

Turismo, Sostenibilidad y Cambio Climático Hacia Un Nuevo Paradigma Turístico⁹⁴

Fernando Prats Palazuelo

Arquitecto-Urbanista. Arquitectos, Urbanistas, Ingenieros,
Asociados (AUIA)



RESUMEN

La ponencia se inicia con la emergencia de la Sostenibilidad y el Cambio Climático como nuevos referentes globales y sus relaciones con el Turismo. Tras apuntar el agotamiento del ciclo de “crecimiento ilimitado”, la ponencia aboga por un nuevo paradigma turístico en clave sostenible y basado en tres compatibilidades: la recualificación integral del sistema turístico, la optimización de sus oportunidades socioeconómicas y la reducción del impacto ambiental y climático. Se incorpora un Anexo con un Informe de la OMT sobre el turismo y el cambio climático.

1. SOSTENIBILIDAD Y TURISMO, UNA SIMBIOSIS IMPRESCINDIBLE

1.1. La sostenibilidad, un nuevo referente en la relación sociedad humana - biosfera

En un mundo cada día más afectado por la velocidad de los cambios y el aumento de las incertidumbres, las relaciones entre sociedad humana y naturaleza constituyen una preocupación de primer orden, convirtiéndose en un factor determinante del futuro. Efectivamente, la evidencia científica confirma que los frágiles ciclos biosféricos que regulan la vida en el planeta se están viendo seriamente afectados por una expansión sin precedentes de la presión humana (especialmente en el último medio siglo), lo que ha puesto en el orden del día la necesidad de reducir la carga ambiental inducida por nuestros patrones de desarrollo.

Sin embargo, la percepción sobre la importancia de la cuestión medioambiental es relativamente reciente. Las primeras manifestaciones institucionales sobre el tema tienen lugar hace poco más de treinta años, en la Conferencia de Estocolmo de NNUU sobre Medio Ambiente (1972), aunque sólo con el “Informe Brundtland” elaborado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente en 1987 y las Cumbres

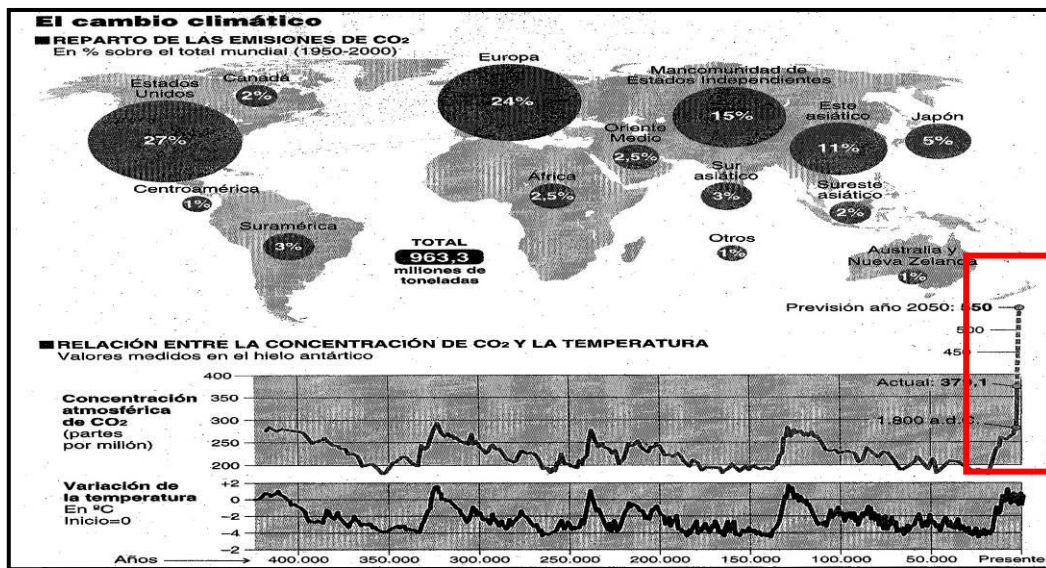
⁹⁴ Ponencia elaborada a partir del Informe “Hacia un nuevo paradigma turismo-sostenibilidad en España” para el “Plan Estratégico Horizonte 2020 del Turismo Español”.

de Naciones Unidas (en adelante NNUU) de Río (1992) y Johannesburgo (2002), el tema cobra un auténtico interés social.

Pero es en los últimos años, en torno a los acuerdos de Kioto I (1997) y Nairobi (2006) y a la conjunción de una serie de publicaciones como el Millennium Ecosystem Assessment de NNUU (2005), el Informe Stern (2006), los sucesivos dictámenes del Panel Intergubernamental del Cambio Climático en París (2007), Bruselas (2007) y Bangkok (2007), o el Nóbel de la Paz de 2007, cuando la necesidad de abordar a fondo la cuestión de la sostenibilidad como un desafío integral y urgente, que interrelaciona los aspectos económicos, sociales y ecológicos, se sitúa en el centro de atención de los gobiernos, empresas y de la sociedad en general.

La dimensión y velocidad del “Cambio” en los últimos 50 años

Cambios en la temperatura/CO2 (a partir de la media de 1961-1990)



Fuente: The Atlas of Climate Change The Woods Hole Research Center y Organización Meteorológica

Así pues, considerando el tema con perspectivas de futuro, asistimos a un progresivo cambio de paradigma, de pautas culturales, políticas, energéticas, económicas, técnicas y legales en la relación sociedad - biosfera que, con el objeto de reducir una carga ambiental y una huella ecológica inviables a largo plazo, irán afectando a las principales actividades socioeconómicas y, entre ellas, al turismo.

1.2.- Porqué el turismo ha de comprometerse con la sostenibilidad

Existen múltiples razones concurrentes para que el turismo reformule su propio paradigma en clave de sostenibilidad, incorporándose decididamente a los nuevos tiempos.

- **Los procesos globales y el cambio climático.** Sería impensable que un sector de la importancia del turismo, que constituye un auténtico factor de desarrollo, que mueve anualmente 547.000 Millones de euros en el área internacional (dato facilitado para 2005 por la Organización Mundial de Turismo (en adelante OMT)), que ofrece transporte, alojamiento y una multitud de servicios a más de 800 millones de turistas internacionales (la OMT calcula que la tendencia de crecimiento actual supondría la duplicación de este flujo en 2020) y a unas diez veces más de nacionales, y que utiliza como destinos los lugares más atractivos y frágiles del planeta, pueda situarse al margen de los cambios descritos.

