

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «Turismo social en Europa»

(2006/C 318/12)

El 19 de enero de 2006, de conformidad con el apartado 2 del artículo 29 del Reglamento Interno, el Comité Económico y Social Europeo decidió elaborar un dictamen sobre «Turismo social en Europa».

La Sección Especializada de Mercado Único, Producción y Consumo, encargada de preparar los trabajos en este asunto, aprobó su dictamen el 26 de julio de 2006 (ponente: Sr. MENDOZA CASTRO).

En su 429º Pleno de los días 13 y 14 de septiembre de 2006 (sesión del 14 de septiembre), el Comité Económico y Social Europeo ha aprobado por 138 votos a favor, 2 en contra y 4 abstenciones el presente Dictamen.

A. PARTE PRIMERA: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

para Europa como es el turismo, la necesaria contribución a una mejor calidad de vida para todos.

1. Introducción

1.1 El Comité Económico y Social Europeo, en el marco de los diversos dictámenes que viene elaborando como aportación al diseño de una política turística en el ámbito europeo, ha querido elaborar un dictamen sobre el llamado turismo social, analizando sus orígenes, su presencia y realidad actual en Europa, las diferentes experiencias de los diversos Estados miembros y los valores comprometidos en él, y, de forma especial, quiere presentar recomendaciones a las diversas instituciones públicas o privadas para la mayor efectividad, universalización y mejora del turismo social europeo. El presente Dictamen es además, una aportación al actual debate de la política turística europea a través del estudio del turismo social como elemento integrante del modelo turístico europeo.

1.2 **El turismo en Europa:** situación actual y retos de futuro. En diversos estudios, informes y dictámenes se ha planteado, por una parte, la situación actual del turismo desde muy diversos puntos de vista: económicos, sociales y medioambientales; su elevada importancia en la actividad económica de Europa, en general, y de diversos países, en particular; su evolución positiva como contribución a la riqueza y el empleo de Europa, rasgos todos ellos que configuran una situación de gran potencia, estabilidad y crecimiento. Por otra parte, se han tenido en cuenta las diversas realidades y amenazas internas y externas a corto, medio y largo plazo que el turismo lleva en su seno con referencia a la estacionalidad, a la utilización, a veces abusiva, de los recursos naturales, a la escasa valoración del patrimonio cultural y del entorno local y a la preocupación por el terrorismo que condiciona la seguridad de las poblaciones y de los turistas. Ambas realidades obligan a considerar que el turismo presenta unos retos de gran importancia si queremos que esa actividad siga la senda del desarrollo sostenible. Sólo a título enunciativo cabe decir que entre esos retos figuran la accesibilidad efectiva para todos los ciudadanos al turismo, su contribución efectiva al desarrollo de numerosos países del mundo no desarrollado, la sostenibilidad medioambiental, el respeto al Código Ético Mundial para el Turismo, la estabilidad y calidad en el empleo y contribución a la paz mundial. Todos esos retos y otros muchos son, para una industria estratégica

1.3 **La política turística en la Unión Europea.** El Comité Económico y Social Europeo ya aprobó el 6 de abril de 2005 un Dictamen sobre «**La política turística en la Unión Europea ampliada**» donde de forma más extensa se analizaba tanto la actual política turística a la luz del Tratado de la Constitución Europea como la repercusión de la ampliación presente y futura. En dicho Dictamen se valoraba positivamente el papel del turismo en las actuaciones de apoyo, coordinación y complemento del resto de las políticas de ámbito europeo. Así, por ejemplo, el turismo tiene mucho que decir respecto a la política de empleo y social, respecto a la mejora de la calidad, respecto a la investigación y desarrollo tecnológico, respecto de la protección de los consumidores, respecto a la política medioambiental y otras muy diversas políticas. Cabe citar de forma especial que en el interior de esa política de empleo y social indicada anteriormente, el presente Dictamen busca concretar y analizar cuál es la contribución del turismo social a esas políticas. El CESE, en el marco de diversos dictámenes relacionados con el turismo, está promoviendo el establecimiento de políticas europeas en torno al eje que configure un modelo turístico europeo, basado no necesariamente en normas sino en valores. Se considera que el turismo social y los valores asociados a él pueden ser elemento constitutivo importante de ese modelo y contribuir a su implantación y difusión.

1.4 **El reto de la Agenda de Lisboa y el turismo social.** De forma especial hay que referirse al reto que supone la Agenda de Lisboa para el turismo y específicamente para el turismo social. Si el objetivo estratégico de la Agenda es «**Convertir a Europa en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social**», tendremos que analizar si el turismo social contribuye de forma eficaz y positiva a alcanzar ese objetivo, cómo lo hace y cómo puede aún contribuir de forma más poderosa. Vaya de entrada que creemos que esa contribución realmente existe, como veremos en el desarrollo del presente Dictamen, pero que puede potenciarse y a tal efecto se propondrán medidas a los diversos agentes que intervienen en el turismo social.

1.5 **Antecedentes del presente Dictamen.** Son muy variados los antecedentes del presente Dictamen, tanto desde el punto de vista teórico de estudios, informes, jornadas, como del práctico de las diversas actuaciones y realidades del turismo social en Europa. Tales numerosas contribuciones han surgido de variadas Instituciones públicas y privadas, pero consideramos que en el caso del CESE merece citarse tanto el Dictamen aprobado el 29 de octubre de 2003 *«Por un turismo accesible a todas las personas y socialmente sostenible»*, que en su punto 5.5.2 ya incluía el turismo social como una de las 100 iniciativas, y el Dictamen aprobado el 6 de abril de 2005 sobre *«La política turística en la UE ampliada»*, que incluía el Proyecto de turismo social europeo como posible proyecto piloto de cooperación institucional europea.

2. El concepto de turismo social

2.1 **El derecho al turismo como fundamento del turismo social.** Toda persona tiene derecho al descanso en sus diversas temporalidades: diario, semanal o anual, al tiempo de ocio que le permita desarrollarse plenamente en las diversas facetas de su personalidad y de su integración social. Y en definitiva todas las personas tenemos derecho a ejercer en la práctica ese derecho general al desarrollo personal. El derecho al turismo es sin duda alguna una concreción de ese derecho general y el deseo de universalizarlo y hacerlo accesible a todos en la realidad es lo que fundamenta el turismo social. Por lo tanto el turismo social no es una actividad marginal ni extraña al conjunto de la actividad general del turismo que configura una potente industria en el mundo, en Europa en su conjunto y en particular en varios países de la UE, sino que es una forma de concretar ese derecho de todos a realizar turismo, a viajar, a conocer otras regiones, países, base de la actividad turística. De forma especial cabe resaltar que este derecho viene recogido en el artículo 7 del Código Ético Mundial para el Turismo aprobado en la Organización Mundial del Turismo (OMT) en Santiago de Chile el 1 de octubre de 1999 y adoptado como propio por Naciones Unidas en fecha 21 de diciembre de 2001.

