

CRECIMIENTO TURÍSTICO RESPONSABLE Y CAMBIO CLIMÁTICO

Dr. Josep-Francesc Valls, catedrático departamento Dirección Marketing & Centro Dirección Turística ESADE

Dr. Rafael Sardà, investigador CSIC Blanes, profesor ESADE

Dra. Mar Vila, directora Centro Dirección Turística, profesora departamento Finanzas ESADE

Assistant research: Susana Balet, Cristian Merino

Abstrat

Mediante el método Delphi se ha entrevistado a 70 expertos europeos en planificación turística para obtener resultados acerca del impacto del cambio climático en los modelos de gestión. Para ello, se ha partido del acervo documental sobre el cambio climático y se han realizado dos focus group a técnicos y a empresarios respectivamente, con el objeto de matizar el cuestionario y revisar sus resultados.

Los resultados más relevantes del estudio son los siguientes: el cambio climático ya ha comenzado, por lo que viviremos en los próximos decenios en una constante incertidumbre; el sector turístico no resulta el principal causante; entre los responsables figura en primer lugar las empresas, seguidas de las administraciones nacionales y los ciudadanos, las que menos, las administraciones locales; el esquí, el sol y la playa, el golf serán los subsectores más impactados y los que menos, el turismo de naturaleza, los congresos y eventos, y la cultura; aparecerán nuevos competidores del sol y playa; se acepta mal que se implanten impuestos represivos y se apoya los incentivos hacia las energías renovables; y se proponen medidas de crecimiento responsable basado en la gestión integral del destino, la corresponsabilidad público-privada y la aplicación de medidas sostenibles en cada fase del ciclo de vida de las empresas y los destinos.

1. EL CAMBIO CLIMÁTICO Y EL TURISMO (falta)

2. METODOLOGÍA

El acervo documental presentado en la introducción es el punto de partida de la investigación. Se pretende interpretar el escenario de futuro acerca del Crecimiento turístico responsable a raíz del cambio climático. Para ello elegimos el método Delphi que permite interpretar escenarios de futuro sobre asuntos en los que el contraste y la interacción de las opiniones de los expertos acaban fijando una posición central. Es un método de estructuración de un proceso de comunicación grupal que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos, como un todo, tratar un problema complejo (Linstone y Turoff, 1975)

El método Delphi tiene la capacidad de contrastar entre muchas mentes pensantes, lo cual reduce el riesgo de la falta de información de alguno de los participantes; otro de los aspectos positivos es la motivación social y la influencia social (Landeta, 2002) que desprende el grupo en el momento de hacer aflorar opiniones; un tercer aspecto positivo es la posibilidad de integrar en el grupo elementos directamente implicados en los problemas que se trata de resolver (More, 1990). De todos modos, el método observa algunos inconvenientes que hay que tener presentes en el momento de valorar los resultados:

- Los componentes del panel pueden tener la misma desinformación que uno de los participantes
- Los estados de opinión generados por las campañas que se desarrollan en el momento de la encuesta pueden influir sobremanera en los expertos y en nuestro caso producían mucho ruido
- Las opiniones de la mayoría pueden influir en la de los minoritarios si se realizan más rondas
- La procedencia de distintos países puede delatar sesgos culturales que no se resuelven con el contraste

Tras el trabajo sobre las fuentes secundarias, se realizó un *focus group* con un grupo de expertos para redactar el cuestionario. Posteriormente se seleccionó la muestra y se le enviaron las preguntas, a través de Internet. Para reducir los inconvenientes del método se decidió ampliar la muestra hasta 70 miembros y extenderla a once países europeos. Se tuvo en cuenta que los seleccionados desconocieran la identidad de los demás integrantes del panel; que se produjera iteración en aquellas cuestiones divergentes; y que el panel integrara profesionales expertos en planificación turística, pero de diferentes ramas de actividad.

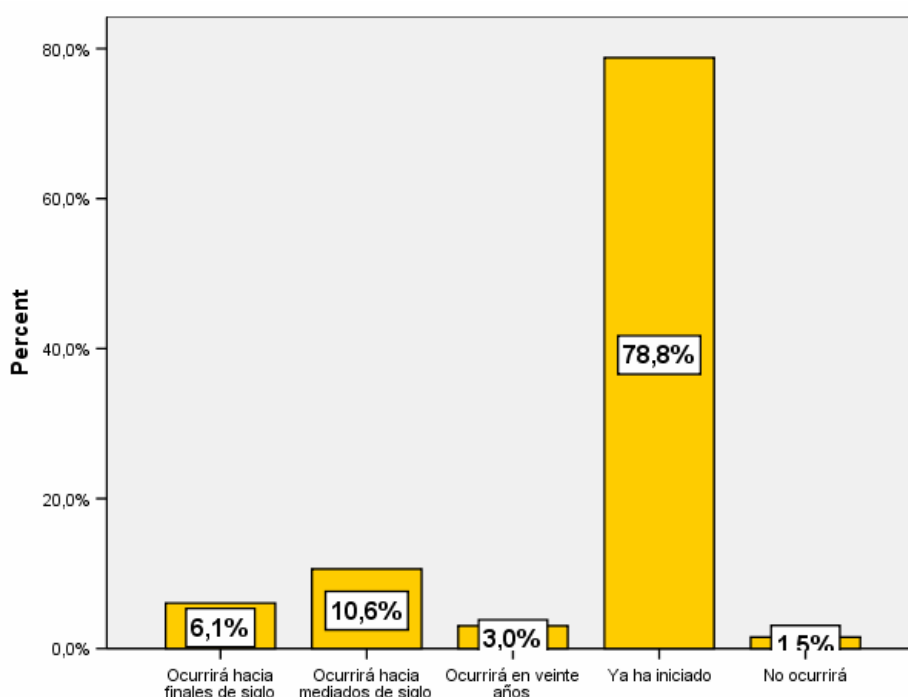
Una vez obtenidos los resultados, se realizó un segundo *focus group* con directivos del sector turístico para contrastar los resultados con su visión. Después se procedió al redactado final del trabajo.

3. RESULTADOS DEL ESTUDIO DELPHI

a. EL CAMBIO YA HA COMENZADO

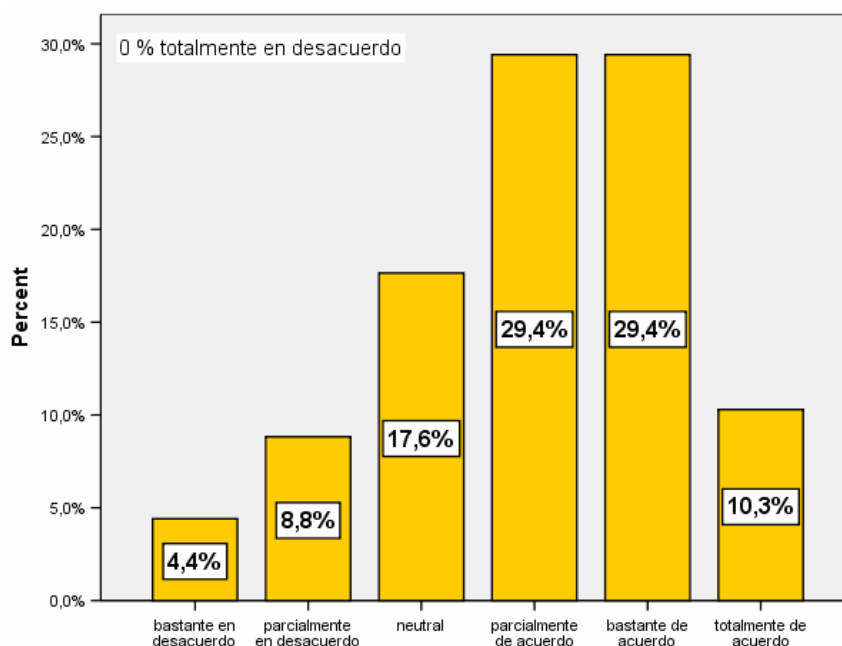
No hay duda de que el efecto mediático que se ha desatado en los últimos meses en Europa sobre las características y efectos del cambio climático ha calado hondo en la mentalidad colectiva. Las variaciones del clima en el último decenio, los informes, las

