

### 2.3.2 Factores que influyen en el mercado turístico

Otro aspecto relevante para el desarrollo de nuevos productos turísticos, conforme expresa Go (1990), es la identificación de las características básicas de los tipos de turistas y de los tipos de destino. Complementa citando varios factores de mercado que ejercen un efecto significativo sobre la demanda del turismo e identifica variables que configuran el mercado de los años noventa. Podemos resumir en tres los factores básicos e iniciales del mercado:

1. Un tráfico que fluye de las zonas urbanas a las zonas costeras y montañosas, alcanzando su punto máximo en los meses de vacaciones de verano e invierno
2. Coincide con Barón (1975), al afirmar que son factores climáticos, geográficos e *institucionalizados* (las épocas de vacaciones escolares y la temporada de vacaciones laborales) lo que determina, tanto en los países de origen como en los destinos, que la actividad de turismo de playa sea por naturaleza altamente estacional
3. Los turistas deben sentirse tranquilos, desapareciendo la sensación de inseguridad cuando presienten amenazas como el terrorismo, la recesión económica y/o disturbios en el lugar de destino

No obstante, a partir de los años noventa, se identifica claramente otros factores que influyen enormemente en el mercado:

1. **Envejecimiento de la población:** para los consumidores de la tercera edad, el bienestar físico y la nutrición son las principales preocupaciones. Se espera, por lo tanto, que aumente la variedad de servicios ofrecidos en los destinos tradicionales
2. **Público más diverso:** el mercado actual, al contrario del monolítico mercado familiar del pasado, se encuentra altamente fragmentado. Los viajeros tienen más claro lo que buscan. Los gustos rápidamente cambiantes de los consumidores, su mayor diversidad, y un creciente interés en los servicios turísticos especializados, sugieren que el viajero de hoy en día busca productos que impliquen “nuevas” experiencias placenteras, diferentes destinos y alojamientos acordes con sus necesidades y preferencias
3. **Mayor calificación:** ciertos segmentos de mercado prefieren pagar más por los servicios y tener la certeza que encontrarán todo lo que necesitan. Estos cambios en la escala de valores sociales genera una mayor competencia entre hoteles hacia la búsqueda de mayores niveles de calidad en el alojamiento y los servicios

4. **Nuevo concepto de vacaciones:** La creencia popular mantenía que al reducirse la larga jornada laboral del siglo XIX con la modernización de los puestos de trabajo y la actualización de los sindicatos, se incrementaría el tiempo libre y de ocio. De hecho, parece haber ocurrido lo contrario en algunos tipos de empleo. Por ejemplo, entre los profesionales más cualificados, no sólo parecen aumentar el número de horas que se dedican al trabajo, sino que está cambiando la separación entre semana y fin de semana y entre día y noche. En América del Norte y Europa Occidental, los estilos de vida se definen, no tanto por lo que cada uno hace para ganarse la vida, sino por cómo se emplea el tiempo libre. Las vacaciones siguen siendo una parte importante del estilo de vida, dada su mayor duración, la aparición de segundos y terceros viajes de vacaciones y la mayor frecuencia de excursiones de fin de semana
5. **Tiempo y dinero:** los consumidores que viajan y que cuentan con unos ingresos desahogados, pero muy poco o ningún tiempo libre para realizar viajes de placer, pueden elegir entre un gran número de artículos y servicios, faltándoles, sin embargo, tiempo para disfrutarlos. Como consecuencia, se ha producido el inevitable crecimiento de vacaciones patrocinadas por las empresas y la oferta de precios especiales para los cónyuges que acompañen a su pareja en los viajes de negocios. Por el contrario, los estudiantes, los parados y la gente mayor disfrutaban de mucho más tiempo, pero a menudo no disponen de los recursos necesarios para iniciar un viaje
6. **Nuevos avances tecnológicos:** el factor de gestión del turismo, que consiste en la aplicación de los nuevos avances tecnológicos también es importante. Casi todas las aplicaciones de la tecnología puntera ejercen un efecto directo o indirecto sobre el turismo: algunas en la forma de viajar, otras porque “liberan” a un mayor número de personas para que viajen y ciertas innovaciones tecnológicas actuarán como estímulos para viajar. Resaltamos el papel de Internet, que pone a disposición del turista una mayor elección de destinos y ofertas, más allá de la reducción de tiempo para lo mismo

Resaltamos que, cuando se espera que el gasto en turismo se incremente, también lo hará la competencia. Los turistas están constantemente en busca de nuevos destinos y lo que un día es impopular en un determinado mercado puede estar de moda al día siguiente en otro. Como resultado, la tendencia hacia demandas más individualizadas requiere productos turísticos más variados y de mayor calidad que los actuales.