2.2 **Definición del turismo social.** Dada la variedad de concepciones de lo que es o se considera turismo social, no es fácil definir con exactitud el concepto de turismo social, por lo que las diversas instituciones que han abordado el tema emplean fórmulas bien diferentes como: identificación de contenido, de resultados esperados, de conjunto de intenciones, ideas y convicciones, pero se basan siempre en una realidad: todas las personas, incluso las menos favorecidas, precisan y tienen derecho a conseguir descanso, ocio y a tiempo reparador del trabajo con periodificación diaria, semanal y anual. Así, para el BITS, el turismo social es *«El conjunto de referencias y fenómenos resultantes de la participación en el Turismo de capas sociales de ingresos modestos, participación que se ha hecho posible por medidas de un carácter social bien definido»*. En la actualidad, el BITS está revisando esta definición, ampliándola a actividades de turismo bajo las condiciones de contribución al desarrollo y la solidaridad.

2.2.1 Para la Comisión Europea ⁽¹⁾ *«El turismo social está organizado en algunos países por asociaciones, cooperativas y sindicatos y está destinado a hacer el viaje efectivamente accesible al mayor número*

⁽¹⁾ Las diferentes nociones del turismo social: la evolución de la oferta y la demanda. Dirección General XXIII. Unidad de turismo 1993.

de personas y de forma especial a las capas más desfavorecidas de la población». Esta definición ya lejana en el tiempo está en revisión tras las reuniones técnicas mantenidas en los últimos años. No creemos que ninguno de los dos intentos de definición sea suficientemente preciso, pero como sucede frecuentemente en el ámbito de las ciencias sociales no es tan importante su exacta definición como la identificación de sus manifestaciones concretas.

2.2.2 Por ello, y sin ánimo de definir exactamente qué es turismo social y si partimos de la premisa que el turismo es derecho genérico que cabe tratar de concretar en cada persona, podemos decir que existe una actividad de turismo social siempre que se den tres condiciones:

- Que se detecte una situación real de incapacidad total o parcial de ejercer plenamente el derecho al turismo. Ello puede provenir tanto de condiciones económicas, de discapacidades físicas o mentales, de condiciones de aislamiento personal o familiar, de movilidad reducida, de dificultades geográficas y de una gran variedad de causas que en definitiva suponen un obstáculo real.
- Que alguien, ya sea institución pública o privada, empresa, sindicato o simplemente un grupo organizado de personas, se proponga actuar y actúe en el sentido de vencer o reducir ese obstáculo que impide a una persona ejercer su derecho al turismo.
- Que esa actuación tenga efectividad real y contribuya a que un grupo de personas haga turismo en las condiciones y bajo los valores de sostenibilidad, accesibilidad y solidaridad.

2.2.3 En definitiva, de igual manera que el turismo en general es una actividad integrada por diversos sectores, ramas de actividad y ámbitos de desarrollo, el turismo social suma el conjunto de iniciativas que hacen accesible el turismo a las personas con especiales dificultades, al mismo tiempo que de ello se derivan efectos positivos de carácter social y económico, también en diversos sectores, actividades, colectivos y ámbitos.

2.3 Historia del turismo social

- No es clara la aparición de las actividades de turismo social tal y como las entendemos hoy; tal vez el origen pueda establecerse en las organizaciones especializadas para la realización de vacaciones basadas en el ejercicio físico en la montaña que aparecieron a principios del siglo XX, así como las colonias de vacaciones destinadas a niños de familias desfavorecidas que se desarrollaron en Suiza y Francia.

- El comienzo de la intervención de los poderes públicos en las primeras formas de turismo social se puede fijar en los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, intervención ligada a los movimientos obreros, en que algunos países europeos (Francia, Italia, Portugal y España) organizan actividades de turismo social, frente a otros (Reino Unido, Países Bajos) que sencillamente se distinguen por una actitud no intervencionista en ese tema.
- Es a partir de los años 50 y 60 cuando se desarrollan amplios esfuerzos por promover el turismo social y surgen diversas organizaciones, con voluntad asociativa, coordinadora y organizadora, entre ellas el Bureau International du Tourisme Social (BITS) con sede en Bruselas, que ha marcado una actividad promotora y representativa de gran amplitud hasta nuestros días.

2.4 Fundamentos del turismo social. El turismo social se fundamenta, según indica el BITS, en cinco criterios de valor:

2.4.1 El derecho al disfrute turístico para la mayor cantidad de personas. Es posiblemente la voluntad de hacer realidad este derecho lo que justifica y fundamenta de forma más potente las muy diversas acciones del turismo social. Evidentemente la base social que en nuestros días disfruta de un período de vacaciones ha crecido de forma muy importante a través de la socialización del fenómeno turístico, pero aún quedan numerosos colectivos que por muy diversos motivos no pueden acceder a unas vacaciones. Posiblemente la carencia de recursos económicos suficientes sea la causa más común que impide la universalización efectiva de ese derecho. La duda surge ante la posibilidad y la exigencia de que los poderes públicos garanticen con fondos públicos ese derecho a hacer turismo, a salir de vacaciones. La realidad de respuesta de los diversos países es bien diversa, unos más comprometidos por criterios sociales, otros menos beligerantes ante una realidad que impide a todos realizar vacaciones. Importante es resaltar que en modo alguno puede o debe identificarse el turismo social con turismo de inferior calidad o categoría; al contrario, las actividades de turismo social deben caracterizarse por un exquisito cuidado de la calidad total, tanto en instalaciones como en servicio del personal.

2.4.2 La contribución del turismo social a la socialización. El turismo es un potente instrumento de socialización, de ponernos en contacto con otras realidades culturales, geográficas y costumbristas, pero sobre todo pone en contacto a las personas de una forma que sin viajes, sin vacaciones, sin turismo, sería imposible que se encontraran, dialogaran y se reconocieran como iguales en lo esencial pero distintos en lo cultural. Ese intercambio cultural, ese disfrute del tiempo de ocio es un importante medio de desarrollo personal tanto para los turistas como para los que los reciben en su entorno local. De forma particular ese intercambio cultural que produce el turismo es de especial valor para los jóvenes, tanto para su formación intelectual como para obtener una visión más rica del mundo. En el caso de la Unión Europea, el turismo social puede ser una muy buena contribución a la creación de la Europa de los Ciudadanos. Es importante resaltar que es general

la opinión de que los circuitos de turismo social no deben diferenciarse de los generales del turismo, sino que deben servir para la integración social. Son los diversos colectivos de turismo social los que deben encontrar en los circuitos turísticos generales las condiciones idóneas para su disfrute, y no al revés. Evidentemente ello supone no sólo un esfuerzo en las condiciones materiales sino también en el tipo de servicio y por lo tanto en la formación especializada que los profesionales del sector deben recibir.