Por el contrario, la incidencia de los cambios reales, muy especialmente del energético y climático (la OMT estima que la “huella de carbono” imputable al turismo equivale al 5% del total mundial. Davos-2007)), y la creciente línea de compromisos internacionales y europeos con relación a la reducción del impacto ambiental y climático, la energía, la calidad del agua y de la atmósfera, los transportes, la edificación, la biodiversidad, los espacios naturales protegidos etc. afectarán cada día más profundamente al sector turístico, tanto en las escalas globales como locales.

- **Unos turistas cada vez más exigentes.** Se podrá discutir sobre el valor y profundidad de la sensibilización de los turistas con relación a la sostenibilidad ambiental y sociocultural, pero existen pocas dudas de que esa preocupación constituye ya, y lo será cada vez más, una de las dinámicas transformadoras de la demanda turística y, muy especialmente, de sus segmentos más interesantes.

Tanto es así, que el “factor sostenible” está obligando a rediseñar el concepto de calidad de los servicios en el conjunto de la “cadena de valor” turística – desde los servicios (en origen y destino) y el transporte, hasta los destinos – y que los sistemas de indicadores y de certificación vigentes en el sector se están viendo obligados a avanzar hacia un concepto de “calidad integral” que incorpora no sólo la consideración del producto turístico, sino también sus relacionadas con el medioambiente y las temáticas sociales y culturales propias de cada lugar (sistemas certificadores de cuarta y quinta generación).

- **La calidad integral y la diferencialidad de los destinos turísticos.** También puede afirmarse que la cuestión de la sostenibilidad, concebida como calidad integral, en sus aspectos ecológicos, socioculturales y

patrimoniales, se sitúa, cada vez con más fuerza, en el corazón del atractivo integral de los destinos turísticos.

Precisamente, estos valores, vinculados con la calidad e identidad social, el entorno natural, el paisaje urbano, el patrimonio cultural, pero también, y cada vez más, con los procesos sobre los ciclos del agua, los materiales/residuos, la energía y las emisiones atmosféricas, etc. son los que marcan y marcarán en el futuro las diferencias a la hora de elegir los destinos vacacionales.

- **La relación entre viabilidad/competitividad económica y la sostenibilidad.** Más allá de las cuestiones planteadas y en clave meramente económica y empresarial, parece claro que hablar hoy de VIABILIDAD Y COMPETITIVIDAD en turismo pasa por desarrollar procesos de innovación y adaptación que incorporen la SOSTENIBILIDAD en su sentido más amplio, como un aspecto central en los distintos eslabones de su “cadena de valor”.

Por ejemplo, sólo con esa visión amplia del conjunto del sector se puede comprender la incidencia que la relación energía-cambio climático puede llegar a tener sobre el transporte (y la aviación en particular) y cómo el encarecimiento previsto del petróleo y las medidas de reducción del impacto ambiental pueden llegar a tener profundas consecuencias sobre el conjunto del sistema turístico al incidir sobre algo tan sensible como los precios/tarifas de los desplazamientos.

- **La calidad de vida de las poblaciones locales.** Finalmente, pero no en último lugar, hay que tener muy presente que el objetivo-país de cualquier desarrollo económico debe relacionarse con el bienestar social y la calidad de vida de sus poblaciones.

Y hoy, el turismo constituye un factor de desarrollo deseado por todos los países, desarrollados y emergentes, que, sin embargo, cuando desborda la capacidad de carga de los sistemas locales, puede inducir pérdidas importantes en los entornos vitales, patrimoniales y en la calidad de vida de las poblaciones afectadas.

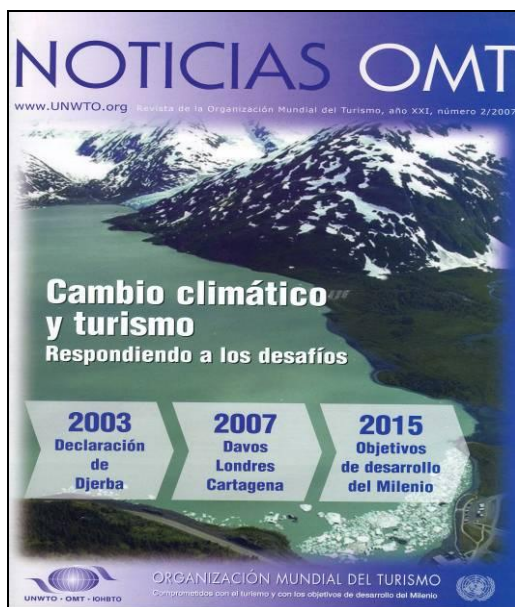
1.3.- La incorporación de los desafíos climáticos a las estrategias turísticas mundiales y europeas

En el ámbito internacional, tanto en NNUU como en la UE, se plantea que los dos principales desafíos globales, a los que ha de hacer frente la humanidad de forma inmediata, son el cambio climático y la pobreza. Y la OMT, en el ámbito del turismo, reconoce que esta actividad, una de las más importantes del mundo, puede, a su vez, tener un papel central en ambos temas.

Con relación a la cuestión del cambio climático y el turismo, más allá de la posición de principios adoptados en la “ Declaración de Djerba (2003)”, hay que reconocer que todavía no se ha avanzado demasiado en el conocimiento sobre las repercusiones que este reto supone para el turismo y para las grandes regiones del mundo.

Y sin embargo, todo apunta a que la consideración de la interrelación entre turismo, cambio climático y pobreza, requiere responder a nuevos desafíos que, a su vez, podrían obligar a actualizar los discursos vigentes, lo que ha llevado a la propia OMT a redoblar sus esfuerzos – reuniones en Davos, Londres y Cartagena en 2007 – para reflexionar en torno a los temas planteados.

La OMT relanza en Davos (2007) el debate sobre la necesidad de asimilar la importancia del Cambio Climático



EMISIONES DE CO ₂ (MT) DEL TURISMO EN 2005	
	985
Total transporte y movilidad	
	319
Total alojamiento y actividades	
TOTAL TURISMO	1.304
%TURISMO/ MUNDO	4,95%
ORIENTACIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Reducir el uso de energía y mejorar su eficiencia • Utilizar energías renovables • Compensar emisiones de carbono 	

¿Deberían de innovarse los discursos sobre el turismo aceptando que existen límites de carga ambiental globales que no deberían de desbordarse? ¿Cómo habría que reconfigurar las estrategias turísticas en las distintas regiones del mundo para que contribuyeran a la reducción de la carga ambiental y climática, aprovechando, a la vez, sus potencialidades frente a la pobreza?

¿Cómo compatibilizar la necesaria reducción global de las cargas ambientales y las legítimas aspiraciones al desarrollo de un turismo eco-responsable en las regiones menos favorecidas y con menor impacto ambiental exportado? ¿Existen otras opciones turísticas interesantes en las regiones más desarrolladas del mundo, que no pasen necesariamente por el constante e ilimitado aumento de sus flujos turísticos y permitan, a la vez, significativas reducciones de impacto ambiental?

