

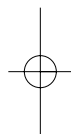
México, un manifiesto destino turístico

La Visión del turismo en el año 2025

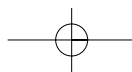
La Misión del Sector Turismo

Los Principios

Reinventando la política turística mexicana



Programa Nacional de Turismo
2001-2006



III. México, un manifiesto destino turístico

3.1 La Visión del turismo en el año 2025

Al igual que lo hace el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, se ha definido una Visión de adónde se pretende llegar en el futuro turístico del país en un horizonte de 25 años.

En su mensaje del Auditorio Nacional el día de la toma de posesión como Presidente de la República, Vicente Fox dijo: “Difícilmente se puede encontrar otro país con la vocación, riqueza y diversidad de atractivos turísticos que tiene México...en el turismo tenemos una de las grandes alternativas para el desarrollo del país...”.

Este reconocimiento es una muestra evidente del papel decisivo que la actividad turística juega en la conformación del México moderno y, muy en particular, de cómo el turismo está llamado a ser un gran protagonista en la construcción de un país más justo y más equitativo para beneficio de las futuras generaciones.

Por ello, la Visión del turismo es:

En el año 2025 México será un país líder en la actividad turística, ya que habrá diversificado sus mercados, productos y destinos y sus empresas serán más competitivas en los ámbitos nacional e internacional. El turismo será reconocido como pieza clave en el desarrollo económico y su crecimiento se habrá dado con respeto a los entornos naturales, culturales y sociales, contribuyendo al fortalecimiento de la identidad nacional.

¿Cuáles son las consideraciones que conlleva esta Visión?

En primer lugar el hecho de que México se habrá consolidado como una de las potencias turísticas del orbe. Será uno de los seis países más visitados del planeta y uno de los ocho con mayores ingresos por concepto de turismo internacional.

La diversificación que se alcanzará es una respuesta a la dependencia y fragilidad que representa la concentración excesiva que hoy se observa en cuanto a mercados geográficos, líneas de producto, canales de comercialización y distribución espacial de los turistas en el territorio.

La competitividad de las empresas es la única vía a seguir en las condiciones actuales y las que se prevé regirán en los próximos años.

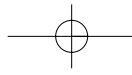
La trascendencia del turismo, por su contribución al crecimiento con calidad, será reconocida por la sociedad y su desarrollo se habrá dado sin haber comprometido los recursos naturales y culturales, redundando en un beneficio tangible para las comunidades receptoras.

Finalmente, el turismo se perfilará como un factor de cohesión, de entendimiento social y como coadyuvante en el fortalecimiento del orgullo nacional.

Esta Visión plantea, en suma, la adopción de un **nuevo modelo de desarrollo turístico** acorde con las tendencias del mercado y también con la necesidad de un más equitativo sistema de distribución de la riqueza.

“Difícilmente se puede encontrar otro país con la vocación, riqueza y diversidad de atractivos turísticos que tiene México...en el turismo tenemos una de las grandes alternativas para el desarrollo del país...” Vicente Fox.

Esta visión adopta un nuevo modelo de desarrollo turístico acorde con las tendencias del mercado y una más equitativa distribución de la riqueza.



Programa Nacional de Turismo 2001-2006

En el nuevo modelo los protagonistas son las comunidades locales que, mediante una acción sinérgica con gobierno y empresarios, asumen al turismo como una opción de desarrollo sustentable.

En este nuevo modelo los protagonistas del desarrollo son, ante todo, las comunidades locales que mediante una acción sinérgica con gobiernos y empresarios externos asumen al turismo como una opción viable de desarrollo sustentable.

Esta concepción no supone en automático la cancelación del modelo actual, basado fundamentalmente en una oferta poco diferenciada para sol y playa en sólo algunos lugares y en ocasiones con concentración de componente hotelero.

La doble vía

Se requiere la adopción de una doble vía en la que se trabaje, de manera simultánea, en un esquema de diversificación hacia el nuevo modelo, pero en que a la vez se consolide y perfeccione la oferta que tiene una importante presencia establecida en los mercados.

