

Impactos económicos del turismo

11.1 Impactos económicos del turismo

Como ya ha sido estudiado en la Unidad primera, el turismo repercute tremendamente en la economía de los países y regiones en los que se desarrolla, aunque su importancia tiene distinta intensidad según sea el dinamismo y la diversificación de dicha economía, es decir, según sea ésta local, regional o nacional. En efecto, la economía en cuestión puede ser la propia de un país desarrollado o de un país en vías de desarrollo, puede estar basada en varias industrias o en una sola, por lo que el turismo puede representar una opción importante para la misma o ser completamente irrelevante. Estas características determinarán el grado de participación local y de las inversiones extranjeras en el desarrollo de la actividad turística, así como los beneficios y costes que se derivan de la misma.

Los países en vías de desarrollo se caracterizan normalmente por bajos niveles de renta repartida muy desigualmente, altos índices de desempleo, bajo desarrollo industrial frenado fundamentalmente por la escasa demanda nacional de bienes de consumo, una gran dependencia de la agricultura para las exportaciones y alta participación extranjera en la propiedad de empresas manufactureras y de servicios. Por todo ello, la rápida inyección de ingresos que supone el gasto turístico y las inversiones extranjeras tiene en esos países efectos más significativos que en los países desarrollados –generalmente con economías más diversificadas– aportando las divisas necesarias para impulsar el desarrollo económico.

Influencia diversa del turismo en la economía de los países

Mayor influencia del turismo en las economías poco desarrolladas

Analogía del turismo con la exportación de bienes y servicios

Pero además, los defensores del desarrollo de la actividad turística argumentan que el turismo no sólo aporta divisas, sino que también alivia los problemas del desempleo y, a largo plazo, puede suministrar un sustituto de las exportaciones tradicionales, cuyo futuro es más inseguro que el del turismo. Efectivamente, se puede considerar al turismo internacional como una actividad de exportación *invisible* de bienes y servicios turísticos por parte del país receptor de los turistas y visitantes, con la particularidad de que éstos efectúan el consumo de dichos bienes y servicios en el propio país receptor. Análogamente, el turismo nacional podría considerarse como una *exportación* pero entre distintas regiones de un mismo país.

Partiendo de estas consideraciones, cabe destacar la gran ventaja que supone la industria turística para un país, en su condición de *exportador invisible* (receptor de turistas), ya que, entre otras cosas, puede controlar y manipular los precios turísticos con un gran margen de maniobra y, así incentivar las llegadas internacionales e influir en el aumento de los beneficios. Sin embargo, en el caso de la exportación de materias primas derivadas de la agricultura y de la industria, el control sobre los precios es mucho menor y, por tanto, también menor su influencia en los beneficios económicos, ya que están gobernados por las fuerzas de los mercados y sujetos a acuerdos comerciales.

Durante décadas, el turismo ha sido alabado por los beneficios económicos que aporta con su desarrollo pero, aunque tradicionalmente se ha puesto énfasis en este hecho, hay que reconocer que el desarrollo turístico lleva asociado igualmente una serie de costes para el destino en el que tiene lugar. Resulta pues necesario hacer un análisis más profundo de ambos aspectos del turismo.

11.1.1 Beneficios económicos del turismo

Se expone a continuación una enumeración de los aspectos positivos generados por la actividad turística en la economía de un país.

a) Contribución del turismo al equilibrio de la balanza de pagos

El turismo implica un rápido aumento de divisas

El turismo representa la oportunidad de obtener, de una manera rápida, las divisas necesarias que equilibran la balanza nacional de pagos. El papel del turismo en la balanza de pagos de un país suele ser expresado en términos de ingresos, generados por los visitantes internacionales, y de gastos, realizados por los nacionales en el extranjero.

Pearce (1989) recoge en una tabla la contribución del turismo a la balanza de pagos de los países que en 1984 ya formaban parte de la Comunidad Europea. En términos absolutos, Italia y Francia eran los dos países con mayores ingresos procedentes del turismo internacional. En términos relativos, el turismo contribuyó de manera más significativa a la economía de España y Grecia, y fue menos importante para las economías de países más industrializados y diversificados como Alemania o el Reino Unido (Figura 11.1).

Figura 11.1: El turismo internacional y la balanza de pagos en la Comunidad Europea (* 1 ECU = 165 ptas; % de la balanza de pagos por cuenta corriente en acepción amplia).

ESTADO MIEMBRO	INGRESOS (mm ECU*) (%)		INGRESOS (mm ECU*) (%)	
R.F. Alemana	6.790	2,6	17.692	7,2
Bélgica/Luxemburgo	2.115	2,1	2.484	2,5
Dinamarca	1.639	5,8	1.559	5,1
Grecia	1.978	18,0	431	3,1
Francia	9.644	4,6	5.413	2,6
Irlanda	609	4,3	522	3,2
Italia	10.031	8,7	2.660	2,0
Holanda	1.948	1,8	3.834	3,0
Reino Unido	7.046	3,9	7.807	4,4
España	9.868	20,8	1.067	2,1
Portugal	1.211	13,3	284	2,3

Fuente: Pearce, 1989, p. 196.

Sin embargo, estas cifras, por sí solas, no recogen en toda su amplitud la contribución real del turismo a la balanza de pagos, teniendo en cuenta que ésta refleja todas las transacciones económicas realizadas entre los residentes de un país con el resto del mundo durante un período de tiempo determinado (generalmente un año). Por lo tanto, es necesario, para una mayor comprensión de este asunto, un análisis más complejo.

Por su parte, Mathieson and Wall (1982, p.55), distinguen entre las siguientes categorías de efectos:

1. *Los efectos primarios:* son efectos directos, fácilmente medibles. Se refieren al gasto realizado por los visitantes internacionales en un país y al gasto realizado por los nacionales de ese país en el extranjero. Así,

*Efectos
producidos por
el gasto
en turismo*

se incluyen en esta categoría los flujos de dinero recibidos por los establecimientos turísticos de primera línea (hoteles, restaurantes, taxis, autobuses, etc.) directamente de los visitantes.

2. *Los efectos secundarios*: son los efectos producidos por el gasto turístico a medida que éste se filtra en la economía local. Dichos efectos pueden clasificarse en:

- Efectos secundarios directos: los gastos ocasionados por el marketing de la actividad turística nacional en el exterior, las importaciones visibles necesarias para proveer a los establecimientos turísticos de primera línea, las comisiones que hay que pagar a los agentes de viaje, intereses y dividendos que hay que entregar a los inversores extranjeros, etc.
- Efectos secundarios indirectos: los ingresos obtenidos por los establecimientos de primera línea serán gastados en otros proveedores y servicios locales, y así el proceso continúa.
- Efectos secundarios inducidos: durante las rondas de gasto directo e indirecto, parte de la renta obtenida irá a parar a manos de la población residente, bajo la forma de salarios, dividendos e intereses. La proporción de trabajadores y proveedores extranjeros determinará la cantidad de renta que permanecerá en la economía local y la que se filtrará fuera.

3. *Los efectos terciarios*: son los flujos monetarios que no han sido iniciados directamente por el gasto turístico, pero que están de alguna manera relacionados con la actividad turística, como por ejemplo las importaciones de maletas requeridas por los nacionales para viajar, etc.

