



# **PLANIFICACION DEL TURISMO SOSTENIBLE**

**PROF.: MASTER. ANGELA BEATRIZ RIVERO**

# **Unidad I**

**El contexto de la planificación: la actividad turística y sus tendencias globales. Las megatendencias.**

## LA ACTIVIDAD TURÍSTICA Y SUS TENDENCIAS GLOBALES

La Organización Mundial de Turismo (OMT, 1990), apoyada en el estudio Turismo Panorama 2020<sup>1</sup>, prevé para esa fecha que habrá 1.600 millones de llegadas de turistas intencionales en todo el mundo. Estos turistas gastarán más de 2 billones de dólares.

<sup>1</sup> Turismo: Panorama 2020 Programa de investigación y previsiones que supone una continuación del trabajo de la OMT en el área de las previsiones turísticas, comenzadas en 1990, con los siguientes objetivos generales:

- . identificar las tendencias claves en la oferta y demanda turísticas, en todo el mundo y por regiones
- . su impacto en los directos sectores comerciales del turismo; junto con
- . sus implicaciones para la adopción de políticas y de estrategias pertinentes.

Estos datos representan unas tasas de crecimiento anuales medias de carácter sostenido del 4,3 % y 6,7 % respectivamente, mucho más que la probable expansión máxima de la riqueza mundial: 3 %.

Mientras que el estudio Turismo: Panorama 2020 se centra exclusivamente en el turismo internacional, el turismo interno sigue siendo mucho más importante, tanto en términos de actividad como en términos monetarios. En el transcurso de los próximos veinte años, la mayoría de los países industrializados se acercarán a sus techos en lo que se refiere al turismo interno, tanto por la proporción de la población que lo practica como por la incidencia de su participación en él. El crecimiento principal del turismo interno tendrá lugar en los países en desarrollo de Asia, América Latina, Oriente Medio y África.

Este marco contextual a futuro también debe cotejarse con un panorama más amplio constituido por el escenario mundial en el que nuestra sociedad se debatirá entre opciones de marginación y desarrollo.

La globalización y las nuevas tecnologías parecen ser los signos de los tiempos. Sin embargo no todo es tan llano. Aunque la economía y grandes sectores se vean favorecidos por esa situación grandes zonas de pobreza a nivel mundial no se podrán eliminar en el mediano plazo y al contrario todo indica que crecerán. Las zonas turísticas son muy proclives a reproducir esta asimetría en la que se basa la sociedad actual. Por lo tanto es una tarea extra, la de intentar alcanzar determinadas metas y objetivos para el turismo pero considerando que el entorno global no es ajeno sino interdependiente.

¿Cuál es el panorama del Turismo para las próximas décadas? ¿Cómo crees que influyen estas proyecciones en la planificación del Turismo?

**Actividad N° 1:** lee los recuadros que se adjuntan sobre las megatendencias y responde a las dos preguntas anteriores. Considera también datos o hechos relevantes ocurridos en los últimos tiempos que pudieran haber incidido en modificar el panorama. (11/09, Irak, SARS, 11/3 Tsunami, Crisis inmobiliaria, Crisis económica global, etc.)

## **MEGATENDENCIAS TURÍSTICAS**

### **Globalización - Localización**

La tecnología electrónica se convertirá en un factor todopoderoso para influenciar la elección del destino y la distribución

Viaje rápido: se tomarán medidas de facilitación y agilización del proceso del viaje.

Los clientes mediante la utilización de tecnologías como los atlas en CD-ROM, la inspección de hoteles y otras instalaciones por internet accederán autónomamente a la oferta, los intermediarios ofertarán habitaciones con descuento en los sitios Web, tarifas aéreas baratas de última hora por correo electrónico, etc.

Polarización de los gustos de los turistas: los que buscan la comodidad frente a los amantes de la aventura.

Turismo con destinos insólitos.

Destinos como "accesorios de moda"

Desarrollo orientado de mercados por productos (especialmente los temáticos) en función de una, o de una combinación, de las tres E: entretenimiento, excitación y educación.

