias

La ausencia de un fundamento jurídico específico y de una política de turismo así como la ausencia de un programa de actuaciones para el sector durante los últimos años, no deben hacer olvidar que: *a)* el turismo es el primer sector de las economías europeas, y *b)* que, dado el carácter horizontal del sector turismo, compuesto de un complejo entramado de productos y servicios, existen en la Unión Europea un conjunto de políticas cuyas decisiones inciden directamente en el mismo y configuran indirectamente un marco de actuación para muchos de los sectores que lo conforman.

El turismo es, como es sabido, un sector de carácter transversal, en el que repercuten numerosas políticas decididas en el seno de las instituciones de la Unión Europea, tal y como se puede ver en el cuadro siguiente, que no pretende ser exhaustivo:

FISCALIDAD	Armonización IVA sector HORECA Armonización trato fiscal (desgravación gastos ocasionados por viajes profesionales) Fiscalidad carburante transporte aéreo Ecotasas
TRANSPORTE	Gestión cielo único Derechos de los pasajeros Transportes de pasajeros
ENERGÍA	Utilización de energías renovables.–Programa THERMIE [eficacia energética y uso de energía renovable (en instalaciones turísticas)]; Programa ALTENER II (fomento de fuentes de energía renovables en urbanizaciones turísticas ecológicas); Programa SAVE II (acciones de conservación de la energía en urbanizaciones turísticas de montaña)
FONDOS ESTRUCTURALES	Utilización de fondos estructurales para proyectos turísticos
PROPIEDAD INTELECTUAL	Derechos de autor por retransmisiones en bares, restaurantes, cafeterías y hoteles
HIGIENE ALIMENTARIA	Armonización de las normas sobre tratamiento de alimentos en establecimientos públicos Seguridad alimentaria (de la granja a la mesa)
ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS	Realización de las cuentas satélite del turismo
COMERCIO	Comercio internacional de servicios turísticos (GATS) Armonización de normas sobre ventas de último minuto Comercio electrónico Regulación del marketing y de los requisitos de los catálogos de los mayoristas Regulación del marketing y de los servicios de información en línea
TIEMPO COMPARTIDO	Legislación sobre tiempo compartido
FORMACIÓN	Armonización títulos de formación profesional en turismo Cualificaciones profesionales Armonización condiciones de actuación de los guías turísticos Programa LEONARDO (entre 1995 y 1999, un 3% de los programas tuvieron una repercusión directa en el turismo) Iniciativas comunitarias EMPLOYMENT y ADAPT. Se considera que entre 1995 y 1995 más del 11% de los proyectos tuvieron repercusiones para el turismo
TURISMO SOSTENIBLE MEDIO AMBIENTE	Desarrollo sostenible Indicadores medioambientales Ecotasas Instrumentos financieros de la UE para el medio ambiente. LIFE Medio Ambiente; LIFE Naturaleza
POLÍTICA SOCIAL	Accesibilidad minusválidos e incapacitados Armonización señalización minusválidos
PYMES	Apoyo a las Pymes del sector turístico
COMPETENCIA	Fusiones de empresas que conduzcan a la creación o refuerzo de una posición dominante Acuerdos de cooperación entre agencias de viaje Acuerdos de franquicia en el sector de la hostelería y de las AA.VV. Ayudas estatales

PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL	Salv guarda y promoción del patrimonio cultural europeo. Programa Raphael Turismo urbano Capitales europeas de la cultura
ZONAS COSTERAS Y PLAYAS	Recursos costeros ambientales, sociales y culturales. Gestión integrada de las zonas costeras Mejora de la situación de las zonas costeras Planificación, gestión y utilización de las zonas costeras europeas
NUEVAS TECNOLOGÍAS INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	Programa Marco IDT (V PM IDT (1998-2002)) incluye una línea de acción específica sobre turismo Enjoyeurope.com,
AGENCIAS DE VIAJES	Normativa sobre viajes combinados
PROTECCIÓN CONSUMIDORES	Derechos de los viajeros (en particular transporte aéreo): Reglamento 2027/97/CE del Consejo sobre la responsabilidad de las compañías aéreas en caso de accidente; Normas por las que se establecen sistemas de compensación por denegación de embarque en el transporte aéreo (Modificación del Reglamento 295/91 del Consejo) Medidas relacionadas con los derechos de los turistas Seguridad en hoteles Medidas relacionadas con la integridad física de los turistas Seguridad en la explotación de servicios regulares de transbordadores de carga rodada y naves de pasaje de gran velocidad, Directiva 1999/35/CE Directiva sobre instalaciones de transporte de personas por cable Medidas de seguridad alimentaria Recomendación (98/257/CE) sobre solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo

Es por lo tanto necesario que, como señala la Resolución, la Comisión «presente anualmente al Comité consultivo del turismo una nota escrita y actualizada periódicamente en la que se expongan las distintas medidas que la Comisión pretenda adoptar y que puedan afectar al sector turístico, a fin de que dicho Comité establezca un calendario de debates sobre las cuestiones de interés para este sector».

Asimismo es necesario emprender un proceso activo de concienciación de las demás unidades en que se adoptan las decisiones, con objeto de explicar las repercusiones que sus decisiones tienen sobre el sector del turismo y de la enorme importancia que para las economías de las PYMES pueden tener algunas decisiones aparentemente sin conexión

directa con el turismo, a menudo identificado únicamente con flujos de turistas, olvidando la existencia de una multiplicidad de subsectores cuya realidad económica está directamente relacionada con el mismo.

Se trata por ello de reforzar los mecanismos y cauces de cooperación y coordinación que garanticen la presencia del prisma y del enfoque del sector en las diferentes áreas de actuación de la UE, imprimiendo una visión global. El objetivo es pues que, en las diferentes áreas en las que se adoptan políticas que tienen repercusiones en el sector turístico, se tengan en cuenta los intereses del sector.

Esta invitación a la Comisión ha tenido ya sus primeros frutos, ya que la Unidad de Tu-

rismo de la Comisión ha presentado un primer análisis de las repercusiones de las acciones previstas en la Agenda de Trabajo de la Comisión para 2002 sobre el Turismo.

Esto va a permitir realizar un seguimiento preciso de estas acciones, algunas con incidencia directa y mantener informados a los actores económicos y sociales con objeto de que hagan valer sus intereses ante las instancias comunitarias en que se deciden estas medidas.

Finalmente, no se debe olvidar que todas estas propuestas deben contar con el apoyo de la Unidad de Turismo de la Comisión y con la participación activa de los Estados miembros y de los actores económicos y sociales del sector Turismo.

III.2. Instrumentos de medición

El conocimiento del mercado turístico europeo requiere de la información necesaria para evaluar la actividad turística desde una perspectiva comunitaria. Un aspecto básico es la medición de los correspondientes impactos económicos incluyendo entre éstos, la generación del empleo en el conjunto de las industrias turísticas.

Sin embargo, la realidad es que, aun tratándose del primer sector de las economías europeas, el conocimiento de su realidad económica es muy escaso. Los acontecimientos del 11 de septiembre pusieron de manifiesto con crudeza la ausencia de datos estadísticos comunes y de aproximación a la realidad económica del sector, pero aun sin que mediara el 11 de septiembre la necesidad de contar

con instrumentos de análisis del sector era reconocida por todos los actores del turismo.

La Presidencia de España consideró que era necesario dar un paso adelante en el conocimiento del turismo a nivel comunitario, con la finalidad de disponer a corto plazo de una mínima información armonizada que, en tanto no se disponga de la Cuenta Satélite de Turismo (CST) a nivel europeo, permita evaluar los impactos económicos del turismo europeo y fundamentar las decisiones en el conjunto de la Unión Europea.

España, que es pionera en este terreno y que ha presentado en junio del 2002 sus cuentas satélites, ha conseguido que la Resolución reconozca la alta importancia que tienen e impulse su implantación en los países miembros. En este sentido, el Consejo destaca que «además de los requisitos que fija la Directiva 95/57/CE del Consejo sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo, es conveniente disponer de instrumentos de medición, como las cuentas satélites para el turismo, a fin de mejorar los análisis y la comprensión de los efectos económicos del turismo, al tiempo que se reconoce su importancia en la concepción y ejecución de las actuaciones comunitarias, sobre todo en situaciones de crisis».