2.4.3 La creación de estructuras de turismo sostenible en el territorio. La realidad de las infraestructuras de los territorios y destinos turísticos no siempre puede calificarse de sostenible, más bien parece que el desarrollo turístico se ha realizado muy frecuentemente bajo criterios de beneficio a corto plazo, de utilización abusiva de los recursos naturales, de la ocupación de los mejores territorios y entre ellos de forma especial las costas y las altas montañas. El turismo social, con su visión más centrada en las condiciones sociales que en las económicas, puede contribuir a la construcción o recuperación de los destinos turísticos bajo criterios de sostenibilidad económica, social y medioambiental. La forma en que se gestione el turismo social en sus diversas manifestaciones es la piedra angular de su mejor contribución a hacer los territorios y destinos turísticos más sostenibles. Si la sostenibilidad es fundamentalmente equilibrio entre diversas facetas de la actividad humana, el turismo social es un claro instrumento de actividad de desarrollo sostenible para muy diversos países actualmente subdesarrollados que ven en el turismo una fuente de actividad económica que les puede sacar de la pobreza.

2.4.4 La contribución al empleo y al desarrollo económico. El turismo en su conjunto posiblemente sea hoy y lo será en el futuro la industria más potente a nivel mundial, una de las que más contribuye al empleo, al desarrollo, a la riqueza y calidad de vida de los habitantes de los destinos. El turismo social participa plenamente de esa importancia económica pero aún no ha tomado suficiente conciencia de su propia fuerza, de su relevancia económica, en definitiva de su poder para imponer condiciones de sostenibilidad en la elección de los destinos. Las empresas y organismos gestores de turismo social deben considerar criterios no exclusivamente económicos en el desarrollo de sus actividades. Uno de los criterios a emplear es el de la creación de empleo, empleo estable y de calidad, pieza clave para un desarrollo sostenible de un destino turístico. De forma especial la mayor o menor contribución del turismo social a la lucha contra la estacionalidad es un criterio básico de actuación ligado al objetivo de la calidad y estabilidad del empleo. Criterio básico que debe insertarse como parte integrante del Modelo de Turismo Europeo. El partenariado público-privado en la gestión del turismo social puede ser un buen instrumento e indicador del cumplimiento de ese criterio.

2.4.5 La contribución del turismo social al desarrollo mundial. Ya se ha citado anteriormente que el turismo y en especial el turismo social puede significar para muchos pueblos una puerta a la salida del subdesarrollo o a una situación de

crisis industrial y abandono de actividad minera, industrial o agraria. Hay una total coincidencia de criterios entre las condiciones en que debe desarrollarse el turismo social y las condiciones para que un territorio y sus habitantes encuentren en la actividad turística el motor de su desarrollo. En la medida en que los pueblos puedan obtener su sustento de la actividad turística, se estará afianzando la economía local y el arraigo social. Tal y como han recomendado numerosos organismos internacionales, la actividad turística es un buen antídoto contra las guerras y sus desastres de todo tipo. El turismo significa acogida, intercambio, valoración de lo local, amistad y comunicación entre las personas frente a la guerra que significa agresión, invasión, destrucción de la naturaleza. Si sólo se ama lo que se conoce, el turismo es instrumento de acercamiento, de conocimiento de los pueblos y por lo tanto instrumento de paz, concordia y desarrollo. Por su parte el turismo social puede y debe reafirmarse y actuar en favor de la construcción en todo el mundo de condiciones de igualdad, justicia, democracia y bienestar que hagan posible el desarrollo solidario de todos los pueblos del mundo.

2.5 Principios y condiciones del turismo social y su gestión. Es importante analizar los elementos y criterios que conforman las actividades del turismo social y su forma de gestión y ello para poder diferenciar qué se puede conceptualizar como tal y qué no merece el apelativo de social. Siguiendo la referencia del BITS podemos indicar algunos de estos criterios que cualifican el concepto general del turismo.

- Tener como finalidad fundacional básica la de ampliar la accesibilidad a la actividad turística a todos los colectivos con alguna dificultad para hacer turismo o a alguno de ellos.
- Estar abierto a muy diversos colectivos y ámbitos de usuarios. Igualmente estar abierto a diversas fórmulas de gestión y a diversos agentes activos en el turismo social.
- Definir correctamente los colectivos a los que se dirigen las actividades: clases sociales, diferentes tramos de edad, personas con discapacidad y siempre bajo el criterio de no discriminación por razón de raza, cultura o situación social.
- Integrar actuaciones y objetivos de carácter humanista, pedagógico, cultural y en general de desarrollo personal.
- Ser transparente en el régimen económico de la actividad donde el beneficio se reduce al necesario para el cumplimiento de los objetivos sociales.
- Integrar en el producto turístico un valor añadido no monetario.

- Manifestar una clara voluntad de integración de la actividad turística en el entorno del destino, en forma sostenible.
- Realizar una gestión del personal valorizadora, integradora, basada en la calidad del empleo de los propios empleados de las organizaciones dedicadas al turismo social.

Estos y otros criterios similares pueden servir de guía de actuación para los gestores del turismo social y para la identificación de esa actividad.

2.6 La rentabilidad de las empresas y el turismo social. El turismo social debe ser y es una actividad económica, cierto que no sólo económica, pero como tal actividad debe regirse por los principios básicos de rentabilidad de las inversiones, de beneficio necesario para seguir y conseguir sus objetivos fundacionales. Sólo las empresas competitivas y rentables en sentido amplio pueden actuar con calidad, con seguridad y con garantías para los consumidores. La variada realidad del turismo social hoy indica que las empresas y organizaciones que se dedican a esa actividad la ejercen con rentabilidad ya que tienen su estructura consolidada, un mercado adecuado y unos precios acordes a ese mercado. De forma especial cabe citar la creación de empleo que las organizaciones de turismo social inducen, tanto durante todo el año como durante períodos de baja ocupación, paliando así el desempleo de los trabajadores afectados.

2.7 La rentabilidad social del turismo. Pero si el turismo social es una actividad económica, también es una clara actividad social, con beneficios en ese ámbito. El usuario obtiene beneficios en sus vacaciones, los trabajadores del turismo obtienen beneficios en su empleo, la sociedad en su conjunto obtiene beneficios sociales. En el caso de Europa, el turismo social está, y seguro podrá ampliarse su influencia, en la construcción de la Europa de los Ciudadanos. Los viajes del mayor número posible de ciudadanos en el interior de Europa sin duda significarán mayor conocimiento, mayor comprensión, mayor tolerancia.