Más destinos centrándose en la "imagen", como un requisito previo para la diversificación y para la expansión del poder de atracción, por ejemplo, la estrategia española para pasar de ser un destino de paquetes turísticos baratos a promocionarse sobre la base de la belleza y la cultura.

El turista asiático es la meta a conquistar por el mercado global.

Creciente impacto de las campañas lideradas por los consumidores para el desarrollo turístico sostenible y el "comercio justo" en el turismo.

Conflicto entre la creciente concienciación socio-ambiental del consumidor y la necesidad imperiosa de consumir viajes.

Fuente: OMT, 1990. Turismo: Panorama 2020 . Madrid.

## **Las Megatendencias Mundiales**

Para poder plantear un escenario a futuro del turismo, debemos partir del escenario mundial que se prevé para las próximas décadas, ya que el mundo globalizado es cada vez más interdependiente y las megatendencias que dominarán este primer cuarto de siglo, van a reflejarse en las diferentes sociedades del mundo. Las megatendencias turísticas, van a estar determinadas por las mundiales, ya que éstas no son independientes de la dinámica planetaria.

Las visiones futuras se podrían agrupar en cuatro escenarios, según Constanza, que podríamos reducirlos a dos grandes tendencias, según sea la fe que se tenga en la tecnología para superar los grandes problemas que debe enfrentar el planeta, así existen optimistas tecnológicos y pesimistas tecnológicos, éstos últimos son los que no creen en el buen resultado que podría tener un mundo dominado por la tecnología (Constanza, 1999).

Si pudiéramos agrupar las megatendencias en un ejercicio aproximativo, diríamos que el eje en el cual se van a dar, será la gran desigualdad social, que generará mayores contrastes sociales, como resultado de avances enormes en la productividad de algunas empresas, regiones y países, frente al estancamiento de otros (Solana, 2000).

Se dará un aumento en la importancia de los países del área Pacífico, presentándose también cambios en Europa del Este y se consolidará la Unión Europea.

Las tres primeras décadas del siglo XXI son la continuación de la gran diferenciación mundial entre los países centrales y la gran periferia, el 90% de la población planetaria y el 10% de los países del norte. Esta tendencia se viene acentuando desde la segunda post-guerra mundial cuando la misma era de 1 a 30 a la situación actual, donde se duplicó la misma llegando a ser de 1 a 70, con tendencia a profundizarse cada vez más (Jalife, 2000).

En el Reporte Lugano, reunión de científicos sociales que se dio en el último año del siglo pasado, los académicos plantean que las tendencias se profundizan y a partir de ello y la dinámica de la economía planetaria, se calculan que un porcentaje importante de la población, "sale sobrando" de este nuevo mundo globalizado, lo cual obligará a profundizar las políticas de reducción de la población y reordenamiento de la misma a partir de las migraciones.

Estas diferencias harán que ciertas zonas del planeta, consideradas inseguras, queden excluidas del mapa del turismo y ello reducirá la presencia de zonas del mundo poco desarrollado. En términos generales, la población del planeta seguirá creciendo, pero a un ritmo menor. Esto se debe a que las familias tendrán menor número de hijos, debido al retraso en la edad de contraer matrimonio, como al hecho que la mujer se inserta cada vez más en el mercado de trabajo y se da así mismo, una creciente proporción de adultos solteros.

Las megatendencias también apuntan a un envejecimiento de la población y a una reducción significativa de la población activa en los países desarrollados. La migración a centros urbanos continuará y se dará un crecimiento de las ciudades medias, que tenderán a homogeneizarse, ya que todas ofrecerán el mismo tipo de servicios.

Se desarrollará un proceso de re-urbanización, esto es, urbanización del campo, fenómeno que ya se está presentando en países europeos. La reducción cada vez

mayor de los espacios rurales y sus actividades tradicionales al ser reemplazados por las grandes corporaciones que controlan el sector, lo cual transforma a muchas regiones y poblados en áreas poco pobladas y por ende, en potenciales lugares de expansión del turismo alternativo, cada vez más interesado en la naturaleza, que hoy no tiene cabida en las grandes megalópolis.