películas, los debates públicos acerca de las graves modificaciones del escenario medioambiental, y el posicionamiento de la mayoría de los organismos internacionales y locales, han influido en la percepción del tema y hasta en las costumbres. Los datos obtenidos en este estudio adelantan que existe preocupación social por atentar contra el medio ambiente, que se está modificando la conciencia de los europeos, que se producirán cambios de conducta; de esta manera se refleja en los resultados del estudio realizado. En efecto, el 78,8% de la muestra afirma que el cambio climático ha comenzado, frente a un 3,0 % que indica que el cambio se producirá dentro de veinte años, un 10,6%, que, a mediados de siglo, y un 6,1 %, que, a finales de siglo (CUADRO 1). Más de tres cuartas partes de la muestra sostienen que el cambio climático no es un futuro a medio o largo plazo, sino que es un fenómeno que se desencadenó hace años y en la actualidad estamos sufriendo las consecuencias.



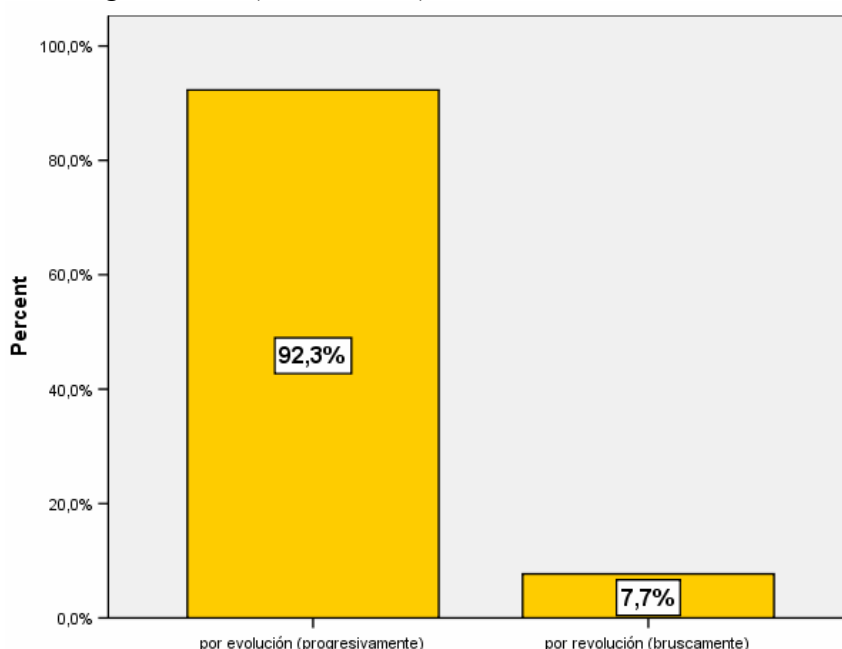
CUADRO 1: *Opinión sobre el cambio climático.*

El cambio ya ha comenzado y más de dos tercios (69,1%) contemplan el horizonte como un escenario de confusión. Sea por desconocimiento o por temor, este porcentaje de la muestra considera que durante los próximos decenios viviremos en una constante incertidumbre en lo que se refiere a la evolución del cambio climático (desglosado, 10,3 %, totalmente de acuerdo, y 29,4 % indistintamente, bastante y parcialmente de acuerdo. El peso de los que están en desacuerdo con este escenario dudoso no alcanza más allá del 13,2 % (CUADRO 2). Resulta lógico deducir que esta incertidumbre percibida abarca tanto la información y el descubrimiento de los fenómenos naturales y sociales que se producirán como las medidas de prevención como la regulación que se deberá desencadenar para enfrentarse a él.



CUADRO 2: *Viviremos en una constante incertidumbre.*

En cualquier caso, en lo que existe unanimidad (92,3 %) es en que este cambio que ya ha comenzado y que va a producir incertidumbre en los próximos decenios de este siglo va a ir evolucionando “de forma progresiva”; sólo un minúsculo porcentaje (7,7 %) sostiene que las modificaciones van a ser bruscas, “por revolución”. La mayoría absoluta de la muestra se decanta por una evolución continuada (entendida como rectilínea o en dientes de sierra), a base de una sucesión de hechos/ noticias/ concienciación/ regulaciones (CUADRO 3).



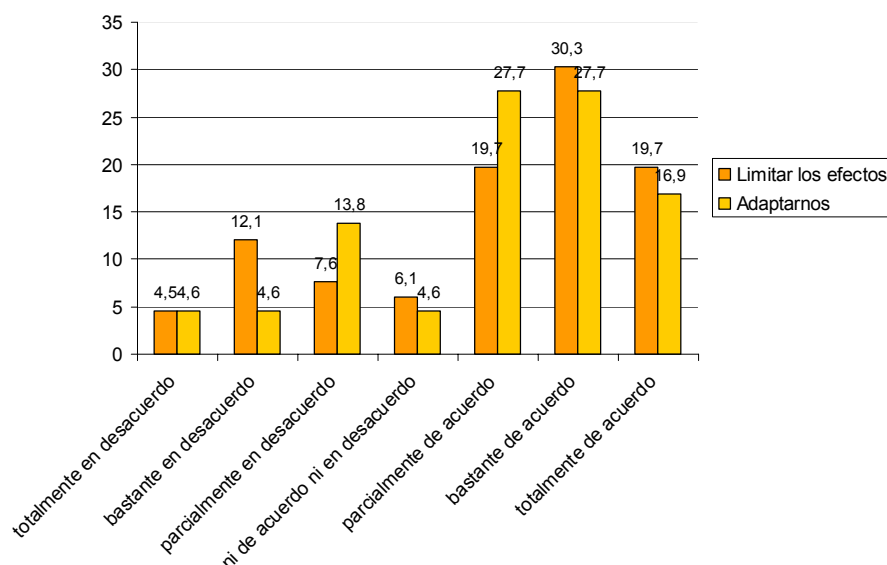
CUADRO 3: *Los efectos del cambio climático van a producirse.*

b. ADAPTARSE O LIMITAR

En el estudio se preguntó por las condiciones para adaptarse al cambio climático y las de limitar sus efectos. El 16,9 se muestra totalmente de acuerdo en que estamos a tiempo de adaptarnos a los efectos del cambio, y el 27,7 afirma que está bastante o parcialmente de acuerdo, respectivamente. El conjunto de los que están de acuerdo en uno y otro sentido alcanza el 72,3 %, frente al 23,0 % de los que se hallan en desacuerdo. Respecto a si estamos a tiempo de limitar los efectos, el 19,7 % está totalmente de acuerdo en que hay tiempo, el 30,3, bastante de acuerdo, y el 19,7, parcialmente de acuerdo. El conjunto de todos ellos supone un 69,7 %, frente al 24,2 % de los que de una u otra forma están en desacuerdo.