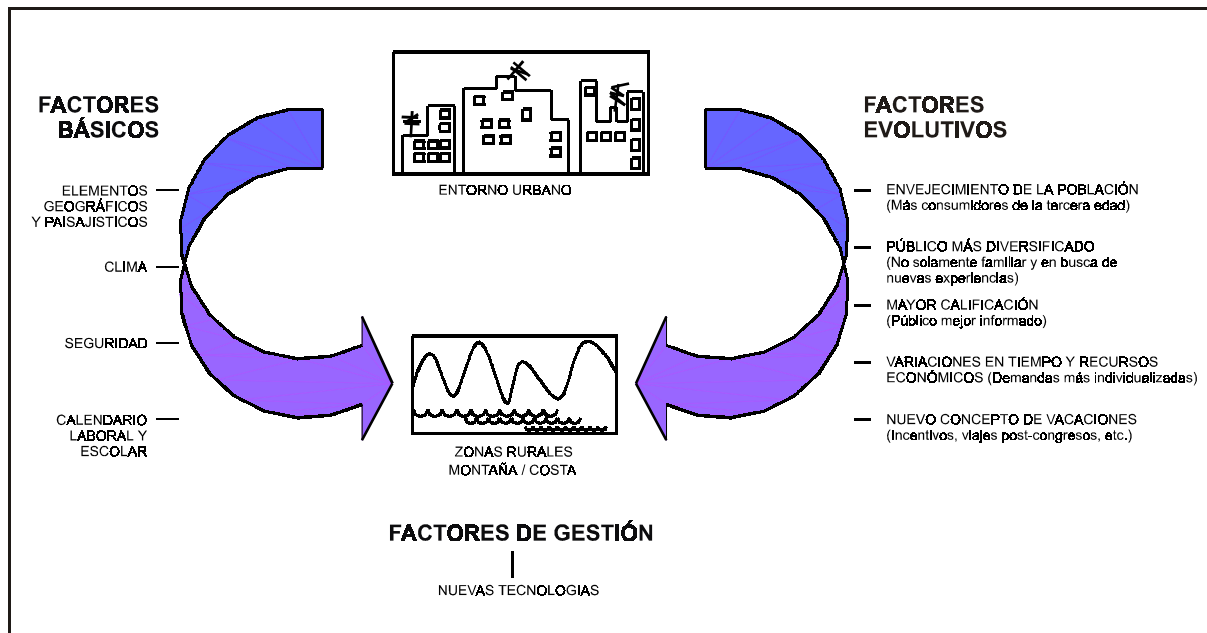
En el cuadro adjunto se resumen los factores claves en el desarrollo del turismo alternativo.

### Factores claves en el desarrollo del turismo alternativo

- ⇒ Capacidad de carga, que impone límites al crecimiento
- ⇒ Moda, estatus e imagen, que hace del turismo un proceso explorativo
- ⇒ Mercado, a medida que cambia la sociedad
- ⇒ Gestión, debido a las nuevas tecnologías

Basados en estos puntos se concluye que un conjunto de factores básicos, (determinados por los elementos geográficos y paisajísticos, el clima, la seguridad y el calendario laboral y escolar) y otros factores evolutivos formados por consumidores de la 3ª edad, (un público más diversificado, por demandas más individuales y por nuevos conceptos de vacaciones) y, finalmente, por factores de gestión que implican nuevas tecnologías, producen flujos continuos entre el entorno urbano y las zonas rurales, de montaña y de costa orientando los avances del mercado. Proponemos un modelo para los factores de mercado que ejercen efecto sobre la demanda, conforme la Figura 2.2.

**Figura 2.2:** Factores que influyen sobre la demanda



Fuente: Elaboración propia.

### 2.3.3 La toma de conciencia de la vulnerabilidad de los espacios turísticos

No hay duda que las regiones y los lugares que dependen fuertemente del turismo se vuelven más conscientes de su vulnerabilidad. El turismo a escala global ha sido descrito como un colonialismo económico, con los países económicamente poderosos del Norte explotando los recursos atractivos de las regiones dependientes del Sur. Diversos autores han señalado los problemas resultantes de la expansión de las diferentes formas de turismo. Como ya hemos visto, Butler (1980) ha formulado el modelo de ciclo de vida de los destinos y Ryan (1991) explica que, a medida que el turismo procede de una etapa de descubrimiento inicial en dirección al turismo de masas, hay una transformación progresiva de la comunidad, movimiento social y transformación cultural. Ya en 1975 Doxey, había formulado un "índice de irritación del turista" para reflejar el cambio progresivamente más negativo en la percepción, actitud y respuesta de la población del destino.

La cuestión de la vulnerabilidad de los espacios turísticos implica un grado de antagonismo entre la toma de conciencia ecológica por parte del turista y su motivación por disfrutar de destinos vírgenes. Ya está siendo amenazada la capacidad de carga de los frágiles ecosistemas que son los recursos claves, pues estos destinos figuran significativamente en la gama de productos ofrecidos por los operadores de turismo de masas. Actualmente es más prestigioso haber pasado una temporada en un destino exótico que en destinos tradicionales. Muchos destinos británicos y de las costas españolas están luchando para evitar sucumbir ante los cambios de moda y atender a un mercado consumidor cada vez más sofisticado. En esta misma línea, Bueno *et al.* (1995) argumenta que la toma de conciencia ecológica por parte de la sociedad también influye en la demanda. Así, cada vez más clientes pretenden lograr ese equilibrio que supone ocupar su tiempo de ocio sin perturbar el orden ecológico natural, prefiriendo escaparse de los circuitos turísticos tradicionales.