3.2 La Misión del Sector Turismo

Para poder alcanzar la Visión se hace necesario un trabajo conjunto de los distintos actores de la actividad, que deberá estar orientado por el Sector Turismo de la Administración Pública para el que se ha definido la siguiente Misión:

Conducir el desarrollo turístico nacional, mediante las actividades de planeación, impulso al desarrollo de la oferta, apoyo a la operación de los servicios turísticos y la promoción, articulando las acciones de diferentes instancias y niveles de gobierno.

3.3 Los Principios

El Sector Turismo impulsa, a través del PNT 2001-2006, los principios de asociaciónismo, innovación, trabajo en equipo y fortalecimiento de las capacidades locales como principios de sus políticas y acciones.

Además de asumir integralmente los principios definidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, para el desempeño de sus actividades el Sector Turismo de la Administración Pública Federal identifica cuatro principios propios:

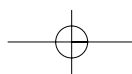
Asociacionismo: Aunque tradicionalmente han existido esquemas de colaboración entre el sector público y el privado en materia turística, especialmente por lo que hace a la promoción, se busca la conformación de una filosofía de colaboración permanente orientada a mejorar la experiencia turística.

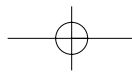
Esta es una tendencia universal que recientemente se ha puesto de manifiesto en un estudio de la Organización Mundial de Turismo, en el que se identifican cuatro vetas para esta colaboración:

- Mejoramiento de la atractividad del destino
- Mejoramiento de la eficiencia de mercadotecnia
- Mejoramiento de la productividad
- Mejoramiento de la operación integral del sistema turístico

Innovación: La búsqueda permanente por encontrar cómo hacer de mejor manera las cosas y cómo mejorar la calidad de la experiencia turística, encuentra un compromiso permanente con la innovación.

La intensa competencia que se registra en el turismo demanda un continuo esfuerzo por encontrar nuevas alternativas que consoliden el desarrollo turístico.





México, un manifiesto destino turístico

Trabajo en equipo: La transversalidad del turismo, así como la gran cantidad de factores externos que se presentan en el funcionamiento del sistema turístico hacen que, aunque su desempeño se materializa fundamentalmente en la esfera de acción de las empresas privadas, su funcionamiento efectivo dependa en buena medida del apoyo de las intervenciones públicas.

Convencidos de que la unión hace la fuerza, el Sector Turismo del gobierno federal trabajará hombro con hombro con otros sectores de la administración pública, con la iniciativa privada, con los gobiernos estatales y municipales, con las comisiones legislativas, con organizaciones no gubernamentales, con los prestadores de servicios turísticos, con las organizaciones sindicales y, por supuesto, con las comunidades locales.

Fortalecimiento de las capacidades locales: El reconocimiento pleno de que el turismo se da, en la práctica, en el ámbito geográfico de las localidades, hace necesaria la construcción conjunta de mejores capacidades administrativas de este nivel.

La transversalidad del turismo hace que su desempeño se materialice en la esfera de acción de las empresas privadas pero con el decidido apoyo de las intervenciones públicas.

SECTOR TURISMO: PRINCIPIOS RECTORES

Asociacionismo. Esquema que busca la conformación de una filosofía de colaboración entre el sector público y el privado, orientada a mejorar la experiencia turística con:

- Atractividad del mercado
- Eficiencia de mercadotecnia
- Mayor productividad
- Mejor administración del sistema turístico

Innovación. Compromiso permanente por encontrar cómo hacer las cosas de mejor manera para optimizar la experiencia turística:

- Diversificación de productos turísticos
- Promoción de opciones de valor agregado a destinos
- Alternativas para consolidar el desarrollo turístico

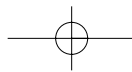
Trabajo en equipo. Con una esfera de acción de las empre-

sas privadas en colaboración estrecha con la administración pública donde participen:

- Iniciativa privada
- Gobiernos estatales y municipales
- Poder legislativo
- Especialistas y académicos
- Organismos no gubernamentales
- Comunidades locales

Fortalecimiento de capacidades locales. Para construir mejores formas de administración y trabajo de las localidades donde se da la práctica del turismo:

- Reconocer su papel en el desarrollo turístico
- Valorar su capacidad de gestión
- Otorgarles facilidades y opciones de desarrollo



Programa Nacional de Turismo 2001-2006

Los principios señalados en el Plan Nacional de Desarrollo 2001 – 2006 son los siguientes:

Tres postulados fundamentales

- Humanismo
- Equidad
- Cambio

Cuatro criterios centrales para el desarrollo de la nación

- Inclusión
- Sustentabilidad
- Competitividad
- Desarrollo Regional

Cinco normas básicas de acción gubernamental

- Apego a la legalidad
- Gobernabilidad democrática
- Federalismo
- Transparencia
- Rendición de cuentas

3.4 Reinventando la política turística mexicana

Una consideración inicial

El turismo es la actividad económica más importante del mundo al inicio del siglo XXI. Su probada capacidad para generar empleo, divisas y para funcionar como motor de desarrollo regional hacen que esta actividad sea una fórmula cada vez más buscada por los gobiernos nacionales y locales de distintas latitudes.

La visión actual del turismo sitúa a esta actividad en la encrucijada de los grandes desafíos a los que se enfrenta la humanidad, muy especialmente por lo que hace a dos temas centrales en la agenda del desarrollo: el combate a la pobreza y la conservación del medio ambiente natural y el patrimonio cultural.

El turismo es capaz de contribuir en la lucha contra la marginación y la pobreza de la única manera sostenible que esto puede ser realizado, es decir, a través de la generación de riqueza.

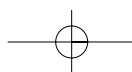
Por el otro lado, difícilmente se puede estar en contra de la preservación del patrimonio nacional y cultural; las generaciones actuales cada vez tienen una mayor conciencia sobre la fragilidad del planeta y, sin embargo, no es fácil dar respuesta a la interrogante sobre dónde encontrar los recursos financieros para dicha preservación.

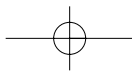
El turismo, al utilizar de manera racional los recursos naturales y culturales, es un aliado eficaz en la protección de este patrimonio.

Nuestro país comparte estos enormes desafíos pero también, y en virtud de sus ventajas comparativas, tiene en el turismo un **poderoso motor de desarrollo económico y social**.

De esta manera en la óptica gubernamental el turismo es, ante todo, un medio que contribuye al crecimiento con calidad, razón por la que el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 le confiere el carácter de prioridad del Estado mexicano.

El turismo, al utilizar de manera racional los recursos naturales y culturales, es un aliado eficaz en la protección de este patrimonio.





Redefinición del papel del Estado en el desarrollo turístico

Es la contribución del turismo para generar crecimiento con calidad lo que justifica la participación del Estado para alentar su desarrollo, especialmente en el caso mexicano porque, dada la extraordinaria dotación de recursos naturales y culturales que pueden ser aprovechados para fines turísticos, es posible aumentar los beneficios que de esta actividad se derivan.

En el mundo el papel del Estado en el desarrollo turístico ha evolucionado, desde un rol fundamentalmente interventor y regulador, pasando por una etapa de promotor y orientándose, en la actualidad, cada vez más hacia un trabajo de coordinación.

En consonancia con esa tendencia y de acuerdo con las características particulares de nuestro desarrollo, el papel que en los tiempos actuales debe desempeñar el Estado mexicano debe perfilarse considerando diferentes ámbitos de acción.

Por un lado es un **promotor** que impulsa a los agentes económicos a tomar beneficio de las oportunidades que ofrece el turismo. Es también un **coordinador** de los esfuerzos de los gobiernos estatales y municipales, de los agentes privados y de las comunidades locales. En algunos casos asume su papel **normativo**, especialmente en materia de protección de los consumidores.

Asume también un rol **direccionador** del esfuerzo colectivo y **orienta y ejecuta** un importante esfuerzo en materia de la difusión y mejoramiento de la imagen turística del país.

La complejidad de la actividad requiere contar con una base especializada que permita dar seguimiento consistente a los programas y proyectos turísticos, por lo que se hace necesario profesionalizar las estructuras de gobierno en materia turística.

El desarrollo integral del sector turístico de México requiere de la definición de políticas que permitan una auténtica descentralización y coordinación intersectorial e interregional.

Por ello la participación de los tres niveles de gobierno adquiere singular relevancia, toda vez que las grandes políticas y estrategias sectoriales se concretan en el ámbito local.

Las tendencias turísticas a escala mundial, y la valoración del turismo como sector prioritario de la economía nacional, hacen imprescindible fortalecer los instrumentos administrativos y legales del Estado para otorgar a las autoridades locales mayores atribuciones y facultades.