¿No es oportuno reformular la reflexión sobre los escenarios de futuro utilizados, de forma que se contrasten sus efectos climáticos con otros “alternativos” que pudieran resultar más eficientes? ¿Debería de revisarse el contenido de los “ranking” sobre turismo internacional contemplando otros que relacionen la optimización de las oportunidades socioeconómicas y los límites de carga ambiental, muy especialmente, del cambio climático?.

¿No ha llegado el momento de actualizar los paradigmas turísticos actuales, inclusive los “sostenibles” (centrados hasta ahora en la escala local), para adaptarlos a nuevos retos globales, reconocidos e impostergables? ¿De cuánto tiempo disponemos para reformular y llevar a la práctica los nuevos paradigmas?

2. EL PLAN HORIZONTE 2020: DEL “CRECIMIENTO ILIMITADO” A LA REQUALIFICACIÓN INTEGRAL DEL SISTEMA TURÍSTICO EN CLAVE DE SOSTENIBILIDAD

2.1. El agotamiento del ciclo turístico iniciado en los sesenta

El “milagro” del turismo español, que ha convertido actualmente a España en el 2º destino mundial, surge de la confluencia de diversos factores: el despegue socioeconómico europeo tras la 2ª guerra mundial; la disponibilidad de energía a bajo coste para viajar; la proximidad de un destino/país barato, seguro y con excelentes recursos socioculturales y naturales (clima y litoral) sin explotar y con capacidad de carga “virgen”; y la apuesta del país (del gobierno y una serie de empresarios hoteleros) para crear un sistema de infraestructuras (acceso y alojamiento) capaces de acoger una potentísima demanda turística de masas centrada en el producto del “sol y playa”.

Factores de cambio

Sin embargo, tras cuarenta años de crecimiento turístico, seis temas centrales están induciendo un cambio sustancial sobre las claves que sustentaron el ciclo turístico español en las últimas décadas.

- **Estancamiento/ineficiencias de la economía turística.** Apunta, más bien, el agotamiento de tendencias y del ciclo anterior. La integración, homologación y comparación de los principales datos sobre la evolución del turismo internacional y nacional en el período 2001 – 2006 (a partir de información procedente del Instituto de Estudios Turísticos (IET), el Banco de España (BE) e Instituto Nacional de Estadística (INE)), indica que los parámetros económicos clave (y la rentabilidad del sector) – el impacto económico, las pernoctaciones o el gasto medio diario – se han ralentizado o están prácticamente estancados desde principios de siglo.
- **Las “mutaciones” en torno al concepto y organización del ocio vacacional.** No se trata sólo de afrontar las demandas de un turista más maduro y exigente, sino de asimilar creativamente una transformación de fondo sobre el concepto y el valor del ocio con importantes consecuencias sobre la personalización de la satisfacción de la experiencia vacacional, la selección de destinos, los sistemas de información y contratación, las formas de viaje y estancia (incluida la expansión indiscriminada del “bajo costo” y su repercusión a la baja sobre el gasto medio diario), los servicios demandados en origen y destino, etc. Asistimos, sin duda, a auténticos cambios cualitativos que están y van a transformar la actividad turística en el mundo.
- **Las claves de competitividad ya no podrán basarse en la relación precio-calidad de antaño.** Las claves de la competitividad-país ya no podrán basarse en la relación bajo precio - alta calidad que ofrecía España al inicio del ciclo turístico. Nuestros precios están hoy condicionados por el elevado nivel socioeconómico del país y por el correspondiente coste de los recursos humanos y de los servicios ofertados.

Y la calidad de nuestra oferta, ya no puede basarse en unos recursos naturales y culturales “vírgenes” que, además, no han dispuesto de una planificación estratégica capaz de preservarlos de una carga ambiental desproporcionada. Restablecer una nueva relación precio – calidad, basada en la revalorización a fondo y en clave sostenible del sistema turístico español y sus destinos, constituye uno de los retos clave del futuro.

- **El desbordamiento de la “capacidad de carga integral” del litoral y de sus destinos más emblemáticos.** La creciente “litoralización” del desarrollo español en el último medio siglo ha cambiado la geografía humana de país: el 36% de la capacidad alojativa total se concentra hoy, en los municipios costeros, es decir, sobre el 7% del territorio nacional. Y

la “Estrategia para la Sostenibilidad de la Costa” apunta que el 36% de la costa mediterránea ya está urbanizada, mientras que los informes de Greenpeace o el exhaustivo estudio realizado por Exceltur en dicho litoral indican que todavía existen crecimientos comprometidos del 300% sobre la capacidad de alojamiento actual (suelo vacante y urbanizable). Un disparate.

Los principales destinos turísticos del litoral español, mal clasificados en el “ranking” mundial del “National Geográfico’s Traveler”



Fuente: National Geográfico’s traveler

Y aunque no puede responsabilizarse indiscriminadamente de ello al turismo – la vivienda habitual representa actualmente el 45%, la segunda residencia el 39% y la oferta turística reglada sólo el 12% de la capacidad alojativa total del litoral mediterráneo y las islas – lo cierto es que el resultado final del ciclo de “crecimiento urbanístico ilimitado” ha desbordado la capacidad de carga del litoral y ha terminado por deteriorar seriamente su estructura ambiental y la calidad integral de importantes destinos turísticos.

Para finalizar la descripción de la evolución de algunos destinos maduros del litoral, auténticos buques insignia del turismo español, hay que añadir que la “congestión urbanística” se está convirtiendo en un factor de expulsión de los segmentos turísticos más exigentes e interesantes para el país, tal y como informan diversos estudios, incluidos los de Egatur, en los que se apunta que los turistas menos satisfechos con la situación descrita son los de mayor capacidad de gasto.

La situación de la Costa del Sol: el “Plan Cualifica”

“El crecimiento urbanístico en los últimos 50 años en la provincia de Málaga prácticamente ha cuadruplicado la capacidad de alojamiento de la zona y, sólo en los últimos 30 años, sus densidades de oferta se han casi duplicado, ocupando una gran parte de su línea costera (más del 50% del 1 Km de fondo está ocupado) superando las 1.600 plazas por Km²”.

“La expansión territorial urbanística está afectando a la competitividad estratégica turística y residencial de la Costa del Sol, habiéndose detectado fugas de sectores cualitativos de la demanda, así como a la propia población malagueña, que percibe problemas de tráfico, ruido y otros relacionados con la creciente congestión urbanística”.