Se puede deducir que la quinta parte de la muestra está predispuesta a las regulaciones necesarias para frenar el cambio climático; y la mitad, menos preocupada, es más tibia ante las medidas, confina más en la evolución. Limitar es tomar medidas, regular; adaptarse denota una visión más voluntarista de los cambios. Desde esta perspectiva, hemos comparado las respuestas obtenidas sobre si estamos a tiempo de limitar los efectos del cambio climático y si estamos a tiempo de adaptarnos. Surgen algunas discordancias que hay que tener en cuenta:

- 19,7 % está totalmente de acuerdo en que hay tiempo para limitar (frente al 16,9 % que hay tiempo para adaptarse). Habría, por tanto, un margen de casi tres puntos por encima entre los que lo tienen más claro para aceptar las regulaciones que se deban producir como consecuencia del cambio climático.
- El conjunto de los que están bastante y parcialmente de acuerdo en que se alcanza a limitar es del 50,0 %, con una mayor presencia en bastante de acuerdo (frente al 55,4 % de los que consideran que se está a tiempo a adaptarse). Entre los que están a favor pero son menos fervorosos, el margen de más de cinco puntos resulta ahora favorable a la adaptación, denotativo de una menor sensibilización hacia el tema.
- Los que están en desacuerdo de una u otra forma en el tiempo para limitar componen un 24,2 % (frente al 23,0 % que considera que hay tiempo para adaptarse). Casi una cuarta parte de la muestra no tiene muchas expectativas ni de una cosa ni de otra; es la respuesta, por una parte, de los que creen que hemos perdido el tren, y, por otra, de los que fían para más largo que la mayoría el cambio climático (CUADRO 4).



CUADRO 4: *Estamos a tiempo de adaptarnos a los efectos del cambio climático y limitarlos.*

c. PAPEL DE CADA UNO DE LOS AGENTES

Se solicitó una respuesta acerca del grado en que son causantes del cambio climático los agentes que actúan, es decir, los organismos internacionales, las administraciones nacionales, las regionales, las locales, las empresas y los ciudadanos. Los organismos internacionales son muy causantes el 25,4 %, más de una cuarta parte; bastante causantes el 22,4 % y poco causantes el 20,9%. El 22,4 % no le otorgan ningún grado de responsabilidad, el bloque más numeroso de todos los causantes.

Las administraciones nacionales son muy causantes el 29,4 %, bastante causantes el 39,7 % y poco causantes el 17,6 %. Sólo el 13,2 % no le otorgan ningún grado de responsabilidad

Las administraciones regionales son muy causantes el 17,6 %, bastante causantes el 26,5 % y poco causantes el 32,4 %. Sólo el 13,7 % no le otorgan ningún grado de responsabilidad.

Las administraciones locales son muy causantes el 13,2 %, bastante causantes el 19,1 % y poco causantes el 30,9 %. Sólo el 21,1 % no le otorgan ningún grado de responsabilidad.

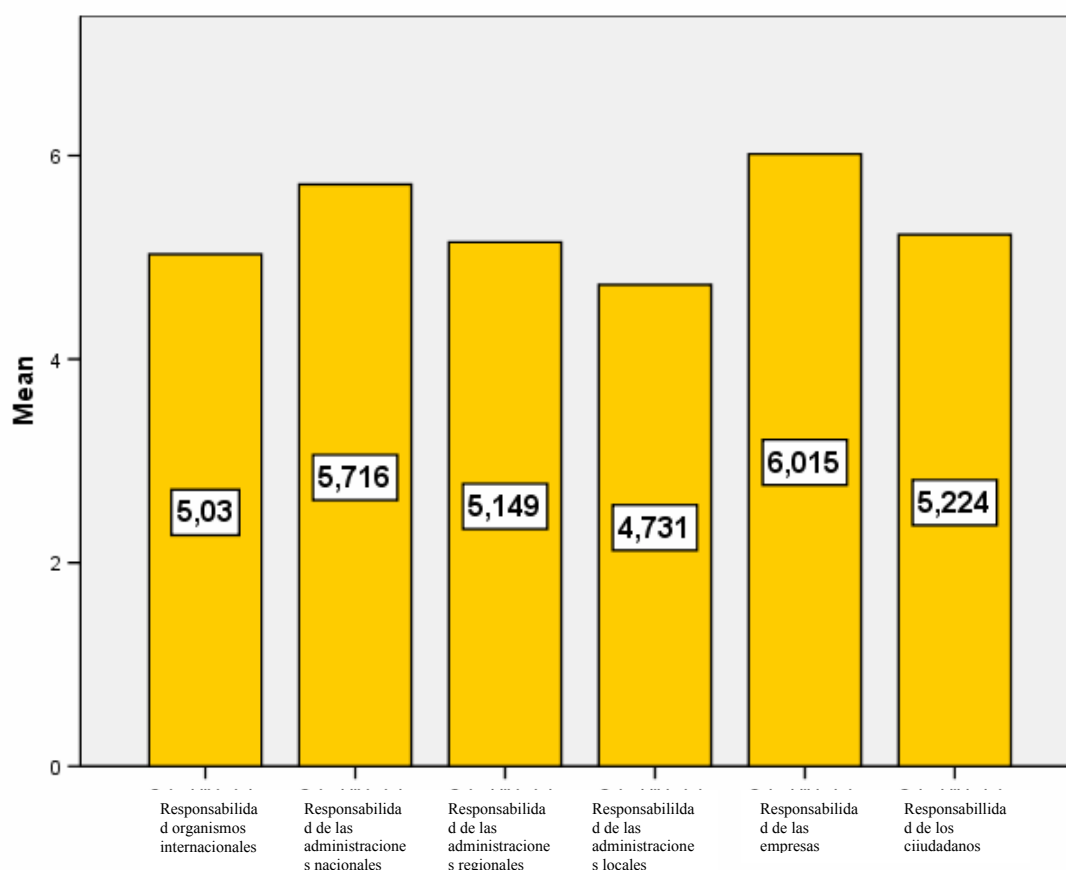
Las empresas son muy causantes el 38,2 %, y se convierte en el bloque más numeroso; bastante causantes el 38,2 % (también el bloque más numeroso) y poco causantes el 14,7 %. Sólo el 8,9 % no le otorgan ningún grado de responsabilidad, el bloque más reducido.

Los ciudadanos son muy causantes el 21,1 %, bastante causantes el 26,5 % y poco causantes el 23,5 %. Sólo el 11,8 % no le otorgan ningún grado de responsabilidad.

Al analizar comparativamente estos agentes aparece el siguiente orden de ser causantes del cambio climático (CUADRO 5):

- Empresas, con una alta valoración de 6,015 sobre 7
- Administraciones nacionales, 5,716
- Ciudadanos, 5,224
- Administraciones regionales, 5,149
- Organismos internacionales, 5,03
- Administraciones locales, 4,731.