Hasta la fecha, la contribución del turismo a la balanza de pagos ha sido evaluada respecto a los efectos primarios principalmente. Es necesario, sin embargo, un análisis más amplio que permita la valoración de los efectos producidos por los flujos monetarios turísticos a lo largo de toda su circulación a través de la economía local.

b) Contribución del turismo al Producto Nacional Bruto (PNB)

El significado del gasto turístico en la economía de un país puede ser valorado a través de su contribución al PNB, realizando el siguiente cálculo: sustrayendo al gasto turístico nacional e internacional los bienes y servicios comprados por el sector turístico, i.e. los costes originados para servir a los visitantes. Sin embargo, esta medida puede ser utilizada como mera indicación, ya que tampoco explica los impactos económicos del turismo en una economía con total amplitud.

c) Contribución del turismo a la creación de empleo

La actividad turística es una industria que depende en gran medida del factor humano, por lo que es obvio que favorece la creación de empleo. Mathieson and Wall (1982, p.77) distinguen tres tipos de empleo generados por el turismo:

Tipos de empleo generados por el turismo

1. *Empleo directo*, como resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas, como los hoteles.
2. *Empleo indirecto*, todavía en el sector turístico, pero no como resultado directo del gasto turístico.
3. *Empleo inducido*, creado como resultado del gasto por los residentes debido a los ingresos procedentes del turismo.

Normalmente, las estadísticas que se elaboran sobre el empleo que genera la actividad turística hacen referencia al empleo directo (Figura 11.2).

Figura 11.2: Empleo creado por la actividad turística en la Comunidad Económica Europea.

	EMPLEADOS ('000)	% DE TODAS LAS INDUSTRIAS NACIONALES
<i>Bélgica</i>	504	13,4
<i>Dinamarca</i>	219	8,4
<i>Francia</i>	1.700	7,7
<i>Alemania (Oeste)</i>	1.833	6,6
<i>Irlanda</i>	109	10,2
<i>Italia</i>	2.765	13,2
<i>Luxemburgo</i>	23	0,6
<i>Holanda</i>	533	8,7
<i>España</i>	766	6,1
<i>Reino Unido</i>	2.747	10,2
<i>CEE</i>	14.000	10,2

Fuente: WTC.

Tradicionalmente, el turismo se ha caracterizado por requerir un gran número de trabajadores, sin que importara demasiado su cualificación profesional debido, principalmente, a la marcada estacionalidad que

Mayor importancia de la formación profesional

caracteriza a esta actividad. Así, la gran mayoría de los puestos de trabajo que son requeridos en la industria turística no son precisamente para directivos, sino que se trata de empleo a tiempo parcial para trabajadores que, en general, carecen de conocimientos especializados en turismo y que, incluso, proceden de otros sectores de la economía (sector primario, fundamentalmente). Actualmente, esta situación está cambiando y, cada vez más, se exige una mayor especialización y formación del personal laboral, para poder ofrecer una verdadera calidad en el servicio turístico, que comienza por la calidad en la formación del personal empleado y la existencia de verdaderos profesionales en el sector.

d) El turismo como motor de la actividad empresarial

Conexión del turismo con otros sectores empresariales

El turismo está considerado, asimismo, como un motor de la actividad empresarial, debido a sus múltiples conexiones con los demás sectores de la economía. En efecto, la actividad turística está compuesta por un grupo heterogéneo de empresas, dependiendo las unas de las otras para proveerse, por lo que un crecimiento de la actividad turística estimulará el crecimiento de la demanda de bienes locales y del nivel económico del destino en general (por ejemplo, un aumento de la demanda turística, traerá consigo un aumento de la demanda en el sector de la construcción, debido a la necesidad de un mayor número de alojamientos o plazas hoteleras).

Aumento de infraestructuras que benefician a todos

Por otra parte, el turismo necesita del establecimiento de *infraestructuras* de las que se benefician el resto de los sectores de la economía y la población residente. Así por ejemplo, la construcción de un aeropuerto mejora el acceso a zonas turísticas, pero también facilita los intercambios industriales y comerciales de la propia comunidad residente. Debido a que dichas infraestructuras son caras, el turismo suele atraer inversiones extranjeras, sobre todo en los países en desarrollo, animadas por el constante crecimiento de la demanda turística y la relativa rapidez en conseguir dividendos, si se compara con otras industrias.

e) Contribución de la actividad turística al aumento y distribución de la renta

El turismo mejora el nivel de vida

Otro de los beneficios económicos del turismo ampliamente reconocido es no sólo el aumento de la renta en el área en la que se desarrolla, sino también la mejora de su distribución, tanto en términos de población como en términos de contribución al equilibrio regional de un país. En general, se puede afirmar que el turismo representa una posibilidad de mejora económica en el nivel de vida de la población residente, así como un instrumento óptimo para acelerar los posibles cambios positivos que puedan operar en el lugar concreto en el que se desarrolle.

11.1.2 Los costes económicos del turismo

El desarrollo de la actividad turística lleva aparejado, como cualquier otra vía de desarrollo, ciertos costes que deben ser considerados al mismo tiempo que los beneficios, para poder evaluar correctamente los impactos económicos del turismo sobre un destino.

a) *Coste de oportunidad.* Puesto que los recursos de un destino son siempre limitados, ya sean naturales, sociales o culturales, el hecho de aplicarlos a la actividad turística en lugar de a usos alternativos tiene un coste de oportunidad que debe ser evaluado (la oportunidad desperdiciada). En otras palabras, es necesario valorar los beneficios económicos que surgen de la inversión de dichos recursos en el turismo, comparándolos con los beneficios que se obtendrían si estuvieran destinados a otro uso (que puede incluir incluso su no utilización). Debido a las dificultades existentes para evaluar los costes de oportunidad correctamente, éstos suelen ser ignorados a la hora de planificar y desarrollar la actividad turística. Y, sin embargo, si la asignación de los recursos no es la más óptima, se pone en juego el bienestar social de la población residente, así como la maximización de la eficiencia de las inversiones. Por lo tanto, si los costes de un proyecto turístico no se valoran, no se estarán valorando ni previendo sus impactos negativos.

Valoración de los usos alternativos de los recursos

b) *Costes derivados de las fluctuaciones de la demanda turística.* Dada la interdependencia existente entre el turismo y los demás sectores de la economía, las fluctuaciones de la demanda turística pueden traer consigo otros problemas adicionales en un destino. No hay que olvidar que la demanda turística es extremadamente estacional y muy sensible a las variaciones de los precios, a los cambios en las tendencias económicas, a los cambios políticos y a las modas. En efecto, una caída de la demanda turística provoca una disminución de la demanda de bienes locales, menos ingresos en forma de beneficios y salarios, menor poder adquisitivo por parte de la población local, etc. Esta situación se ve agravada si, como ocurre en muchos países en desarrollo, se crea una economía excesivamente dependiente de la actividad turística para el desarrollo del país y la supervivencia de sus economías.

La caída de la demanda turística afecta a la economía general

c) *Posible inflación derivada de la actividad turística.* El turismo puede traer consigo en muchas ocasiones la inflación. Ello es debido a que los turistas suelen tener un poder adquisitivo importante, que les permite afrontar la subida de precios de los productos y servicios ofrecidos en el destino, precios que son aumentados por los proveedores locales para obtener más beneficios. Sin embargo, la población local

Menor capacidad económica de la comunidad residente

debe compartir en la mayoría de las ocasiones los mismos proveedores con los turistas, pero con un poder adquisitivo menor. Asimismo, el turismo que basa parte de su actividad en el suelo, lo convierte en un bien escaso, provocando significativos aumentos de precios y creando rivalidad por su utilización entre los distintos grupos de interés.

*Dependencia
excesiva de
capital inversor
extranjero*

d) Pérdida de beneficios económicos potenciales. Este coste negativo derivado de la actividad turística suele producirse en los países en vías de desarrollo, que generalmente sufren limitaciones de capital, más que en los países desarrollados que tienen una mayor capacidad económica y que generalmente, no depende del capital inversor extranjero. Efectivamente, este impacto negativo del turismo se produce en aquellos destinos en los que un número elevado de instalaciones turísticas pertenece a inversores extranjeros y, por lo tanto, la mayor parte de los beneficios obtenidos con la actividad realizada en los mismos sale fuera de las fronteras del país de acogida para ser repartidos en los países de origen de los inversores.