Por ello, el Consejo invita a la Comisión a «facilitar el proceso de medición de los efectos económicos del turismo, mediante la aplicación en los Estados miembros de las cuentas satélites para el turismo, de conformidad con la metodología europea común, y adaptar en su caso las condiciones relativas a la recogida de información estadística pertinente». Esta invitación a la Comisión se completa

con la realizada a los Estados miembros en el sentido de:

Especificar los organismos especializados en encuestas turísticas o que se ocupan de analizar la realidad económica y social del sector y de apoyar al sector, y promover su interconexión a escala europea;

Facilitar la información jurídica y estadística necesaria, así como unos indicadores turísticos armonizados que permitan efectuar una evaluación integrada de la actividad turística en toda la Unión Europea;

Emprender con vigor un proceso conducente a la instauración de cuentas satélites para el turismo, de acuerdo con la metodología europea común;

Finalmente, hace un llamamiento a la industria europea del turismo y demás interesados del sector para «incrementar su representación en las estructuras europeas para potenciar la concienciación de las instancias políticas acerca de las cuestiones del turismo, en particular por lo que respecta a la preparación de las cuentas satélites para el turismo».

III.3. Puesta en común de las técnicas que mejoren la competitividad del sector turístico europeo

Ahora bien, la consecución de los objetivos fijados depende en gran medida de la facilidad de acceso que las pequeñas y medianas empresas tengan a los instrumentos que permitan su fortalecimiento y el desarrollo de la competitividad, instrumentos sin los cuales no será posible un desarrollo sostenible y du-

radero del sector y ello en el marco del método de cooperación abierta.

La presidencia española tenía interés en que el sector turístico europeo pueda contar con los instrumentos de conocimiento y con la puesta en común de las técnicas que mejoren su competitividad e impulsar los procesos de integración y acceso de las PYMES a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

III.3.1. Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación

El sector turismo ha vivido en los últimos años, al igual de todos los sectores económicos, un proceso de asimilación e implantación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. En efecto, todos los actores del sector turismo han incorporado las nuevas tecnologías de la información a su actividad económica, creándose nuevos modelos de empresa en línea (Agencias virtuales) y en general combinando las actividades en y a través de Internet, con la comercialización a través de los circuitos tradicionales.

La innovación es un factor competitivo importante para las empresas del sector turismo. En particular los servicios basados en un conocimiento específico, como son el desarrollo de software, la formación profesional y la consultoría, constituyen fuentes de innovación dinámica para el sector.

Es importante señalar la necesidad de que los propios actores económicos así como las administraciones públicas del sector encuentren en el marco de la Unión Europea los ins-

trumentos que permitan mejorar el análisis y la observación así como la integración de estas nuevas tecnologías, reforzando el papel de la información, del conocimiento y su divulgación.

La Resolución contiene al respecto recomendaciones a todos los actores públicos y privados del sector.

En primer lugar el Consejo invita a la Comisión a recabar y difundir información sobre las redes de cooperación en Europa así como a facilitar la creación de un sistema que permita interconectar los organismos regionales, nacionales, transnacionales e internacionales especializados en la supervisión del turismo, o los que se ocupen del análisis de la realidad económica y social del sector y del apoyo al sector.

Asimismo, el Consejo invita a la Comisión, a los Estados miembros, y a todos los interesados en el sector a hacer el mejor uso posible de las tecnologías de la información y la comunicación

III.3.2. Impulsar el concepto de calidad de los destinos, servicios e infraestructuras turísticas, armonizando el concepto y verificando su implantación

En un mercado turístico tan competitivo la calidad debe ser, cada vez en mayor medida, el rasgo diferenciador del producto turístico europeo. Esto se refiere a un concepto amplio de calidad que comprende no sólo la calidad de los servicios turísticos en sentido estricto (hotelería, restauración, etc.), sino también la ca-

lidad de los destinos en su conjunto (entorno medioambiental, servicios públicos, infraestructuras) así como la oferta complementaria, el permanente esfuerzo de calidad que tienen que realizar las empresas, o la calidad de la formación de los recursos humanos que se dedican a la actividad turística.

En esta línea, el Consejo invita a la Comisión a «promover activamente el uso de indicadores de calidad de los destinos turísticos, con arreglo a un Manual europeo acordado por todos los Estados miembros, especialmente mediante el desarrollo de sistemas de tecnología de la información que favorezcan el intercambio de datos entre destinos turísticos». Sin embargo, son los actores del turismo los principales interesados en poner en práctica políticas de calidad, por lo que deberán «trabajar para conseguir un enfoque y unos instrumentos de evaluación comparativa de la calidad y para la aplicación voluntaria de los mismos en las empresas turísticas y en los destinos turísticos, a fin de aumentar la competitividad y la calidad del sector turístico europeo».