“Las hipótesis de crecimiento hablan por sí solas y anticipan un panorama de pérdida progresiva de valor y rentabilidad, con procesos sostenidos de sustitución de segmentos de alto perfil turístico y residencial por otros menos rentables, todo ello en un entorno de progresiva pérdida de eficiencia económica y de calidad de vida por parte de la población residente”.

Fuente: Plan Cualifica. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía

Todo indica que la cuestión del litoral y sus destinos turísticos se ha convertido en uno de los desafíos clave de un nuevo ciclo turístico y que ha llegado el momento de finiquitar las pautas del llamado “crecimiento ilimitado”, reformulando en clave de sostenibilidad las estrategias turísticas vigentes durante los últimos cuarenta años.

- **La emergencia turística en el interior del país.** España cuenta con importantísimos recursos naturales y culturales. El millar de Espacios Naturales Protegidos existentes, podría verse incrementado con la “Red Natura 2000” y sus “Lugares de Interés Comunitario” con 11,5 millones de Ha, el 21,47% de la superficie del país. Y, con relación a la riqueza cultural, España acoge unos recursos muy importantes que en 2005, con 40 sitios, representaban el 5% de los reconocidos en el mundo por UNESCO como “Patrimonio de la Humanidad”.

Esa riqueza patrimonial constituye hoy la base de un turismo emergente en el interior del país, muy interesante por sus efectos reequilibradores, territoriales y socioeconómicos, y por su potencial carácter desestacionalizador, que obliga a innovar a fondo las estrategias y los proyectos en clave de sostenibilidad para optimizar las oportunidades existentes y evitar, a la vez, los errores cometidos en los destinos costeros.

- **La creciente incidencia del deterioro medioambiental “global” y de los correspondientes compromisos internacionales.** Como ya se ha dicho en las primeras partes del Informe, la incidencia de los procesos medioambientales globales y las correspondientes acciones de

mitigación/adaptación, constituyen en la actualidad uno de los factores de cambio más significativos y desconocidos para el turismo español.

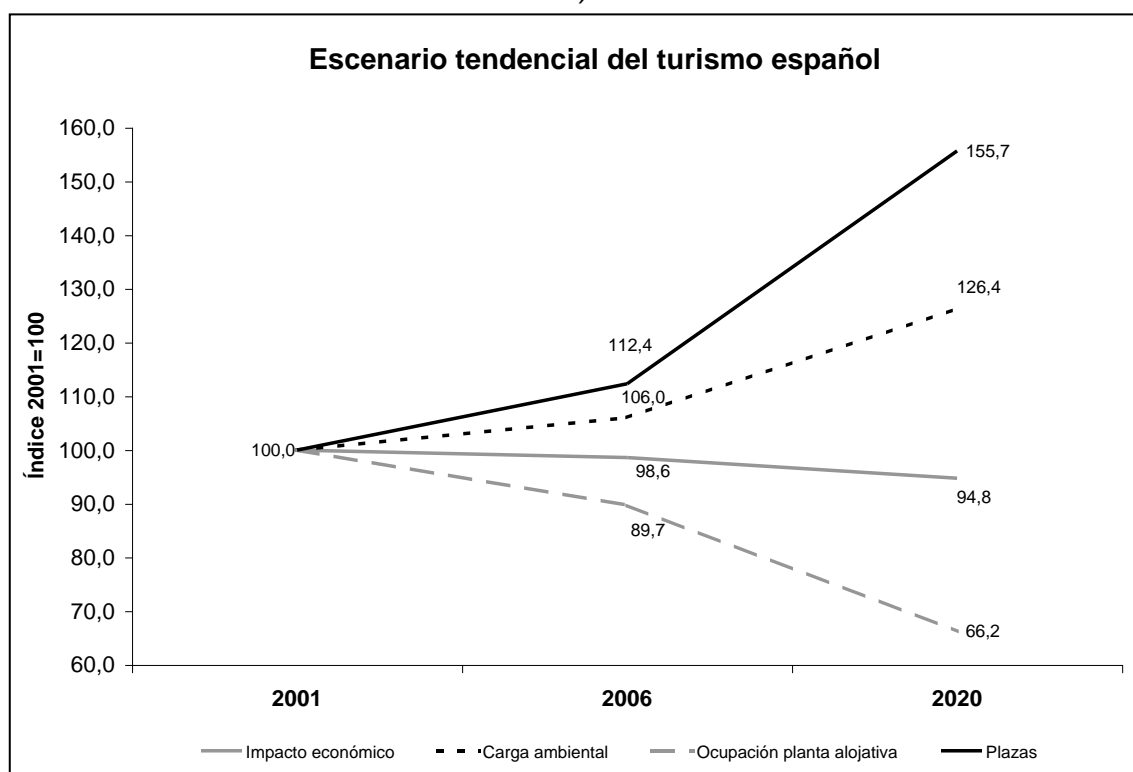
Por ello, el turismo español deberá trabajar al respecto en diversos frentes: más conocimiento sobre los efectos en los distintos eslabones de la cadena de valor, alineamiento con los compromisos internacionales (principalmente Kyoto 2012 y 2020) y más criterios para la correspondiente adaptación a los cambios que vienen. Y todo ello, desde la escala nacional hasta cada uno de los destinos del país.

El “Escenario Tendencial”, también avala la necesidad de un cambio de paradigma

Trabajar en clave de sostenibilidad, requiere anticipación y, por lo tanto, reflexión en torno a escenarios de futuro; máxime, cuando se trata de abordar el “Plan Horizonte 2020 del Turismo Español (Turismo 2020)”, cuyo título refleja la necesidad de pensar y debatir sobre el sector a medio y largo plazo. Con esa perspectiva se ha elaborado una simulación del “Escenario Tendencial” al año 2020, sin pretender con ello la imposible predicción de un futuro incierto, sino aflorar las oportunidades y retos implícitos en las tendencias vigentes.

Para ello, se ha proyectado al año 2020 el comportamiento de nueve indicadores agregados clave del turismo español,- internacional y nacional,- durante los últimos cinco años (2001-2006) a partir de fuentes del IET, INE y BE, en valores monetarios constantes de 2001 (a falta de datos específicos, se estima que la ecoeficiencia media del sector no varía). Y tomando como índice de referencia el de 100% para el valor de los indicadores en 2001, se ha proyectado su evolución tendencial para los años 2006 y 2020.