2.8 Diversas concepciones y visiones del turismo social en Europa. Son diversas las concepciones de lo que se entiende hoy por turismo social en los diversos Estados de la Unión que desarrollan programas de turismo social, pero podemos considerar que son tres los elementos comunes:

- la capacidad real de tener un tiempo libre para hacer vacaciones,
- la capacidad monetaria de poder desplazarse y viajar,
- que exista un cauce, estructura o instrumento que haga accesibles esos derechos en la práctica.

2.8.1 Así son concebidos como turismo social el conjunto de los viajes y actividades organizados por sindicatos, el familiar, el de inspiración religiosa, el organizado por empresas para sus trabajadores, el organizado por Instituciones públicas, el de personas con discapacidad, el de jóvenes o mayores y otras varias realidades.

2.9 **Los organismos de turismo social.** Son también varios los organismos que intervienen en la realidad y gestión del turismo social en toda Europa. Se distinguen:

- Federaciones o consorcios nacionales,
- Establecimientos públicos: enfocados al turismo social o sólo con actividad de turismo social,
- Asociaciones: de turismo social, deportiva, cultural,
- Organismos de cooperación,
- Sindicatos,
- Organismos de gestión mixta o paritaria.

3. *Los agentes que intervienen en el turismo social y sus roles*

3.1 **Las Instituciones europeas.** Las diversas Instituciones europeas están mostrando un interés creciente por la actividad del turismo social como demuestran los diversos estudios, dictámenes, informes, conferencias, que tanto el Parlamento como la Comisión y el CESE están realizando, promoviendo o coordinando. Fundamentalmente su actividad está centrada en la obtención, catalogación y difusión del amplio abanico de experiencias presentes en los diversos países europeos. De forma especial la Comisión está ejerciendo un papel de promotor de nuevas experiencias a nivel de cada país y de puesta en contacto a los responsables de los países con voluntad de cooperar en experiencias transnacionales. No parece que la Comisión asuma en la actualidad el posible rol de coordinar de forma global experiencias de turismo social a nivel de toda la Unión. Merece especial valoración la encuesta realizada recientemente por la Unidad de Turismo de la Dirección General Empresa respecto a la participación de los ciudadanos de los países en la actividad de vacaciones y los motivos que fundamentan la no participación de alrededor del 40 % de los ciudadanos europeos en actividades turísticas. No parece fuera de lugar que la Comisión pudiera asumir en el futuro el rol de coordinador e integrador de una plataforma de turismo social a nivel Europeo. Parece que ese rol no debiera significar necesariamente aportaciones financieras de las Instituciones europeas para el desarrollo de dicha plataforma común y de transnacionalidad.

3.2 **Los gobiernos de los Estados miembros.** Tal y como se ha indicado anteriormente, la presencia de los gobiernos de los Estados de la Unión Europea en las actividades de turismo social es muy variada, dependiendo su grado de implicación de

razones históricas, ideológicas y de configuración social. En algunos países, el Gobierno, tanto del Estado, de las regiones o de las administraciones locales, toman a su cargo ayudas financieras importantes. Con frecuencia esas ayudas están segmentadas a diversos colectivos: jóvenes, seniors, personas con discapacidad, personas desfavorecidas, etc. En la actualidad se están dando pasos por parte de los Gobiernos para traspasar los límites nacionales de sus programas de turismo social bajo formas de intercambio transnacional.

3.3 **Los empresarios.** Es importante considerar que existen experiencias, como el Cheque Vacaciones, en que los empresarios contribuyen económicamente a facilitar las vacaciones de sus empleados. Por otra, hay que tener en cuenta que, tal y como se ha dicho, el turismo social es una actividad económica de gran relevancia y potencia y como tal atrae a empresarios del sector turístico que ven en esa realidad un incremento de su actividad de prestación de servicios o de intermediación. Merece citarse el caso de la empresa Mundo Senior en España que reúne a varias grandes empresas turísticas unidas en su origen para gestionar el programa de turismo social del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social y que en la actualidad ha ampliado su objeto social y su actividad ofreciendo productos de turismo especializados para personas mayores. Es evidente que la condición de competitividad no está enfrentada al carácter social de la actividad. Parece claro que en el futuro se pueden y deben producir experiencias de partenariado público-privado para desarrollar programas rentables de turismo social tanto a nivel interno de los países de la Unión como entre diferentes países.

3.4 **Los trabajadores.** Las organizaciones de defensa de los trabajadores, los sindicatos, han tenido desde el origen del turismo social una muy importante presencia en la actividad turística, como forma de obtener beneficios para sus afiliados. Esa presencia se manifiesta tanto con el soporte de infraestructuras materiales, ciudades de vacaciones, residencias, etc. como de simple servicio especializado. Las experiencias en los diversos países son diferentes, unas más comprometidas que otras, pero en casi todos los países está presente la actividad de turismo social de origen sindical. Especial mención merecen las organizaciones sindicales de los países recién incorporados a la Unión, que buscan un modelo válido de turismo social y relaciones con experiencias más consolidadas. Merece también citarse en este punto el interesante estudio realizado por el BITS en mayo de 2005 acerca de las actividades de los diversos sindicatos en materia turística para los trabajadores donde se repasa una por una las actividades actualmente existentes en los actuales 25 países de Europa. Es sin duda un buen instrumento de conocimiento y análisis de la realidad en este tema.

3.5 **Las asociaciones especializadas.** Entre ellas merece citarse el caso de las cooperativas de consumo que disponen en algunos países (Italia y Reino Unido) de amplias redes de agencias para canalizar el turismo social. Merecen citarse las organizaciones juveniles y las medioambientales que actúan en ese ámbito. En este apartado merecen también citarse los organismos de carácter asociativo de las propias organizaciones dedicadas al turismo social. Tal es el caso del BITS, que realiza una tarea de vital importancia de soporte, coordinación e impulso.

3.6 Los colectivos implicados directa e indirectamente como sujetos del turismo social. Es evidente que los usuarios son los auténticos protagonistas de los diversos programas y actividades de turismo social. Son ellos quienes se benefician, en primer lugar, de unas ventajas económicas que les permiten disfrutar de su tiempo de ocio, de unas vacaciones practicando aquellas actividades deportivas, culturales que les agradan. En segundo lugar son ellos quienes se benefician de un turismo respetuoso con los recursos territoriales, patrimoniales y medioambientales y de la relación entre los propios usuarios y con los habitantes de los puntos de destino, actividades todas ellas que sirven para conseguir mutuo conocimiento, descanso y equilibrio personal. También las comunidades locales receptoras de turismo social se benefician en forma de empleo, actividad económica y desarrollo.