*Competencia del
turismo con
otros sectores
económicos*

e) Distorsiones en la economía local. El sentido de este coste hay que entenderlo relacionando la actividad turística con otros sectores económicos susceptibles de ser perjudicados por las características propias del turismo. En efecto, ya ha sido comentado anteriormente que el turismo favorece en gran medida el aumento y distribución de renta en la comunidad local, así como también genera nuevos puestos de trabajo contribuyendo a disminuir el paro en el lugar donde se desarrolla. Sin embargo, en contraposición a estos aspectos positivos derivados del desarrollo turístico en una zona determinada, éste puede perjudicar también al desarrollo de algún otro sector económico o de alguna otra zona del mismo país que, por sus propias condiciones, no se halla en las mismas circunstancias para competir. Esto se produce, por ejemplo, cuando el desarrollo turístico se concentra en una sola región, dejando otras zonas aisladas sin posibilidad de que se desarrollen económicamente en cualquier otro sentido. O por ejemplo, cuando un destino turístico con numerosas facilidades laborales atrae a los trabajadores de otros sectores económicos, en donde existen mayores problemas en este sentido, privándolos del capital humano necesario para su desarrollo (está ocurriendo sobre todo en el sector agrario).

Ahora bien, todos estos costes, que se pueden derivar del desarrollo turístico en una zona determinada, pueden ser evitados a priori o, al menos, minimizados desde el punto de vista de una adecuada planificación y gestión de los recursos turísticos del destino, e igualmente, podrían ser corregidos a posteriori, mediante el ejercicio de una adecuada política turística que adopte las medidas correspondientes.

11.2 Evaluación de los impactos macroeconómicos del turismo

Generalmente, la mayoría de los estudios sobre los impactos del turismo se han centrado en un desarrollo turístico que ya ha tenido lugar, y por lo tanto, a posteriori, resulta más fácil analizar y determinar esos impactos. Sin embargo, el análisis de las consecuencias derivadas de una actividad tan importante, como es la que se desarrolla en el turismo, debería considerar también en los procesos de planificación todas las circunstancias, tanto positivas como negativas, que se puedan generar con dicha actividad.

La evaluación de los impactos económicos del turismo no se puede limitar al simple cálculo del gasto turístico. Es necesario distinguir entre el *impacto económico originado por el gasto turístico* (sus efectos a medida que se filtra en la economía local) y el *causado por el desarrollo de la actividad turística* (impactos provocados por la construcción y financiación de las facilidades turísticas). Esta distinción es importante, ya que cada tipo de impacto requiere una metodología distinta para su valoración: el gasto turístico y sus efectos deben ser analizados a través de los multiplicadores turísticos, mientras que los impactos del desarrollo de la actividad turística precisa del análisis coste-beneficio.

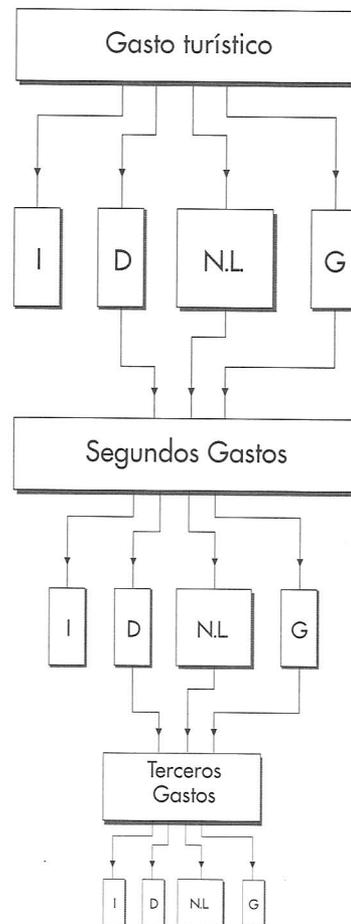
La metodología para el análisis del gasto turístico a través del concepto multiplicador parte del hecho de que todos los sectores de una economía son interdependientes entre sí, de forma que el concepto del multiplicador asume que la demanda para la producción de un sector determinado afectará a la demanda de otros sectores que suministran los bienes o servicios a ese primer sector. Esta situación implica que, cualquier variación en el gasto turístico traerá consigo un cambio en el nivel de producción de la economía en su conjunto. Por lo tanto, el concepto del *multiplicador económico* se refiere al *ratio* del cambio de una variable económica determinada (producción, renta, empleo, etc.) con respecto al incremento en la demanda en el sector turístico.

Variación del gasto turístico implica un cambio en la producción de bienes en general

La Figura 11.3 muestra como los turistas efectúan sus gastos en instalaciones turísticas de *primera línea*. Este dinero es gastado posteriormente por las empresas que lo recibieron: una parte se filtrará fuera de la economía local bajo la forma de importaciones necesarias para satisfacer a los turistas; el resto se destinará a la compra de bienes y servicios locales, a pagar salarios, dividendos, intereses e impuestos gubernamentales. Por lo tanto el dinero fluye de las empresas turísticas hacia otras empresas locales, que volverán a utilizarlo para pagar importacio-

nes, comprar bienes y servicios locales y así sucesivamente. En cada ronda de gastos, una parte del dinero va a parar a las economías domésticas, bajo la forma de salarios, beneficios, etc., de la que una proporción será ahorrada (por lo que dejará de circular en la economía local) y otra se volverá a gastar (Cooper, *et al.*, 1993, p.117).

Figura 11.3: Multiplicador turístico (Fletcher, 1993, p. 117).



Fuente: Fletcher, 1993, p. 117.

Tablas Input-Output

Las *tablas Input-Output* (Figura 11.4) permiten realizar un análisis general de los impactos arriba explicados. Éstas muestran las interdependencias en la economía global de un destino: cada columna muestra un sector de la economía como comprador de bienes y servicios de otros sectores y cada línea lo muestra como vendedor de su producción al resto de los sectores. Consecuentemente, la inyección de gasto turístico en un sector de la economía se reflejará en los niveles productivos del resto de los sectores que la configuran (Cooper *et al.*, 1993, p.122).

Por otro lado, hay que evaluar los costes y beneficios que un proyecto turístico implica, a fin de cubrir todos los impactos económicos de la actividad turística en un destino. El turismo debe ser considerado como una opción más frente a actividades económicas alternativas, que pueden ser más beneficiosas para la región que otras alternativas.

Figura 11.4: Input-Output.

		DEMANDA INTERMEDIA Sectores productivos					DEMANDA FINAL Demanda final de los sectores				Output total
Ventas a...		Industria					C	I	G	E	
Compras de ...		1	2	3	4	...m					
Sectores productivos	Industria 1	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	...X _{1m}	C ₁	I ₁	G ₁	E ₁	X ₁
	Industria 2	X ₂₁	X ₂₂	X ₂₃	X ₂₄	...X _{2m}	C ₂	I ₂	G ₂	E ₂	X ₂
	Industria 3	X ₃₁	X ₃₂	X ₃₃	X ₃₄	...X _{3m}	C ₃	I ₃	G ₃	E ₃	X ₃
	Industria 4	X ₄₁	X ₄₂	X ₄₃	X ₄₄	...X _{4m}	C ₄	I ₄	G ₄	E ₄	X ₄

	Industria m	X _{m1}	X _{m2}	X _{m3}	X _{m4}	...X _{mm}	C _m	I _m	G _m	E _m	X _m
Inputs primarios	Salarios	W ₁	W ₂	W ₃	W ₄	...W _m					
	Dividendos/ Beneficios	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	...P _m					
	Impuestos	T ₁	T ₂	T ₃	T ₄	...T _m					
	Importaciones	M ₁	M ₂	M ₃	M ₄	...M _m					
	Inputs totales	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	...X _m					

Donde

Demanda final de los sectores

X= Output/Input.

