

**E** 'La narrativa tradicional y predominante sobre los beneficios del Turismo para territorios y sociedades resulta ahora cuestionable y se revela insuficiente para justificar el balance entre los impactos positivos y los impactos negativos', según el director del Observatorio de Turismo Responsable

TRIBUNA



JORDI FICAPAL

## La nueva agencia para el Turismo en el siglo XXI (I)

**H**ACE YA UNOS dos meses y medio de la Cumbre Mundial del Turismo Sostenible TS+20 que se celebró en Vitoria-Gasteiz bajo el lema 'Hacia una industria responsable' y que fue organizada por el Global Sustainable Tourism Council (GSTC), el Instituto de Turismo Responsable (ITR) y la Agencia Vasca de Turismo (Basquetour) y patrocinada por la Organización Mundial del Turismo (UNWTO), la UNESCO, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Conferencia sobre el Cambio Climático de París 2015 (COP21 - CMP 11).

Esta cumbre tuvo lugar 20 años después de la primera Conferencia Mundial para el Turismo Sostenible que se celebró en Lanzarote en 1995. Entonces se aprobó la primera Carta del Turismo Sostenible que había venido inspirando los cambios más significativos en la orientación a la sostenibilidad de la industria turística desde finales del siglo pasado con un énfasis inicial muy medioambiental y una ampliación de esta preocupación hacia cuestiones socioculturales y de gobernanza y gestión del Turismo en los destinos más recientemente.

El Observatorio de Turismo Responsable (OTR) de la Facultad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi (Universidad Ramon Llull, Barcelona) contribuyó a la cumbre con una reflexión alrededor de la necesidad de establecer nuevos indicadores de desarrollo humano y sostenible para medir los impactos sociales y económicos y las cargas y beneficios del Turismo en los territorios y las comunidades. Son cuatro las ideas principales expuestas:

**El Turismo puede ocupar un lugar destacado en la lucha contra el cambio climático si se movilizan**

La primera es que la narrativa tradicional y predominante sobre los beneficios del Turismo para territorios y sociedades resulta ahora cuestionable y se revela insuficiente para justificar el balance entre los impactos positivos y los impactos negativos de la actividad turística en destinos concretos. El relato clásico ha pecado de excesivamente economicista y poco riguroso especialmente cuando se ha centrado en el incremento del número de turistas o del presunto PIB turístico. No ha abordado temas clave como la distribución de la riqueza generada por el Turismo, los costes públicos asociados, la calidad del empleo que genera, la distribu-

ción territorial y social de cargas y beneficios, las mermas o fugas de ingresos, las lagunas fiscales, etc. y ha obviado los aspectos sociales y medioambientales. Por estos motivos los ciudadanos residentes en

es imprescindible ahora diseñar nuevos marcos de gobernanza en red con instrumentos de cooperación público-privada-social, orientados a la finalidad fundamental de la generación de valor público, que



destinos turísticos, relacionados o no con el Sector, y sus administraciones públicas no se conforman ahora con los conocidos argumentos de la generación de riqueza y empleo para justificarlo todo.

Por otra parte, el propio Sector Turístico no ha desarrollado nunca suficientemente una narrativa complementaria basada en los beneficios sociales, culturales, etc., en definitiva de desarrollo humano y sostenible y no solamente de desarrollo económico, que el Turismo genera en las sociedades receptoras ni se ha interesado bastante por el punto de vista de los residentes y sus organizaciones representativas como principales *stakeholders* de la actividad turística, así como ha descuidado también la participación de otros *stakeholders*. En este sentido la identificación de estas otras fuentes, no estrictamente económicas, de valor público generado por el Turismo y el desarrollo de métricas e indicadores adecuados para mostrar el alcance real de la generación de valor público del Turismo se debería convertir en una prioridad para el sector.

En tercer lugar y como consecuencia de las dos ideas anteriores

mejoren las prestaciones de los modelos de gobernanza jerárquica y de gobernanza de mercado que se han visto superados por la complejidad que implica gestionar hoy en día el Turismo en sociedades complejas como la nuestra. Para ello es necesario:

1. Articular buenos sistemas de inteligencia turística: con el fin de poder tomar decisiones basadas en datos e información de calidad y no basadas en "verdades reveladas" o cacemismos turísticos más propios del siglo XX. Asimismo, establecer indicadores de desarrollo humano y sostenible para medir los impactos sociales y económicos y las cargas y beneficios del Turismo en los territorios y las comunidades.

2. Garantizar la diversidad y la participación de los diferentes interlocutores o *stakeholders* del Turismo, tanto sociales como económicos, en cada destino a través del desarrollo de redes estables y reguladas de colaboración público-privada para la planificación, el seguimiento y la evaluación de las políticas públicas en Turismo.

3. Tomar las mejores decisiones en términos de valor público generado para cada comunidad y desti-

no acercando los procesos deliberativos de las políticas turísticas al ciudadano residente. El Turismo consume el entorno físico y cultural de los residentes permanentes y, por tanto, la toma de decisiones estratégicas alrededor de la actividad turística debe hacerse en proximidad.

4. Incentivar las empresas del Sector para que, en la persecución de su legítimo beneficio empresarial, incorporen en sus estrategias y sus prácticas los elementos de responsabilidad necesarios para contribuir al desarrollo humano y sostenible del destino en su conjunto.

Y por último, aunque por ello no menos relevante, en este marco de gobernanza en red que proponemos se hace imprescindible revisar las narrativas y los estilos de liderazgo predominantes en el sector. Una nueva gobernanza del Turismo requiere también, sin duda, una nueva liderazgo.

### Cambio climático

El cambio climático, que sitúa al Turismo ante un nuevo paradigma, fue otro de los temas que ocupó un lugar preeminente en las reflexiones de la cumbre. El Turismo puede ocupar un lugar destacado en la lucha contra el cambio climático si se movilizan plenamente los recursos y la capacidad de innovación de este sector económico mundial de importancia capital, orientándolos a la consecución de este objetivo. El reciente acuerdo aprobado en la XXI Conferencia Internacional de Cambio Climático COP21 de París el pasado 12 de diciembre tiene como gran objetivo evitar que la temperatura mundial aumente más de dos grados en este siglo y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

La industria del Turismo y de los viajes se enfrenta al desafío de incorporarse al liderazgo del movimiento mundial en favor de una economía baja en carbono. El carácter multifuncional y transversal de la actividad turística permite desarrollar un extraordinario abanico de iniciativas de mitigación del cambio climático, en particular en sectores críticos como la energía, el transporte, el alojamiento o la provisión de agua.

La industria del Turismo y de los viajes se enfrenta al desafío de incorporarse al liderazgo del movimiento mundial en favor de una economía baja en carbono. El carácter multifuncional y transversal de la actividad turística permite desarrollar un extraordinario abanico de iniciativas de mitigación del cambio climático, en particular en sectores críticos como la energía, el transporte, el alojamiento o la provisión de agua.

Jordi Ficapal es director del Observatorio de Turismo Responsable de la Facultad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi (Universitat Ramon Llull).

**Hay que incentivar a las empresas para que incorporen en sus prácticas los elementos de responsabilidad**