El Estado impulsa a los agentes económicos que invierten y crean empleos en el sector turístico, a través de la planeación, promoción, coordinación, normatividad y difusión de la imagen turística del país.

TURISMO: PAPEL DEL ESTADO MEXICANO

Como promotor. Anima a los agentes económicos a tomar beneficios de las oportunidades que ofrece el turismo.

de los consumidores, alentando el mejoramiento de los estándares de calidad.

Como coordinador. Apoya los esfuerzos de los agentes privados, de los gobiernos estatales, municipales y comunidades locales.

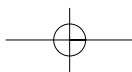
Como direccionador. Orienta ejecuta esfuerzos en materia de difusión y mejoramiento de la imagen turística del país

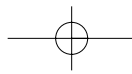
Como normativo. Asume funciones en defensa y protección

Como orientador y ejecutor. Del esfuerzo promocional.

Los ejes de la política turística

La política turística presentada en este Programa Nacional de Turismo 2001-2006 está articulada en torno a cuatro ejes interrelacionados, para cada uno de los cuales se define un área de efectividad como el resultado último al que se pretende llegar.





Programa Nacional de Turismo 2001-2006

El primero de estos ejes se orienta hacia la consolidación del **turismo como prioridad nacional** y actúa como el punto de encuentro de los otros tres ejes rectores.

El segundo de los ejes supone la identificación de que el turismo funciona como una actividad de mercado en la que la lucha por los clientes es de alta rivalidad y por ello las diferentes acciones estarán encaminadas hacia el logro de **turistas totalmente satisfechos**.

La práctica del turismo se da a final de cuentas en el nivel de las localidades, por ello el tercer eje de la política se concentra en **destinos sustentables**.

Finalmente, el cuarto eje de la política turística supone el impulso a los establecimientos productivos, de forma tal que se constituyan como **empresas competitivas**.

Los ejes de la política turística

Crecimiento con calidad

El turismo como prioridad nacional es el primer eje de la política a seguir durante el periodo 2001-2006, como reconocimiento a los beneficios económicos y sociales que genera.

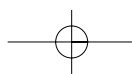
Eje 1: El turismo prioridad nacional

No obstante la enorme aportación del turismo al desarrollo nacional, existe una percepción distorsionada de su importancia, por lo que esta actividad no es valorada adecuadamente, se la ha calificado como superficial y no se le ha concedido, hasta ahora, el reconocimiento que merece.

Tanto en la campaña presidencial como a lo largo de los trabajos de la transición, los diferentes actores del sector turístico nacional pusieron en evidencia esta situación y solicitaron que se confiriera el grado de prioritario a esta actividad.

Si bien, como se ha indicado, efectivamente en el Plan Nacional de Desarrollo se ha otorgado este reconocimiento, es evidente que concretar este principio demanda una acción permanente y efectiva del aparato público, a través de una política turística.

El turismo es una actividad de una gran complejidad ya que la satisfacción de las necesidades y deseos de los viajeros supone la integración de una muy diversa gama de bienes y servicios públicos y privados, razón por la que se le ha calificado como una actividad transversal.



EJE 1. TURISMO PRIORIDAD NACIONAL

Objetivos sectoriales:

1. Diseñar e impulsar una política de Estado en materia turística para el bienestar social y económico
2. Consolidar la generación y difusión de información que fortalezca al sector turístico
3. Impulsar la mejora regulatoria del gobierno hacia los prestadores de servicios
4. Modernizar y profesionalizar la administración pública del turismo
5. Aprovechar las ventajas de la inserción a la globalidad

Por ello, si bien la Secretaría de Turismo es la encargada de su integración y de su coordinación, la política turística mexicana no se limita a la propia actuación de dicha dependencia.

Por el contrario, el cabal aprovechamiento de las oportunidades que presenta el turismo deberá fundarse en la estructuración y operación de una política turística en la que diferentes dependencias y entidades gubernamentales, tienen asignaturas particulares a ejecutar a través de una estrecha coordinación.

Eje 2: Turistas totalmente satisfechos

El primer paso para tener turistas totalmente satisfechos consiste en la adecuada identificación de los mercados, privilegiando aquellos que generen una mayor rentabilidad para las empresas y para los destinos.

