

Enrique Torres Bernier  
Universidad de Málaga  
Presidente de FORODITUR

# **EL PAPEL DEL TURISMO EN UN ENTORNO NUEVO Y CAMBIANTE**

# PLANTEAMIENTO DE LA INTERVENCIÓN

- × **Las crisis en un mundo capitalista desarrollado: hegemonía y conflicto**
- × **La sostenibilidad como concepto y como praxis**
- × **El turismo como un fenómeno socioeconómico en proceso de maduración y cambio**

# BASES DE PARTIDA

---

- ✗ **Hay que comenzar por reconocer que:**
  - + **Más que crisis hay que hablar de un estado de crisis**
  - + **La actividad turística está aun en formación**
  - + **Los conocimientos turísticos están entrando ya en una “masa crítica”**
  - + **La inmediatez de la crisis oculta los verdaderos problemas del sistema económico, político y social**

# **LAS CRISIS DEL MOMENTO ACTUAL**

- × La crisis económica originada en la mala regulación del sistema financiero**
- × La crisis de un modelo autodestructivo de producción y de consumo, en contradicción con los objetivos del milenio**
- × La crisis como cambio de paradigma turístico**

# LOS ORÍGENES DEL PROBLEMA

- × **Los orígenes de una crisis esperada**
- × **Neoliberalismo: de la desregulación a la anarquía especulativa**
- × **La economía financiera a la real y sus relaciones**
- × **La falta de respuestas ante los problemas de la desigualdad a todos los niveles**
- × **Frustración y expectativas de los países y de los individuos**

# LOS ORÍGENES DEL PROBLEMA

- **No se vislumbra el final de la crisis que dificulta los objetivos del milenio**
- **La crisis está sometiendo a una gran presión a clientes, mercados, empleados y agentes decisores ¿Que hacer?**
- **La capacidad de recuperación del turismo está clara, pero con matices**
- **Es necesario hacer una “hoja de ruta”**

# TURISMO Y CRISIS

---

**Se sigue confiando en el turismo como un sector fuerte generador de crecimiento y desarrollo**

**No se debe perder la perspectiva del largo plazo**

**Las personas no van a dejar de viajar, pero lo harán de otra forma**

**Las consecuencias sobre el empleo aun no han sido valoradas**

# ¿QUÉ SACRIFICARÍAN LOS ESPAÑOLES A POR NO DEJAR DE IR DE VACACIONES?

- 30% dejaría de fumar (47 paquetes = fin de semana en Paris en 3\*)
- 40% dejaría de ir de copas
- 33% dejarían de comer fuera
- 21% iría en “bici” o caminando al trabajo
- 23% dejaría de ir a la peluquería un tiempo
- 25% dejaría de comprar discos y libros
- 19% dejaría de ir al gimnasio

# ENCUESTA 'GLOBAL ONLINE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR' (NIELSEN)

- ✘ El ahorro se centra en consumir menos ocio fuera de casa (63%),
- ✘ Reducir sus escapadas de puentes y fines de semana (41%) o sus vacaciones anuales (33%).
- ✘ La restricción del gasto continuará en 2012
- ✘ La preocupación principal es la marcha de la economía (42% frente al 18% del resto del mundo
- ✘ Nueve de cada diez internautas españoles opinan que la economía está actualmente en recesión, y un 67% piensa que seguirá estándolo en los próximos 12 meses,
- ✘ Más de la mitad dice estar actualmente en crisis

# OTRAS MEDIDAS ADOPTADAS PARA REDUCIR EL GASTO

---

- ✘ Consumir menos gas y electricidad (62%),
- ✘ Menos teléfono (58%)
- ✘ Comprar menos ropa (55%).
- ✘ El 51% asegura que adquiere productos de marcas más baratas,
- ✘ Utiliza menos el coche (39%),
- ✘ Compra menos aparatos de nuevas tecnologías (34%),
- ✘ Menos comidas preparadas o para llevar (28%),
- ✘ Retrasa la sustitución de aparatos y decoración para el hogar (28%),
- ✘ Dejar de fumar o fuma menos (21%)

# HOJA DE RUTA DE LA OMT

- ✂ **Ser realista, seguir el mercado de cerca y adaptarse continuamente. Estrategias de supervivencia. Reducción de costes. Ajustes de precios. Aumento de productividad**
- ✂ **Asumir el cambio de mercado y de las operaciones. Países emergentes. Desintermediaciones. Segmentos de demanda más rígida**
- ✂ **Utilizar el poder de la tecnología, en particular de las TIC y de las redes sociales**
- ✂ **Impulsar las asociaciones público privadas, estratégicas, alianzas y fusiones**

# HOJA DE RUTA DE LA OMT

- ✂ **Promocionar la economía del turismo : destacar su papel en el empleo, la infraestructura, el comercio y el desarrollo**
- ✂ **Ayudar a los países pobres , los más sensibles a la crisis. Escepticismo ante los recortes presupuestarios**
- ✂ **Poner el turismo en el centro de los paquetes de medidas de estimulación económica y del nuevo pacto verde. Sólo declaración de principios**

# ELEMENTOS CLAVE DE LA SOSTENIBILIDAD

---

- × **La sostenibilidad como concepto**
- × **La sostenibilidad como criterio de actuación**
- × **La sostenibilidad como necesidad imperiosa de supervivencia y de superación**