4. La realidad del turismo social en Europa hoy

4.1 En el marco teórico, normativo y programático. No es muy abundante el marco teórico, normativo y programático del turismo social en la Europa de hoy, sí en cambio son relativamente abundantes los estudios e investigaciones que tratan de inventariar y analizar de forma comparativa las diversas realidades de turismo social existentes en Europa. Algunas de ellas se relacionan en el apartado D del presente Dictamen como referencias documentales y técnicas.

4.2 Diversas experiencias prácticas en Europa. Tal y como se ha indicado anteriormente, durante el transcurso del estudio por el grupo de trabajo, durante la Audición celebrada en la Ciudad de Barcelona los días 4 y 5 de mayo de 2006 y por medio de las experiencias expresadas en la Conferencia organizada por el BITS y la Comisión «Turismo para todos», se han podido detectar y conocer numerosas experiencias prácticas en Europa que se pueden calificar de claramente exitosas. No corresponde a este Dictamen el estudio pormenorizado de dichas experiencias, pero sí se cree oportuno citar algunas de las más significativas que sin duda contribuirán a valorar de forma muy positiva el turismo social y podrán orientar esfuerzos de otros agentes de turismo social o de aquellos estados o ámbitos territoriales que por diversos motivos no tengan programas en ese ámbito.

4.2.1 La Agencia Nacional de Cheques Vacaciones (ANCV), que en Francia despliega un muy importante volumen de actividad económica estimada para el año 2005 en unos 1 000 millones de euros. Se articula a través de un establecimiento público de carácter industrial y comercial, creado en 1982 y que, tras más de 23 años de actividad, sigue siendo un instrumento útil de políticas sociales para el turismo.

4.2.1.1 Sus objetivos se articulan en tres ejes:

— Favorecer la salida real de vacaciones al mayor número posible de personas y de forma especial las personas de menores ingresos;

— Ofrecer libertad de utilización por medio de una amplia red de profesionales del turismo, capaz de responder con calidad a todas las demandas;

— Colaborar en el desarrollo turístico, participando en un mejor reparto territorial de la actividad turística.

4.2.1.2 Merece citar que el Cheque Vacaciones es percibido anualmente por unos 2,5 millones de personas y que beneficia a unos 7 millones de viajeros. Son más de 21 000 los organismos prescriptores y que participan en su financiación, y unos 135 000 profesionales del turismo y del ocio están implicados en su prestación.

4.2.1.3 El programa permite además favorecer la salida de vacaciones de colectivos especialmente desfavorecidos, colectivos de personas con discapacidad, jóvenes etc. mediante bolsas de viaje por valor de unos 4,5 millones de euros. Importante es también la actividad inversora de la Agencia en la modernización de las instalaciones de turismo social.

4.2.1.4 En conjunto parece que el programa tiene asegurada su continuidad y rentabilidad; sin duda los estudios económicos revalidan que la recuperación financiera a través del impacto en la actividad económica es real.

4.2.1.5 Los objetivos de la Agencia para los próximos años son seguir la extensión y difusión entre los usuarios y entre los profesionales del turismo. Tal vez entre estos objetivos se podría insertar el carácter transnacional del programa mediante conciertos con otros países de Europa; sin duda que los beneficios serían mutuos, ejemplarizantes y de gran calado económico y social.

4.2.2 El programa de turismo social del IMSERSO en España, que responde a objetivos similares pero con una formulación e instrumentalización diferentes. En este caso son más de 1 millón de personas las que anualmente se benefician de viajes organizados, en grupos, en temporada turística baja y con especial destinatarios en las personas maduras o seniors. El estado español invierte anualmente en el programa unos 75 millones de euros pero a través de diversos mecanismos impositivos (IVA, IAE, beneficios de empresas y renta de personas físicas), a través de los mayores ingresos por cotizaciones a la Seguridad Social y a través de ahorro en prestaciones de desempleo, ingresa y obtiene unos 125 millones de euros, con gran rentabilidad económica.

4.2.2.1 Está clara la rentabilidad social y económica del programa ya que si bien por una parte ha permitido a amplias capas de la población senior viajar por primera vez, conocer otras ciudades y realidades, ampliar relaciones sociales en igualdad, mejorar estado físico, todo ello bajo parámetros razonables de calidad y aceptación de los usuarios, por otra se produce un efecto de recuperación en una relación de 1,7 euros por cada 1 euro invertido en el programa.

4.2.2.2 Merece citarse el efecto que sobre el empleo ejerce este programa, evaluado en unos 10 000 trabajadores directos que no deben pasar al desempleo en la temporada baja ya que los hoteles y otros establecimientos y negocios están abiertos.

4.2.2.3 El programa está en constante crecimiento y evolución, buscando nuevas fórmulas de turismo social con mayor valor cultural, de salud y social asociados, caso de las estancias en balnearios, de indudable éxito, o caso de los circuitos y acontecimientos culturales.

4.2.2.4 Al igual que el caso de Francia, las posibilidades de crecimiento del programa son muy amplias, no sólo en el interior del país sino a través de la transnacionalidad del programa. En la actualidad el IMSERSO español ya convenía con su homólogo portugués para intercambio de turistas y estudia hacerlo con Francia lo que puede ser un modelo exportable de gran valor para el resto de Europa.

4.2.3 **Otras experiencias:** Además de estos dos importantes programas de turismo social en Europa existen otros buenos ejemplos, tal vez más limitados, más segmentados a unos usuarios mejor definidos pero no por ello son menos valiosos. Tal es el caso del ejemplo, analizado en la Audición de Barcelona, de la **Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos (PREDIF)** que se centra en un colectivo bien concreto pero que gestiona de forma relevante un programa de vacaciones para ese colectivo.

4.2.3.1 Bajo otro enfoque muy interesante merece citarse la experiencia compartida de tres organizaciones, una del Reino Unido, **Family Holiday Association**, otra de Bélgica, **Toerisme Vlaanderen**, y otra de Francia, **Vacances Ouvertes**, que se coordinan para facilitar el «Turismo para Todos» en los tres países.

4.2.3.2 En diversos países europeos existen también actividades de turismo social; tal es el caso, entre otros, de **Portugal**, **Polonia**, **Hungría**, con un papel importante de los sindicatos, o en **Italia** el Programa promovido por las cooperativas de consumo. En definitiva se puede afirmar que la variedad de experiencias, la cantidad de usuarios y la diversidad se está consolidando y ampliando en todos los países de Europa.

4.2.3.3 De forma similar debe constatar que algunas regiones y municipios están desarrollando, de una forma u otra, experiencias de turismo social como es el caso de la **Comunidad Autónoma de las Islas Baleares con su Plan OCI 60**.