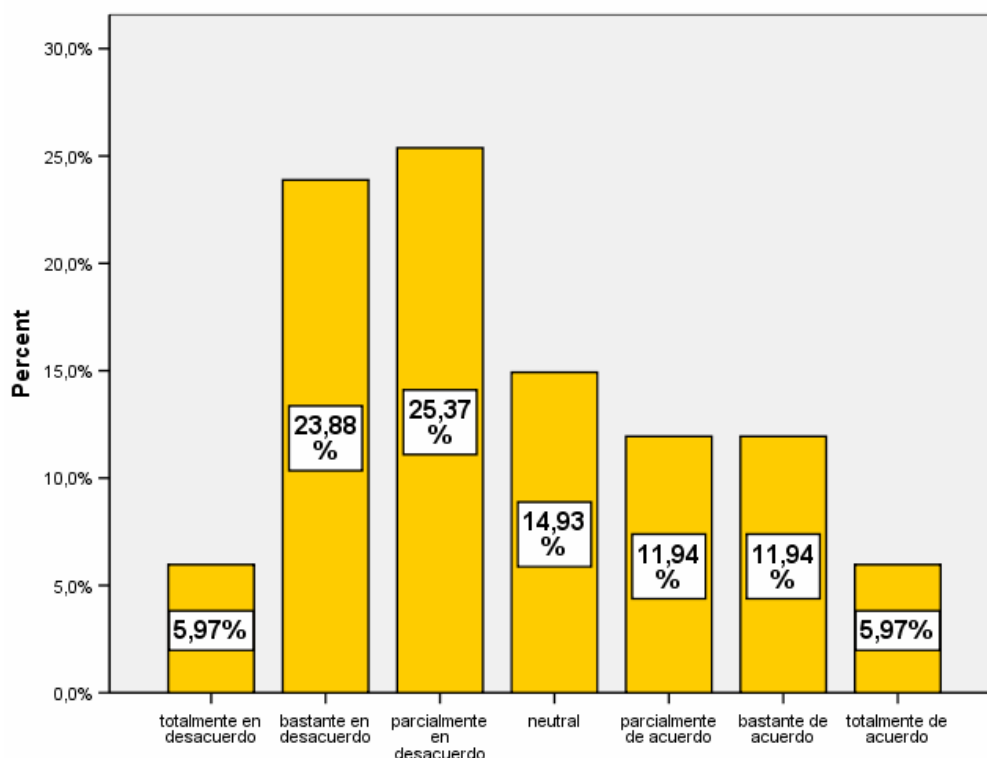
Las empresas han salido altamente penalizadas casi tres centésimas por delante de las administraciones nacionales y mucho más respecto al resto. Entre las administraciones, éstas adquieren a los ojos de los expertos europeos unas responsabilidades muy superiores a las regionales y locales y a los organismos internacionales (cerca de seis centésimas, cerca de diez centésimas y más de siete centésimas, respectivamente) y también a los ciudadanos. Llama la atención, por otro lado, que las administraciones locales, fuertemente relacionadas en los últimos meses en España con actos de corrupción urbanística y atentados medioambientales, se sitúa en el último lugar de la lista, siendo consideradas como los menos causantes del cambio climático.



CUADRO 5: *Comparativa de la responsabilidad de los agentes.*

Respecto a las empresas, situadas en el umbral máximo de responsabilidad del cambio climático, reciben otro varapalo en la cuestión relacionada con Davos. Se solicitó a los

encuestados sobre una de las conclusiones de la Cumbre Económica de Davos, celebrada en la ciudad suiza en enero pasado. Esta reunión fue valorada por los empresarios representantes de las grandes empresas del mundo como la “cumbre del cambio climático”. Se dieron cuenta de su importancia, hasta el punto de declarar en sus conclusiones que “el deterioro medioambiental se halla en el centro de las preocupaciones de las empresas”. Pues bien, los expertos encuestados consideran que una cosa es declarar y otra actuar; no se creen que esta sea la principal preocupación de los empresarios del mundo: más de la mitad (el 55,22 %) está de una u otra forma en desacuerdo, frente a menos del tercio (el 29,85 %) que está de una u otra forma de acuerdo (CUADRO 6).

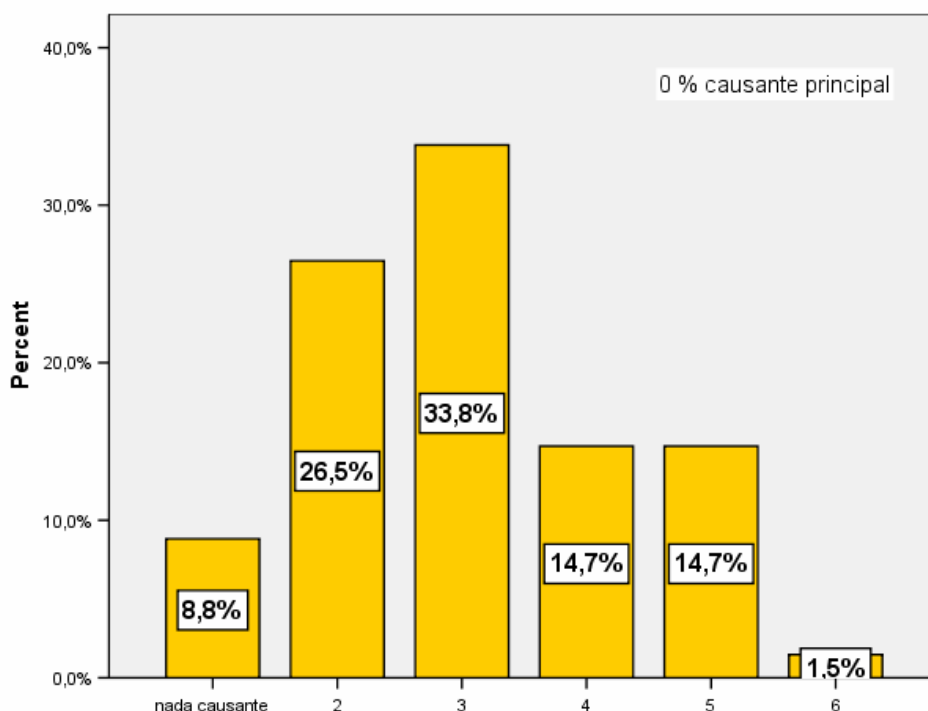


CUADRO 6: *El deterioro medioambiental no está en el centro de las preocupaciones de las empresas.*

Si las empresas en general salen mal paradas, cuando se pregunta en concreto si el sector turístico es el principal causante del cambio climático, la muestra se dispersa mucho para responder de forma negativa:

- Menos de un tercio (30,7 %) le otorga algún grado de responsabilidad: un 1,5 % considera que es muy causante, un 14,7 % bastante causante y otro 14,7 % poco causante
- el restante (69,1) no le otorga responsabilidad: el 33,8 % es neutral y el 35,3 % niega que sea causante (26,5 % poco, 8,8 % nada causante) (CUADRO 7).

Los encuestados no están por la labor de demonizar al sector turístico ante la realidad del cambio climático. Probablemente observan el criterio de que no hay que confundir el sector turístico con el inmobiliario.



CUADRO 7: *El turismo no es el principal causante del cambio climático.*

d. CONSECUENCIAS PARA EL TURISMO, DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Las consecuencias más importantes del cambio climático para el turismo se reúnen en tres bloques (CUADRO 8). El primero agrupa:

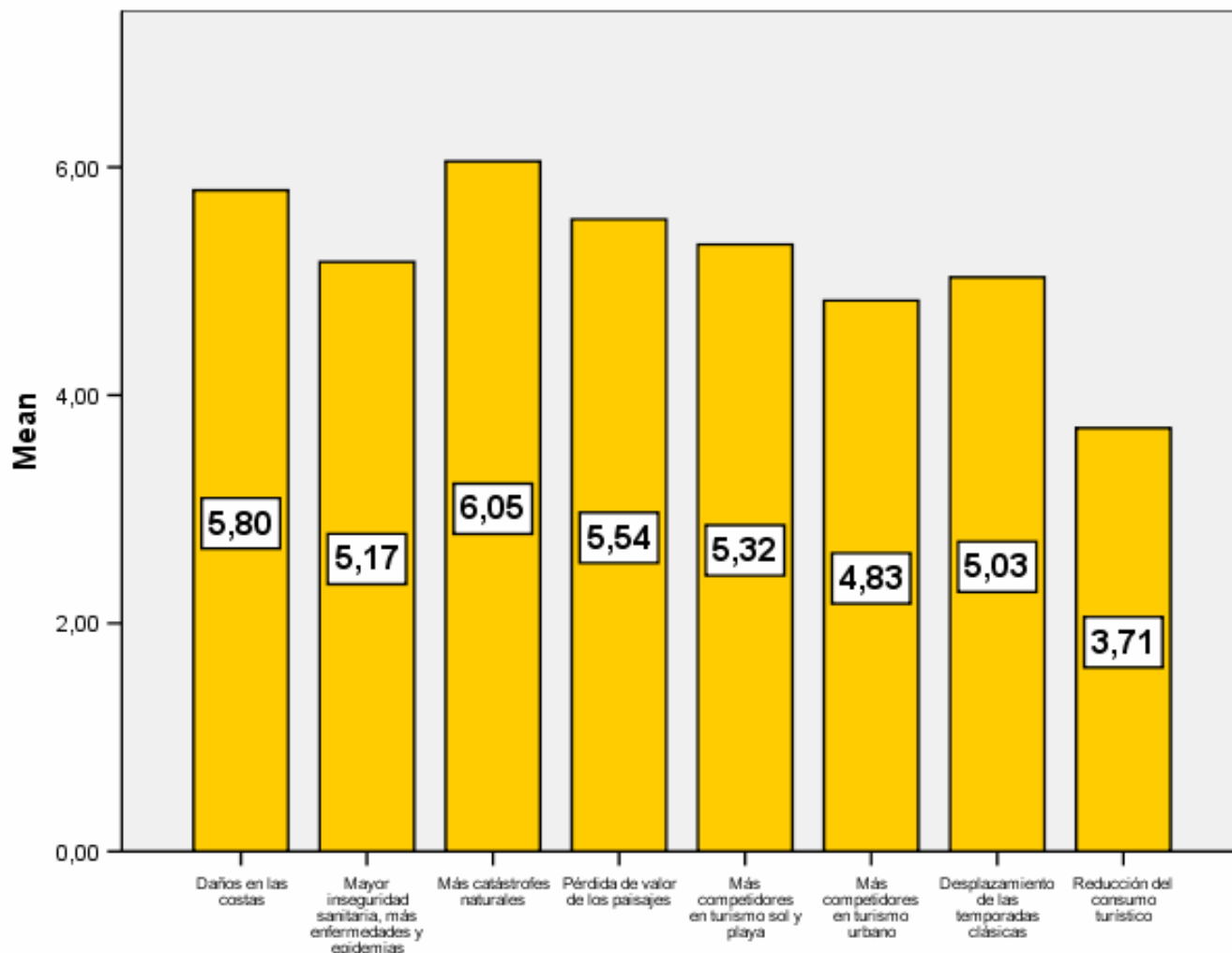
- Más catástrofes naturales, 6,05 sobre 7
- Daños en la costa, 5,80
- Pérdida de valor de los paisajes, 5,54

Se trata de un bloque de efectos consecuentes con el medio físico y que atentará dañando los recursos naturales sobre los que se asienta el turismo.

El segundo bloque agrupa:

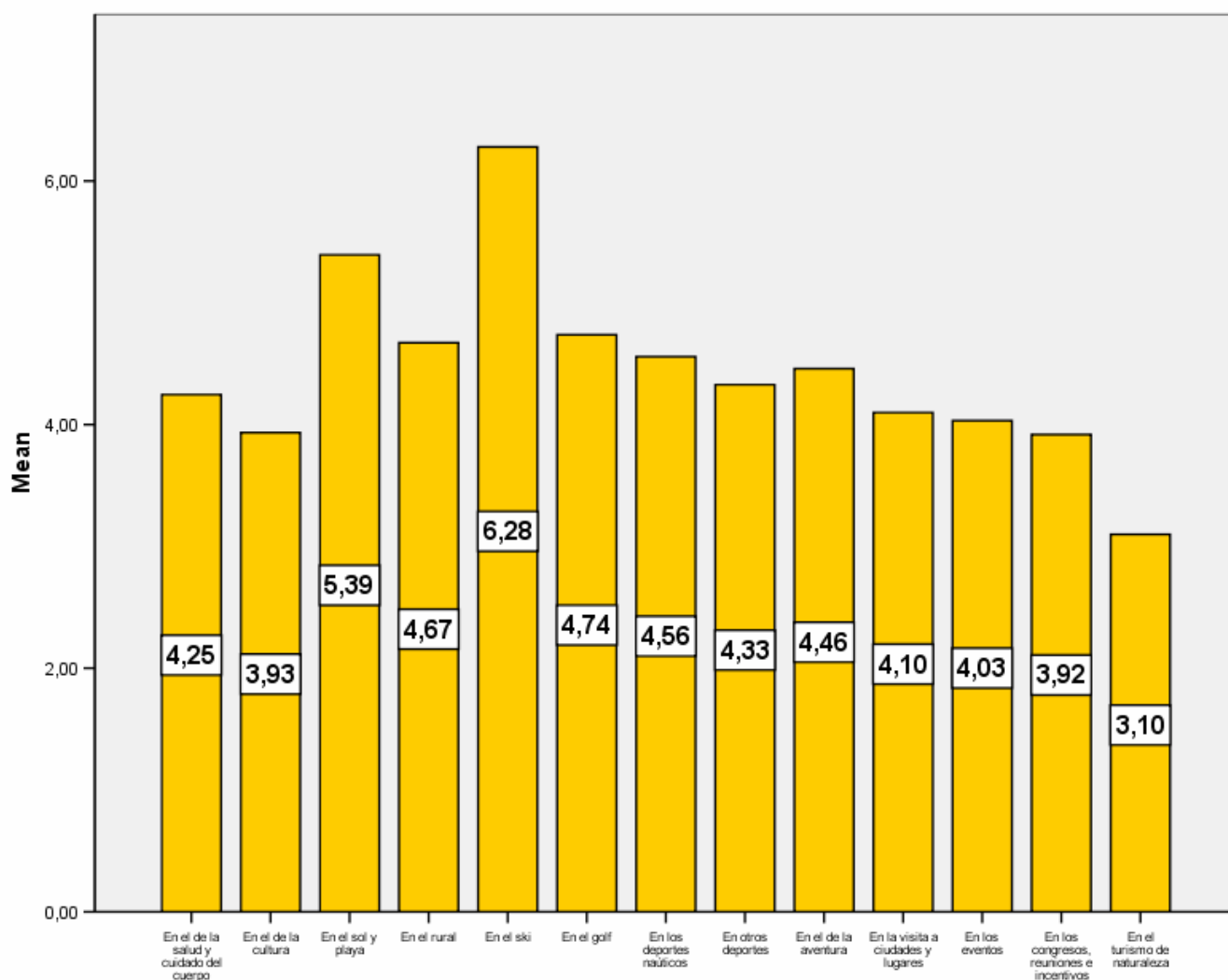
- Más competidores de sol y playa (5,32), tanto en el ámbito concreto como en otras ofertas alternativas, si los veranos son demasiado calurosos en el litoral. La exclusividad del mediterráneo como sur cálido de Europa, tradicional como destino de sol y playa durante los últimos cincuenta años, se verá turbado con la presencia de otros nuevos que emergerán como alternativa
- Más inseguridad sanitaria y más enfermedades, 5,17, que complementaría el primer bloque
- Y la posibilidad de que se produzcan desplazamientos de las temporadas clásicas (5,03), un soporte importante a la desestacionalización de las temporadas clásicas, que aparece como una oportunidad para los destinos tradicionales de sol y playa. Al disponer de clima benigno durante la primavera y el otoño, el sol y la playa no serían exclusivos del verano, si se presenta una oferta interesante.

El tercer bloque se desmarca claramente de la posibilidad de que se reduzca el consumo turístico (3,71). La muestra lo sanciona claramente. El turismo seguirá creciendo, dicen, y las medidas frente al cambio climático tienen que contemplarse desde este criterio, del mismo modo que luego defenderán que no se puede reducir la aviación: habrá que tomar las medidas necesarias pero sin reducir el crecimiento.