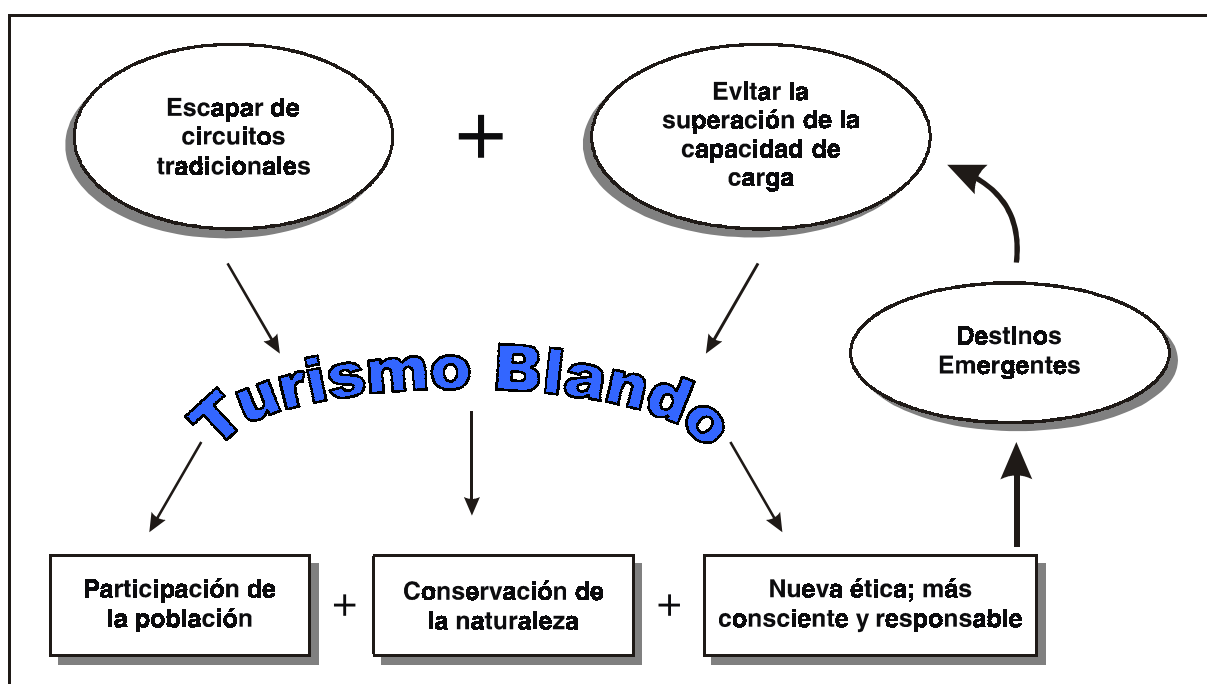
El turista crítico genera una demanda para vacaciones ambientalmente saludables. Krippendorf (1987) describe la necesidad por un turismo suave y humano, por lo cual el objetivo común debe ser el de desarrollar y promover nuevas formas de turismo que proporcionen el mayor beneficio posible, sin causar intolerancia ecológica y perjuicio social. Este proceso representa una de las principales formas de cambio en las actitudes de la sociedad hacia el turismo y el ocio, aunque sus raíces están colocadas dentro de un esquema más amplio de valores ecológicos asociados con el consumo de espacios verdes. Gordon (1991) argumenta que muchos de estos consumidores son parte de un grupo de personas donde la búsqueda del ocio está fuertemente inspirada por el deseo de la creatividad, la salud, las nuevas experiencias, las relaciones humanas y el desarrollo personal. Como consecuencia, las cuestiones ambientales se convierten en un elemento de

considerable importancia y ha sido el crecimiento de la atención a estas cuestiones lo que ha ayudado a asegurar que el negocio y los políticos traten el medio ambiente como una cuestión de preocupación prioritaria. Testigos de esta tendencia, Elkington y Hailles (1989) producen *The Green Consumer Guide*, con la que se intenta divulgar la noción de vacaciones verdes, tanto en los consumidores como en la industria, identificando una tipología simple de turismo sostenible.

La tendencia de escapar de circuitos tradicionales y buscar una forma alternativa de turismo más sostenible dio lugar al concepto de “turismo blando”, abordado en el apartado uno de este capítulo. La cuestión es si este tipo de desarrollo es una utopía, tal como proponen los que consideran que la evolución de los centros turísticos sigue un ciclo de vida, o si es realmente realizable.

Así, podemos resumir que el deseo de escapar de circuitos tradicionales y la preocupación por evitar la superación de la capacidad de carga de determinado destino estimula el surgimiento de formas más blandas de turismo que, por su parte, implican una mayor participación de la población local en el proceso turístico, una preocupación con la conservación de la naturaleza y la formación de una nueva ética más consciente y responsable (véase Figura 2.3). Estos factores sumados van a actuar directamente en la supervivencia del destino. El objetivo de evitar el agotamiento de los recursos naturales contribuye a la sostenibilidad de destinos emergentes y el desarrollo sostenible ayuda a evitar la superación de la capacidad de carga del destino.

**Figura 2.3:** Factores de mercado en el desarrollo del turismo blando



Fuente: Elaboración propia.

Ciertos autores muestran un grado de optimismo ante el dilema. Según Shaw y Williams (1994), cada vez más los comentaristas de turismo han notado cambios en las actitudes de la sociedad hacia estas actividades, especialmente respecto al surgimiento del “turismo verde”. La preocupación por las cuestiones ambientales en el turismo parece haber sido promovida por el propio movimiento verde más que por cualquier iniciativa política. Estos autores continúan diciendo que estos cambios en los intereses a la hora de elegir el destino de las vacaciones y en la demanda, en por lo menos un conjunto importante de turistas, parece estar obligando a una parte de la industria del turismo a la reconfiguración de sus imágenes, llevando algunos touroperadores o agencias de viaje a ofrecer vacaciones ecológicas. *Habitat Natural*, con su base de operaciones en los Estados Unidos, y *Nature Track*, que se ha especializado en vacaciones para la observación de la vida salvaje en aventuras de historia natural de alta calidad, son ejemplos típicos de estos nuevos estilos de abordaje. Sin discutir el valor real de tales propuestas en términos ambientales, estos ejemplos apuntan a una forma de guía de consumidor de este tipo de turismo que, en algunos casos, ha causado un cambio dramático en la relación entre el turismo y el medio ambiente. Algunos, como Urry (1990), argumentan que este cambio está relacionado con el post-modernismo y la reacción al turismo de masas como una forma de consumo. Sea cual sea el caso, ciertamente más que una tendencia pasajera o fase de mercantilización, el consumo de masas producirá importantes cambios estructurales dentro de la sociedad. Según Lickorish (1990), esto puede hacer surgir los “mini segmentos de mercado de masas”.