4.2.3.4 Así mismo, en el ámbito regional, el Gobierno de Andalucía (España) desarrolla el programa de **Residencias de Tiempo Libre** y, también como iniciativa andaluza, el programa «**Conoce tu Costa**», referente de cooperación entre la Adminis-

tración regional y ayuntamientos para favorecer el turismo de personas mayores dentro de la Comunidad Autónoma.

4.2.3.5 Merece citarse asimismo la presencia del turismo social en el portal turístico de la Unión Europea, www.visiteurope.com que está previsto sea lugar de consulta de toda la actividad turística europea, y entre ella la del turismo social.

4.3 **Valoración global del turismo social.** Los valores que incorpora el turismo social y que aporta a la sociedad de Europa son muy numerosos; podemos citar algunos:

- Satisfacción de los usuarios, no sólo por la actividad directa de vacaciones en sí misma sino por la forma «especial» en que se desarrolla esa actividad de ocio.
- La dimensión y los valores humanos de la actividad.
- Mejora del equilibrio y desarrollo personal de usuarios y comunidad receptora.
- Rentabilidad y beneficios económicos en la industria turística, en especial por el alargamiento de la temporada alta.
- Beneficios sobre la creación de empleo, estable y de calidad durante todo el año.
- Mantenimiento de condiciones de sostenibilidad en los destinos receptores.
- Valoración del entorno local, de sus recursos naturales, sociales, culturales y patrimoniales.
- Potenciación del conocimiento e intercambio entre los diversos países de la Unión.

4.3.1 Todo ese conjunto de valores, junto con las realidades exitosas de turismo social existentes, junto con las perspectivas de crecimiento de la actividad y junto con la investigación e implantación de nuevos productos, hacen que la valoración global del turismo social en Europa sea altamente positiva desde todos los puntos de vista.

4.3.2 Tal valoración positiva en todos los aspectos y desde todos los ángulos es lo que nos permite calificar coloquialmente de «milagro» la actividad de turismo social: Todos los agentes y usuarios obtienen todo tipo de beneficios: económicos, sociales, de salud, de empleo, de ciudadanía europea... nadie puede sentirse perjudicado por esta actividad... en definitiva es difícil encontrar una actividad humana y económica que obtenga reconocimiento y respaldos tan unánimes.

4.3.3 No es difícil bajo esa perspectiva que el presente Dictamen recomiende vivamente propuestas y fórmulas que permitan por una parte consolidar y mejorar los programas existentes, y por otra ampliar sus beneficiosos efectos a más amplias capas de la población.

B. PARTE SEGUNDA: PROPUESTAS

5. Hacia una Plataforma Europea de turismo social

5.1 **Condicionantes previos.** Se ha podido constatar en los puntos precedentes que con independencia de cómo se defina el turismo social, de cómo se financie, y de cómo se gestione, es una realidad económica y social potente, rentable y estable, que cumple sus objetivos con un alto nivel de satisfacción por parte de los usuarios, que contribuye al empleo, a la desestacionalización de la actividad turística, en definitiva que es una actividad de gran valor en todo el mundo y de forma especial en nuestra Europa. Se trata pues de ver cómo se puede ampliar y generalizar el beneficioso efecto que el turismo social tiene en la actualidad sobre las personas, sobre las empresas y sobre toda la sociedad.

5.1.1 No es fácil conceptualizar bajo un solo nombre una actividad de ámbito europeo de turismo social; se puede hablar de plataforma, de proyecto, de programa, de iniciativa... y aunque esos conceptos no signifiquen necesariamente lo mismo, todos ellos hacen alusión a una actividad organizada, con unos objetivos claros, de ámbito supranacional europeo. En este Dictamen y dado su carácter de propuesta general, se emplean esos nombres de forma indiferente, a la espera de lo que la realidad de esa plataforma futura marque como idóneo.

5.1.2 Por otra parte se puede constatar que la realidad del turismo a nivel europeo presenta diversas deficiencias actuales y amenazas a medio plazo:

- Profunda y grave situación creciente de estacionalidad en la industria turística, tanto en el norte de Europa como en el centro y en el litoral mediterráneo: zonas desiertas en temporada baja, falta de infraestructuras adecuadas para todo el año.
- Infratilización de recursos humanos laborales en temporada baja y media.
- Importante incremento de la población activa por la emigración que obliga a ampliar la actividad económica para al menos mantener el mismo nivel de vida.
- Dificultades para que la industria turística mantenga niveles adecuados de precio y ocupación media durante todo el año que aseguren en el medio plazo su rentabilidad.
- Existencia de límites objetivos en el número de plazas de uso turístico que se pueden incorporar a su explotación.
- El desarrollo sostenible de la industria turística exige necesariamente incrementar el valor añadido de cada plaza turística a lo largo del año: incrementando la calidad y en consecuencia el precio o incrementando la ocupación media anual

mediante la ampliación de la temporada de apertura de los establecimientos turísticos.

- La emergencia de numerosos destinos turísticos en todo el mundo que ofrecen productos y servicios innovadores competitivos. Esa nueva competencia debe ser ante todo un nuevo estímulo para mejorar en calidad y competitividad.

5.1.3 Pero también existen elementos que representan claras oportunidades para la viabilidad de una posible Plataforma o Proyecto de Turismo Social Europeo:

- Incremento gradual, en términos absolutos y relativos, en Europa de ciudadanos no activos pero con pensiones y nivel de vida adecuado.
 - Aumento progresivo de la esperanza de vida de los europeos.
 - Incremento del tiempo medio de ocio que una persona posee a lo largo de su vida y de forma especial en la edad madura.
 - Abaratamiento del coste del transporte por la irrupción de las compañías de bajo coste, que juega a favor de la movilidad y el turismo.
 - Nivel cultural creciente que propicia la actividad turística responsable y sostenible.
 - Buenas y exitosas experiencias en toda Europa de Programas de turismo social.
 - Incorporación de países a la Unión Europea que agranda el mercado y las posibilidades y oportunidades de viajar.
- 5.2 Varios son los **objetivos** que pueden plantearse ante una posible Plataforma de turismo social Europeo:
- Generalizar y ampliar los actuales programas y número de usuarios de turismo social de los diversos países de Europa hasta conseguir que todos los países tengan su programa.
 - Incorporar la transnacionalidad de los programas ya existentes mediante convenios bilaterales o plurilaterales de cooperación.
 - Crear las condiciones para el diseño y la puesta en marcha de una Plataforma de Turismo Social de ámbito europeo en que los posibles beneficiarios sean todos los ciudadanos europeos que puedan visitar otros países de forma asequible y sostenible. En ese sentido sería interesante conocer el número de ciudadanos europeos que nunca ha viajado a otro país de Europa; ese colectivo sería sin duda bastante numeroso y base y fundamento para el programa indicado.
 - Promover la progresiva implantación de una actividad de turismo social de ámbito europeo en el que participen el mayor número posible de Estados.