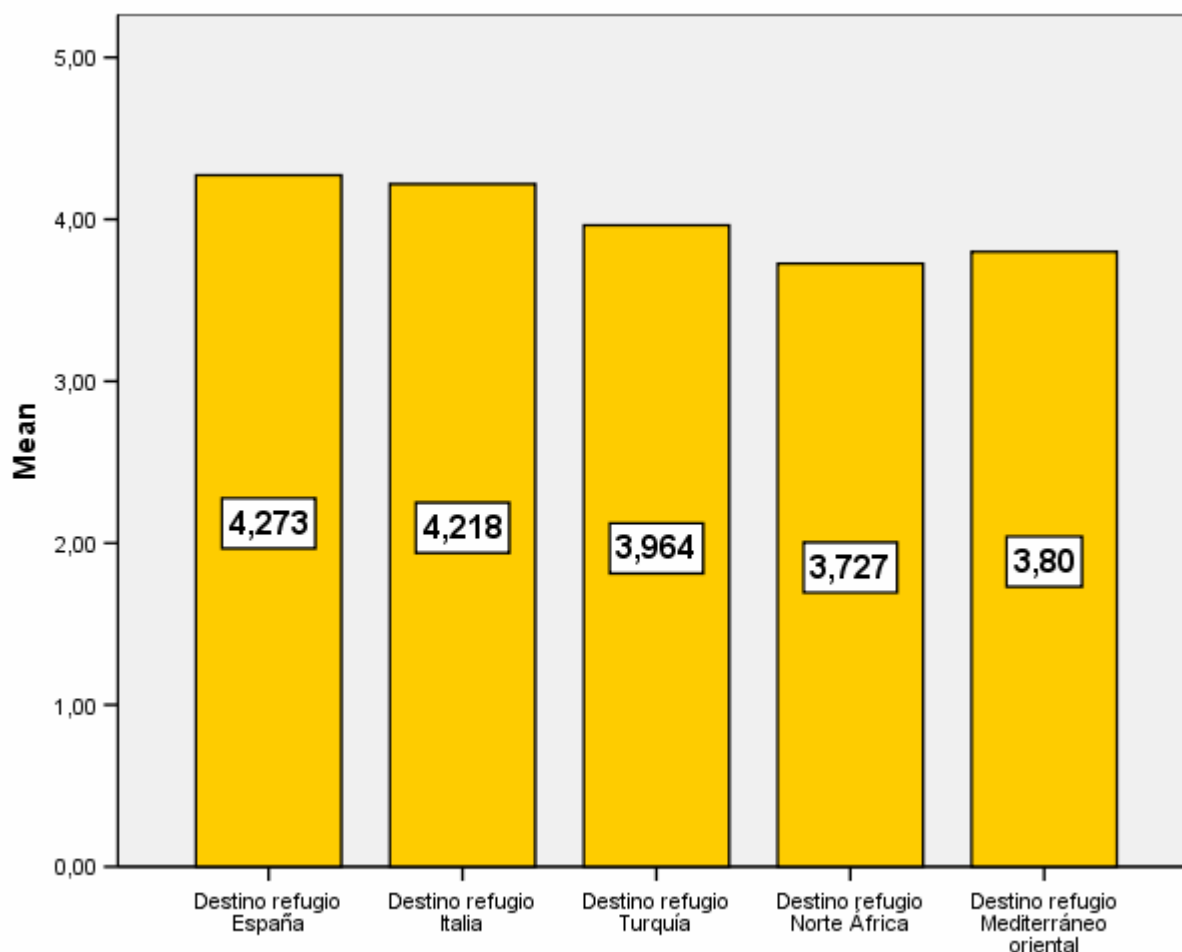
CUADRO 8: *Consecuencias del cambio climático consideradas más importantes.*

Entre los ámbitos del turismo más afectados por el cambio climático destacan el esquí (6,28 sobre 7), por culpa de la reducción de espacio esquiable, seguido por el sol y la playa (5,39), que también vería reducida la zona litoral. Seguidamente, el golf (4,74), por problemas de agua, el rural (4,67), los deportes náuticos (4,56) y la aventura (4,46), por cuestiones relativas a la pérdida de valor de los espacios naturales. Los menos afectados serían el turismo de naturaleza (3,10), el de congresos y eventos (3,92 y 4,03 respectivamente) y el de cultura (3,93), que se salvarían porque su desarrollo dependería menos de las condiciones climáticas (CUADRO 9).



CUADRO 9: *A qué ámbitos del turismo va a afectar el cambio climático.*

A nivel geográfico, y a pesar de las cortas diferencias existentes, España e Italia, por este orden estarían en mejores condiciones que el resto de competidores del área: ambos países aparecen como destinos refugio (4,273 y 4,218, respectivamente), frente a Turquía, Mediterráneo Oriental y Norte de África (3,964, 3,80 y 3,727, respectivamente) (CUADRO 10).



CUADRO 10: *Países o zonas del Mediterráneo que serán destinos refugio frente a las catástrofes naturales derivadas del cambio climático.*

e. CRECIMIENTO RESPONSABLE

La muestra plantea una cierta racionalidad del consumo turístico (demanda), lo cual conlleva que no se puede plantear un freno brusco al crecimiento del sector (oferta). Se decanta, pues, por el crecimiento responsable, que supone que siga desarrollándose el turismo, marcándole claramente los criterios de desarrollo en consonancia con el cuidado del medio ambiente. Habrá, pues, que preguntarse por el papel que desempeñan las administraciones y los organismos públicos, las empresas y los ciudadanos en este escenario de cambio y por las acciones que deben emprender.

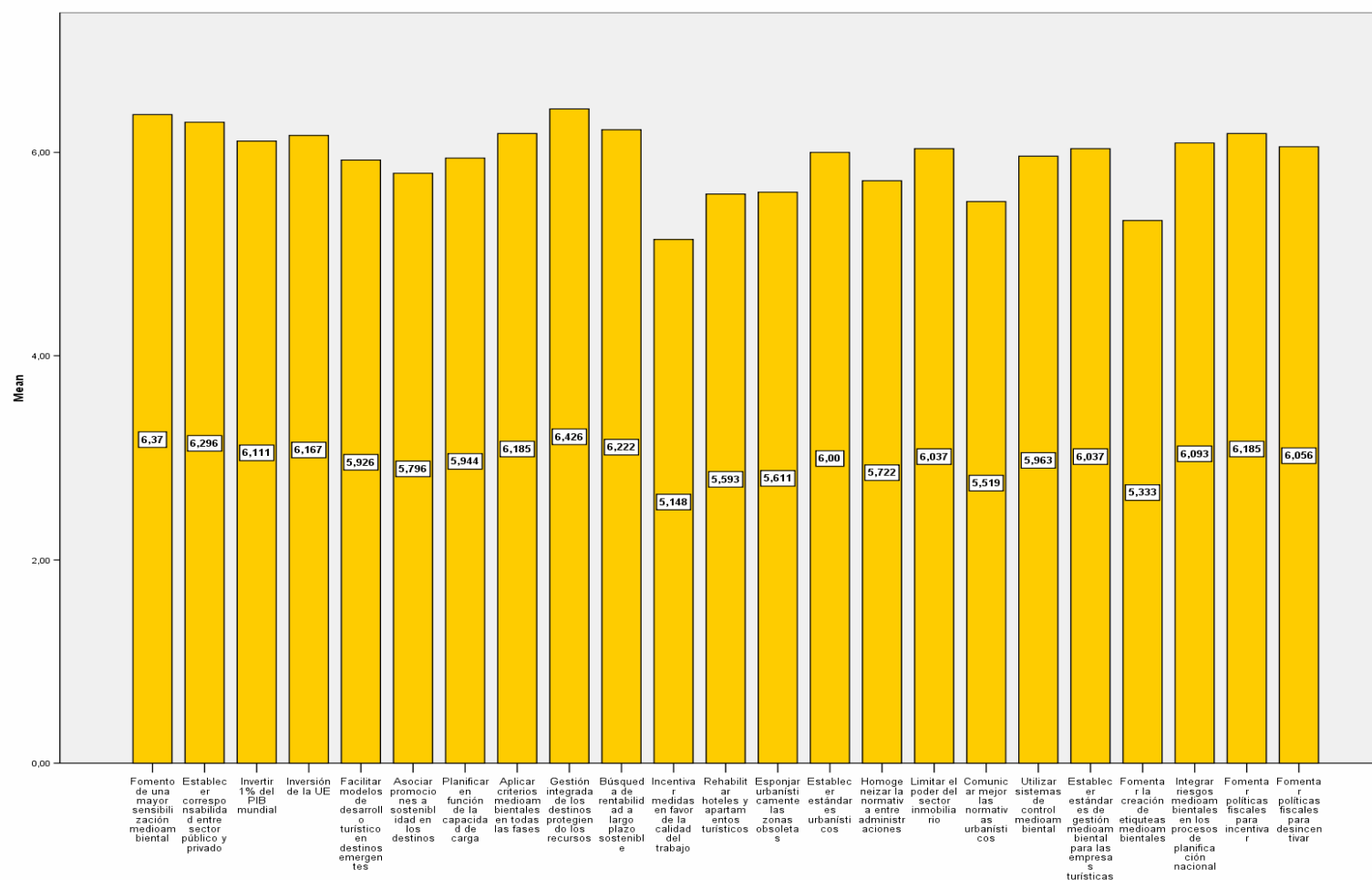
Las administraciones y los organismos públicos tienen unos retos intensos:

- Gestionar de forma integral los destinos turísticos, 6, 426 sobre 7
- Sensibilizar a toda la sociedad, 6,37
- Buscar la corresponsabilidad entre el sector público y el sector privado en el desarrollo de los espacios turísticos, 6,296
- Plantear la rentabilidad a largo plazo, es decir, la sostenibilidad, 6,227
- Establecer criterios medioambientales en todas las fases del ciclo de vida del destino turístico, 6,185.

Como se ve, la intensidad de las respuestas es elevada, por encima del 6 sobre 7 y se encaminan a una visión de gestión holística de los destinos, donde priman criterios sostenibles en todos los ciclos de vida, contando con la corresponsabilidad público-privada. Esta visión de planificación deberá acelerarse ante la realidad del cambio climático que ya está degradando el planeta. Respecto al tema fiscal, los encuestados proponen fomentar políticas fiscales incentivadoras para adoptar las medidas necesarias frente al cambio climático (6,185), mucho más que para desincentivar actuaciones contrarias al medio ambiente (6,056) (CUADRO 11). Es decir, se muestran más de acuerdo en que se impulsen políticas de apoyo a los que colaboren con el medio ambiente que en sancionar a aquellos que lo degraden.

Las empresas deberán adoptar una serie de medidas también intensas:

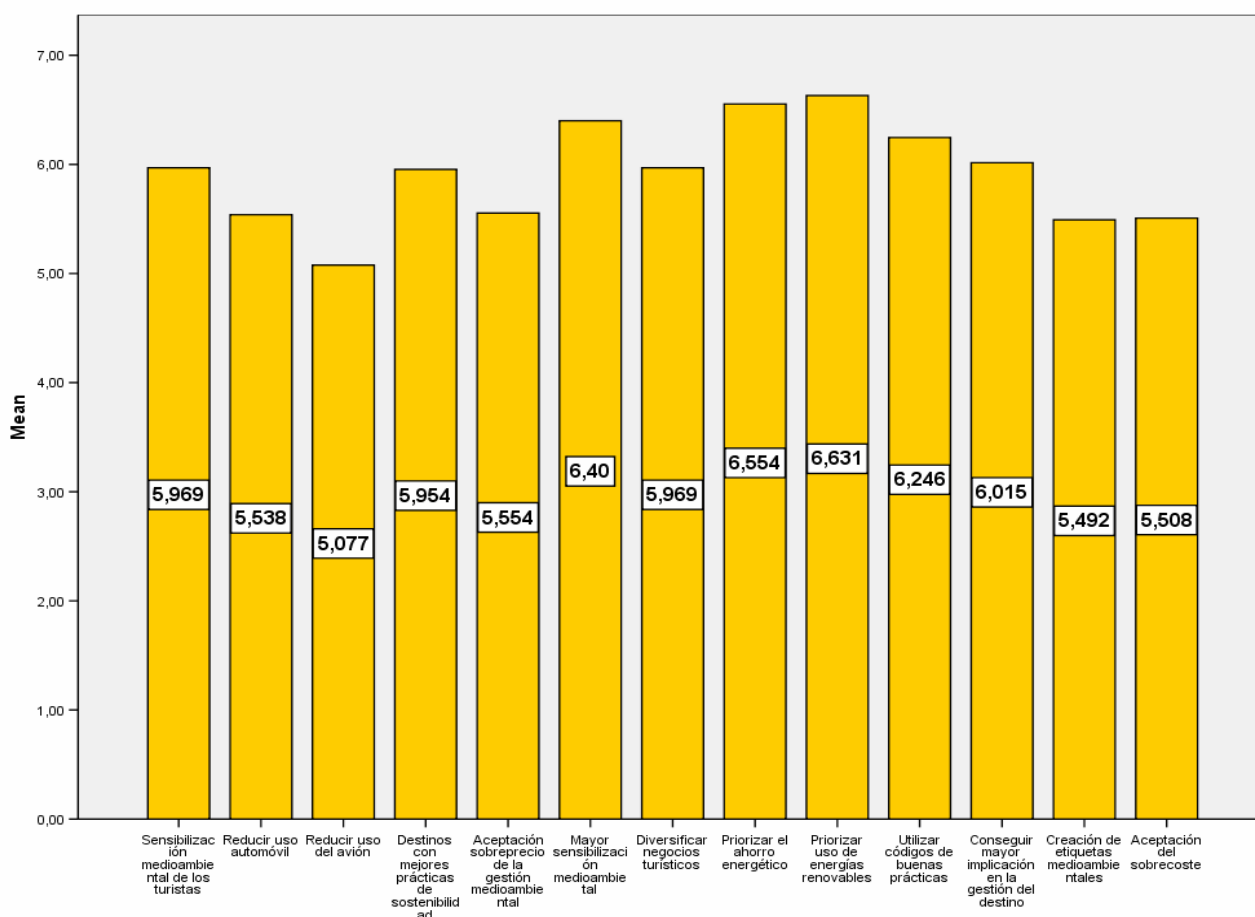
- Priorizar las energías renovables, 6,631
- Priorizar el ahorro energético, 6,554
- Trabajar por la sensibilización, en la misma línea que las administraciones y luego las empresas, 6,40
- Adoptar códigos de buenas prácticas, 6,246
- Diversificar los negocios turísticos, 5,969
- Primar los destinos turísticos con mejores prácticas de sostenibilidad, 5,954.



CUADRO 11: *Acciones consideradas indispensables para frenar los efectos del cambio climático (por parte de las administraciones públicas)*

El uso de energías renovables y el ahorro energético representan la máxima intensidad de las respuestas obtenidas tanto para las administraciones públicas, como para las empresas y los ciudadanos. Resulta evidente que ambos asuntos han calado hondo en la mentalidad colectiva. Igual que la adopción de un código de buenas prácticas por parte de las empresas turísticas, que recoja no sólo el cuidado del medio ambiente sino también la inminencia de las medidas para adaptarse y limitar el cambio climático. Aquí aparecen con una intensidad mucho más baja que el resto:

- el sobrecoste que hay que aceptar por la sostenibilidad, (tasas e impuestos turísticos, medioambientales o ad hoc) , 5,508, lo cual abunda lo anteriormente indicado sobre la resistencia a los impuestos
- y la reducción del uso del avión, que sólo merece un 5,07 (CUADRO 12), lo cual hay que asociar con la intención del encuestado de no frenar el crecimiento del sector.