El crecimiento de la demanda de los consumidores, junto con presiones políticas, hacia posturas ambientalistas seguramente provocarán cambios en los futuros patrones del consumo del turismo. En concordancia con esta opinión Shaw y Williams (op. cit.) verifican que hay un continuo crecimiento de consumidores más críticos cuyas acciones recaen dentro del ámbito del turismo verde. Sin embargo resaltan que habrá un fuerte y aún viable mercado para el turismo de masas, tanto de los participantes existentes en esta forma de ocio así como también de nuevos consumidores.

Otro aspecto de importancia son los ajustes en los destinos desarrollados y hoteles ya establecidos que buscan una etiqueta de “gestión ambiental”. La iniciativa viene del mercado. Los turistas de los países emisores están exigiendo una mejor gestión de los recursos naturales, lo que hace que los touroperadores quieran trabajar con empresas que cumplan estándares de gestión ambiental, o sea, que hayan aplicado, por ejemplo, el EMAS o que tengan una certificación ISO 14000.

---

## 2.4 Las implicaciones del turismo alternativo ¿El remedio es peor que la enfermedad?

---

Cavaco (op. cit.) expone que, en general delante de las formas del turismo convencional, solamente en espacios y contextos sociales distintos es donde frecuentemente surgen las primeras reacciones contrarias y la consecuente búsqueda de alternativas. Es en este contexto que se desarrollaría un turismo contestatario al tradicional, que pretende ser una posibilidad que conlleve todas las soluciones en su seno: el beneficio económico conjuntamente con el cuidado del medio ambiente y el desarrollo social.

Conforme hace notar Cohen, citado por Butler (1995), la combinación del tipo de turista con la dimensión y repartición espacial de la oferta, hace que la gran consecuencia del turismo alternativo sea la de volver más realistas las tentativas por minimizar los problemas del turismo convencional, y no el de sustituirlo. El turismo alternativo no puede substituir al turismo de masas en términos económicos ni de preferencias personales, como tampoco en términos logísticos ni dimensionales.

En el análisis de las implicaciones del turismo alternativo, destaca la contribución de Butler (1995) en su artículo *Alternative Tourism: The Thin End of the Wedge*. Hace un repaso de las diversas opiniones al analizar el estado de la cuestión del desarrollo del turismo alternativo planteando que, aunque suena bien, existen problemas y costes asociados. En su análisis, argumenta que los problemas, las implicaciones negativas y los costes potenciales han sido generalmente ignorados por muchas propuestas del turismo alternativo y que en algunas situaciones el remedio puede ser peor que la enfermedad.

### 2.4.1 El alcance y las limitaciones del turismo alternativo

Butler (1995) considera que el rechazo del turismo de masas no es nuevo. Christaller (1963) escribió sobre la transformación de los destinos turísticos periféricos a causa del gran número de turistas de masas y el desarrollo asociado. Según Smith (1989), los investigadores sociales ya entonces habían expresado preocupación sobre los efectos del turismo relacionado con el desarrollo y el comportamiento de los turistas en los destinos anfitriones. Según Butler (op. cit.), esas preocupaciones van al encuentro de dos problemas significativos: el valor económico del turismo de masas y el hecho de que a muchas personas les agrada ser turistas de masas, ya que no tienen que preocuparse por la logística de su viaje ni las situaciones que les son poco familiares (lengua, comida ...).

Es necesario preguntarse, por lo tanto, por qué alguien buscaría promover formas alternativas de turismo, dado el éxito y la aceptación del turismo de masas. La respuesta parecería recaer en la suposición de que las formas alternativas de turismo tendrán menos

efectos negativos en las áreas de destino y en sus poblaciones sin disminuir los efectos económicos positivos. Sin embargo, parece evidente que, a corto y medio plazo, los efectos económicos serán menores. Butler (1989), en otro comentario, añade que hay una ignorancia considerable y percepción incorrecta de las dimensiones del turismo. Existe una falta de reconocimiento de que el turismo es extremadamente dinámico, constantemente mutante y cambiante, que el turismo es y se comporta como la mayoría de las industrias: causa impactos, y su desarrollo puede no ser –autosostenible- y esto no es fácilmente reversible.

Evaluando los méritos relativos del turismo de masas y las formas alternativas de turismo, Butler (1995) subraya que es necesario considerar no solamente el comportamiento y características de los visitantes y las necesidades de esas formas de turismo, sino que también son importantes sus características inherentes y sus aportaciones como agentes de cambio. En su trabajo, el autor agrupa los agentes involucrados con el turismo en cuatro apartados: factores relacionados con el turismo, factores relacionados con los recursos de base, factores relacionados con la estructura económica y factores relacionados con la estructura política del área de destino.

A corto plazo, es poco probable que el turismo alternativo conduzca a cambios en las áreas de destino ya consagradas al turismo de masas, debido a sus dimensiones y su necesidad de establecimientos de menor envergadura. Sin embargo, a largo plazo, algunos factores pueden asumir mayor significado y resultar en cambios mayores y más profundos.