C= Consumo (economías domésticas).

I= Inversiones (privadas).

G= Gasto gubernamental.

E= Exportaciones.

Inputs primarios

M= Importaciones.

W= Salarios.

P= Beneficios/Dividendos.

T= Impuestos.

Fuente: Fletcher, 1993, p. 121.

Para ello, hay que tener en cuenta que la producción privada suele producir, además de los efectos propios de mercado, unos efectos externos (positivos y negativos) sobre el resto de las actividades económicas. En los negativos, el agente económico impone costes sobre el resto de los agentes, sin compensarlos. En los positivos genera unos beneficios, sin cobrarlos, para el resto de dichos agentes. Esto quiere decir que la actividad de un agente económico (ya sea producción o consumo) tiene

efectos sobre la actividad de otro agente económico, sin ninguna obligación establecida por las instituciones sociales de compensar el coste producido por su actividad.

*Cuentas satélite
del turismo*

Los mecanismos de asignación de recursos utilizados por el mercado sólo tienen en cuenta los costes privados de la inversión, lo que no garantiza la rentabilidad de dicha inversión a largo plazo, ya que entre otras cosas, obvian los costes sociales de la misma. Por ello, se han desarrollado las cuentas satélite del turismo, que suponen una valoración real del impacto turístico en la actividad económica de los destinos y sus relaciones directas con el empleo, la renta, los impuestos, etc., aspectos todos ellos que no se podían determinar desde la óptica de las tablas Input-Output. Concretamente, Canadá, ha desarrollado sus cuentas satélites y, recientemente, la OMT implementará un sistema de cuentas satélites del turismo para elaborar sus estadísticas internacionales.

La metodología del análisis coste-beneficio se basa en la comparación de los costes y beneficios que un proyecto representa para una zona determinada. En definitiva, se trata de saber si los beneficios económicos del proyecto elegido compensan y superan los costes medio ambientales, socioculturales y económicos que surjan de su aplicación. El objetivo final debe ser la maximización del bienestar de las partes interesadas.

Cals *et al.* (1993, p.40) proponen las siguientes etapas en el análisis coste-beneficio:

*Etapas
del análisis
coste-beneficio*

1. *Identificación de los impactos:* especificación de la población en términos de personas afectadas, de los efectos y del momento en que éstos últimos tienen lugar.

2. *Predicción y cuantificación:* se calculan los costes y beneficios en sus correspondientes unidades de mercado para el período de tiempo considerado.

3. *Evaluación en términos monetarios:* se asigna un valor monetario a cada efecto externo, independientemente de que exista un mercado para el bien.

4. *Selección de un criterio de decisión:* Para concluir, es necesario poner de manifiesto que los beneficios económicos aportados por el turismo han sido recogidos muy extensamente por los autores e investigadores del sector, mientras que el alcance de los costes económicos asociados a la actividad turística no ha sido considerado en su totalidad hasta hace relativamente poco tiempo. Toda planificación y desarrollo

turísticos deberían adoptar un enfoque más equilibrado que valore ambos aspectos, a fin de lograr la competitividad del destino a largo plazo y de maximizar el bienestar de los agentes involucrados.

Bibliografía

ARCHER, B.H., (1982): «The Value of Multipliers and Their Policy Implications», *Tourism Management*, Vol. 3, Nº 2, pp. 236-241.

ARCHER, B.H. and FLETCHER, J., (1989): «The Tourist Multiplier», *Téoros*, Vol. 7, Nº 3, pp. 6-9.

ARCHER, B. H. and COOPER, C., (1994): «The Positive and the Negative Impacts of Tourism», en Theobald, W. (ed), *Global Tourism: The Next Decade*, Butterworth-Heinemann, Oxford.

BRITTON, S., (1982): «Political Economy of Third World Countries», *Annals of Tourism Research*, pp. 331-345.

CABRER, CONTRERAS y SANCHO, (1996): *XI International Conference on I.O. Techniques*. Nueva Delhi. India.

CALS, J., MATAS, A. y RIERA, P., (1993): *Evaluación de Proyectos. Análisis de la Rentabilidad Social desde la Perspectiva del Turismo y del Ocio*, Secretaría General de Turismo, Madrid.

COOPER, C., FLETCHER, J., GILBERT, D. and WANHILL, S., (1993): *Tourism. Principles and Practice*, Pitman, Great Britain.

FLETCHER, J., (1989): «Input-Output Analysis and Tourism Impacts Studies», *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, Nº 4, pp. 541-556.

MATHIESON, A. and WALL, G., (1982): *Tourism. Economic, Physical and Social Impacts*, Longman Scientific & Technical, UK.

PEARCE, D., (1989): *Tourist Development*, 2d ed., Longman scientific & Technical, UK.

WANHILL, S., (1988): «Tourism Multipliers Under Capacity Constraints», *Service Industries Journal*, Vol. 8, Nº 1, pp. 136-142.

Impactos socioculturales del turismo

12.1 Impactos socioculturales de la actividad turística

La actividad turística constituye un marco en el que, generalmente, entran en contacto personas de bagajes culturales y socioeconómicos muy diferentes, ya que implica el desplazamiento de turistas a una región distinta del lugar de residencia habitual. Los impactos socioculturales en un destino turístico son el resultado de dichas relaciones sociales mantenidas durante la estancia de los visitantes en el mismo, cuya intensidad y duración se ven afectadas por factores espaciales y temporales restringidos.

Diversidad de relaciones sociales en el destino turístico

Según De Kadt (1979, p. 50), el encuentro entre turistas y residentes tiene lugar en tres contextos principales:

Contextos del encuentro social

- Cuando el turista compra un bien o servicio al residente.
- Cuando ambos comparten los mismos espacios físicos (playas, paseos, etc.).
- Cuando ambos intercambian información y/o ideas.

Los dos primeros son los contactos más frecuentes, sobre todo en el turismo de masas, en el cual los turistas no tienen interés en introducirse en la cultura local de la región visitada sino, bien al contrario, suelen formar *ghettos* en los que siguen manteniendo las costumbres

Impactos socioculturales del turismo de masas

de sus países de origen y se relacionan con individuos de su misma nacionalidad. Como afirman Mathieson y Wall (1982, p. 121): “El turismo de masas está rodeado por, pero no integrado en, la sociedad receptora”. En muchas ocasiones el desarrollo de este tipo de enclaves turísticos, destinados al consumo de masas, facilita la segregación de la población local. Incluso en aquellas ocasiones en que predomina el turismo residencial —el visitante pasa largas temporadas en el destino—, pueden surgir problemas en las relaciones entre las dos comunidades. La dificultad de entendimiento y relación puede surgir por múltiples factores: diferentes idiomas, costumbres de consumo y comportamiento social, valores religiosos o éticos, etc.

Efecto demostración

Algunos autores argumentan que, dependiendo del tipo de turista que visita la región, el impacto sociocultural será más o menos intenso, más o menos positivo. En todo caso, como afirma Pearce (1989), incluso cuando la toma de contacto entre turistas y residentes no es muy profunda, la mera observación del comportamiento de los visitantes puede inducir a cambios en las actitudes, valores y comportamientos por parte de los habitantes de la región receptora: es el llamado *efecto demostración*. Incluso el turismo nacional, en el que visitantes y residentes proceden de un mismo contexto sociocultural, provoca cambios sociales y culturales en el destino.