Una vez seleccionados, los destinos deberán posicionarse en ellos de manera singular, perfectamente diferenciada, a través de un agresivo esfuerzo de mercadotecnia en el que sobresale la acción promocional.

La información adquiere un valor crítico y puede ser la gran diferencia en el momento de la toma de decisión de viaje.

Así mismo se debe participar de manera activa en el apoyo a mecanismos para garantizar la seguridad de los turistas.

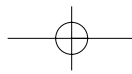
El conocimiento y comprensión del proceso seguido por los turistas permitirá evaluar cómo somos percibidos, adoptando las acciones tanto de gobierno como de la iniciativa privada para superar las deficiencias.

En la actualidad, difícilmente puede imaginarse una actividad económica que no esté inmersa en un proceso de mejora continua que tienda a elevar la calidad de sus productos y servicios y el sector turístico mexicano no será la excepción.

En una actividad intensiva en uso de mano de obra como es el turismo, donde esos trabajadores tienen contacto directo y personal con los clientes, la calidad de su preparación es fundamental y debe constituir una oportunidad para demostrar que existe una ventaja con relación a los competidores porque los servicios no sólo se proporcionan con calidad, sino que son brindados con la calidez tradicional de los mexicanos.

Por ello, la atención a la formación de los recursos humanos para el sector turístico, la capacitación y la actualización permanente de los prestadores de servicios, así como el fortalecimiento de la cultura turística, son temas prioritarios en la estrategia de desarrollo turístico de México.

Turistas totalmente satisfechos implica identificación de mercados, promoción de la oferta e información sobre la riqueza natural y cultural que puede ser disfrutada. Pero también un servicio de calidad, precio competitivo, calidez en el trato y actividades diversificadas.



Programa Nacional de Turismo 2001-2006

A diferencia de otros periodos, se buscará impulsar la atención prioritaria en el enorme mercado nacional, insistiendo en su rentabilidad económica por los diferentes segmentos y clases que lo integran y destacando su rentabilidad social.

EJE 2. TURISTAS TOTALMENTE SATISFECHOS

Objetivos sectoriales:

- | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>6. Fortalecer la promoción turística</p> <p>7. Ampliar la cobertura de los servicios de información, seguridad y asistencia al turista</p> | <p>8. Mejorar la calidad de los servicios turísticos</p> <p>9. Impulsar el desarrollo del turismo doméstico</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Eje 3: Destinos sustentables

Propiciar el desarrollo sustentable en el turismo es parte de un compromiso universal.

Destinos sustentables y altamente competitivos, que sean respaldados con calidad integrada en los servicios y procesos de atención, proveerán la base para potenciar la actividad turística nacional, contribuyendo a contar con turistas totalmente satisfechos.

La creciente tendencia por la sustentabilidad se funda en las políticas internacionales adoptadas desde 1987, a raíz de informe que la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo presentó a la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas.

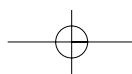
En aquella ocasión se definió a una sociedad sustentable como la que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer las suyas.

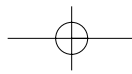
La “Cumbre de la Tierra”, celebrada en Río de Janeiro en 1992 y auspiciada también por la ONU, dio amplitud al concepto con el objetivo central de crear un marco que asegure el mejoramiento en la calidad de vida asociando formas de coordinación, gestión económica y social que contribuyan a consolidar las capacidades locales.

EJE 3. DESTINOS SUSTENTABLES

Objetivos sectoriales:

Posteriormente la Organización Mundial de Turismo (OMT) y otras organizaciones integran en 1995 la Agenda XXI para la Industria de Viajes y Turismo, cuyo programa de acción orienta y apoya a los organismos gubernamentales responsables del turismo, a las administraciones turísticas nacionales y a los representantes comerciales y las empresas, a comprometer su potencial hacia el logro del desarrollo sustentable local y nacional.





SUSTENTABILIDAD, ORIGEN Y CONCEPTO

La creciente tendencia por la sustentabilidad se funda en las políticas internacionales adoptadas desde 1987, a raíz del informe que a Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo presentó a la Asamblea General de las Naciones Unidas.

En su reporte se define una sociedad sustentable como aquella que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de generaciones futuras para satisfacer las suyas.

