

PRESENTACIÓN

PRESENTATION

M. Antonio Zárate Martín

Universidad Nacional de Educación a Distancia
ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0003-3709-7814>
mzarate@geo.uned.es

Copyright: © 2017 CSIC. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia *Creative Commons Attribution (CC BY)* España 3.0.

Este número monográfico sale a la luz con ocasión de la declaración de 2017 como *Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo* por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 30 de diciembre de 2015. Esta declaración es consecuencia de la importancia económica y social que ha ido adquiriendo el turismo desde mediados del siglo XX y de sus oportunidades para el desarrollo, el crecimiento económico, la reducción de la pobreza, la disminución de las desigualdades sociales y el fomento de la tolerancia y respeto entre los pueblos y las culturas.

En la actualidad el turismo es un fenómeno de masas por el incremento del tiempo libre, la generalización de las vacaciones pagadas, el aumento del nivel de vida y del consumo y el abaratamiento de los costes de transporte por los avances tecnológicos. Ello se explica además por el afán innato de descubrimiento de las personas, de conocer lo diferente de lo habitual, lo que está fuera del entorno cotidiano y que se encuentra especialmente en lugares distintos a los de residencia. Por eso nadie cuestiona la tendencia natural del hombre a desplazarse para conocer lugares, costumbres y modos de vida, incluida la colaboración en actividades solidarias, en un proceso de renovación e innovación constante de la práctica turística que acompaña a su vez a los procesos también de continuo cambio de las sociedades de nuestro tiempo.

De ese modo, hoy el turismo mueve a millones de personas en el mundo, 1.235 millones de turistas internacionales en 2016 frente a los 25 millones en 1950, y se espera que esa cifra llegue a los 1.800 mi-

llones en 2030, según el informe sobre previsiones a largo plazo de la Organización Mundial del Turismo *Tourism Towards 2030*, con un incremento medio estimado de un 3,3% anual entre 2010 y 2030. La mayoría de esos turistas corresponden a los países más tempranamente desarrollados, incluido el Japón, en los que más de la mitad de la población sale de vacaciones y la disponibilidad de tiempo libre aumenta, pero los turistas crecen también exponencialmente en las economías emergentes, China, la India y países de Latino-América, como México, Brasil, Argentina o Chile. Y a todo ese turismo internacional se añade el constante incremento del nacional, dentro de las fronteras de los diferentes países, con modalidades cada vez más variadas, entre ellas el turismo rural, el de naturaleza, el cultural, el industrial y el de visita de empresa. Todas son fórmulas muy vinculadas a la intensificación de los viajes de fin de semana, de puentes y festividades largas como la Semana Santa o la Navidad, y relacionadas con la tendencia creciente a fragmentar las vacaciones laborales en días de asueto que se distribuyen a lo largo del año.

Consecuentemente, esa movilidad de la población, internacional y nacional, genera riqueza y oportunidades de desarrollo, puesto que los turistas requieren toda clase de servicios para hacer posibles sus desplazamientos y estancia en los lugares de destino. Así, el turismo se convierte en una gran industria que mueve economías y trasciende los ámbitos nacionales, más aún en un mundo globalizado como el nuestro. Según la Organización Mundial del Turismo, el valor económico

generado por el turismo internacional se ha elevado de 2.000 millones de dólares en 1950 a 1.260.000 millones en 2015, lo que representa el 7% de todas las exportaciones en bienes y servicios del mundo y, según esa misma fuente, el turismo ocupa el tercer puesto en los ingresos mundiales por exportaciones, solo por detrás de los combustibles y los productos químicos, y por delante de la alimentación y la industria de la automoción. En muchos países en desarrollo el turismo es el primer sector en exportaciones y el capítulo principal del PIB. Evidentemente, los efectos socioeconómicos del turismo no son menos relevantes y se manifiestan entre otras cosas en la creación de empresas y empleo, en la generación de ingresos y en la realización de infraestructuras que benefician al conjunto de la población.

En el caso de España, nuestro país se ha consolidado como potencia turística, con 75 millones de turistas internacionales en 2016, y como el tercer receptor mundial en 2015, con 68,2 millones, únicamente por detrás de Francia, con 84,5 millones, y de Estados Unidos, con 77,5 millones. También en 2015 fue el tercer país por ingresos generados por el turismo internacional, con 65,1 mil millones de dólares, detrás de Estados Unidos, que recibió 204,5 mil millones, y China, con 114,1 mil millones, pero por delante de Francia, con 45,9 mil millones. La actividad turística aporta el 11,2% del valor del PIB español y proporciona trabajo a 2.062.129 personas, el 12,3% del empleo nacional. Y como otra prueba más del dinamismo de este sector en España, nuestro país encabezó por primera vez en 2015 la clasificación mundial de competitividad turística entre un total de 141 países y ha repetido esta posición en 2017 entre 136, debido sobre todo a la calidad de sus infraestructuras, a la sanidad, la seguridad y la riqueza de sus recursos culturales y naturales, destacando por el número de lugares patrimonio de la humanidad, según el informe *Travel and Tourism Competitiveness*, elaborado cada dos años por el *Foro Económico Mundial*.