Impactos indirectos e inducidos

Por lo tanto, los turistas no necesitan entrar en contacto con los residentes para que los impactos socioculturales derivados del turismo tengan lugar en el destino. Cooper *et al.* (1993) hablan de *impactos socioculturales indirectos*, refiriéndose a los cambios sociales que acompañan al establecimiento de nuevas formas de comunicación, transporte e infraestructuras propias de la actividad turística. También hacen referencia a los *impactos inducidos* que aparecen con el aumento del nivel de vida económico aportado por el turismo, ya que la población modifica su comportamiento de consumo, aumentando su abanico de necesidades y acelerando así los cambios sociales.

Factores determinantes de la intensidad de los impactos socioculturales

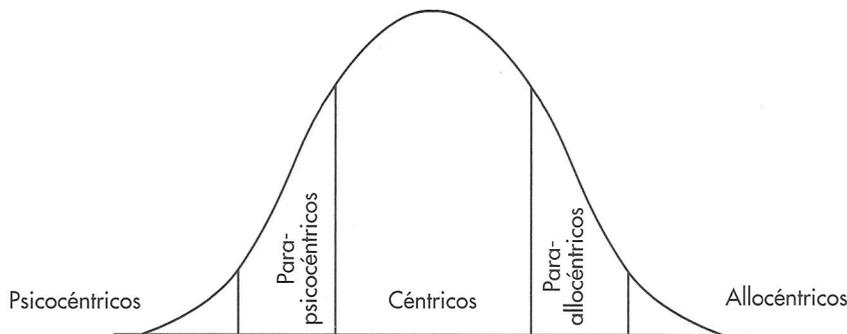
La magnitud de los impactos dependerá, en gran medida, de las características propias de los turistas y de las diferencias socioculturales existentes con respecto a los residentes. Inskip (1991) señala que las principales diferencias se centran en los sistemas de valores, en las creencias religiosas, en las tradiciones y costumbres, en los estilos de vida, en los modelos de comportamiento, en las actitudes hacia los extranjeros, etc.

Tipos de turistas

Según la tipología de Plog (1977) (Figura 12.1), los turistas pueden clasificarse siguiendo un espectro que alinea a los allocéntricos en un extremo y a los psicocéntricos en el otro. El grupo de los *allocéntricos*

se siente atraído por nuevos destinos *desconocidos*, en los que no exista desarrollo turístico previo y en los que pueda adaptarse a las costumbres locales. El grupo de los *psicocéntricos*, sin embargo, busca entornos familiares, no se aventura a visitar lugares desconocidos, no se adapta a las costumbres de las regiones que visita y necesita un gran número de infraestructuras turísticas para el desarrollo de su experiencia turística. Generalmente, los *allocéntricos* suelen proceder de grupos sociales con mayor poder adquisitivo que los *psicocéntricos*. Entre estos dos polos, completamente opuestos, Plog sitúa a los *para-allocéntricos*, a los *céntricos* y a los *para-psicocéntricos*, argumentando que la mayoría de la población pertenece a los *céntricos*.

Figura 12.1: Tipología de Plog.



Fuente: Plog, 1977.

Los impactos causados por los *psicocéntricos* tienen muchas probabilidades de ser más significativos que los creados por los *allocéntricos*. Aunque esta tipología no es inmutable, permite realizar un seguimiento del desarrollo de la región como destino turístico. Así, los destinos suelen ser *descubiertos* por los *allocéntricos*; a medida que la región va atrayendo a más gente, los *allocéntricos* se lanzan a la búsqueda de nuevos lugares menos visitados y comercializados. Por otra parte, los destinos con ventajas comparativas fuertes en términos de clima o localización podrán mantener su posición en el grupo de los *céntricos* más tiempo que los que no tengan ese tipo de atractivos.

Existen otras tipologías que resultan útiles como marco para clasificar a los turistas según un fenómeno determinado —generalmente, teniendo en cuenta motivaciones, comportamiento, beneficios buscados en la experiencia turística, etc.— y que facilitan el análisis conceptual de los impac-

tos causados por cada grupo, ya que las actitudes de los individuos hacia el turismo varían dependiendo de factores tales como la edad, el nivel de educación, la renta disponible, el contexto cultural, etc. (Figura 12.2).

Figura 12.2: Frecuencia y tipos de turista y su capacidad de adaptación a las costumbres locales.

TIPOS DE TURISTA	Nº DE TURISTAS	ADAPTACIÓN A LAS COSTUMBRES LOCALES
<ul style="list-style-type: none"> • Explorador • Élite • Inusual • Turismo de masas incipiente • Turismo de masas • Chárter 	<ul style="list-style-type: none"> • Muy limitados • Rara vez vistos • No muy comunes pero vistos • Ocasionales • Flujos regulares • Flujos continuos • Llegadas masivas 	<ul style="list-style-type: none"> • Plenamente • Se adaptan bien • Se adaptan en algunos aspectos • Buscan facilidades occidentales • Esperan facilidades occidentales • Exigen

Fuente: Plog, 1977.

Etapas en la relación entre turistas/residentes

Doxey (1975) sintetiza las relaciones entre visitantes y residentes en las siguientes etapas, que pueden servir para medir el nivel de los impactos socioculturales que pueden tener lugar en un destino turístico:

- *Etapas de euforia:* es la etapa de las primeras fases de aparición del turismo, cuando éste provoca exaltación y entusiasmo por parte de la población residente, que lo percibe como una buena opción de desarrollo.
- *Etapas de apatía:* una vez que la expansión se ha producido, el turismo se percibe en el destino como un negocio del que hay que sacar partido. El contacto se ha formalizado más.
- *Etapas de irritación:* a medida que se alcanzan niveles de saturación en el destino, los residentes necesitan facilidades adicionales para poder aceptar la actividad turística.
- *Etapas de antagonismo:* el turismo es considerado como el causante de todos los males del destino.
- *Etapas final:* durante todo el proceso anterior, el destino ha perdido todos los atractivos que originalmente atrajeron a los turistas.

Ciclo de vida de un destino turístico

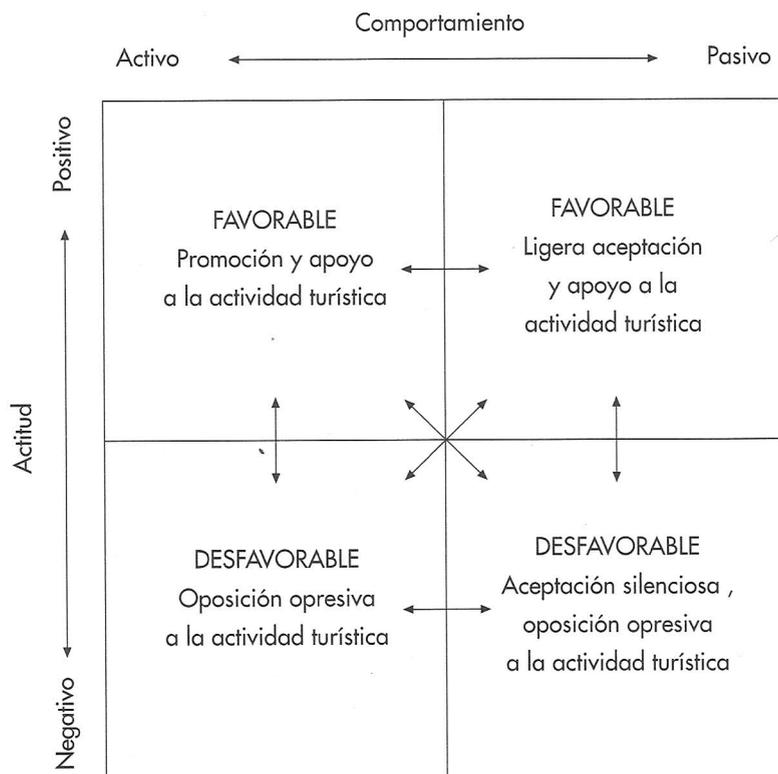
Las etapas mencionadas pueden relacionarse con las señaladas por Butler (1980) refiriéndose al ciclo de vida de un destino turístico. El autor distingue entre las siguientes etapas: exploración, compromiso, desarrollo, consolidación, estancamiento. La etapa de estancamiento puede dar lugar, bien al *declive* del destino turístico, bien a su *rejuve-*

