

EL TURISMO RESPONSABLE NO ES UN SEGMENTO, ES EL FUTURO DE LA INDUSTRIA

Principal conclusión de la jornada temática organizada por la AEPT y el CETR, en colaboración con Lavola, que contó con grandes especialistas en el campo

La Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) y el Centro Español de Turismo Responsable (CETR) han organizado una jornada de sensibilización en el marco de la 9ª edición del Día Mundial del Turismo Responsable en el que se ha analizado el futuro de una corriente cada vez más extendida que dibuja un panorama mundial de control del flujo de viajeros en beneficio de la conservación del ecosistema, los Derechos Humanos y el desarrollo sostenible de todas las naciones. Como ponentes han acudido varios de los grandes especialistas nacionales e internacionales en este campo.

junio 2015

“Es la fórmula definitiva de turismo. No busca limitarlo, solo implementar sus beneficios positivos”. Con esta cita empezaba el foro organizado por la Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) y el Centro Español de Turismo Responsable (CETR), en colaboración con la institución especializada Lavola, realizado en el marco del **Día Mundial del Turismo Responsable que este año cumple su novena edición.**

Una cita ineludible para aquellos que quisieran saber más de esta corriente eminentemente social que busca la concienciación de todos los organismos, empresas y turistas para conseguir un modelo universal más sostenible y acorde al entorno que se decide explotar turísticamente. **Dentro del término ‘responsable’ se engloban todas esas virtudes positivas que surgen “cuando la ley no contempla o vulnera ciertos valores humanos”,** ha explicado el Director General del Instituto de Estudios Panibéricos (ISDIBER), Fernando Navarro. *“Las empresas, como los hombres y mujeres, actúan bien o mal porque son libres para ello. Por eso, cuando no se establecen parámetros para preservar los Derechos Humanos, las diferencias de género, el equilibrio sociocultural y el medioambiental, se está coartando al turismo responsable”.*

En el coloquio, además del propio Navarro, han estado presentes el Presidente del Instituto de Turismo Responsable, Tomás Azcárate; el Cofundador del Centro Español de Turismo Responsable, Jesús Blázquez; el Vicepresidente de la European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality (EARTH), José María de Juan; el Responsable del Área de Cambio Climático de Lavola, Miquel Àngel Rubio; y la consultora internacional en Educación Ambiental y Resolución de Conflictos Socio-Ambientales, Eloisa Tréllez. El evento ha estado moderado por el Coordinador del Área de Medioambiente de La Casa Encendida de Madrid, Pedro Rubio.

Uno de los puntos en los que más se ha incidido en la jornada es **la grandísima variedad de públicos** considerados objetivos para el Turismo Responsable que hace que **en la sociedad haya, en ocasiones, una idea equivocada de esta tendencia.** José María de Juan ha incidido en que el público al que se quiere llegar es *“todo el mundo”.* *“Hay ecoturistas, bioturistas, mochileros de lujo o flashpackers, bohemios burgueses (BOBOS), turistas experienciales, LGBT, millenials o los que se engloban en la Generación Z –especialmente activos en redes sociales pero sin grandes posibilidades económicas por su juventud-; pero también está el viajero de toda la vida, el de cruceros o el de playa, que hay que reeducar hacia una actitud responsable del turismo. Por lo tanto, todo el mundo es un mercado potencial para el turismo responsable”.*

Por su parte, Miquel Àngel Rubio ha subrayado las cifras de impacto medioambiental que genera el turismo masivo en el mundo, cifrándolo en más de 1.300 millones de toneladas de CO₂. **“Si un español medio produce en su vida diaria una huella de 4 toneladas al año, simplemente con pasar 15 días en un crucero ya origina cerca de 0,9. Esto hay que regularlo de alguna manera”**. Además, ha comentado algunas políticas para comunicar ese impacto y hacer que el turista compense el mismo: **“es vital que el público identifique la parte social de toda compensación económica, ya que es la única forma eficaz. Mediante programas de regeneración de una zona geográfica deprimida, de pueblos desnutridos u otro tipo de acción social removemos conciencias, conseguimos compensar ese CO₂ masivo e introducirlo en la dinámica habitual cuando alguien compra un billete de avión, por ejemplo”**.

En este sentido, Tomás Azcárate ha incidido en que para adoptar este tipo de políticas, primero hay que tener en cuenta los parámetros políticos y la idiosincrasia de cada país. **“En los últimos años, gracias a la tecnología se ha podido llegar a un público mucho más variado, ellos mismos han accedido a la información de países de los que hace no tanto no se sabía nada de ellos, y han comprendido que ya no son turistas, son viajeros con afán de autorrealización que tienen muy en cuenta el Turismo Responsable y las medidas para conseguirlo. El 80-90% eligen ya destinos sostenibles”**.

Un tema, el de la comunicación, ya sea vía teléfonos móviles o *tablets*, en el que también se ha hecho especial hincapié en la jornada. Eloisa Tréllez ha comentado que lo importante de comunicar en turismo es **tener en cuenta las consideraciones y los riesgos de cada interlocutor teniendo en cuenta el país en el que vive**. Los aspectos referentes al género, los sociales, ambientales e incluso éticos –no solo morales, sino también graduales recuperando valores- son esenciales para el encuentro efectivo entre culturas. En cuanto a los riesgos, los principales a evitar para la experta son los referentes a las externalidades y a la decodificación de los mensajes autóctonos, así como la comunicación monotemática hacia un solo reclamo del destino al que se viaja.

Por último, Jesús Blázquez ha destacado la importancia de **no solo escuchar a la población local del lugar que se quiere explotar turísticamente, sino también al propio visitante**, y pone un ejemplo muy claro **“a veces he visto cómo un huésped se quejaba en un hotel porque dejaba las toallas en el toallero y aún así, se las cambiaban. La industria debe ser menos vertical y más horizontal para favorecer la conversación productiva entre todos los agentes relacionados”**.

Una jornada que ha dado muy diferentes visiones especializadas de un mismo fenómeno social al que debe dirigirse el turismo global. La conclusión final ha sido justamente esa: ser responsable o sostenible no es pertenecer a un segmento turístico, es a lo que debe llegar el propio sector en su conjunto. Para finalizar, los expertos lanzaban una advertencia: **“todos los años esperamos que la cifra de turistas en España crezca para decir que la industria va bien, pero va a llegar el momento en el que no quepan más o estos agoten todos los recursos de los que disponemos. El objetivo no es aumentar el número de turistas, sino conseguir maximizar los ingresos de los que tenemos actualmente”**.

Sobre AEPT

La Asociación Española de Profesionales del Turismo vigila y tutela los intereses profesionales de todos y cada uno de los hombres y mujeres del sector turístico español. Una Asociación única, necesaria, exclusivamente profesional, objetiva e independiente. Entre sus objetivos básicos destacan el potenciar la identidad y el reconocimiento social de los profesionales del turismo así como dotar a los asociados de los instrumentos que faciliten su desarrollo profesional. Para la AEPT, la mejor defensa de la profesión es conseguir el reconocimiento por parte de la sociedad de la función social que desempeñan los profesionales del turismo.