5.3 Los agentes y colectivos implicados en la Plataforma de turismo social Europeo. Como posibles colectivos o agentes implicados podríamos citar:

- Las actuales organizaciones que gestionan programas de turismo social en los diversos países.
- Las organizaciones sindicales y cooperativas interesados en el desarrollo del programa.
- Los empresarios del sector turístico en su sentido más amplio, interesados en mejorar la rentabilidad sostenible de sus establecimientos.
- Los gobiernos nacionales, regionales y locales interesados en actuar en el ámbito turístico y en su mejora y en el desarrollo personal y social de sus ciudadanos.
- La Unión Europea y sus instituciones, interesadas en ampliar y promover el empleo, la actividad económica y la ciudadanía europea. Dada la dimensión supranacional de la Plataforma, las instituciones de la Unión Europea debieran tener además un rol de coordinación y seguimiento de las condiciones en que se desarrolla el programa e incluso de liderazgo de su implantación.
- Las organizaciones de turismo social, especialmente el BITS.

5.4 Elementos esenciales del turismo social europeo. Para que una Plataforma de Turismo Social Europeo sea viable social y económicamente debiera incorporar los siguientes elementos:

- Estar dirigida a los colectivos más desfavorecidos económica, territorial o socialmente. De forma especial a las personas con discapacidad física o psíquica o con dificultades para viajar surgidas de la realidad geográfica en que viven como por ejemplo las islas de Europa. Ello supone asumir la financiación parcial, justa e igualitaria independiente de la duración del viaje y de las estancias como forma de compensar esa realidad de desfavorecidos entendido en un sentido muy amplio.
- Ser en su conjunto rentable económica y socialmente, a corto, medio y largo plazo, tanto a nivel privado como público.
- Crear empleo estable y de calidad durante todo el año. Una gestión centralizada y la búsqueda de la maximización de las estancias en establecimientos turísticos sería necesaria para conseguir el objetivo del empleo.
- Desarrollarse en períodos de baja ocupación turística.

- Desarrollarse bajo condiciones de sostenibilidad y enriquecimiento personal y social tanto para los usuarios como para las comunidades que los acojan.

- Mantener un alto nivel de calidad de prestaciones adecuado a los objetivos.

- Desarrollarse en forma de cooperación público-privada.

Si se cumplen esas condiciones, el turismo social será sin duda un elemento fundamental integrante del Modelo de Turismo Europeo.

5.5 La cooperación público-privada en el proyecto. Posiblemente la viabilidad del Programa venga ampliamente condicionada pero también favorecida por la efectiva cooperación público-privada en su concepción, diseño y gestión. Parece al menos posible si no fácil que pueda encontrarse en Europa organizaciones y empresas dispuestas a emprender el desarrollo de una Plataforma de turismo social Europeo.

6. Efectos y resultados de una Plataforma de Turismo Social Europeo

6.1 Sobre el crecimiento y el empleo. Caso de que esta Plataforma, en sus diversas fases, se pusiera en marcha, los efectos sobre el crecimiento y empleo serían de una gran potencia y contribuirían sin duda al cumplimiento del objetivo de la Cumbre de Lisboa. La experiencia, entre otras, del programa del IMSERSO de España certifica de forma clara la repercusión positiva del turismo social en el mantenimiento y creación de empleo durante la temporada baja.

6.2 Sobre el derecho efectivo al acceso al turismo. Si en la actualidad, y de acuerdo con las estadísticas disponibles, aproximadamente el 40 % de los ciudadanos no disfruta de vacaciones, la Plataforma de Turismo Social Europeo tendría como objetivo y sin duda contribuiría a reducir sustancialmente ese porcentaje y a hacer efectivo el derecho a un turismo para todos y ampliar el conocimiento mutuo de los pueblos de Europa.

6.3 Sobre el Modelo Turístico Europeo. En varios dictámenes sobre turismo, el CESE ha expresado el convencimiento de que es posible la construcción de un Modelo de Turismo Europeo basado no en normativas sino en valores de general aceptación y aplicación. Uno de los posibles valores que integran ese Modelo es sin duda la universalización del Turismo, el turismo para todos. La Plataforma de turismo social Europeo podría contribuir poderosamente a afianzar el Modelo Turístico Europeo.

7. *La contribución del turismo y en especial del turismo social a la construcción de una identidad y dimensión europea*

7.1 En los últimos tiempos se ha podido constatar que la construcción europea no es un camino fácil y corto; aún hoy hay muchas incertidumbres y dificultades que vencer. El turismo social puede ser un poderoso instrumento de información, de mutuo conocimiento de los ciudadanos, de solidaridad entre pueblos y en definitiva de hacer la Europa de los Ciudadanos y de construirla no mediante sacrificios y de forma penosa sino a través del disfrute del tiempo de ocio, del viaje, de las vacaciones. De forma especial los jóvenes son un colectivo que parece propicio a incrementar sus viajes en temporada alta, período en que diversas instalaciones de carácter residencial ligadas a la educación no están ocupadas y pudieran acoger temporalmente acciones de turismo similares al programa Erasmus.

7.2 Parece que la actividad turística es una buena forma de construir esa Europa de los Ciudadanos; los diversos colectivos implicados así como el sector económico turístico y las comunidades locales pueden coincidir en intereses y hacerlo de forma agradable y accesible a todos.

C. PARTE TERCERA: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8. *Conclusiones*

8.1 Una primera conclusión general del análisis realizado por este Dictamen sobre la realidad del turismo social en Europa hoy es que se trata de una actividad sostenible desde el punto de vista medioambiental, económico y social y además es una actividad de primera magnitud en cada uno de esos tres ámbitos.

8.2 Los beneficios económicos, sociales, de salud, de integración que todos los usuarios y agentes que participan en los programas reciben y perciben son de una gran aceptación general y gran valor añadido.

8.3 Los diversos colectivos usuarios del turismo social y en especial el de las personas con discapacidad y/o movilidad reducida obtienen de los programas un extraordinario componente y aportación para su integración plena como personas.

8.4 La realidad del turismo social en Europa presenta una gran variedad de agentes, formas de desarrollo, público objetivo, instrumentos financieros etc. que la enriquece, la diversifica y colabora a su desarrollo y evolución.

8.5 De forma muy especial debe concluirse que está demostrado que es posible que la rentabilidad social del turismo social sea compatible y esté relacionada positivamente con la rentabilidad económica.

8.6 Es viable económicamente y deseable socialmente que cada país de Europa desarrolle un Programa nacional de turismo social bajo muy diversas fórmulas y formas de gestión.