“Escenario Tendencial”: el comportamiento de los indicadores clave (2001-2006-2020)



Fuente: Elaboración propia

Más allá del incremento de deterioro de los destinos turísticos más tensionados, el litoral entre ellos, las conclusiones de esta simulación quedarían expresadas en la coexistencia de una serie de procesos (los índices económicos reflejan valores constantes 2001):

- Estancamiento de los ingresos-país. Se mantendría la paulatina reducción de la estancia media, el relativo estancamiento de las pernoctaciones y del gasto medio diario, lo que se traduciría en un comportamiento similar de los ingresos-país.
- Exceso de plazas y baja ocupación. A pesar de la evolución descrita, seguiría creciendo la oferta de plazas alojativas con lo que se estimularía, aún más, la caída del nivel de ocupación, siendo este último indicador muy representativo de la rentabilidad de las empresas de alojamiento reglado (hoteleros, etc.).
- Aumento de viajes y de la carga ambiental/climática. El aumento de la rotación (por reducción de la estancia media) incrementaría el número de viajes, lo que contribuiría a un crecimiento de la carga ambiental sobre unos ecosistemas ya desbordados, a pesar del relativo estancamiento de las pernoctaciones.

En resumen, un escenario desalentador que anima a renunciar a la inacción e invita a inaugurar un nuevo ciclo turístico que, basado en la sostenibilidad, ofrezca unas perspectivas generales más atractivas y solventes para los intereses generales del país.

2.2. “TURISMO 2020”: recualificación integral, optimización socioeconómica y menor impacto ambiental y climático

La **LÍNEA ESTRATÉGICA** propuesta desde el Área de Sostenibilidad del “TURISMO 2020” se cifra en una apuesta por la reformulación de un nuevo paradigma turístico:

“IMPULSAR UNA RECUALIFICACIÓN INTEGRAL DEL SISTEMA TURÍSTICO QUE REDUZCA SU IMPACTO AMBIENTAL/CLIMÁTICO Y, A LA VEZ, OPTIMICE SUS OPORTUNIDADES SOCIOECONÓMICAS”

Efectivamente, las pautas de “crecimiento urbanístico ilimitado” deben de dar paso a un nuevo ciclo turístico que apueste por la calidad, la eficacia y la eficiencia de la “cadena de valor” en el marco de una capacidad de carga ambiental, global y local, limitada.

Se trata de cambiar las prioridades y sumar fuerzas y recursos para alcanzar los objetivos propuestos dentro del amplio espectro del “turismo de masas” que constituye nuestro mercado principal. Ello requiere concentrar los principales esfuerzos en una progresiva y razonable mejora de ciertos factores que son la llave que permitirá contener el crecimiento urbanístico y reducir la carga ambiental optimizando los resultados económicos.

La apuesta por esa nueva relación calidad – precio del turismo español, pasa por la recualificación integral y a medio plazo de la “cadena de valor” del turismo y, muy especialmente, de sus destinos más maduros y masificados del litoral, incluida la generación de subsistemas turísticos sostenibles y de gran valor natural y cultural, en el interior del país.

Cinco objetivos estratégicos y una condición

La recualificación del sistema turístico en clave de sostenibilidad, se configura en torno a 5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS y una CONDICIÓN:

UNO. Revalorizar la satisfacción de la experiencia turística a lo largo de la “cadena de valor”, potenciando la diversificación territorial, la diferenciación, la autenticidad vinculada a los valores naturales y culturales y la desestacionalización de la temporada turística.

DOS. Garantizar la calidad del entorno de cada lugar y sociedad, asegurando la integración y bienestar social, seguridad y salubridad, así como la participación social en las estrategias de desarrollo turístico en los destinos.

TRES. Obtener la máxima rentabilidad socioeconómica posible por unidad de capacidad de carga sostenible y de inversión, a través de una oferta de servicios profesionalizados de calidad y amplia temporada como factor clave para fortalecer la economía, la rentabilidad y el empleo local.

CUATRO. Colaborar al reequilibrio territorial litoral-interior y asegurar la preservación de los ecosistemas vitales y patrimoniales del país.

CINCO. Adaptar el desarrollo turístico a los límites de carga ambiental, tanto locales como globales, tomando en consideración los límites críticos y el cambio climático.

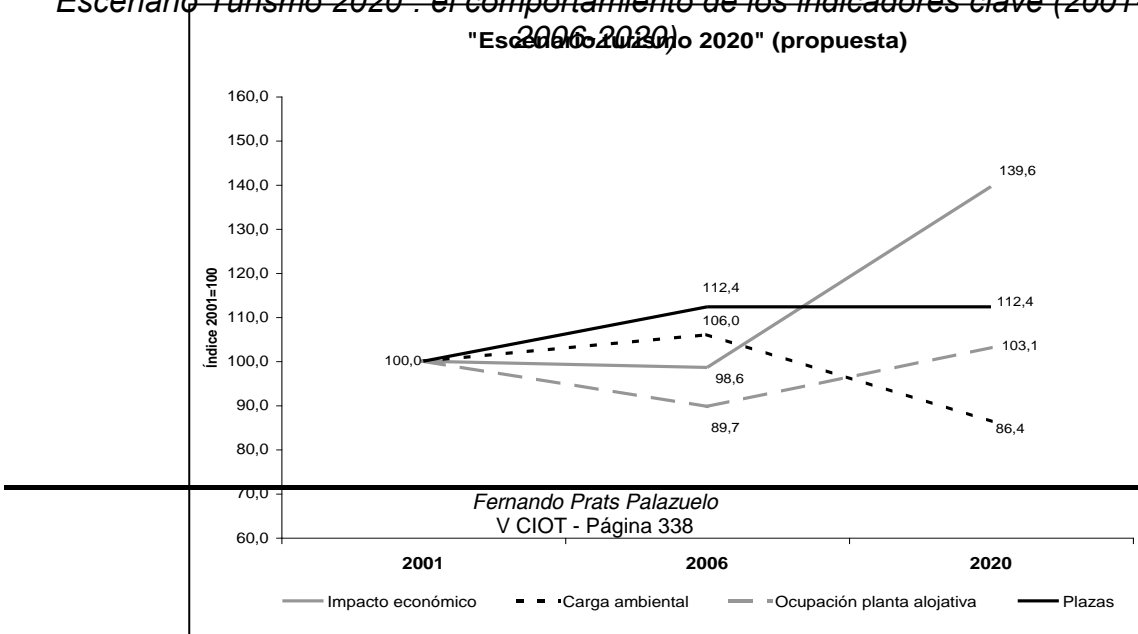
LA CONDICIÓN: alcanzar tales objetivos requiere un LIDERAZGO PÚBLICO COMPROMETIDO, la cooperación interadministrativa y la buena "GOBERNANZA" institucional en todos sus niveles y campos de actuación, muy especialmente en los municipios costeros, así como la disposición de un razonable sistema financiero y fiscal en los destinos.