El turismo permite además una redistribución monetaria de las rentas que se generan en origen y se gastan en los lugares de estancia, y actúa, así, como factor de intercambio internacional y mecanismo para la adquisición de divisas extranjeras, lo que facilita la capitalización de las economías de los países en vías de desarrollo, como sucedió en la España de los años 1960. Por eso, no sorprende que la *Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible*, celebrada en 2002 en Johannesburgo, instara a la Organización Mundial del Turismo a desempeñar una labor más activa en favor de su desarrollo sostenible. A eso se añaden sus beneficios para la creación de empleo a tiempo completo y parcial,

ya que se estima que cada turista requiere una media de tres trabajadores directos en el sector. También es cierto que el turismo puede contribuir a mantener o a aumentar la población, evitando fenómenos de desertización como los que afectaron en el pasado a la mayoría de las áreas de alta montaña, debido al éxodo rural por la crisis de su agricultura, la desindustrialización y los cambios en los modos de vida. A modo de ejemplo, basta pensar en los contrastes de ocupación del suelo y de población entre mediados del siglo pasado en los Alpes o en los Pirineos y la actualidad.

De forma general, el medio rural se ve también favorecido por la demanda de los productos de alimentación y de mano de obra que genera, mano de obra procedente incluso de los países en vías de desarrollo, para cubrir las necesidades de empleo temporal o fijo, sobre todo en los periodos de temporada alta. Surgen, así, corrientes de trabajadores nacionales e internacionales que encuentran empleo directo o indirecto en el turismo. Se considera que el 20% del empleo creado en España en 2016 ha correspondido a actividades relacionadas con él, según la información de datos de afiliación a la Seguridad Social.

Sin embargo, los efectos no deseados también son importantes y muy variados, lo que justifica la necesidad de canalizar esta actividad a través de criterios de sostenibilidad como los recomendados por la *Carta Mundial del Turismo Sostenible* de Lanzarote de 1995, renovados y actualizados por la *Carta Mundial del Turismo Sostenible +20* de Vitoria-Gasteiz de 2015. Por lo pronto, la localización espacial del turismo, siempre segregativa y a veces muy puntual, ha contribuido muchas veces al vaciamiento de unas zonas en beneficio de otras, de aquellas en las que se ubican los centros turísticos, lo que acentúa los desequilibrios territoriales. En todos los países esta actividad se concentra espacialmente según factores de oportunidad muy distintos y esa concentración impulsa a menudo las desigualdades dentro de la región y del país. En España, las mayores densidades turísticas corresponden al litoral mediterráneo, las islas Baleares, Canarias y Madrid, que recibieron el 70,43% de los turistas en 2016, según datos del Instituto Nacional de Estadística.

Por otra parte, las inversiones de capital de los actores económicos no benefician siempre a los destinos turísticos. La construcción de infraestructuras hoteleras y de recreo se realiza con frecuencia por grupos financieros exteriores que drenan los beneficios hacia los centros de decisión urbanos, en muchos casos en el extranjero. Así, en general, los flujos económicos aprovechan menos a los municipios rurales que

reciben las instalaciones de acogida y ocio que a los lugares desde los que se organiza y dirige la gestión, y lo mismo sucede en las relaciones turísticas entre los países periféricos y los centrales. A su vez, los poderes públicos se ven obligados a atender a través de los presupuestos del Estado las necesidades creadas por la presión turística, entre ellas la mejora de las infraestructuras que, de no efectuarse, podrían llegar a asfixiar el desarrollo del sector, y lo mismo sucede con los servicios asistenciales, sobre todo los de salud.