8.7 Es viable económicamente y deseable socialmente la creación de una Plataforma transnacional de turismo social Europeo.

8.8 Toda actividad de turismo social debe incluir en su desarrollo un conjunto de valores de sostenibilidad y de creación de empleo en la línea de la estrategia de Lisboa.

8.9 El turismo social puede ser un instrumento de gran valor para la creación de la Europa de los Ciudadanos, de todos los ciudadanos pero de forma especial el papel de los jóvenes en ese proceso es de gran importancia.

8.10 El turismo social es una actividad que aporta algunos de los valores que pueden integrar el Modelo Turístico Europeo.

8.11 Todas las comunidades locales de toda Europa pueden verse beneficiadas por las actividades de turismo social por su aportación de salvaguarda de patrimonio cultural y local.

8.12 Como conclusión general cabe decir que la actividad del turismo social es hoy ya una actividad madura, generalizada en numerosos Estados de Europa, con buenos gestores y adecuadas estructuras organizativas y que está preparada para dar el salto a la generalización en todos los países y a la transnacionalidad en su oferta de servicios que signifique un aumento cuantitativo y cualitativo de sus objetivos.

9. *Recomendaciones*

9.1 La recomendación básica a los potenciales usuarios de programas de turismo social es evidentemente la de incentivarles a participar en una actividad como es el turismo, a la que como personas tienen derecho y a la que posiblemente por todo un conjunto de circunstancias no han tenido posibilidades de acceso. El turismo social es clara y profundamente integrador, formador de conocimiento, de desarrollo personal y como tal deseable la participación en sus actividades.

9.2 Con respecto a los muy diversos agentes que participan en la gestión de los diferentes programas de turismo social, cabe en primer lugar reconocer los beneficios de su actividad, su entrega a la misión de sus organizaciones y el cuidado empleado en prestar un servicio asequible pero de calidad a los usuarios. Pero también es oportuno animar a la mejora continua de sus productos y servicios, a la inversión en mejora de las infraestructuras, a la innovación en nuevos productos, especialmente los de carácter transnacional. La coordinación de programas y el asociacionismo de los organismos responsables son un buen instrumento de mejora e intercambio de experiencias.

9.3 Respecto a las empresas del sector turístico recomendamos participen de forma decidida en las actividades de turismo social. El turismo social tiene unos valores compatibles con una correcta gestión empresarial, competitividad y rentabilidad, a corto plazo pero en especial en el medio y largo plazo y permite asegurar el empleo de numerosos trabajadores durante todo el año.

9.4 En cuanto a las instituciones y gobiernos nacionales, regionales y locales, la recomendación sería aconsejar la implantación de programas de turismo social por sus beneficios sociales pero también económicos. La obtención de ingresos adicionales por impuestos y por cotizaciones, el ahorro de gastos de desempleo son claros incentivos para establecer justas subvenciones a colectivos menos favorecidos económica, social o físicamente en la seguridad de su recuperación y rentabilidad.

9.5 La recomendación a las Instituciones Europeas es la de tomar en consideración al turismo social como la actividad importante que comparte objetivos del ámbito del Turismo y de la acción social, actividad que merece un reconocimiento, un desarrollo, una asistencia técnica especializada, un apoyo y una incentivación no necesariamente económica. Funciones de animación, de coordinación técnica, de difusión de experiencias y de lugar de encuentro para el acuerdo de convenios transnacionales son algunas de las actividades que en especial la Comisión a través de la Unidad de Turismo pudiera realizar con sus propios medios para la consecución de una potente Plataforma Europea de turismo social. El liderazgo de la Comisión en estas vertientes de la promoción del turismo social Europeo sería sin duda un valioso instrumento para la consecución de los objetivos planteados y el seguimiento de las acciones.

9.6 Todas las instituciones debieran plantearse el reforzamiento de sus políticas de eliminación de todo tipo de barreras, tanto en las infraestructuras de comunicaciones como en las de alojamiento y servicios turísticos. El caso de las islas de Europa es un caso evidente en que su realidad geográfica condiciona fuertemente la movilidad y el acceso al turismo de sus ciudadanos.

9.7 El Parlamento Europeo, debería tomar iniciativas para impulsar, dada su dimensión política, social y económica, un debate y resoluciones que alienten el turismo social en Europa.

9.8 El CESE aprueba que el presente Dictamen sea conocido, editado y difundido como «Declaración de Barcelona sobre turismo social en Europa», y que sea la contribución al Fórum Europeo de Turismo de 2006 y al Día Mundial del Turismo del presente año.

D. PARTE CUARTA: REFERENCIAS DOCUMENTALES Y TÉCNICAS

— Las diferentes nociones del turismo social: la evolución de la oferta y la demanda. Comisión Europea, Dirección General XXIII, Unidad Turismo. 1993.

- Declaración de Montreal: Por una visión humanista y social del turismo. BITS. Septiembre 1996.
- Código Ético Mundial del Turismo. OMT, Santiago de Chile, 1 de octubre de 1999.
- Actas del Seminario: Las ayudas para salida de vacaciones en la Unión Europea. Parlamento Europeo. Estrasburgo. Marzo de 2000.
- Los conceptos de turismo para todos y de turismo social en la Unión Europea. BITS. Seminario de Brujas. Junio de 2001.
- Informe de resultados de la encuesta: Turismo para todos. Junio de 2001.
- Dictamen: Por un turismo accesible a todas las personas y socialmente sostenible. CESE, octubre de 2003.
- Estudio sobre el Programa de Vacaciones para Mayores del IMSERSO. España mayo 2004.
- Foro Europeo de turismo social. BITS. Budapest, abril de 2005.
- Informe sobre turismo y desarrollo. Parlamento Europeo. A6-0173/2005, mayo de 2005.
- Informe sobre las nuevas perspectivas y los nuevos retos para un turismo europeo sostenible. Parlamento Europeo. A6-0235/2005, julio de 2005.
- Turismo accesible para todas las personas. Plan de acción del Comité Español de Representantes de personas con Discapacidad. CERMI. Diciembre de 2005.
- Consulta sobre las actividades en materia de turismo y vacaciones para los trabajadores. BITS. Bruselas. Mayo de 2005.
- Conferencia Europea sobre turismo social, crecimiento económico y empleo. Govern Balear. Palma de Mallorca. Noviembre 2005.
- Conferencia. «Turismo para todos»: situación actual y prácticas en la UE. BITS y Comisión Europea, Dirección General Empresa, Unidad Turismo. Enero 2006.
- Congreso Mundial del turismo social. «Hacia un Turismo de Desarrollo y Solidaridad». Aubagne (Francia), Mayo de 2006.

Bruselas, 14 de septiembre de 2006.

La Presidenta
del Comité Económico y Social Europeo
Anne-Marie SIGMUND