

DÍA MUNDIAL DEL TURISMO RESPONSABLE 2010

Debate

“Turismo Responsable y Globalidad: más allá de la crisis”

Madrid, 02 de junio de 2010
Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP)

El pasado 2 de junio de 2010 se celebró por primera vez en España el Día Mundial del Turismo Responsable organizado por la asociación europea de turismo responsable **EARTH** (European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality), en colaboración con KOAN Consulting y el apoyo de la Asociación Española de Profesionales de Turismo (AEPT) y el Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP). En conmemoración de esta fecha, tuvo lugar en Madrid un debate abierto sobre la temática **“Turismo Responsable y Globalidad: más allá de la crisis”**, con el objetivo de discutir y dar a conocer acciones que el turismo responsable aporta a la crisis del turismo.

Este documento tiene por finalidad reunir las aportaciones realizadas por las personas asistentes, así como servir de espacio de reflexión sobre los retos asumidos para convertir el turismo responsable en una práctica globalizada y en una verdadera herramienta de desarrollo sostenible.

Estuvieron presentes en el evento 40 personas, entre estudiantes, docentes y profesionales del sector del turismo. A lo largo del evento se ha distribuido el Vademecum del Turista Responsable de EARTH, que se trata de una serie de recomendaciones destinadas a los/as viajeros/as con el objetivo de sensibilizar sobre cómo viajar responsablemente.

La mesa estuvo compuesta por:

Joaquín Cassinello, de la Fundación Vida Sostenible

Alberto Arias, de Mugámara Viajes

Jesús Blázquez, de Rutas Pangea

y moderada por José María de Juan Alonso, Vice-presidente de EARTH para la comunicación y las entidades iberoamericanas y socio-director de KOAN Consulting.

Alberto Arias, de Mugámara, presentó su modelo de agencia de viajes comprometida con los territorios que visita, que entre otras iniciativas cofinancia una escuela para los niños nómadas en la región marroquí del Atlas.

Destacó entre las reflexiones iniciales de Joaquín Cassinello la preocupación de que, a causa de la crisis, el medio ambiente está perdiendo importancia en la agenda política y que existe el riesgo de que pase a ser un tema de importancia secundaria, como lo era hace 30 ó 40 años. También puso de relieve el hecho de que parte de la “crisis del ladrillo” que vivimos actualmente está ligada a un modelo turístico desarrollista centrado en la costa implantado por España en las últimas décadas, que ha privilegiado la intensa urbanización de la costa y el cambio drástico del paisaje.

En otro punto reseñable se refirió a que en la actualidad, y como consecuencia de la crisis, se ha vuelto a dar más importancia al precio que a la calidad de las ofertas de destino, favoreciendo en la mayoría de los casos un modelo de turismo que genera más impactos socio-ambientales y culturales que un modelo responsable de turismo.

Como ejemplo, se citó el caso de la marca Barcelona, que ha generado entre otros un perfil de turista de bajo coste que viaja a ese destino con el objetivo único de pasar una noche e irse de fiesta, en ocasiones sin alojarse, sin disfrutar de otro tipo de oferta cultural en la ciudad; y por lo tanto, sin dejar apenas ingresos fuera de las consumiciones en bares y discotecas, aunque sí considerables impactos.

En cuanto al turismo y su relación con el medio ambiente, Jesús Blázquez hizo hincapié en qué es lo que se vende en España en la actualidad como turismo de naturaleza y en la necesidad de trabajar por el cambio de mentalidad de las personas que hacen turismo, defendiendo un modelo más implicado en el medio ambiente y en las poblaciones visitadas.

Se insistió en que hay que tener en cuenta la huella ecológica de la industria del turismo y abordar remedios para ello frente a fenómenos como el cambio climático. Para muchos destinos, el turismo es actualmente una actividad insostenible a medio plazo, que tiene como objetivo principal conseguir cada vez más visitantes y más plazas de alojamiento, y ésto es algo que tiene que cambiar. En opinión de Blázquez, se debe reivindicar que el valor histórico, cultural y

medioambiental de las localidades sea más importante que el valor turístico, y lanza una pregunta para la reflexión: ¿Cuál es el tipo de turismo de naturaleza que se quiere reproducir? En el Parque Nacional del Teide, el más visitado de España con una media de 3,5 millones de visitantes al año, sólo el 2% se aleja más de 200 metros del lugar en que estaciona su coche. Este dato ejemplifica y alerta sobre los impactos del turismo al medio ambiente, que por otro lado también incrementan los vuelos de largas distancias, que aumentan a la vez que disminuye la duración de las estancias. La calidad de la experiencia turística es un factor que hay que tener en cuenta a la hora de medir el éxito de los destinos y no quedarse sólo en las cifras.

Por otro lado, apuntó a que los efectos del cambio climático también están teniendo ya un fuerte impacto modificando la oferta y las condiciones del territorio en algunos sectores del turismo, entre ellos el de sol y playa, el de nieve y el de naturaleza.