Muchas veces la repercusión sobre el empleo es menor de lo que cabría esperar y sería deseable. El aumento de la productividad, la modernización de las estructuras, la aplicación de las nuevas tecnologías, la concentración espacial de los equipamientos y de los establecimientos frenan el crecimiento de los empleos regulares y a tiempo completo en el sector del turismo. Incluso, los efectos sobre la creación de puestos de trabajo en la agricultura y la industria local pueden ser escasos, como sucede cuando se recurre a la importación sistemática de los bienes y materiales necesarios desde otras áreas o países para mantener la oferta turística. Y a eso se suma la inflación que genera el sector en los lugares de destino, especialmente en todo lo relacionado con la vivienda y la compra de bienes de consumo, lo que repercute inevitablemente en las economías personales de los residentes, no solo durante la temporada turística sino todo el año. En el caso de los bienes y servicios, la subida de precios viene provocada en gran parte por el carácter generalmente estacional del turismo y por los desequilibrios entre la capacidad de producción y de atención personal de las áreas de acogida y el incremento de la demanda por la afluencia de viajeros. Los turistas aceptan pagar más por los artículos y servicios durante las vacaciones, pero la subida de precios que su llegada ocasiona es soportada por los residentes todo el año.

Tampoco se puede olvidar que el turismo es un importante agente de transformación y cambio social. La llegada de turistas puede ser vista como factor de pérdida de cohesión de la comunidad al debilitar el consenso establecido sobre los valores y normas de conducta, sobre todo cuando la afluencia es masiva y se produce en entornos culturales diferentes a los de procedencia mayoritaria de los visitantes. De ahí que aparezcan actitudes y sentimientos contrapuestos entre los residentes respecto a los turistas. En unos casos son actitudes favorables que pueden alcanzar la euforia y el entusiasmo, y en otros sentimientos de xenofobia y rechazo. La admiración se traduce en formas muy variadas, desde la imitación de los comportamientos a la de los modos de vestir, de alimentación o de divertirse, etc.

Además, la presión turística comporta polución, más consumo de agua y energía, más necesidades de tratamiento de residuos sólidos y de saneamiento de aguas y, por supuesto, degradación medioambiental y paisajística por la construcción de infraestructuras, sobre todo cuando las instalaciones afectan a ecosistemas naturales frágiles o a espacios culturales y artísticos. De ahí la urgencia de aplicar estrategias sostenibles que intenten controlar el desarrollo y la organización de los espacios turísticos, por eso cada vez hay más consenso para emprender políticas orientadas a reducir sus impactos medioambientales, la mayoría de las veces con un componente especulativo, abandonando las estrategias predominantes de los años 1960 y 1970 cuyo principal objetivo era estimular el crecimiento de esta actividad a cualquier precio. Desde la década de 1990, todos los actores del turismo, públicos y privados, se suman a políticas que pretenden armonizar crecimiento turístico y respeto por la conservación de los paisajes naturales y los valores culturales de los medios de acogida, siempre desde criterios de sostenibilidad, y más aún a partir de la *Cumbre de la Tierra* de Río de Janeiro de 1992 y de las conclusiones de la *Conferencia de Desarrollo Sostenible* de Naciones Unidas de Río 2012, también denominada *Cumbre de Río+20*. También repercuten en el mismo sentido las conclusiones de la *Conferencia sobre la Vivienda y el Desarrollo Urbano Sostenible (Hábitat III)*, celebrada en Quito en octubre de 2016, su *Nueva Agenda Urbana* y las recomendaciones del *Acuerdo de París sobre el cambio climático*, en vigor desde el 4 de noviembre de 2016.

Hoy, las políticas turísticas se asocian a criterios de *sostenibilidad* que integran la preocupación por el medioambiente, la cultura y el bienestar social, atendiendo también a demandas cada vez más diversificadas del consumo, tanto por los lugares de destino como por las formas de ocio y ocupación del tiempo libre, entre ellas los llamados turismos de modo de vida responsable y solidario. La *Carta del Turismo Sostenible*, elaborada en la *Conferencia Mundial de Turismo Sostenible*, en abril de 1995 en Lanzarote, proporciona un marco de referencia para todos los actores del turismo, públicos y privados, que se renueva en la *Carta Mundial del Turismo Sostenible +20*, resultante a su vez de la Cumbre de Vitoria-Gasteiz, del 26 y 27 de noviembre de 2015. En ella se asumen los *Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)*, adoptados por las Naciones Unidas en septiembre de 2015 para orientar el turismo hacia vías integradoras y sostenibles, y se recuerdan los principios del *Código Ético Mundial para el Turismo* como soporte de la actividad, apro-

bados por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo en 1999. Así mismo se tienen en cuenta las convenciones y acuerdos multilaterales sobre el medio ambiente y la cultura, entre ellos el *Convenio sobre la Diversidad Biológica*, la *Convención del Patrimonio Mundial Cultural y Natural*, la *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*, la *Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático* y el *Código de Conductas para la protección de los niños frente a la explotación sexual en el turismo y la industria de viajes*.