A propósito de los planes políticos de las áreas de destino, el autor explica que el grado de control local y la extensión de las prácticas de planificación son dos factores claves. En la mayoría de las áreas de turismo de masas, el control local existe inicialmente en alguna medida, pero tiende a ser menos efectivo cuando el desarrollo es internacional. En el escenario del turismo alternativo, el control local sobre las áreas es bastante común pero con el tiempo se vuelven igualmente vulnerables a las presiones externas, haciendo que no haya una planificación adecuada o que ésta sea tardía y reactiva.

Según Butler (op.cit.), las formas alternativas de turismo penetran, por lo menos potencialmente más a fondo en el espacio de las personas que residen en el lugar de destino, involucrándolas en un grado mucho mayor. Frecuentemente recursos frágiles son expuestos a una gran cantidad de visitas, algo que puede causar un cambio político, en términos del control sobre el desarrollo. A pesar de parecer un poco exagerado, el autor sigue argumentando que la raíz de gran parte de lo que está siendo propuesto como turismo alternativo realmente es una hipocresía. Gran número de turistas con medios económicos más limitados no son bienvenidos, pero en menor número, los turistas bien educados y con un buen comportamiento son bienvenidos en una amplia variedad de áreas.



Por lo tanto, las implicaciones del turismo alternativo parecen incluir la reducción en el número de turistas, el cambio del tipo de turismo y la educación de todas las partes involucradas. Sin embargo, Butler argumenta que es extremadamente difícil reducir los números en una situación de mercado libre, sin perjudicar la viabilidad de la industria. Los rendimientos pueden reducirse de modo que se traduzca en una pérdida de empleo y una reducción del nivel de vida local. Es más aconsejable limitar el número de turistas antes de que se conviertan en un problema, siempre asumiendo que los niveles de capacidad de carga pueden ser identificados y asentidos. Aun cuando las preferencias locales fuesen acertadas, no hay garantía de que éstas correspondiesen con los objetivos de las propuestas del turismo alternativo. En muchos casos, las empresas locales y los políticos han propuesto con entusiasmo el desarrollo del turismo de masas. Las poblaciones rurales e indígenas frecuentemente contemplan la imposición de controles ambientales y la protección como contradictorios, limitando su desarrollo a fin de satisfacer los deseos de los urbananistas sofisticados.

En el cuadro adjunto se resume el alcance y limitaciones de los turismos alternativo y de masas.

### Alcance y limitaciones del turismo alternativo y turismo de masas

Turismo Alternativo	Turismo de Masas
1. Límite cuantitativo bajo	1. Límite cuantitativo alto
2. Conciencia colectiva de la fragilidad y carácter no renovable del medio ambiente	2. Presión sobre ámbitos frágiles y singulares e ignorancia o despreocupación por la capacidad de carga del destino
3. Reorientación hacia formas más flexibles y descentralizadas, más aptas para una integración social y espacial	3. Transformación de los atractivos originales y estandarización de la oferta
4. Control local común pero con el tiempo igualmente vulnerable a las presiones externas	4. Control local poco efectivo
5. Limitación de los impactos negativos en las áreas de destino y sus poblaciones, disminuye los efectos económicos positivos a corto y medio plazo	5. Valor económico: a muchas personas les agrada ser turista de masa
6. A corto plazo no produce cambios en las áreas de destino ya consagradas al turismo de masas	5.1. Efectos de la visita en los valores humanos, tradicionales y de comportamiento de los anfitriones
7. Las formas penetran más a fondo en el espacio residencial de las personas, involucrándolas en mayor grado	6. Transformación turística de áreas periféricas
	7. Pasivo; fundamentado en el descanso en espacios de sol y playa

### 2.4.2 Los impactos del turismo

Para Mathieson y Wall (1982), se vuelve cada vez más evidente que el turismo crea impactos de varios tipos y diferentes niveles de gravedad. Señalan tres tipos de impacto de la actividad turística: el impacto económico, el social y el impacto físico. No obstante, como ya ha indicado Butler (1980), algunos de estos impactos son inevitables, en cuanto que las tentativas de mitigación pueden causar nuevos problemas.

Siguiendo esta misma línea, Bueno *et al.* (1995) argumenta que no existe acuerdo sobre como controlar los impactos del turismo en el medio ambiente, sobre el modelo de turismo capaz de compatibilizar objetivos económicos y conservación de la naturaleza, ni sobre el grado de regulación necesario para lograr dicho objetivo. Si bien los impactos económicos de la actividad turística parecen tener un signo positivo sobre la comunidad receptora, no sucede así con los impactos físicos. Los problemas que el turismo ocasiona son muy diversos, generalmente derivados de las necesidades de transformación del espacio (Sánchez, 1985), la pérdida de atractivo paisajístico (Nogué, 1989), la degradación ambiental, etc.

Butler (1995) está de acuerdo con estas opiniones y resalta que el turismo es una industria y un agente de desarrollo que provoca cambios que deben ser controlados y gestionados adecuadamente, operando sobre bases sostenibles. Sin embargo, si se desarrolla más allá de la capacidad de carga del medio ambiente, deja de ser una industria de recurso renovable y, al revés, se vuelve un agente de degradación. Los principales efectos negativos resultantes del desarrollo del turismo incluyen: aumento de precios (trabajo, mercancías, tasas, suelo); cambio en actitudes locales y comportamiento; presión sobre las personas (multitudes, disturbios, alienación); pérdida de recursos; pérdida de privacidad; degeneración o prostitución de la cultura local; reducción de la estética; polución en varias formas; pérdida del control sobre el futuro de los destinos y problemas específicos, tales como vandalismo, basura, congestión de tráfico y empleo temporal e inestable. Es necesario considerar si los problemas reales del turismo son endémicos e inevitables, o relacionados en su dimensión y número de personas. Las características hasta cierto punto determinan las formas y pautas del crecimiento y, a menos que se verifiquen y se controlen, crearán inevitablemente un conjunto de problemas.