Como segundo elemento, está la profundización de las alianzas y las megafusiones, lo cual terminará con generar grupos corporativos que tengan el control de los servicios y otras actividades productivas teniendo como resultado un mercado no competitivo controlado por pocos grupos de poder y como contrapartida a las megafusiones, un aumento de la pérdida de empleos e incremento de las nuevas tecnologías en reemplazo de los puestos de trabajo.

En el turismo, ésta se presenta hoy en la fusión cada vez más acelerada de las líneas aéreas y la consolidación de las grandes corporaciones hoteleras, de cruceros y los grandes tour - operadores. Se darán procesos de megafusiones, que traerán no sólo integraciones horizontales, sino también verticales e incluso la ampliación de la operación en todo el mundo. Se habla de fusiones diagonales, donde una empresa lograr cubrir sectores muy diferentes. El comercio internacional llegará a sus límites, ya que todas las regiones del planeta estarán insertas dentro de esta actividad. Esto llevará a alianzas entre los países. Un tercer elemento señala que se pasará de la era de la información a la era del conocimiento y se dará un incremento en la concientización pública en cuestiones socio-culturales y del medio ambiente (César, 2000).

La automatización dominará la mayor parte de los procesos productivos y la información permitirá una asimilación de los logros realizados en lugares remotos. Existirá una mayor flexibilidad en las jornadas y horarios laborales. Los períodos de vacaciones serán menos largos pero más frecuentes y sin un patrón igual de comportamiento. Se favorecerá el reemplazo del personal por máquinas en las tareas repetitivas.

Los grandes cambios tecnológicos reformarán a la salud, la educación, el trabajo, y a la propia dinámica del hombre, al ser el eje de una sociedad post-industrial. En el turismo, esto alterará la comercialización y sus nuevas reglas, a través del personalizado sistema de Internet, permitirá recrear espacios turísticos imposibles de imaginar en zonas de climas extremos, habrá que enfrentar así a la naturaleza, a una nueva realidad que no será virtual sino tecnológica.

Ambientalmente, los retos a cubrir son muy complejos, las responsabilidades se diluyen entre los reproches y las amenazas, que día a día nos impactan cada vez más, al extremo de tomar como parte de la cotidianidad, la contaminación, el consumo de productos transgénicos, y toda una serie de productos que nos afectan y alteran nuestra salud y entorno.

El turismo manejado sin responsabilidad y visión de sustentabilidad podría también aportar una cuota de conflicto en gran problema ambiental.

Estas grandes tendencias, que en general se van confirmando, y en las cuales la mayoría de los expertos han coincidido, nos plantean un escenario complejo para esta actividad tan vulnerable y cambiante como es el turismo.

Las nuevas tecnologías harán más transparente a los países y a las regiones, el Internet no sólo permitirá mejores contactos más directos, sino una lectura a profundidad de las mismas, de su potencial y sus posibilidades, no solamente para

visitar sino también para invertir. La polarización de los gustos de los turistas, nos permitirá abrir muchos segmentos nuevos en nuestro país, que es un mosaico de culturas y una de las naciones con mayor biodiversidad, expresada en diferentes ecosistemas, muchos de ellos con mínimas transformaciones. Los nuevos mercados turísticos serían los vinculados al turismo de la naturaleza, turismo deportivo (fundamentalmente el golf y el turismo náutico), turismo de congresos y convenciones y turismo de la tercera edad (OMT, 1995). Estos cambios en la demanda repercutirán directamente en la oferta turística que deberá adecuarse a mediano plazo. Los mismos están impulsando una modificación en los sistemas productivos de las empresas turísticas, que están entrando en lo que se ha denominado la Nueva Era del Turismo.

La competencia es global aunque las mayores amenazas comerciales vengan del Pacífico, y deberemos enfrentar a otra gran potencia del turismo cultural, que lidera al mundo asiático, China, que se espera sea el principal destino en el ámbito mundial para el año 2020, con más de 130 millones de turistas, que representaran el 8.3% del mercado (OMT, 1999).

Cesar Dachary, Alfredo (2000) Propuesta para una agenda del turismo en la perspectiva de las próximas dos décadas. Conferencia presentada en el Encuentro Nacional de turismo: La perspectiva 2020. SECTUR. México.