# SECUENCIA CRONOLÓGICA

- ✘ Aspectos ambientales (capa de ozono, contaminación, pérdida de biodiversidad, recalentamiento y cambio climático, desequilibrio en los ecosistemas)
- ✘ Solidaridad intergeneracional. Número de generaciones, la posibilidad de impostura
- ✘ Aspectos culturales. Patrimonio natural y cultural (tangible e intangible). Costumbres y derechos humanos.
- ✘ Participación. Actuación en lo local, democracia y eficiencia. La gobernanza
- ✘ Equidad social (justicia redistributiva)

# La sostenibilidad como criterio de actuación

- ➔ **Su carácter inestable (dinámica)**
- ➔ **La sostenibilidad como transacción (acuerdos entre partes)**
- ➔ **La sostenibilidad y las negociaciones asimétricas**
- ➔ **La sostenibilidad y la tutela**
- ➔ **La sostenibilidad y las negociaciones políticamente interesadas**
- ➔ **La sostenibilidad y la gobernanza**

# ASPECTOS TURÍSTICOS

---

- ✘ **Recursos medioambientales.** Agua, energía y turismo, destrucción de los ecosistemas, litoral,...
- ✘ **Intergeneracional.** La incidencia del turismo en el cambio social.
- ✘ **Recursos culturales.** Efectos sobre el patrimonio material e inmaterial.
- ✘ **Participación.** Niveles territoriales
- ✘ **Justicia social.** Turismo como redistribuidor de la renta)

# La sostenibilidad como necesidad de supervivencia

---

- ✘ **Existe una auténtica crisis del sistema global a causa de un modelo exponencial de consumo (posibilidad de crecer sin consumir recursos n.r. y afectar a la biodiversidad).**
- ✘ **Existe una falta de respuestas en el campo institucional, cultural, político e ideológico**
- ✘ **El cambio debe de empezar por los ciudadanos beneficiarios y víctimas del sistema de consumo y producción**

# Representatividad y legitimación: hacia un nuevo contrato social

---

- ✘ Las respuestas colectivas de base: 15 M y primaveras árabes
- ✘ Los cambios estructurales del sistema.  
Control del sistema financiero internacional
- ✘ Los cambios que respeten más los derechos de los ciudadanos
- ✘ Redistribución de cargas más justa
- ✘ Educación y cultura: los valores básicos de la convivencia y del respeto a personas y a culturas

# **La otra crisis o el cambio del paradigma turístico**

- ❑ **Los cambios sobrevenidos en el periodo de crecimiento**
- ❑ **La capacidad de hacer de la crisis una oportunidad**
- ❑ **Las consecuencias del largo periodo expansivo**
  - **Creación de expectativas sobre beneficios**
  - **Desequilibrios de la estructura productiva y financiera**
  - **Empresas inframarginales**
  - **Innovación, formación y productividad**

# LOS GRANDES MODOS DE VIAJE

## Turista pasivo

Reponerse

Recuperarse

Descansar

Desconectarse

No tener obligaciones

No tener problemas

No tener preocupaciones

Ser servido

## Turista activo

Experimentar algo distinto Explorar

Cambiar

Divertirse

Jugar

Estar activo

Estar junto a otros

Hacer lo que a uno le plazca

Descansar sin estrés

## Turista participativo

Fomentar la creatividad. Mentalidad abierta

Ampliar horizontes

Experimentar. Tomar riesgos personales

Reflexionar sobre uno y los demás

Comunicación con otros y sumergirse en su cultura

Practicar valores

Vivir la naturaleza

Aprender nuevas cosas

---

Paradigma dominante 1

**RENTA**

Paradigma dominante 2

<

**RENTA**

>

Paradigma dominante 3

**RENTA**

# OFERTA

---

- Mayor atención a la sostenibilidad
- Mayor competencia y oportunidades
- Salto cuantitativo y cualitativa en la formación
- Aumento de la normativa turística
- Más fusiones y grandes alianzas
- Fuerte expansión de los turismos de interior
- Más automatización, sobre todo de la oferta
- Mayor flexibilidad laboral

# OFERTA

---

- Adaptación a los cambios climáticos
- Aumento de la innovación y de la adaptación de los cambios tecnológicos
- Políticas de diferenciación
- Nuevos modelos de gestión y planificación turística
- La calidad como constante
- Aumento de asociaciones y redes
- Economías de escala

# DEMANDA

- Mayor presencia de los valores en el turismo (turismo justo, turismo de base local, de conciencia, responsabilidad social en turismo)
- Mayor atención a las necesidades del turista
- Mayor segmentación y complejidad de la demanda
- Mayor y mejor conocimiento del cliente
- Mayor demanda de accesibilidad
- Más contactos directos entre consumidores y oferentes
- Aumento de las vacaciones cortas (impacto de la crisis)
- Aumento de la turismos específicos

# DE MERCADO

---

- Madurez de la actividad turística
- Nuevos sistema de información
- Aumento de los turismos y elementos vivenciales, agradables y con valores
- Disminución de los precios en general y de los del transporte en particular
- Aumento de la relación calidad precio

# RESUMEN

---

- ✘ **Las crisis van a marcar el desenvolvimiento del turismo, provocando un nuevo paradigma**
- ✘ **La sostenibilidad se verá afectada negativamente a corto plazo**
- ✘ **Es inevitable nuevos planteamientos globales de organización política y social que afectarán también al turismo**
- ✘ **La competencia y las oportunidades van a aumentar y es preciso avanzar en la sociedad del conocimiento y en el respeto hacia los más desfavorecidos, con acciones coherentes y efectivas**