III.3.3. Desarrollo sostenible

El desarrollo turístico y la mejora del medio ambiente no son objetivos irreconciliables. Es más, la Presidencia española ha entendido que se debe convertir el empuje de la actividad turística en un instrumento de recuperación y mejora de nuestro entorno. El turismo debe mantener un equilibrio que permita al turismo funcionar con rentabilidad pero desde la necesidad básica de preservar los recursos naturales, culturales o ecológicos. Un planteamiento de este tipo no consti-

tuye una amenaza para el turismo sino que garantiza su futura rentabilidad.

Aquí es donde cobran especial importancia las políticas dirigidas a lograr un mejor aprovechamiento de las infraestructuras existentes, a través de la desestacionalización, la diversificación espacial, y la diversificación motivacional, así como la creación de nuevas infraestructuras medioambientales.

El objetivo es el dirigir el desarrollo del sector turístico hacia la sostenibilidad, respetando el medioambiente y aplicando también la sostenibilidad en las dimensiones económica, medioambiental, cultural y ética. Todo ello para prevenir y reducir el impacto territorial y medioambiental del turismo en destinos, controlar el crecimiento del transporte en relación al turismo y su efecto negativo en el medio ambiente, promover el turismo acorde con el desarrollo local sostenible, controlado por los agentes del sector y promover el turismo responsable, factor de desarrollo social y cultural.

Todo ello ha quedado recogido en el texto aprobado por el Consejo, quien ha considerado que «como el desarrollo del turismo y los objetivos de sostenibilidad son finalidades compatibles, las actividades turísticas deberían tener el objetivo de contribuir a la conservación y mejora del medio ambiente. El turismo debería tomar en consideración los intereses de la sostenibilidad económica, social y medioambiental, así como la necesidad de preservar los recursos naturales, culturales y ecológicos».

Por ello, el Consejo invita a la Comisión «a promover el turismo accesible y sostenible

de alta calidad ya observar atentamente la labor realizada en la definición de los indicadores del desarrollo sostenible en el sector turístico, a efectos de preparar una Agenda 21 del turismo europeo». Los Estados miembros por su parte, deberán «favorecer el uso voluntario, por parte de las empresas turísticas y de los destinos turísticos, de indicadores de desarrollo sostenible en el sector».

A estos objetivos contribuirá el estudio contratado por la Comisión para la elaboración de una Agenda 21 para el turismo europeo, actualmente en curso.

III.3.4. Mejor utilización de los instrumentos financieros y no financieros

Impulsar una mejor utilización de los instrumentos financieros y no financieros (11) de la Unión Europea ha sido otra de las iniciativas de la presidencia española. Esta desea que se haga un esfuerzo para que esta información resulte accesible a las empresas y que su contenido llegue a sus posibles destinatarios de manera sencilla y clara.

Si bien es cierto que en el seno de la Unión existen múltiples instrumentos financieros y no financieros a disposición de las empresas y de las regiones (12), cuyos objetivo es el de reforzar la competitividad de las empresas, lo cierto es que en el ámbito del turismo y quizás por la propia composición del sector, en su mayoría formado por PYMES, se ha puesto de manifiesto y así lo han reflejado los distintos grupos de trabajo, la necesidad de mejorar el conocimiento de estos instrumentos y los mecanismos para acceder a ellos.

Se trata de facilitar la comprensión e información de todas las posibilidades existentes, ya que al no haber un fondo turismo, o líneas de acción específicamente destinadas al sector, la aplicabilidad de los instrumentos actuales es más compleja, y se están desaprovechando muchas posibilidades.

La Resolución también se ha hecho eco de este objetivo de la Presidencia, e invita a la Comisión a «informar periódicamente a todos los interesados en el turismo, tanto si pertenecen al sector público como al privado, sobre los instrumentos financieros y extrafinancieros de la Unión Europea disponibles para las empresas y las regiones, y sobre las posibilidades de uso de tales instrumentos. Por su parte, los Estados miembros deberán «promover la correcta utilización de los instrumentos financieros y extrafinancieros de la Comunidad en beneficio del sector turístico».