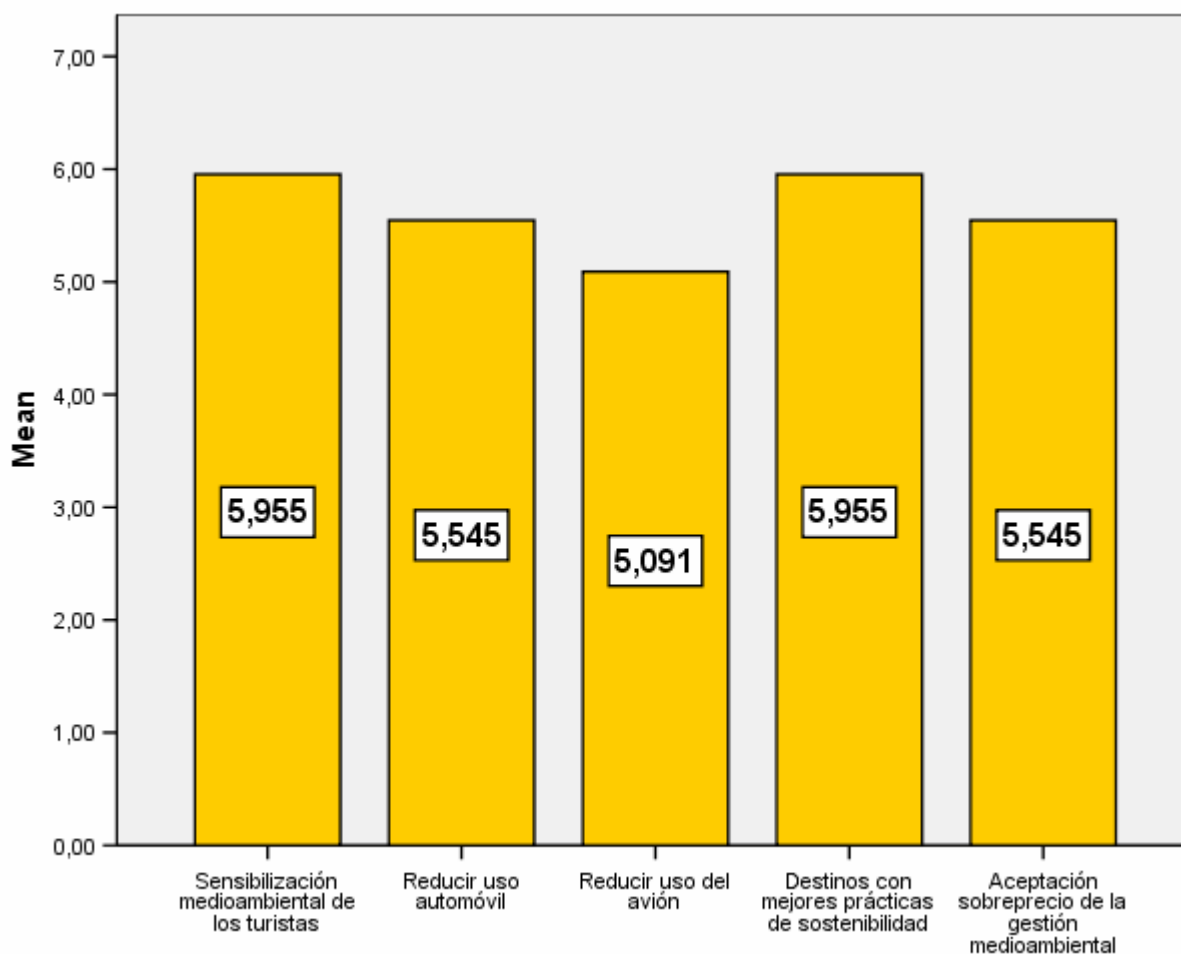
CUADRO 12: *Acciones consideradas indispensables para frenar los efectos del cambio climático (por parte de las empresas)*

Los ciudadanos deberán adoptar, por su parte, una serie de medidas de menor intensidad que las de las administraciones y organismos públicos y de las empresas. Son las siguientes:

- Elegir los destinos teniendo en cuenta las mejores prácticas de sostenibilidad, 5,955

- Sensibilizar, como el resto, 5,955
- Reducir el uso del automóvil en los desplazamientos turísticos, 5,545
- Aceptar tasas medioambientales, 5,545
- Y en menor medida, reducir el uso del avión, 5,091

Sin embargo, al enfrentarse al papel de los ciudadanos, la muestra resulta mucho más benigna en intensidad de las demandas. Excepto seleccionar destinos con buenas prácticas de sostenibilidad, que se acerca al 6, el resto se sitúa en torno al 5,5; incluso el reducir el uso del avión merece bastante menos, un 5 (CUADRO 13).



CUADRO 13: *Acciones consideradas indispensables para frenar los efectos del cambio climático (por parte de los ciudadanos).*

4. CONCLUSIONES

A. El cambio climático ya ha iniciado para más de tres cuartas partes de la muestra (78,8 %); evolucionará de forma progresiva (69,1 %), aunque en los próximos decenios viviremos en constante incertidumbre (69,1 %).

B. Estamos a tiempo de adaptarnos y de limitar el cambio climático, aunque es ligeramente superior el porcentaje de los que desean una adaptación suave

- C. Para la mitad de la muestra, el deterioro ambiental no es la principal preocupación de las empresas (49,25 % bastante o parcialmente en desacuerdo), frente a menos de una cuarta parte que está parcialmente o bastante de acuerdo (23,88 %)
- D. Las empresas son las principales causantes del cambio climático, seguidas de las administraciones nacionales, los ciudadanos, las administraciones regionales, los organismos internacionales y las administraciones locales
- E. Las empresas del sector turístico no son consideradas el principal causante del cambio climático; sólo un 29,4 % opina que sí
- F. Las consecuencias más destacadas del cambio climático serán las catástrofes naturales, los daños en la costa, la pérdida de valor de los paisajes, la presencia de más competidores en sol y playa. La muestra no cree que se vaya a producir todavía un desplazamiento de las temporadas clásicas ni una reducción del consumo de turismo
- G. Italia y España son considerados como destinos refugio en momentos críticos frente a otras zonas del Mediterráneo
- H. Los sectores más afectados por el cambio climático van a ser el ski, el sol y playa, el golf, el turismo rural, los deportes náuticos. Los que menos, el turismo de naturaleza, el de congresos y eventos, y el de cultura.
- I. Ante la realidad en la que vivimos, las administraciones públicas deben gestionar el destino de una forma integral, sensibilizar a todos y proceder a corresponsabilizar al sector público y privado conjuntamente en la gestión del territorio. Posteriormente, buscar la rentabilidad al largo plazo, establecer criterios medioambientales en todos los ciclos de vida del destino, e implantar políticas fiscales incentivadas.
- J. Por su parte, las empresas deben priorizar el uso de las energías alternativas y el ahorro energético, establecer código de buenas prácticas que incluyan criterios de planificación medioambientales y predisposición a la aplicación de las medidas reguladoras, e implicarse en la gestión del destino. Desde el punto de vista estratégico, deberán proceder a diversificar los negocios
- K. Y finalmente, los ciudadanos deberán ser más sensibles en el momento de elegir destinos a los que impulsan las mejores prácticas sostenibles, reducir el uso del automóvil, y aceptar de buen grado las tasas medioambientales que se implanten.

5. BIBLIOGRAFÍA (provisional)

- LANDETA, j., (2002) “El método Delphi, una Técnica de previsión del futuro”, Ariel Social
- LINSTONE, H. Y TUROFF, M. (1975) “The Delphi Method. Techniques and Applications”, Addison-Wesley, 1975, pag. 3
- MORE, C.M., (1990) “Group Techniques for Idea Building”, Sage