nacimiento. Esta clasificación puede utilizarse para explicar la evolución de un destino o de un producto turístico (como se verá en la Unidad 16), sirviendo de guía para diseñar la planificación del mismo y teniendo en cuenta la reacción de la población residente. No obstante, las etapas están apoyadas en el comportamiento de una única variable –el número de visitantes– y algunos autores insisten en que esta variable no es suficiente para explicar la evolución de un *resort* turístico (R. A. Smith, 1992).

Por último, hay que destacar el hecho de que el turismo puede influir directamente en la estructura social de una región o país, ya que el empleo en el sector turístico es una forma para muchos residentes de incrementar su bienestar económico y de tener más oportunidades de movilidad en la escala social (sobre todo en comunidades predominantemente rurales). El turismo ha sido, por lo tanto, responsable de transformaciones profundas en muchas comunidades, siendo la migración rural un exponente claro de este fenómeno (Figura 12.3).

Influencia del turismo en la estructura social del país

Figura 12.3: Respuesta de los residentes a la actividad turística (Las flechas indican la posibilidad de cambio).



Fuente: Mathieson y Wall, 1982, p. 139.

12.2 Impactos socioculturales positivos y negativos

Mientras los impactos económicos del turismo han sido enfocados tradicionalmente desde el punto de vista de los beneficios que aporta, los impactos socioculturales suelen ser analizados desde su parte negativa. Y, sin embargo, el turismo puede aportar también beneficios positivos al fomentar el contacto entre comunidades diferentes.

12.2.1 Impactos positivos

Mejora en las facilidades e instalaciones del destino

Como es sabido, la calidad de la experiencia turística depende, no sólo de las atracciones principales ofrecidas en el destino, sino también de las infraestructuras y facilidades disponibles. Normalmente, el turismo trae consigo la mejora de la atención sanitaria a la región en la que se desarrolla, ya que los turistas dan prioridad a todos los aspectos relacionados con la salud. Dicha mejora suele extenderse, asimismo, a otras facilidades y servicios: alumbrado, recogidas de basuras, mejora de las comunicaciones, nuevas sucursales de entidades financieras, etc. Así pues, la calidad de vida de los residentes aumenta.

Recuperación y conservación de valores culturales

Por otro lado, el turismo puede ayudar a estimular el interés de los residentes por la cultura propia, por sus tradiciones, costumbres y patrimonio histórico, puesto que los elementos culturales con valor para los turistas se recuperan y conservan, de manera que puedan ser incluidos en la experiencia turística. Este despertar cultural puede constituir una experiencia positiva para los residentes, aportándoles cierta concienciación sobre la continuidad histórica y cultural de su comunidad, a la vez que pueden convertirse en aspectos que potencien el atractivo turístico del destino. De esta forma el turismo contribuye a:

- La preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, lugares históricos.
- La revitalización de las costumbres locales: artesanía, folklore, festivales, gastronomía, etc.

Impacto positivo del efecto demostración

Además, el turismo puede ser el factor que acelere los cambios sociales positivos en una comunidad, en términos de mayor tolerancia y bienestar. El efecto demostración puede ser beneficioso cuando anima a los residentes a luchar y/o trabajar por cosas de las que carecen, i.e. incremento del nivel de calidad de vida o valor de igualdad. Por ejemplo, el empleo proporcionado por la actividad turística en el sector ha permitido mayor movilidad en la escala social en comunidades muy jerarquizadas.

Por último, –y aunque este efecto está un tanto idealizado ya que muchas de las formas actuales del turismo no lo favorecen– otro de los impactos beneficiosos es la oportunidad que éste ofrece a sus participantes de practicar un intercambio cultural con los residentes de la región que visitan. Este tipo de experiencias incide sobre la percepción del visitante hacia otras culturas y formas de vida, aumentando la comprensión y el respeto de las diferencias.

Aumento-de la tolerancia social

12.2.2 Impactos negativos

En algunos países en vías de desarrollo, se ha extendido entre la población local cierto resentimiento hacia el turismo internacional. En general, cabe afirmar que esta actitud será más evidente cuanto mayores sean las diferencias económicas entre visitantes y residentes. Así, por ejemplo, son focos de tensión social a tener en cuenta: la aparición de *ghettos* de gran lujo en lugares dominados por la pobreza, la ocupación de los puestos de trabajo más cualificados por trabajadores extranjeros, la menor retribución salarial a los trabajadores nacionales, etc. Para muchos países en desarrollo, el turismo establece las bases de una nueva forma de colonialismo basado en la dependencia de las divisas extranjeras como vía para el desarrollo económico. Por ello, en algunos destinos ha sido evidente el aumento del crimen, la prostitución, el juego, el terrorismo y los conflictos causados por las drogas. En ocasiones, los turistas son considerados como elementos a través de los cuales se puede hacer negocio y obtener publicidad (por ejemplo, en el caso del terrorismo).

Diferencias sociales entre visitantes/residentes

El turismo puede provocar, asimismo, una desculturización del destino: el efecto demostración puede llevar a la desaparición de la cultura (que suele ser la de la comunidad receptora), frente a la más fuerte (la del visitante). Este fenómeno puede afectar a muchos países en desarrollo, ya que la cultura de los turistas suele ser percibida por los residentes como superior a la local, especialmente por el mayor nivel de vida que manifiestan, provocando la adaptación de costumbres occidentales a culturas indígenas. La mercantilización extrema de las tradiciones locales, despojándolas de su verdadero significado, puede fomentar un proceso de desculturización, que a la vez puede acabar destruyendo los atractivos que en su día iniciaron el flujo de visitantes.

Impacto negativo del efecto demostración

En definitiva, se debe tener presente que determinados tipos de turismo –como el turismo de masas– no permiten la existencia de un verdadero intercambio cultural entre visitantes y residentes, por lo que favorecen la difusión y permanencia de imágenes estereotipadas sobre determinados países y sus habitantes.

Impactos del turismo de masas

12.3 Principios fundamentales en el desarrollo de la actividad turística

Evolución en la percepción de los efectos del turismo

Como se expuso al inicio de esta Unidad, durante las primeras fases de desarrollo de una actividad turística la población local suele acoger a los turistas con entusiasmo, sin embargo, a medida que la rivalidad por los recursos locales se agudiza, los residentes van retirando su apoyo inicial. Generalmente se reconoce que, con respecto a los impactos socioculturales, existe un umbral de tolerancia en cuanto a la presencia de turistas por parte de los residentes y que éste varía espacial y temporalmente.

Mientras el número de turistas y sus impactos acumulados se mantengan por debajo de ese umbral y los impactos económicos sean positivos, la presencia de turistas en el destino es aceptada por la mayoría de los residentes. Sin embargo, si se sobrepasa ese umbral, empiezan a aparecer signos de descontento por parte de la población local que, si son percibidos por el turista, pueden significar una pérdida de calidad en su experiencia turística, especialmente teniendo en cuenta que las actitudes de acogida por parte de la población residente y la seguridad del turista constituyen aspectos claves de la experiencia turística integral.