III.3.5. Análisis del marco jurídico del sector turismo

A raíz del Consejo de Lisboa, éste invitó a la Comisión a que propusiera una estrategia general del mercado interior para la supresión de obstáculos a los servicios. Esto se ha realizado mediante la Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo de 29 de diciembre del 2000 [COM (2000) 888 final]. En la Comunicación de la Comisión, ésta describe la actividad de cualquier empresa del sector servicios en seis fases. En estas seis fases del proceso empresarial que la Comisión describe (creación, empleo de insumos, actividades de promoción, actividades de distribución, actividades de venta y actividades de postventa), aparecen en el sector turismo diversos obstáculos, que

tienen como consecuencia que las empresas no puedan competir en los mercados de los demás Estados miembros con la misma eficacia que en su propio mercado.

En efecto, existen diferentes normas sobre la creación de empresas, agencias de viaje –mayoristas o minoristas– y sobre las garantías que deben establecerse para su constitución; diferentes normas sobre la capacitación profesional para el ejercicio de determinadas profesiones.

En lo relativo al empleo de insumos (mano de obra, servicios empresariales o financieros) coexisten diferentes normas sobre el acceso a los créditos; normas sobre el mercado de trabajo (subvenciones y otras bonificaciones a la creación de empleo).

Igualmente en lo que se refiere a las actividades de promoción existe una pluralidad de normas sobre los requisitos de divulgación obligatoria en los catálogos de turoperadores y sobre las normas de publicidad y promoción de las ventas: publicidad, relaciones públicas, patrocinio.

En cuanto a las actividades de distribución y de venta las diferentes normas sobre creación y funcionamiento de las agencias de viaje así como las normas sobre rebajas, ventas de último minuto e incluso las normas sobre fijación de precios y difusión de los mismos, pueden crear ventajas y desventajas comparativas.

Finalmente en las actividades de postventa, los diferentes regímenes de garantías para el consumidor pueden llevar a las empresas a no intentar lanzar sus actividades en otros estados miembros. Existen diferencias en los servicios de atención a la clientela y en el tratamiento de las reclamaciones de los clientes; en los meca-

nismos de compensación extrajudicial fuera de la empresa y en los sistemas transfronterizos de compensación judicial. Existen además problemas de responsabilidad civil.

En definitiva, se puede concluir que existen todavía múltiples obstáculos en el mercado interior que pueden disuadir a las empresas, sobre todo a las pequeñas y medianas a competir en el mercado europeo. Por ello y con objeto de impulsar la libre prestación de servicios y la plena consecución de los objetivos del proceso de Cardiff, es necesaria la realización de un estudio comparativo sobre las legislaciones que rigen el ejercicio de la actividad turística en cada uno de los países miembros.

Sin embargo, este punto encontró múltiples reticencias entre algunos Estados miembros, que veían un intento armonizador tras la propuesta española. Finalmente el Consejo entendió la utilidad de ampliar los conocimientos sobre el mercado turístico europeo, y reconoció la importancia de «disponer de la información adecuada a fin de evaluar la actividad turística en la Comunidad», por lo que invita a la Comisión a facilitar el intercambio voluntario de información entre los Estados miembros por lo que respecta a la legislación específica que regula la actividad de las empresas del turismo y a los requisitos para acceder a las profesiones existentes en el sector turístico, con objeto de facilitar la difusión de mejores prácticas» y a los Estados miembros a participar con carácter voluntario en el intercambio de información relativa a la legislación específica que regula la actividad de las empresas del turismo y a los requisitos que establecen los Estados miembros para acceder a las profesiones existentes en el sector turístico, con objeto de facilitar la difusión de mejores prácticas, atractivos y variados

y sobre el futuro del crecimiento sostenible del turismo en Europa».

III.3.6. Mejora de la accesibilidad a monumentos y recursos turísticos para discapacitados

Continuando en la línea iniciada por las anteriores Presidencias (13), España ha impulsado los trabajos realizados hasta la fecha para sensibilizar a los actores económicos de la necesidad de mejorar la información relativa a la accesibilidad así como la implantación de las medidas que permitan esta accesibilidad para los sectores de la población discapacitados.

La accesibilidad de hoteles, monumentos y recintos turísticos es uno de los elementos que pueden contribuir a la mejora de la competitividad del sector y calidad de los destinos turísticos al tiempo que cumple con el objetivo de permitir el acceso de los sectores de población con discapacidades a las actividades de ocio y viajes.