“Escenario TURISMO 2020”: una estrategia alternativa necesaria y posible

En correspondencia con el “Escenario Tendencial” y los nueve indicadores clave allí utilizados, se ha elaborado una propuesta estratégica alternativa a la que se ha llamado “Escenario TURISMO 2020”; pero, en vez de proyectar al 2020 su comportamiento durante el período 2001-2006, se han introducido una serie de correcciones en ciertos parámetros clave.

Como antes, tampoco se trata aquí de predecir un futuro alternativo, sino más bien de facilitar la reflexión en torno a las ventajas e inconvenientes de una nueva estrategia de referencia que sustituya a las pautas de desarrollo vigentes. También aquí se ha tomado como índice de referencia el de 100% para el valor de los indicadores en 2001 y se han calculado los correspondientes índices para los años 2006 y 2020. (los índices económicos reflejan valores constantes 2001)

~~“Escenario Turismo 2020”: el comportamiento de los indicadores clave (2001-2006-2020)~~
 “Escenario Turismo 2020” (propuesta)



Las conclusiones de esta simulación estratégica alternativa quedarían expresadas en los siguientes puntos:

- **Un nuevo equilibrio ecológico – económico** en el que sería posible contener el crecimiento urbanístico, reducir la carga ambiental/climática (imputando los viajes) y, a la vez, mejorar el resultado económico del país, destinos y empresas, incluida la ocupación del parque alojativo.

El concepto de contención del crecimiento se concibe como un marco en el que, en el litoral, habrían de formularse propuestas de reducción, redistribución y recualificación del parque existente y, en el interior, fortalecerse algunos proyectos sostenibles de alto interés territorial.

La reducción de la carga ambiental se alinea con los objetivos de las propuestas de la “Estrategia Española contra el cambio climático” actualmente en elaboración y es viable como resultado de contención del crecimiento urbanístico, de impulsar ambiciosos programas de mejora de la ecoeficiencia general y de los destinos y de favorecer la estancia en el país por parte del trismo nacional por su menor factura en transporte.

La mejora de la ocupación del alojamiento turístico se produciría como consecuencia de un triple proceso: contención del crecimiento de la oferta, incremento de las pernoctaciones y estabilización de la estancia media.

- **La viabilidad del escenario se basaría en la obtención de mejoras razonables en una serie de factores clave.** Principalmente en las pernoctaciones, preferentemente como corrección de la estacionalización y el fortalecimiento de los destinos del interior; en el gasto medio diario, producto de la progresiva mejora de la calidad integral de los distintos eslabones de la “cadena de valor turístico”, de los destinos en particular, y de la correspondiente apuesta por trabajar de forma segmentada sobre la demanda turística (incluidos los flujos relacionados con los viajes de bajo coste); en la estabilización de la estancia media, mediante el aumento/enriquecimiento de las oportunidades de ocio en los destinos; y en la ecoeficiencia como resultado de importantes programas de ahorro de energía y reducción de la emisión de gases de efecto invernadero (GEI) sobre los sistemas de transportes, edificación y servicios relacionados con el turismo.

Lógicamente, el comportamiento del escenario descrito se modificaría si así lo hacen sus variables, permitiendo “jugar” con diversas combinaciones en el comportamiento de los indicadores clave para obtener resultados similares, mejores o peores. Así, mantener la evolución tendencial de las pernoctaciones del “Escenario Tendencial” (+0,2%/año) o la mayor intensidad de los programas de ecoeficiencia (+2,5%/año), podría minorar el impacto económico (+1,7%/año) pero, también, podrían duplicar la reducción de la carga ambiental (-2,3%/año) (los datos entre paréntesis indican el índice de variación medio anual entre 2006 y 2020)

En todo caso, adentrarse en escenarios de reducción de la carga ambiental al 2020, parece un objetivo irrenunciable y un punto de partida básico para afrontar objetivos más ambiciosos al año 2050.

2.3.- “TURISMO 2020”: Líneas de Actuación y Acciones Clave

De las consideraciones realizadas hasta el momento, cabe deducir que el cambio de paradigma turístico, además de VOLUNTAD Y LIDERAZGO PÚBLICO requiere un gran CONSENSO SOCIAL para desarrollar una ACCIÓN TRANSVERSAL COORDINADA, capaz de incidir adecuadamente sobre toda una serie de factores clave, de los que los seleccionados para elaborar los correspondientes escenarios sólo son una parte de un sistema complejo.

Por lo tanto, las Líneas de Actuación y Acciones Clave que a continuación se proponen desde el “Área de Sostenibilidad”, sólo cubren una parte de las que habría que poner en marcha para avanzar hacia un escenario turístico deseable en el 2020, dando por supuesto que desde el resto de las Áreas que configuran el “TURISMO 2020” se plantearán propuestas complementarias con las que aquí se hacen.

Con la idea de evitar la dispersión en el establecimiento de las propuestas, se han seleccionado 6 LÍNEAS DE ACTUACIÓN en torno a una serie de ideas fuerza vinculadas a la sostenibilidad: 1. LIDERAZGO COMPARTIDO; 2. COMPROMISOS EN TEMAS CLAVE Y EL CAMBIO CLIMÁTICO; 3. CONOCIMIENTO PARA EL CAMBIO; 4. CREACIÓN DE POTENTES PROTOTIPOS DE REFERENCIA; 5. ACCIONES CLAVE EXTRAORDINARIAS EN EL LITORAL Y EN EL INTERIOR; Y 6. TRABAJO EN RED PARA AVANZAR.

Junto a estas seis Líneas se proponen hasta 15 ACCIONES CLAVE que las desarrollan (se presenta a continuación una síntesis conceptual de las mismas); todas son muy importantes pero algunas de ellas constituyen auténticos “motores del cambio” sin las cuales sería muy difícil abrir nuevos caminos hacia el futuro.

1ª LÍNEA DE ACTUACIÓN

LIDERAZGO INSTITUCIONAL COMPARTIDO, BASADO EN LA COOPERACIÓN PÚBLICO – PRIVADA Y EN UNA “GOBERNANZA” EJEMPLAR PARA INICIAR UN NUEVO CICLO TURÍSTICO EN CLAVE DE SOSTENIBILIDAD

- **ACCIÓN 1. Un “TURISMO 2020” comprometido, compartido y con objetivos concretos evaluados en sucesivos Congresos 2008, 2012, 2016 y 2020**

El cambio de rumbo requerido no sólo necesita un buen Plan, sino que este se integre en las políticas del país (Estrategia Española de Desarrollo Sostenible) y se gestione como un plan-proceso de consecución de objetivos bien definidos a contrastar periódicamente. Y dado que se trata de innovar el pensamiento y la acción, nada más oportuno que concitar Congresos periódicos en los que contrastar opiniones, evaluar los avances e introducir las correcciones oportunas. El 1er Congreso (2008) debería servir para presentar un “TURISMO 2020” concreto con objetivos operativos a 2012 y estratégicos a 2020.