Pero esto conduce a más preguntas claves: ¿Cómo se controla?, ¿Cómo se debe gestionar? y ¿Cómo se define la capacidad de carga y, por lo tanto, el nivel óptimo de desarrollo? En este contexto, el turismo alternativo emergió como una de las expresiones más ampliamente utilizadas y abusadas de la última década.

Según Bueno (*op.cit.*), el principal problema que se presenta a la hora de plantear el desarrollo de un turismo alternativo es el relativo a su sostenibilidad, entendiendo por

dicho concepto la capacidad de satisfacer la demanda asegurando el mantenimiento en el tiempo de la oferta. Se trata pues, de integrar en el tiempo los aspectos técnicos (naturaleza) con los económicos (turismo). En definitiva, se trata de conseguir establecer un circuito cerrado y bidireccional entre naturaleza y recursos económicos. La naturaleza debe crear recursos económicos (a través del turismo), al mismo tiempo que esta actividad ha de ser capaz de contribuir a mantener y mejorar la cantidad y calidad de los recursos naturales existentes.

El potencial para la sostenibilidad en el turismo recae dentro de los principios del desarrollo sostenible. Así, según Curry y Morvaridi (1992), cualquier política de turismo tiene que reflejar preocupación por el medio ambiente y provisión de una base de recursos económicos para futuras generaciones, implicando así el consumo no exagerado de recursos. Por lo tanto, el turismo sostenible procura sustentar la cantidad, calidad y productividad de los recursos naturales en los sistemas humanos a través del tiempo.

Compartiendo ideas similares, Gordon (1991) defiende los siguientes requisitos primarios para el desarrollo sostenible del turismo:

1. Mejorar los estándares de vida
2. Salvaguardar el entorno
3. Satisfacer la demanda creciente y continuar atrayéndola

Otra contribución es presentada por Mawford (1993), cuando argumenta que la clave que condiciona la sostenibilidad del turismo ecológico es el nivel de ganancia económica de la actividad tanto para cubrir los costes como para mitigar los efectos de la presencia de los ecoturistas. Siguiendo esta misma línea, Bueno (1995) observa que el concepto de sostenibilidad de la actividad turística descansa sobre tres pilares: naturaleza, comunidades locales y turistas. Sin embargo, el autor identifica otros agentes de forma indirecta, tales como, touroperadores, asociaciones ecologistas y las diferentes administraciones públicas. Los ecologistas representan a la naturaleza, los touroperadores representan a los turistas, y las administraciones públicas representan a las comunidades locales. Como elemento de interfaz entre estos últimos y los espacios naturales no debemos olvidar el papel de los organismos gestores de las zonas protegidas.

Se puede resumir la problemática de hacer sostenible el turismo en los siguientes términos, tal como se indica en el cuadro adjunto.

### Los límites y condicionantes del turismo sostenible

- ⇒ Cuando el desarrollo del turismo va más allá de la capacidad de carga y reposición del medio ambiente y de la población para sustentarlo, deja de ser una industria de recursos renovables y se convierte en una empresa de explotación
- ⇒ Los efectos del turismo no alternativo varían en función de su dimensión y el número de personas. Las características del turismo determinan las pautas de crecimiento y a menos que sean controlados, crearán problemas: transformación del espacio, degradación ambiental, aumento de precios, cambio en actitudes y comportamiento local, banalización de la cultura local y pérdida de su control sobre el futuro de los destinos
- ⇒ A la hora de plantear el desarrollo del turismo alternativo, el problema es conseguir satisfacer la demanda, asegurando el mantenimiento en el tiempo de la oferta. La naturaleza debe crear recursos económicos a través del turismo, al mismo tiempo que esta actividad ha de ser capaz de contribuir, mantener y mejorar la cantidad y calidad de los recursos existentes
- ⇒ Diferentes estudios han concretado que la sostenibilidad del turismo descansa sobre tres pilares: la conservación de la naturaleza, las comunidades locales y los turistas

#### 2.4.3 Una consideración de la viabilidad de un enfoque alternativo en el desarrollo turístico

Hay que preguntarse si es realmente factible implantar prácticas sostenibles en el turismo. Es importante resaltar que el control local y la iniciativa pueden ser estimuladas al inicio, pero a la larga serán sustituidas por las instituciones externas, creando insatisfacción. La preservación de recursos y la cultura para el turismo alternativo pueden chocar con los deseos individuales y el planteamiento puede ser resentido a escala local. Muchas personas probablemente acatarán el concepto de desarrollo sostenible y las formas de turismo de bajo impacto, pero la perspectiva temporal de la mayoría de los empresarios y de los propios turistas es corta. No es realista esperar que un turista deseoso de estirarse en una playa del Caribe esté interesado en el impacto que él pueda causar en la estructura social de la isla visitada, especialmente cuando no desea asociarse con los residentes locales o desplazarse fuera del complejo hotelero. Para Grosjean (1984), se acepta generalmente que el cambio social y los impactos del turismo ocurren debido al contacto entre los turistas y los anfitriones y residentes. Butler (1990) opina igual, y Grosjean argumenta que es más probable que se den cambios en el comportamiento local cuando el turista se aloja en casas locales que cuando los turistas se hospedan en establecimientos convencionales, donde el contacto con los residentes es limitado.