Capacidad de carga

El umbral hace referencia directa al concepto de capacidad de carga social, que intenta definir los niveles de desarrollo que resultan aceptables para la comunidad receptora y los negocios locales. Existe, asimismo, una capacidad de carga psicológica del turista, que refleja el punto tras el cual la presencia de otros turistas estropean irremediablemente su experiencia y, por lo tanto, su percepción sobre la calidad de la misma. La carga psicológica suele evidenciarse conforme se masifica el consumo de los bienes públicos (congestión de las playas, carreteras, etc.), existiendo tipos de indicadores de saturación que detectan el umbral de tolerancia (tanto de la población receptora como de la visitante) y que ayudan a actuar consecuentemente (en la Unidad 14 se tratará este tema con mayor amplitud).

Importancia del consenso de la comunidad local

Tradicionalmente, la planificación de la actividad turística ha estado más orientada hacia las exigencias de los turistas, planteándose desde la perspectiva de las facilidades y servicios que éstos necesitan, mientras que la cuestión del bienestar de los residentes no se ha tenido en cuenta. Este enfoque no se puede mantener si se pretende garantizar el éxito de las inversiones turísticas a largo plazo. Es necesario proteger los fundamentos mismos de la actividad —entré los que hay que considerar los recursos culturales—, así como garantizar la entrega de una experiencia turística de calidad que mejore la capacidad de retención del destino. Para ello, hay que contar con el consenso de los residentes permanentes de la región visitada.

Es, por tanto, importante que la comunidad local perciba y reciba beneficios de la actividad turística. Por ello y de cara a evitar conflictos entre los dos grupos de población –residentes y visitantes– en la utilización de los recursos locales, es esencial dar la oportunidad a los residentes de participar y decidir sobre la planificación y desarrollo de la actividad en su lugar de residencia habitual. De esta manera, la comunidad local tendrá expectativas realistas sobre lo que puede esperar y se sentirá más motivada para proteger su entorno cultural y natural.

Participación de la comunidad local

Por otro lado, también es importante que los visitantes tomen conciencia de los efectos que su presencia puede ocasionar. En este sentido, es conveniente que sepan valorar la riqueza del entorno sociocultural que los acoge. Aunque las campañas de sensibilización pueden ser muy poco operativas en destinos masificados, en otros contextos pueden dar un buen resultado.

Concienciación de los turistas

En definitiva, la planificación debe garantizar un desarrollo integrado del turismo en la comunidad receptora, asegurando la satisfacción de las necesidades de los turistas, pero maximizando el bienestar de los residentes. El concepto de capacidad de carga social, estrechamente relacionado con el de desarrollo turístico sustentable, debe guiar el proceso de planificación, aunque sigue siendo un gran problema la utilización de medidas de evaluación o herramientas de gestión, debido a su inherente subjetividad.

El elemento sociocultural debe integrarse en la planificación turística

A modo de conclusión, la Figura 12.4 muestra un esquema global de los impactos socioculturales del turismo, elaborado por la OMT (1997).

Figura 12.4: Resumen de los impactos socioculturales del turismo.

Factores asociados con el turismo	Impactos positivos	Impactos negativos
El uso de la cultura como atracción turística.	Revitalización de las artes tradicionales, festivales y lenguas. Incremento de las culturas tradicionales	Cambio en las actividades tradicionales. Invasión de la privacidad.
Contactos directos entre turistas y residentes	Ruptura de los estereotipos negativos. Aumento de las oportunidades sociales.	Aumento comercialización. Introducción de enfermedades. Efectos demostración.
Cambios en la estructura económica y roles sociales	Mayores oportunidades económico-sociales. Disminución de desigualdades sociales.	Conflictos y tensión en la comunidad. Pérdida de lenguaje.
Desarrollo de infraestructuras	Aumento de las oportunidades de ocio.	Pérdida de acceso a las actividades de recreo y ocio.
Aumento de la población de turistas	Mejora de las condiciones sanitarias, educación y mejora de la calidad de vida.	Congestión, multitud, aumento de la criminalidad.

Fuente: OMT, 1997.

Impactos medioambientales del turismo

13.1 Turismo y entorno natural

La realización de toda actividad económica implica la utilización de unos recursos y, en consecuencia, el entorno donde ésta se realiza resulta necesariamente afectado. A su vez, cualquier cambio en el entorno del hombre podrá tener un impacto positivo o negativo en su bienestar. Por ello, Bartelmus (1986) señala que: *el entorno*, considerado como aquellas “condiciones e influencias que se interrelacionan con el hombre –componentes naturales, sociales y creados por la mano del hombre–”; y *el desarrollo*, visto como “un proceso para mejorar el bienestar humano”, están estrechamente relacionados.

*Relación
entre entorno
y desarrollo*

En la actualidad, las principales preocupaciones respecto al medio ambiente –como elemento integrante de dicho entorno– se centran en los impactos resultantes de la producción de actividades económicas implementadas en aras del desarrollo. Especialmente, la preocupación se centra en el proceso de degradación que pueden experimentar los recursos naturales que son utilizados en el desarrollo de dichas actividades económicas y en el grado de irreversibilidad de ese proceso.

*Degradación de
recursos naturales*

Concretamente, la actividad turística tiene impactos considerables sobre el entorno. Stankovic (1991) afirma que “el turismo es un consumidor específico de recursos naturales, ya que éstos constituyen la base para el desarrollo de la actividad turística”. Asimismo, la preocupación por la situación de algunas áreas turísticas tradicionales, lleva a Krippendorf (1987) a afir-

*Impactos
medioambientales
del turismo*

mar que “el turismo destruye todo lo que toca”. Efectivamente, existen límites a la capacidad de adaptación de los ecosistemas, que se reflejan en una reducción irreversible de la diversidad ecológica. Algunos destinos muestran signos de crisis y estrés que exigen un cambio de actitud de los actores implicados en la industria turística: las empresas, las autoridades, la población residente y los visitantes. Algunos ejemplos son:

- En el Himalaya, la afluencia de visitantes ha dado lugar a la aparición de basureros en campamentos base y ha acelerado el proceso de deforestación al atender las necesidades de los turistas mediante el uso intensivo de leña (calefacción, aseo diario, etc.).
- En Suiza, la montaña se ha convertido en un destino *congestionado*. El aumento de las estaciones de esquí, de rutas para senderistas, etc. ha ocasionado graves problemas de deforestación y degradación de las áreas alpinas.
- En el Mediterráneo, la rápida urbanización de las costas desde los años cincuenta y sesenta, ha dado lugar a una sobreexplotación de estos entornos, con una masiva urbanización, destrucción de espacios con un gran valor paisajístico, zonas húmedas, etc.

Países como España, cuyo desarrollo turístico se ha basado en oportunidades objetivas del mercado (como, por ejemplo, la aparición de los vuelos chárter y los paquetes turísticos) han desarrollado durante años su actividad turística de forma espontánea y desordenada, sin atender a la conservación y mejora del entorno natural. Como resultado, la destrucción del paisaje ha sido intensa, especialmente en las zonas costeras donde se concentra un número elevado de visitantes. Todo ello, a pesar de que, como afirma Krippendorf (1987), “el paisaje es la razón de la existencia del turismo y su fuerza económica”.