A este respecto, la Resolución señala que la Comisión debe «intensificar el trabajo destinado a que los agentes económicos sean más conscientes de que es necesario mejorar la información y los criterios comparables en la Unión Europea sobre el acceso de las personas discapacitadas al turismo» y el conjunto de actores del sector «incrementar sus esfuerzos para facilitar a las personas discapacitadas el acceso al turismo».

III.3.7. Refuerzo de la dimensión ética del turismo en el ámbito europeo

La Presidencia española ha querido destacar la necesidad de prestar más atención a la

dimensión ética que tiene hoy el turismo, y en particular, fomentar la incorporación de instrumentos de lucha contra el turismo sexual y otras formas de explotación de niños y mujeres, al amparo de las medidas que la Comisión (14) y los Estados miembros están adoptando en este ámbito.

Este tema, particularmente preocupante, ha sido tratado por el Consejo quien destaca que «es importante promover la dimensión ética del turismo, especialmente en lo que respecta a la introducción de instrumentos de lucha contra todas las formas de explotación

de mujeres y niños y al turismo como medio de lucha contra la pobreza de los países en desarrollo, y promover las iniciativas destinadas a incrementar la conciencia de la industria turística, de las autoridades públicas y de la sociedad civil acerca de la importancia de estas cuestiones».

III.3.8. Europa como destino turístico

La importancia económica del turismo en Europa se pone también de manifiesto si se analiza su papel como destino turístico en el mundo.

Llegadas internacionales de turistas por regiones

	1985	2000	2020
África	3,0	4,1	5,0
América	19,7	19,5	18,1
EUROPA	64,8	58,9	45,9
Oriente Medio	2,3	2,7	4,4
Sudeste asiático	0,8	0,8	1,2

Fuente: OMT Tourism Vision 2020 (datos 2000).

Además, Europa es el primer destino para los ciudadanos europeos, con un 88,8% de llegadas intracomunitarias, es decir originadas en algún país europeo.

Ahora bien, el evidente lugar de liderazgo que ocupa Europa, está sufriendo un paulatino deterioro, y el destino está perdiendo cuota de mercado, como se puede ver en el cuadro anterior y en el siguiente:

Llegadas internacionales de turismo

	Media de crecimiento anual (%)		
	1985-1990	1990-1995	1995-2000
África	9,0	6,1	5,5
América	7,6	3,3	3,9
EAP	11,9	8,3	6,5
EUROPA	5,9	3,7	3,0
Oriente Medio	3,7	6,6	7,1
Sudeste Asiático	4,8	5,9	6,2
TOTAL	6,9	4,3	4,1

Fuente: OMT Tourism 2020 Vision (datos 2000).

El destino Europa corre el riesgo de perder en las próximas décadas una parte importante de su cuota de mercado, proceso que podría cuestionar el crecimiento sostenible del sector. Por otra parte la situación creada tras los acontecimientos del 11 de septiembre refuerza la necesidad de sentar las bases para no sólo frenar la posible pérdida de cuota de mercado sino también para beneficiarse del incremento del número de viajeros mundial.

El objetivo es que Europa frente a estos nuevos mercados que sin duda se incorporarán al disfrute del ocio en los próximos años consolide su imagen, al tiempo que corrige aquellos aspectos negativos que en la actualidad tienen efectos disuasorios sobre los futuros clientes y en particular la carestía del destino.

España planteó en el Grupo de Turismo del Consejo que, a la vez que se avanza en los instrumentos que mejoren la competitividad del sector, era necesario abrir un debate en el seno de la UE para analizar esta grave situación y abrir una línea de trabajo para estudiar posibilidades de promoción conjunta a través de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación o de coordinación de determinadas actuaciones promocionales entre Estados miembros, al estilo de las que se han realizado ya entre Estados como Francia e Italia o entre España y Portugal.

El objetivo es que Europa frente a estos nuevos mercados que sin duda se incorporarán al disfrute del ocio en los próximos años consolide su imagen, al tiempo que corrige aquellos aspectos negativos que en la actualidad

tienen efectos disuasorios sobre los futuros clientes y en particular la carestía del destino.