Los optimistas, por otro lado, consideran que hay una fuerte preocupación, incentivando el cambio del enfoque explorativo hacia la sostenibilidad en el desarrollo del

turismo. Según Prosser (1994), tres fuerzas de cambio social son fundamentadas en la búsqueda de la sostenibilidad:

1. La insatisfacción con los productos existentes
2. El crecimiento de la consciencia ambiental y la sensibilidad cultural
3. El cambio de actitudes de los emprendedores y tour-operadores

Pearce (1988) comparte este concepto y argumenta que los valores y la demanda se basan en la insatisfacción con los productos existentes y son realzados en la consciencia ambiental, resultando en una búsqueda de la espontaneidad, de las relaciones interpersonales enriquecidas, la creatividad, la autenticidad, la solidaridad y la armonía social y ecológica.

La clave puede ser un cambio de actitudes, por parte de todos los implicados. Precisamente, Prosser (op. cit.) verificó que los cambios de actitudes sociales e individuales en respuesta a un abordaje más sostenible del turismo pueden ser observadas en las actitudes de los turistas, la respuesta de las áreas de destino y de los responsables de la industria del turismo. A pesar de la consciencia reforzada, de la sensibilidad agudizada, del comportamiento responsable, etc., los turistas aún se desplazan hacia nuevos destinos y experiencias, acreditando que no son ellos, sino otros, los que crean problemas. Las actitudes permanecen elitistas y las perspectivas esencialmente de corto plazo. A fin de alcanzar una transformación efectiva, de un modo explorativo, los destinos deben adoptar perspectivas a largo plazo. Las formas físicas, espaciales y sociales del turismo deben ser compatibles e integradas con los ambientes humanos y naturales del destino.

Por último, respecto de las responsabilidades de la industria del turismo, se observa, como ya se ha señalado, que el turismo es dirigido, en parte, por fuerzas de la moda, del status y de la imagen. Así los emprendedores y operadores pasan a procurar, agresivamente, nuevos destinos y experiencias para ser más competitivos. Las consecuencias de ampliar la oferta de nuevos destinos es verificada por Bueno (1995), cuando afirma que la relación entre los elementos de la naturaleza y el turista se encuentra descompensada, puesto que sólo se da en un sentido (turista y naturaleza) a través de un impacto negativo. El turista utiliza directamente el medio ambiente como un producto/servicio (consume la naturaleza), sin que, a cambio, éste pague ningún precio que, de alguna manera, permita eliminar el impacto provocado y contribuir a su mejora. Sin embargo, existe de manera indirecta un flujo económico positivo sobre la naturaleza a través de los organismos gestores. El montante de estas inversiones no está en función del número de turistas que acuden a un determinado entorno, mientras que el impacto físico sí lo está.

En su artículo, este autor habla de las consecuencias más visibles del impacto negativo sobre el medio ambiente. El impacto físico negativo del turista sobre la naturaleza es, dentro de ciertos límites, inevitable. El turista debería proporcionar al medio natural unos beneficios o mejoras superiores al daño producido. Los recursos económicos invertidos en la naturaleza no son proporcionales al daño provocado, pues no existe una relación directa entre el valor del producto/servicio consumido y el precio pagado por el visitante, esto sin olvidar que no todos los recursos naturales tienen el mismo valor, por lo que el precio también debe ser diferente. Considerar este factor implicaría desarrollar una política de diferenciación de precios directos o indirectos, dentro de un intervalo que oscile entre la gratuidad absoluta y la prohibición del turismo. Finalmente no se promueve una consciencia social sobre el valor del medio. El turista, al utilizar un servicio sin contraprestación (precio), es incapaz de valorarlo en su justa medida.

Romper la cultura explotadora, basada en la economía más que en un equilibrio ambiental, no es un cambio fácil. Sin embargo, Wickers (1992) pondera que la industria aún está esforzándose para alcanzar ese cambio de dirección hacia un enfoque sostenible que equilibre los lucros con la sensibilidad y responsabilidad. Él resalta que algunos tour operadores están reaccionando a los cambios de demanda, actitudes y expectativas de los consumidores desde un marketing "verde" y hasta la exigencia de operar con sitios y empresas donde exista una gestión medio ambiental. Pero también muchas compañías están simplemente rotulando de verde cualquier destino donde la naturaleza es abundante.