- **ACCIÓN 2. Creación de un “Observatorio Español del Turismo (OET)” y de un “Indicador de Sostenibilidad del Turismo Español (ISTE)” articulados en una red de Observatorios Territoriales**

El cambio de paradigma turístico reclama una redefinición de los indicadores clave que permitan su evaluación sistémica desde nuevas coordenadas, así como realizar un contraste permanente de la situación (elaboración de Informes Anuales) con relación a una serie de objetivos clave establecidos para cada una de las fases temporales del plan. Y ambos cometidos se corresponden plenamente con las tareas básicas de un Observatorio Español del Turismo Español que debería estar funcionando en 2010.

- **ACCIÓN 3. Propagación de “Estrategias Territoriales y Sectoriales Horizonte 2020”**

El principal cometido del “TURISMO 2020” es aportar/compartir orientación estratégica y desarrollar una serie de programas generales sin los cuales sería muy difícil avanzar. Porque el auténtico protagonismo del cambio corresponde a la propia innovación de las Estrategias Territoriales y Sectoriales elaboradas por los Gobiernos Autonómicos (como políticas integradas en las que participen diversos departamentos, entidades locales y organizaciones empresariales y sociales) y grupos de actores/empresas clave (públicos y privados) en los correspondientes eslabones de la cadena de valor turística. Un objetivo deseable sería que en 2012 hubieran podido innovarse dichas Estrategias a lo largo y ancho del país.

- **ACCIÓN 4. Institucionalización operativa de la figura de “Municipio Turístico” (o entidad equivalente) vinculada a compromisos de buena “gobernanza” y con un estatus financiero y fiscal adecuados**

Existe una amplia unanimidad de que este tema ha de ser resuelto con urgencia, máxime tras la experiencia del último “boom” especulativo. Pero, también hay que vincular los derechos conferidos a toda una serie de compromisos de buena “gobernanza” en torno a la gestión urbanística, el desarrollo de planes de acción sostenibles, la participación ciudadana, etc. Sería deseable que este nuevo estatus quedara establecido en 2010.

2ª. LINEA DE ACTUACIÓN

COMPROMISOS DE RESPONSABILIDAD CON RELACIÓN AL TURISTA, LA SOCIEDAD, EL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL Y LA MITIGACIÓN/ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO.

- **ACCIÓN 5. Códigos y compromisos con relación a la satisfacción turística, la calidad de vida de las sociedades locales y la utilización sostenible del patrimonio natural u cultural.**

Parecen acciones meramente formales, pero deberían de constituir el reflejo de un cambio de paradigma. El turismo español ha de aprovechar el “TURISMO 2020” para reposicionarse con fuerza ante la sociedad, haciendo gala no sólo de su indudable importancia socioeconómica, sino también de la asunción de las correspondientes responsabilidades sociales y ambientales. Este reposicionamiento se puede instrumentar a través de Códigos con compromisos operativos sobre cuestiones vitales para la sostenibilidad y la calidad del desarrollo y de vida del país. Se podrían elaborar y socializar a partir de 2010 para su presentación en el Congreso de 2012.

- **ACCIÓN 6. Progresivo alineamiento con los compromisos internacionales relacionados con los límites de carga ambiental y el cambio climático en los distintos territorios y eslabones de la “cadena de valor” turística**

Tema fundamental para la homologación ambiental del turismo. Se trata de evaluar, primero, para socializar, después, programas de trabajo que alineen progresivamente el sector, los distintos territorios y los diversos sectores de la “cadena de valor” (principalmente los destinos y las empresas y agrupaciones del transporte y servicios turísticos más importantes) con los grandes compromisos ecológicos nacionales (ej. el agua) e internacionales, muy especialmente el cambio climático 2012 y 2020. Aunque estos temas requieren realizar un serio trabajo experto previo, habría que tratar de formalizar, entre 2010 y 2012, los “compromisos” más relevantes.

3ª. LINEA DE ACTUACIÓN

CONOCIMIENTO, TALENTO Y EXPERIENCIA PARA IMPULSAR CON SOLVENCIA LA INNOVACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

- **ACCIÓN 7. Creación de una potente Red de inteligencia e innovación turística (una Agencia Público-Privada) capaz de desarrollar nuevos sistemas de información, investigación, herramientas, evaluación de escenarios, etc., instrumentados a través de un potente Portal-Red.**

Aunque este tema corresponde a otro Área del “TURISMO 2020” – CONOCIMIENTO – se quiere insistir en tres ideas centrales: 1. hoy, con relación al turismo, sabemos mucho de pocas cosas y poco de otras muchas que nos son imprescindibles en la nueva etapa; 2. por lo tanto, sin innovación en el

conocimiento no podrá inducirse el cambio de rumbo que requiere el turismo español; y, 3. finalmente, es fundamental que la sostenibilidad impregne todo el diseño del conocimiento que necesita el turismo. Esta Red debería formarse a partir de 2008 y estar plenamente operativa para 2012.

- **ACCIÓN 8. Incorporación de las bases estratégicas del “TURISMO 2020” a los planes de formación y realización de programas “urgentes” de I+D en torno a cuestiones clave: indicadores, procedimientos de recualificación integral de destinos, mitigación y adaptación al cambio climático, etc.**

La formulación y aplicación de un nuevo paradigma turístico requiere talento. Y ese talento se encuentra en las universidades, en las empresas y en las administraciones públicas, por lo que sería muy oportuno gestionar ante dichos estamentos la incorporación de las claves del “TURISMO 2020”. Esta incorporación y el lanzamiento de los “programas urgentes” deberían formalizarse antes de 2010.

4ª. LINEA DE ACTUACIÓN

CREACIÓN DE POTENTES PROTOTIPOS DE REFERENCIA, HERRAMIENTAS, ESTÍMULOS Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE TURISMO Y SOSTENIBILIDAD.

- **ACCIÓN 9. Creación de potentes experiencias integrales de referencia, replicables, en los elementos clave de la “cadena de valor”, especialmente en destinos costeros, patrimoniales y de naturaleza, y en empresas significativas del transporte y los servicios turísticos.**

En España, una de las vías más eficaces de socializar referencias de “calidad integral” consiste en impulsar “prototipos replicables” en eslabones clave de la “cadena turística”. Para ello, es fundamental contribuir a crear una serie limitada y muy exigente de “experiencias excelentes” (que incluyan contenidos económicos, sociales y ambientales) y promocionarlas como referentes hacia el conjunto del país. La idea sería el establecimiento de estos prototipos en dos o tres casos por tipología: destinos de costa, naturaleza y patrimoniales, empresas de transporte aéreo y movilidad y en firmas de alojamiento y servicios turísticos. Lo deseable sería que el 50% de estos referentes estuvieran operativos al 2012 y el otro 50% en el 2016.