El debate continuó con otra interesante reflexión: en este momento de crisis, la búsqueda de nuevos mercados y la externalización de empresas turísticas españolas hacia países en vías de desarrollo puede hacer que aumenten los impactos negativos en dichos países, donde por lo general no existe una adecuada planificación turística, e incluso que se produzca algo muy parecido a la “neocolonización” de destinos susceptibles de ser etiquetados como “responsables”, tal y como ya ha sucedido con otros destinos de sol y playa. Los impactos provocados por proyectos que se apunten, sin la seriedad y el compromiso necesarios, a la moda del turismo responsable pueden ser igualmente perjudiciales para las comunidades anfitrionas. Especialmente importante es en este sentido la adecuada educación del viajero responsable hacia el viaje, para evitar en lo posible impactos en el ámbito cultural. Una vez más, Blázquez insistió en que el turismo sostenible y el responsable constituyen un complejo y delicado proceso, no una etiqueta fácil de conseguir.

También se denunció la actual “confusión” en la mente de muchos consumidores y empresarios, en cuanto a conceptos tales como turismo de calidad y turismo de lujo. Un ejemplo de esto serían las

muchas casas rurales españolas que han acabado siendo más bien hoteles de lujo con spa, y que están muy lejos de lo que era en origen el turismo rural, que resaltaba en cambio el valor de la vivencia, de las tradiciones locales y del patrimonio intangible.

Sin embargo, como dice el conocido proverbio chino, dónde hay crisis hay oportunidades, y no todo es negativo en el actual contexto. El debate también ha servido para apuntar nuevos caminos a seguir.

Entre los aspectos positivos se habló de la búsqueda de nuevos mercados y segmentos, tales como el asiático, el turismo senior y el turismo accesible, entre otros aún por descubrir.

Cassinello apuntó por ejemplo a la masificación que encontramos en el Camino de Santiago, quizás fruto de su propio éxito, que debe llevarnos a reflexionar sobre si no hay otras rutas por ofertar, otros caminos por descubrir. Es importante, dijo, ser conscientes de la necesidad urgente que tiene el sector turístico de autoevaluarse y cuestionarse si de hecho se está respondiendo a las necesidades de un público muy variado, o si por el contrario existen importantes posibilidades de mercado aún por explotar.

Otra cuestión positiva a la que se apuntó, hizo referencia a la fuerza creciente que está adquiriendo la población concienciada: por ejemplo, en Europa central ya es visible el aumento del flujo de turistas que buscan viajar en transporte colectivo, especialmente en tren, a destinos cercanos, y que presionan por la puesta en marcha de prácticas más respetuosas y sostenibles en los destinos que visitan.

Como conclusión, se puede afirmar que la industria turística tiene en este momento la oportunidad de apostar de verdad por la sostenibilidad, por la valoración y el respeto hacia las culturas de los pueblos de los países visitados, por convertir el turismo en una verdadera herramienta de desarrollo. Pero es innegable que el modelo turístico que predomina hoy en día no es sostenible.

Como bien apuntó Alberto Arias, mientras cientos de agencias (más de 2.000) de turismo convencional han cerrado sus puertas en los últimos dos años, ninguna agencia que comercializa destinos y viajes más alternativos responsables ha paralizado sus actividades.

Es cierto también que todavía hay un largo camino por recorrer. El Plan de Turismo 2020 del Gobierno Español, por ejemplo, no contempla ni aborda el turismo responsable de manera crítica, y abundan los casos de malas prácticas en el turismo mientras que aún es difícil encontrar verdaderos ejemplos de buenas prácticas consolidados y que sirvan como referente. La crisis financiera ha provocado una preocupación por la supervivencia inmediata que no contempla la crisis global del modelo de desarrollo turístico basado en parámetros de consumo no sostenibles.

Es justo en este momento de “crisis del modelo” cuando surge la mejor oportunidad para empezar a cambiar este panorama y plantear la responsabilidad ambiental y socio-cultural del turismo como una solución de futuro. Ahora más que nunca aspiramos a que el turismo se convierta en una herramienta real de desarrollo sostenible, que contemple el respeto a los valores culturales y ambientales locales, que apueste por la igualdad de género, por la equitativa distribución de la riqueza, por la mejoría de las condiciones de vida de la población y por garantizar la capacidad de desarrollo del ser humano en todas las fases de su vida.

EARTH (European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality)

EARTH es la nueva alianza europea para el turismo responsable, con sede en Bruselas y que acoge a una diversidad de entidades europeas (25 organizaciones públicas y privadas de 6 países) comprometidas con un turismo mejor para los turistas y para los habitantes de los destinos.

KOAN Consulting

KOAN Consulting es un referente en servicios de consultoría en turismo, cultura, medioambiente y desarrollo a través del turismo y aspira a que sus trabajos contribuyan efectivamente al desarrollo sostenible de los pueblos. En su labor tiene siempre presente la responsabilidad con la preservación de los recursos naturales y sociales autóctonos, con especial atención a los pueblos originarios, así como la equidad de género y los negocios inclusivos.

AEPT

La Asociación Española de Profesionales de Turismo, desde su creación en 1969 trabaja para fortalecer el sector de turismo en España, apoyando y coordinando cursos, seminarios, jornadas, conferencias y otros eventos afines.

CENP

Fundado en 1957, el Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP) tiene como misión ofertar a la Sociedad formación superior en áreas emergentes y así abrir perspectivas de carreras profesionales alternativas a la oferta universitaria tradicional.