Este ámbito no ha estado exento de dificultades, ya sea por las malas experiencias del pasado, ya sea por los diferentes intereses en juego entre los quince Estados miembros, el tema de promoción y del posicionamiento de la imagen de Europa como destino turístico se enfrenta a una férrea oposición entre los países que no se consideran receptores. Sin embargo, finalmente parece que estos últimos también van tomando conciencia de la importancia de no perder cuota de mercado, y así lo señala el Consejo en su Resolución, al considerar que «aunque el principal destino turístico de los ciudadanos europeos es la propia Europa, la posición de ésta como destino turístico a nivel internacional decae ligeramente, como muestran los informes y previsiones de la Organización Mundial del Turismo», y destaca que a fin de contribuir a la mejora de la imagen global de la Unión Europea en el mundo, interesa analizar la imagen actual y debatir las posibilidades de mejorarla, por ejemplo a través de las nuevas tecnologías de la información, estableciendo cotas de referencia de mejores prácticas, o a través de la coordinación de ciertas actividades combinadas de promoción desarrolladas por las autoridades de turismo o por la industria, garantizando al mismo tiempo que la competencia entre los Estados miembros no se vea distorsionada. Asimismo, incita a todos los interlocutores a «reflexionar sobre los distintos medios de fortalecer la posición y la imagen de Europa como conjunto de destinos atractivos y variados y sobre el futuro del crecimiento sostenible del turismo en Europa».

IV. REUNIONES

IV.1. Reunión Informal de Ministros

Dentro del proceso de aprobación de la Resolución anterior, la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo convocó en Santander el día 4 de mayo una Reunión Informal de Ministros de Turismo de Europa, a la que asistieron las máximas autoridades en materia de Turismo de los quince.

Esta reunión revestía especial importancia, por cuanto se trataba de la primera vez que se reunían los Ministros de Turismo y máximas autoridades del sector en un encuentro con rango de Reunión Informal de Ministros (RIM), dado que hasta la fecha únicamente se habían convocado Seminarios (Vilamoura, Lille, Brujas).

A lo largo de la Reunión se discutió:

la situación del Turismo europeo desde el 11 de septiembre y el contexto económico en que se desarrollaba,

el marco comunitario necesario para el mejor desarrollo del sector en Europa y los aspectos en que las instituciones comunitarias pueden contribuir a éste.

Los Ministros reunidos en Santander en Reunión Informal abordaron la implantación de las Cuentas Satélites del Turismo y la necesaria creación de instrumentos de mejora de la competitividad para que el sector turismo europeo pueda competir sobre la base de la calidad, así como la adopción de medidas para combatir el turismo sexual y demás formas de explotación de mujeres y niños.

IV.2. Reunión con países candidatos a la ampliación

Al tiempo que se celebraba la Reunión Informal de Ministros, tuvo lugar una Reunión con los países candidatos a la ampliación, a la que asistieron los Ministros y máximas autoridades en materia de turismo de los 13 países.

A lo largo de esta reunión que presidió el Secretario de Estado de Comercio y Turismo, Excmo. Sr. D. Juan Costa, se trató la situación del turismo en Europa y su futuro, el acceso a los instrumentos financieros comunitarios para los países candidatos, los sistemas de calidad y la problemática de los países candidatos ante la adhesión en el sector turístico (se adjunta programa).

IV.3. Seminario sobre «Desafíos y Oportunidades del Turismo en Europa: un diálogo sector público-sector privado»

Organizado también por la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo tuvo lugar el 5 de mayo en Santander un Seminario en torno al tema «Desafíos y Oportunidades del Turismo en Europa: un diálogo sector público-sector privado».

El Seminario, estructurado en cuatro paneles, contó con la intervención de los más altos directivos de las principales empresas del sector (se adjunta programa) y en los diferentes paneles fueron abordados los temas que centran en la actualidad las grandes líneas de debate del sector, como son las grandes tendencias en el consumo turístico, el turismo y

el desarrollo sostenible, las nuevas tecnologías de la información y el turismo y la calidad en destinos, sectores y productos.

Al acto, que fue inaugurado por el Vicepresidente 2.º del Gobierno y Ministro de Economía, Sr. Rato, y clausurado por el Secretario General de Turismo, Sr. Güemes, asistieron 300 invitados, todos ellos directivos de empresas del sector, además de 70 periodistas, 20 de los cuales eran periodistas de los 15 países miembros que asistían y cubrían la Reunión en un viaje organizado conjuntamente por Turespaña y la Comunidad de Cantabria.