- **ACCIÓN 10. Desarrollo de programas de sensibilización en torno a la sostenibilidad y el turismo, dirigidos a los actores clave del turismo y a la sociedad española.**

Los objetivos del “TURISMO 2020” en torno a la sostenibilidad no serán posibles sin un liderazgo público compartido, pero también requieren una amplia complicidad de los actores del sector turístico y del conjunto de la sociedad

española. ¿Por qué no invertir en crear esa sensibilidad? ¿Por qué no destinar parte de los recursos dedicados a la comercialización turística a socializar el nuevo paradigma turístico, de tal forma que los ciudadanos se sientan partícipes del mismo? (la breve campaña de Acciona relacionada con la sostenibilidad consiguió un impacto social muy considerable). La propuesta sería la de iniciar este tipo de acción con la aprobación del “TURISMO 2020” (2008) y que, a partir de ahí, se proyectara de forma permanente como una de las imágenes más sugerentes del nuevo perfil turístico del país.

- **ACCIÓN 11. Apuesta a fondo por la actualización/implantación de “certificaciones” y “clubs de calidad integral de producto” en porcentajes significativos de los servicios y destinos turísticos.**

La “calidad” y su certificación en el sector turístico ha constituido, con la creación de la “Q”, uno de los ejes de acción más interesantes del último decenio. Sin embargo, el proceso merece relanzarse y, a la vez, actualizarse con energías renovadas desde el “TURISMO 2020”, como instrumento fundamental para el reposicionamiento del sistema turístico (+calidad+precio). Al menos, tres aspectos deberían de impulsarse/innovarse en este tema: el primero, tiene que ver con la conveniente homologación internacional de los sistemas de certificación turística (con ISO y EMAS principalmente); el segundo, se refiere a la necesidad de actualizar sus contenidos, incorporando solventemente los ambientales y sociales, y articulando en un único sistema las certificaciones de “proceso” y de “calidad de producto”; y, el tercero y fundamental, la imperiosa necesidad de conseguir que el esfuerzo certificador sea claramente remunerativo para quien lo realice, principalmente por vía de una contundente promoción comercial. Lo razonable es que el apoyo al sistema de certificación existente se hiciera operativo de forma inmediata (de hecho existen iniciativas en esa dirección) y que la innovación del sistema estuviera lista para 2010.

5ª. LINEA DE ACTUACIÓN

ACTUACIONES EXTRAORDINARIAS PARA LA REVALORIZACIÓN Y LA SOSTENIBILIDAD EN EL LITORAL E INTERIOR DEL PAÍS.

- **ACCIÓN 12. Programa de recualificación integral de destinos maduros en el litoral**

Sin duda, la acción más comprometida de las propuestas, pero sin cuya cabal asunción, el “TURISMO 2020” perdería credibilidad. Se conciben como operaciones integrales de rehabilitación y “naturalización” del sistema litoral terrestre y marino (en coordinación con la Estrategia para la Sostenibilidad de la Costa del MMA), de contención y recualificación urbanística (reducción/mejora del entorno, parque y servicios), revalorización y diversificación turística, innovación en los sistemas de movilidad alternativa, fuerte apuesta por la ecoeficiencia y la reducción de la carga ambiental/climática, etc. Son operaciones en las que deben comprometerse todas las administraciones y actores turísticos, que han de asumirse como importantes acciones de inversión estratégica, claves para el país,

con retornos sólo parciales y fuera de la “lógica inmobiliaria”. La mayor dificultad de estos proyectos se centra, sobre todo, en su capacidad real de ofrecer auténticas actuaciones integrales y profundamente innovadoras, evitando reproducir las lógicas presentes, por lo que requieren de la definición inicial de un “Proyecto Estratégico Integral” y de un “Código de principios /objetivos/compromisos de actuación” entre los que hay que incluir los relacionados con la sostenibilidad local y global. Más allá de repensar las dos operaciones iniciadas en Baleares (El Arenal) y Andalucía (Costa del Sol), la propuesta es poner en marcha una actuación/demostración por Comunidad Autónoma litoral, la mitad antes de 2012 y el resto en 2016.

– **ACCIÓN 13. Fortalecimiento de Subsistemas Turísticos en el interior.**

Acción complementaria de la anterior, aunque de menor complejidad, y muy importante para el reequilibrio turístico, estacional y territorial del país. Se trata de potenciar a fondo subsistemas configurados por piezas de valor natural y patrimonial con fuerte atractivo turístico. Como en el caso anterior, se trata de actuaciones que han de contar con una amplia base de cooperación, proyectos estratégicos integrales y códigos de actuación sostenibles. Lo deseable sería que se pudieran impulsar una decena de actuaciones de este tipo (reforzamiento de existentes o nuevas), la mitad antes de 2012 y el resto para 2016.

6ª. LINEA DE ACTUACIÓN

CREACIÓN DE REDES DE COOPERACIÓN SOBRE TURISMO Y SOSTENIBILIDAD EN EL INTERIOR Y EXTERIOR DEL PAÍS.

– **ACCIÓN 14. Creación de una “Red de Cooperación sobre Turismo y Sostenibilidad” en España e integración en redes internacionales.**

Se trata de impulsar en España plataformas de información y cooperación, al estilo de las que ya trabajan con éxito en Europa (cerca de mil ciudades europeas en la “Red Aalborg”) para el aprendizaje sobre la implantación de estrategias sostenibles en los destinos y empresas turísticas españolas. Sería muy importante la inclusión en redes y proyectos internacionales (Destinet, Travelife, etc.). La propuesta sería crear una plataforma inicial para 2010 para poder contar con una estructura fuerte y productiva en 2016.

– **ACCIÓN 15. Incorporación a proyectos innovadores en el ámbito internacional e impulso a la cooperación exterior en torno a la innovación sostenible de las estrategias turísticas.**

La apertura internacional en el área de la cooperación y el trasvase de conocimiento, debería verse reforzada con motivo de la apuesta innovadora del “TURISMO 2020”, especialmente en cuatro frentes: NNUU vía OMT y PNUMA; la UE, colaborando más activamente con Bruselas; el Mediterráneo, a través del Convenio de Barcelona y similares; y Latinoamérica, estrechando la colaboración con la Oficina de Cooperación Española.