## **2.5 Recapitulación**

---

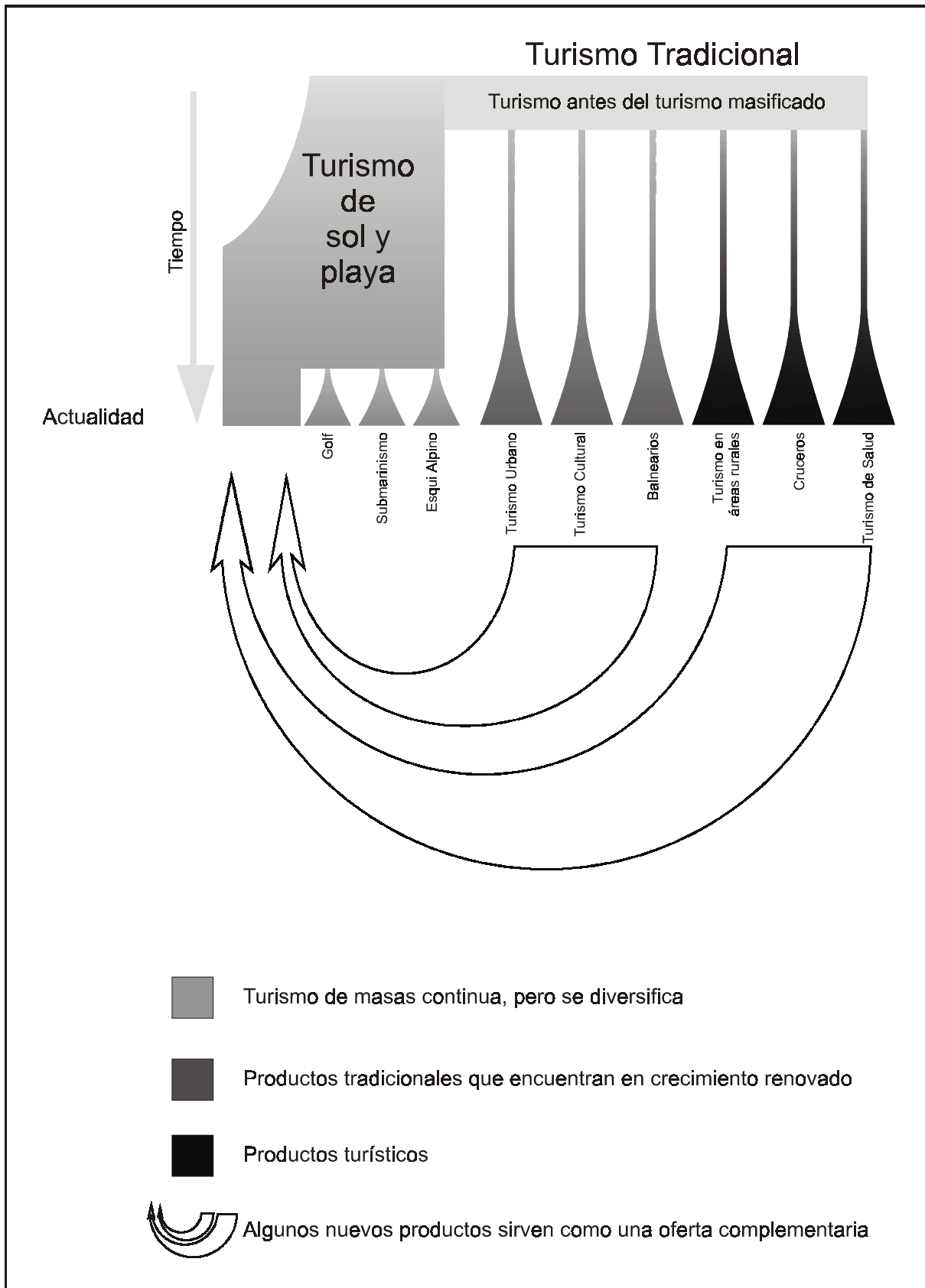
El turismo alternativo aporta un enfoque más sostenible, la imposición de unos límites cuantitativos de expansión y nuevas formas de explotación a las nuevas demandas turísticas. Sin embargo, aunque hayan surgido como una alternativa a las formas más corrientes, forman parte de un mismo fenómeno. No constituyen un nuevo modelo de turismo sino una ramificación del turismo convencional; es un turismo minoritario, poco estructurado, pero no necesariamente sin impacto y las nuevas formas de turismo sólo se diferencian básicamente de las formas ya establecidas, en la velocidad de su expansión. En verdad, puede ser considerado una avanzadilla que empieza a abrir el mercado estableciendo mini segmentos de mercado de masa y el desafío que se presenta, es compatibilizar el incremento de la demanda con la conservación.

En términos reales, no podemos y no deberíamos querer suprimir el turismo de masas. El turismo alternativo no lo podría substituir en su dimensión económica, en

preferencias personales y evidentemente tampoco en su funcionamiento logístico. No obstante el turismo alternativo reorienta el turismo hacia versiones más flexibles, descentralizadas y aptas para una integración social y espacial. Este tipo de turismo puede, entre otros, complementar la oferta básica del turismo de masas, por ejemplo, aumentando la oferta de atracciones y en algunos casos la autenticidad, permitiendo a los turistas un cambio para disfrutar de las áreas naturales y la rica historia cultural de una región. Para algunos destinos, sirve para complementar las rentas de los habitantes rurales primarios, en áreas que, de otro modo, son marginalmente rentables y en las que se desarrolla algún tipo de actividad turística que no puede sustentar cambios importantes a causa de las limitaciones ambientales. El valor real del turismo alternativo, quizás, recae más que en intentar abolir el turismo de masas y sustituirlo por algo nuevo, en introducir tendencias más adecuadas en el turismo convencional para mejorar los problemas del medio ambiente.

Diversos productos tradicionales se encuentran en una etapa de crecimiento renovado, tales como el turismo urbano o los balnearios. Se resume en la Figura 2.4 la evolución del turismo hacia nuevas formas. El desarrollo del turismo alternativo debería ser apoyado en lugares apropiados para este tipo de actividad. Pero para alcanzar esta opción, se requiere una consideración profunda que tenga en cuenta los efectos negativos del turismo de masas o convencional. Eso significa determinar las prioridades y necesidades de un área y de sus residentes, determinar las limitaciones de la capacidad del medio (humano y físico) del destino y la reacción del mercado potencial. Una dificultad importante en la gestión del turismo alternativo es la de identificar el tamaño idóneo del mercado y mantenerlo en una dimensión aceptable por mucho tiempo.

Figura 2.4: Evolución de las formas de turismo



Fuente: Elaboración propia, a partir de Priestley (s/f).