V. CONCLUSIÓN

En conclusión, podemos decir que la Presidencia española ha querido imprimir una nueva dinámica al turismo en el seno de la UE, impulsar el funcionamiento de los órganos ya existentes y continuar con el proceso abierto de cooperación, con objeto de mejorar la calidad, la competitividad, la creación de empleo, la formación y la incorporación de las nuevas tecnologías de la información al sector turismo.

El 30 de junio del 2002, la Presidencia española puede presentar un balance muy positivo de lo conseguido en materia de turismo durante este semestre: el Consejo de Ministros de Mercado Interior, Consumidores y Turismo de 30 de mayo aprobó una Resolución, primera que configura un marco de actuaciones para el turismo en los próximos años, se ha celebrado, también por primera vez una Reunión Informal de Ministros de Turismo (hasta la fecha el rango de estas reu-

niones era el de Seminario), se han reunido asimismo los Ministros de los países candidatos a la adhesión, y se ha desarrollado un importante Seminario en torno al tema «Desafíos y Oportunidades del Turismo en Europa: un diálogo sector público-sector privado», al que han concurrido los principales directivos de la empresas del sector.

NOTAS

(1) Propuesta de Decisión del Consejo sobre un primer programa plurianual en favor del turismo europeo «Philoxenia» 1997-2000; 96/C 222/07; DOCE n.º C222, 31 de julio de 1996; COM (96) 168 final, 30 de abril - 96/0127 (CNS).

Propuesta modificada de decisión del Consejo, sobre un primer programa plurianual en favor del turismo europeo «Philoxenia» (1997-2000); COM (96) 635 final - 96/0127 (CNS) 4 de diciembre de 1996.

(2) The Council Conclusions on Employment and Tourism of 26 November 1997. Doc. 12413/97 PV/CONS 68 TOUR 19.

(3) Report of the High Level Group on Tourism and Employment - 1998.

(4) Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al comité de las Regiones «Incrementar el potencial del turismo como generador de empleo. Seguimiento de la conclusiones y recomendaciones del Grupo de Alto Nivel sobre Turismo y Empleo»; 1999/C 178/03 - DOCE n.º C178, de 23 de junio de 1999

(5) The Council Conclusions on Tourism and Employment of 21 of June 1999. Doc. 9432/99.

(6) Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones «Un marco de Cooperación para el Futuro del Turismo Europeo». COM (2001) 665 final Doc. 13975/01.

(7) Decisión del Consejo, de 22 de diciembre de 1986, por la que se establece un procedimiento de consulta y de coordinación en el ámbito del turismo (86/664/CEE - DOCE n.º L384, de 31 de diciembre de 1986).

(8) Resolución del Parlamento europeo sobre la Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento europeo, al Comité económico y social y al Comité de las Regiones sobre un enfoque cooperativo para el futuro del turismo en Europa [COM (2001) 665-C5-0077/2002-2002/2038 (COS)].

(9) EU Tourism impacts of the 11 September terrorist attacks in the US. Comisión Europea, Dirección General Empresa. ENTR.D.3 D(2001), 8 de octubre de 2001.

Report from the Commission to the Council, the European Parliament, The Economic and Social Committee and the Committee of the Regions «Follow-up of the European Council of 21 September: the situation in the European tourism sector». COM (2001) 668 final, 13 de noviembre de 2001.

(10) Resolución del Consejo de 21 de mayo de 2002 sobre el futuro del turismo europeo (2002/C 135/01), DOCE de 6 de junio de 2002.

(11) Reglamento (CE) n.º 1260/1999 del Consejo, de 21 de junio de 1999, por el que se establecen

las disposiciones generales sobre los Fondos estructurales - DOCE n.º L161, 26 de junio de 1999.

(12) Instrumentos comunitarios de ayuda al turismo. Guía de recursos en Internet aplicables al sector turístico.

Comisión Europea - Dirección General de Empresa - Unidad D.3 Turismo, 2000.

(13) Resultado de la Conferencia Ministerial Europea «Turismo para todos» (resumen de la Presidencia) 11897/01, 18 de septiembre de 2001.

(14) Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones sobre la aplicación de las medidas de lucha contra el turismo sexual que afecta a niños. COM (1999) 262 final, 26 de mayo de 1999.

Conclusiones del Consejo de 21 de diciembre de 1999, sobre la aplicación de las medidas de lucha contra el turismo sexual que afecta a niños, 1999/C 379/01, DOCE n.º C 379, 31 de diciembre de 1999.