La "Cumbre de la Tierra", celebrada en Río de Janeiro en 1992 y auspiciada por la ONU, amplió el concepto para crear

un marco que asegure el mejoramiento en la calidad de vida y la competitividad a largo plazo a cada destino turístico; asociando formas de coordinación, gestión económica y social que consoliden las capacidades locales.

México adopta, en el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, el concepto de la sustentabilidad como política fundamental de desarrollo, entendida como concepto y condición de toda acción turística a fin de mantener el ciclo de servicio entre el hombre y su entorno, con respeto a los recursos naturales y culturales y defendiendo su identidad, creencias y tradiciones.

Al igual que otros países, México adopta ya la sustentabilidad como política fundamental de desarrollo, entendida como concepto y condición de toda acción turística a fin de mantener el ciclo de servicio entre el hombre y su entorno, con respeto a los recursos naturales y culturales y defendiendo su identidad, creencias y tradiciones.

Además se incorpora a todos los sectores del ejecutivo, por línea expresa, dentro del propio Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006.

Si el desarrollo turístico no es sustentable, simplemente no será.

Eje 4: Empresas competitivas

En la administración moderna uno de los paradigmas imperante es el de la competitividad, entendida como la capacidad para obtener beneficios por encima de las empresas del mismo sector de manera sostenida a lo largo del tiempo.

Esta competitividad se centra en la construcción de ventajas que pueden presentarse en tres vertientes: 1) Por una mejor estructura de costos; 2) Por una diferenciación que percibe el consumidor o; 3) Por un mejor enfoque en puntos destacados de la gestión.

Las fuerzas competitivas* que inciden sobre lo anterior son:

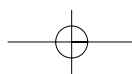
- Las barreras de entrada
- El papel de los compradores
- El papel de los proveedores
- La situación de las industrias conexas
- La rivalidad de las empresas

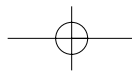
*Basado en el "Diamante competitivo" del Dr. Michel Porter

La conformación de conglomerados (clusters) geográficos en los que se concentran compañías interconectadas en una actividad similar, aunque en principio pareciera inherente al turismo, en la práctica de los destinos mexicanos no lo es, lo que se traduce en una desventaja competitiva.

La competitividad se traduce finalmente en el valor percibido de las experiencias adquiridas por los turistas, por lo que la estrategia debería orientarse, a partir de la construcción de los conglomerados, a satisfacer de mejor manera las necesidades, deseos y expectativas de los turistas, es decir a ofrecer una experiencia de mayor valor que la de los competidores.

La competitividad se traduce finalmente en el valor percibido de las experiencias adquiridas por los turistas.





Programa Nacional de Turismo 2001-2006

EJE 4. EMPRESAS COMPETITIVAS

Objetivos sectoriales:

- 14. Fortalecer la modernización de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) turísticas
- 15. Desarrollar productos turísticos competitivos

Código ético mundial para el Turismo

En la Asamblea General en Santiago de Chile el primero de octubre de 1999 los miembros de la Organización Mundial del Turismo (OMT), representantes del sector turístico mundial, delegados de Estados, territorios, empresas, instituciones y organismos reunidos concluyeron en lo siguiente:

Se afirma el derecho al turismo y a la libertad de desplazamiento turístico.

Se expresa la voluntad de promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad y en un entorno de economía internacional abierta y liberalizada.

Por lo tanto se adopta el:

Código ético mundial para el Turismo

1. Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuos entre hombres y sociedades. (Valores éticos comunes de la humanidad)
2. El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo. (El turismo como medio privilegiado del desarrollo individual y colectivo)
3. El turismo, factor de desarrollo sostenible. (Salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales)
4. El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad. (Respeto por el patrimonio artístico y arqueológico)
5. El turismo, actividad benéfica para los países y las comunidades de destino. (Participación equitativa entre las actividades y las políticas)
6. Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico. (Facilitar la práctica el turismo)
7. Derecho al turismo. (Acceso directo y personal que sea un derecho abierto por igual para todos)
8. Libertad de desplazamiento turístico. (Gozar de los derechos de los países visitados)
9. Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico. (Garantizar este derecho a los trabajadores)
10. Aplicación de los principios del Código ético mundial para el turismo. (Se aplicarán estos principios y se reconocerá el papel de todos los participantes)