La declaración de 2017 como *Año del Turismo Internacional Sostenible para el Desarrollo* por resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas de 4 de diciembre de 2015 reconoce «la importancia del turismo internacional y, en particular, de la designación de un año internacional del turismo sostenible para el desarrollo, para promover una mejor comprensión entre los pueblos en todas partes, conducir a que se tome una mayor conciencia de la riqueza del patrimonio de las diversas civilizaciones y llevar a una mejor apreciación de los valores inherentes de las diversas culturas, contribuyendo así al fortalecimiento de la paz en el mundo». Según el Secretario General de la *Organización Mundial del Turismo*, Taleb Rifai, 2017, el *Año del Turismo Internacional Sostenible para el Desarrollo*, ha de ser visto como «una oportunidad única para ampliar la contribución del sector del turismo a los tres pilares de la sostenibilidad (económico, social y del medio ambiente), así como para aumentar la concienciación sobre las verdaderas dimensiones de un sector que se suele infravalorar». Y todo eso tiene lugar cuando los diferentes países adoptan la *Nueva Agenda 2030* y los *Objetivos del Desarrollo Sostenible*, entre los que el turismo figura como procedimiento «para promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos» (ODS 8), «para un consumo y producción sostenibles» (ODS 12) y «para conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible» (ODS 14).

En este contexto, se presenta este número monográfico con aportaciones de investigadores de diferentes países y de distintas formaciones profesionales que reflexionan sobre el turismo sostenible y sus oportunidades para el desarrollo, atendiendo siempre a las prioridades establecidas en el *Año del Turismo Internacional Sostenible para el Desarrollo*: 1) Crecimiento económico inclusivo y sostenible, 2) Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza, uso eficiente de los recursos, 3) Protección del medio ambiente

y cambio climático, 4) Valores culturales, diversidad y patrimonio, entendimiento, y 5) Entendimiento mutuo, paz y seguridad.

M.^a Luisa González San José, con el título *Enoturismo y entornos sostenibles*, muestra como la cultura del vino y su uso a través de las experiencias enoturísticas, en constante crecimiento, constituyen una oportunidad turística para el desarrollo y la sostenibilidad social, económica, ambiental y cultural de los territorios en los que el viñedo ocupa extensas superficies y es un cultivo enraizado con el paisaje y la historia. Raquel Huete y Alejandro Mantecón con *La clave es el paisaje. Explorando alternativas al turismo de masas*, analizan una iniciativa empresarial multipremiada de turismo sostenible en torno al paisaje como alternativa y vía de desarrollo integrador y respetuoso con los intereses socioeconómicos de la población local en un contexto de masificación turística ligado a la actividad inmobiliaria, como es el de la Comunidad Valenciana. Rémy Knafou, a través de su artículo *Le tourisme réflexif, un nouveau fondement d'un tourisme durable*, llama la atención sobre la importancia de tener en cuenta la actitud de las personas para que tengan éxito las estrategias de turismo sostenible y desarrollo local. A través de casos significativos en medios geográficos variados, pero siempre de fuerte intensidad turística, plantea la conveniencia de estimular comportamientos y prácticas que faciliten la identificación con los lugares visitados y su interpretación comprensiva desde lo que califica de *turismo reflexivo*. De ese modo, se avanzará en los objetivos del turismo sostenible y en su contribución al desarrollo local, favoreciendo sentimientos de entendimiento, solidaridad y paz.

La preocupación por el medioambiente y el turismo se hace especialmente presente en el artículo de Violante Martínez Quintana, *El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible*. En él se recogen tendencias conceptuales en torno al turismo de naturaleza y se muestran iniciativas para su fomento, de indudable impacto en el desarrollo local, basadas en criterios de responsabilidad social y sostenibilidad. También se aporta conocimiento sobre las oportunidades de los paisajes culturales y su relación con la naturaleza. A su vez, Najem Dhafer, en *Le patrimoine saharien tunisien au défi d'un tourisme durable : le cas de Tozeur et Nefta*, combina la sensibilidad medioambiental y la preocupación por la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural, de la arquitectura y las tradiciones populares, para demostrar como turismo y patrimonio marcan el paisaje y son elementos que desde principios de sostenibilidad pueden impulsar el desarrollo local

en espacios frágiles y vulnerables, como los oasis del Sahara. A través de los casos de estudio, se formula una propuesta alternativa al modelo de turismo masivo de sol y playa dominante en Túnez, considerando imprescindible el compromiso de los residentes para la puesta en valor del territorio y de sus valores patrimoniales.

María Inés Ortiz Álvarez, Luz María Oralia Tamayo Pérez, Jorge González Sánchez y Alma Villaseñor ofrecen en su artículo *Guanajuato, Ciudad Patrimonio de la Humanidad. ¿Oportunidad o desafío para el turismo sostenible?* un estudio de los efectos que la inclusión de un lugar en la lista de *Bienes Patrimonio de la Humanidad* de la UNESCO provoca sobre su desarrollo turístico, la calidad de vida de los residentes, y la conservación y puesta en valor de los elementos patrimoniales y medioambientales. Guanajuato, una de las ciudades de mayores atractivos culturales y de mayor potencial turístico de México, permite mostrar la importancia de las prácticas de turismo sostenible para salvaguardar los valores patrimoniales y fomentar el empleo con criterios de responsabilidad social. Carlos J. Pardo en *Sostenibilidad y turismo en los paisajes culturales de la industrialización* expone el papel fundamental del turismo para la recuperación medioambiental, patrimonial y paisajística de las antiguas zonas mineras e industriales, muchas de ellas abandonadas tras una prolongada actividad extractiva y productiva. Administraciones públicas, empresas y colectivos locales colaboran para revitalizar espacios profundamente deprimidos tras los procesos de reconversión industrial de 1970 y 1980 hasta la aparición de un turismo basado en criterios de sostenibilidad.

Por su parte, Manuel Valenzuela, en *La sostenibilidad ambiental del sector hotelero español. Una contribución al turismo sostenible entre el interés empresarial y el compromiso ambiental*, analiza la acción de las empresas hoteleras españolas para adaptar sus instalaciones a los criterios de sostenibilidad ambiental difundidos por los organismos internacionales (ONU, UNESCO, Unión Europea etc.) desde la Conferencia de Río (1992) y reforzados por la creciente sensibilidad social hacia el medioambiente. También se relacionan estos compromisos empresariales con el ahorro en la gestión de los recursos, la competitividad y el deseo de proporcionar una imagen de calidad y responsabilidad social. Por último, M. Antonio Zárate y Alejandro García Ferrero en *Los museos, oferta consolidada para*

el turismo sostenible y la calidad del paisaje ponen en valor el papel de los museos como oferta cultural sostenible para una sociedad cada vez con más nivel educativo, más informada, con más tiempo libre y con mayor capacidad de desplazarse por motivos de ocio y turismo. Se muestra cómo los museos interesan a los turistas y cómo potencian sentimientos de identidad, respeto y tolerancia hacia otras culturas, de acuerdo con la *Carta del Turismo Sostenible +20*, contribuyendo también a la generación de empleo y a la puesta en valor del paisaje como patrimonio colectivo.

Estos artículos ponen de relieve aspectos significativos del turismo para ocupar el tiempo libre y permitir el desarrollo personal, y ofrecen propuestas para avanzar en la aplicación de políticas sostenibles que faciliten su desarrollo. De ese modo, se aspira a estimular comportamientos responsables hacia el medioambiente, la conservación de patrimonio, la puesta en valor del paisaje, la equidad social y el respeto a las personas y las culturas. Y todo esto requiere, a su vez, la complicidad del lector y de la sociedad en su conjunto, más aún cuando la mayoría de los individuos que la forman son turistas en algún momento, personas que se desplazan de su lugar de residencia para ver, conocer, descubrir y participar de los modos de vida de otras personas, ocasionalmente en otros contextos culturales, a miles de kilómetros de distancia o muy cerca, incluso dentro de nuestras ciudades. Por eso no se pueden ignorar tendencias que definen el turismo no solo por el desplazamiento y la distancia sino también por la *alteridad*, por el afán de descubrir y conocer lo que no forma parte de lo habitual, de la cotidiano, sea lejos o cerca, en el lugar en el que vivimos o fuera del mismo.

En cualquier caso y en todas las situaciones analizadas en los artículos de este número siempre están presentes los comportamientos, las actitudes y los valores que la *Organización Mundial del Turismo*, de acuerdo con las orientaciones de la *Asamblea General de la ONU*, pretende impulsar a través del turismo sostenible: el crecimiento sostenible, la inclusión social, la creación de empleo y la reducción de la pobreza; la eficiencia en el uso de los recursos, la protección del medioambiente y la lucha contra el cambio climático; la conservación y puesta en valor de la cultura, de la diversidad y del patrimonio; la tolerancia, la comprensión hacia los demás, la paz y la seguridad.