Impactos del turismo rural

Incluso lo que hoy en día se conoce como turismo verde, turismo alternativo, turismo rural, ecoturismo, etc. tiene un impacto que no debe ser menospreciado. La búsqueda de alternativas al turismo tradicional ha llevado a explorar destinos cada vez más novedosos, en muchos casos con ecosistemas frágiles que corren el riesgo de una rápida e irreversible degradación. Es cierto que los turistas son cada vez más sofisticados y exigentes, manifestando motivaciones más complejas y variadas (véase la Figura 13.1). La fórmula *sol y precios bajos*, que había dado buenos resultados en décadas anteriores, está siendo sustituida por destinos alternativos, capaces de responder a sus expectativas de un entorno natural no degradado. Paradójicamente, este cambio de interés puede volverse en contra de espacios con un elevado valor ecológico.

Las sociedades de los países desarrollados están experimentando una creciente preocupación por estas cuestiones. Tanto la denuncia de los especialistas, como las presiones procedentes de los medios de comunicación o la legislación desarrollada recientemente en la Unión Europea, han contribuido a concienciar a la población. Algunas compañías privadas se han sumado a este movimiento *verde* tras comprender que sus beneficios pueden ser mayores: el cumplimiento de los mandatos legales sobre conservación del medio ambiente puede mejorar la eficiencia en los costes al tiempo que aumenta el atractivo de los productos para el consumidor, además contribuye a ofrecer una buena imagen de la empresa. La Unión Europea intenta estimular este tipo de prácticas en las empresas privadas, que pueden adherirse voluntariamente a un sistema comunitario de gestión y auditoría (Reglamento 1836/93, de 29 de junio).

*Mayor
concienciación
en países
desarrollados*

El caso de los países en vías de desarrollo es muy diferente. Su prioridad es elevar el nivel de vida de sus ciudadanos y su desarrollo económico está basado principalmente en la explotación de los recursos naturales. La difícil situación económica y social ha hecho que muchos países vean el turismo como una actividad rentable, que puede generar un nivel de renta y empleo para su población muy difícil de alcanzar con otras actividades económicas. En este contexto, la preocupación por los problemas medioambientales se considera un lujo.

*Diferentes
prioridades en
los países
no desarrollados*

Figura 13.1: Progresión de la preocupación medio ambiental.

ERA	ENTORNO	TURISMO
Década de los 50	Disfrutar y utilizar	Etapa de exploración. Comienzo del turismo de masas.
Década de los 60	Concienciación, intervención pública y protestas	Desarrollo, crecimiento rápido. Elementos del entorno como atracciones únicas.
Década de los 70	Institucionalización. Preocupación por la contaminación del aire, del agua y la visual.	Década de crecimiento y éxito. Marketing. Estudios de impactos por el mundo académico.
Década de los 80	Preocupación por las sustancias tóxicas en el entorno: lluvia ácida, calentamiento del globo, agujero de ozono.	Expansión de los mercados mundiales y avances tecnológicos.
Década de los 90	Desforestación, cambios climáticos, desertificación, impactos globales.	Eco-turismo, desarrollo sostenido.

Fuente: Hudman, 1991.

*Desarrollo
sustentable*

En los últimos años, la preocupación por los problemas medioambientales ha conducido a considerar la idea de generar actividades económicas sustentables. El concepto de *desarrollo sustentable* hace referencia a la capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Aunque resulta difícil trasladar esta idea a la realidad productiva de los países, existen algunas directrices básicas que deberían tenerse en cuenta. Así, en la Conferencia de Río de 1992, se señalaba la necesidad de (Croall, 1995):

- Respetar y cuidar la comunidad de vida.
- Mejorar la calidad de la vida humana.
- Conservar la vitalidad y diversidad de la Tierra.
- Minimizar la destrucción de recursos no renovables.
- Mantenerse dentro de la capacidad de carga de la Tierra.
- Cambiar las actitudes y prácticas de la población para adoptar la ética de la vida sustentable.
- Capacitar a las comunidades para cuidar de sus entornos.
- Promover un esquema nacional para integrar desarrollo y conservación.

*Turismo
sustentable*

En el campo del turismo, se introduce el concepto de *turismo sustentable*, con la pretensión de compatibilizar el desarrollo turístico y la conservación de los recursos utilizados en dicho desarrollo. Se trata de adoptar una visión de la actividad más a largo plazo, centrada en la preservación de aquellos elementos que han favorecido el nacimiento de un destino turístico. La protección del medio ambiente, mediante la conservación de los recursos de los que depende el turismo, puede aportar grandes ventajas a los mercados turísticos: mayor satisfacción de los consumidores, mayores oportunidades de inversiones futuras, un estímulo para el desarrollo económico y una mejora del bienestar de la comunidad receptora. En definitiva, el objetivo que preside la actuación económica –obtener el máximo beneficio– y el objetivo ecológico –guiado por la idea de conservar y hacer un buen uso de los recursos renovables o no renovables– deben verse como objetivos compatibles, intentando resolver las áreas de conflicto que inevitablemente han de surgir.

13.2 Impactos medioambientales del turismo

Los impactos que la actividad turística tiene sobre el entorno en el que se desarrolla y asienta son muy diversos. Puesto que las atracciones naturales, por sí solas, son insuficientes para satisfacer a los turistas, necesitan ser completadas con otros elementos de apoyo, como infraestructuras –deportivas, sanitarias, aeropuertos, etc.– y alojamientos. En la Figura 13.2 se exponen los principales impactos que tiene el turismo sobre el medio ambiente.

a) Impactos negativos

Entre los problemas que ocasiona el desarrollo de los *resorts* turísticos, se deben destacar aquellos de tipo urbanístico y arquitectónico (arquitectura estandarizada), que pueden quedar englobados bajo la denominación *contaminación arquitectónica*. Existen numerosos ejemplos de desarrollos urbanos no integrados en el paisaje, con yuxtaposición de edificios con estilos arquitectónicos diferentes, que no siguen las formas de construcción habituales de las áreas receptoras y las tradiciones urbano-arquitectónicas de la zona.

Arquitectura no integrada en el paisaje

Los *resorts* de playa, por ejemplo, han creado cinturones urbanos caóticos e interminables a lo largo de zonas costeras, constituyendo auténticas barreras físicas y visuales entre las zonas residenciales y las atracciones principales. El ejemplo de España nos sirve para valorar la magnitud de este fenómeno: el uso turístico-recreativo de la costa catalana representa el 60% de su litoral, el 41% en el caso de Andalucía, el 35% en Baleares y Canarias, mientras que el suelo no urbanizable de la franja costera en la Comunidad Valenciana es sólo el 13,5% del total (Vera y Marchena, 1996).

Además de los impactos estéticos y paisajísticos, este tipo de desarrollos arquitectónicos provocan la *segregación de los residentes locales*, especialmente en los países menos desarrollados donde la población receptora no dispone de recursos suficientes para acceder a las facilidades turísticas.

Segregación de los residentes locales en países no desarrollados

En algunos *resorts* turísticos saturados de visitantes surgen graves problemas con el *tratamiento de las basuras*, desde su recogida hasta su almacenamiento –aparición de vertederos incontrolados– y la *depuración de las aguas residuales*, puesto que las inversiones requeridas son elevadas y las autoridades locales no disponen de suficientes recursos para llevarlas a cabo.

Tratamiento de residuos

Contaminación Por otra parte, la congestión del tráfico por la creciente utilización del automóvil en algunos destinos masificados o saturados (tanto en playas como en zonas de montaña), afecta a la calidad del entorno residencial y natural. *La contaminación acústica y la polución del aire* serán mayores en aquellos destinos donde predominen las construcciones verticales con elevadas alturas, que permiten acoger un alto número de visitantes en espacios geográficos de dimensiones reducidas.

Erosión de la zona En las zonas montañosas, la proliferación de actividades deportivas utilizando *mountain bikes*, vehículos todo terreno, motocicletas, etc., además de perturbar la tranquilidad del entorno, afectando el hábitat natural –la flora y fauna–, ocasiona graves problemas de *erosión*.

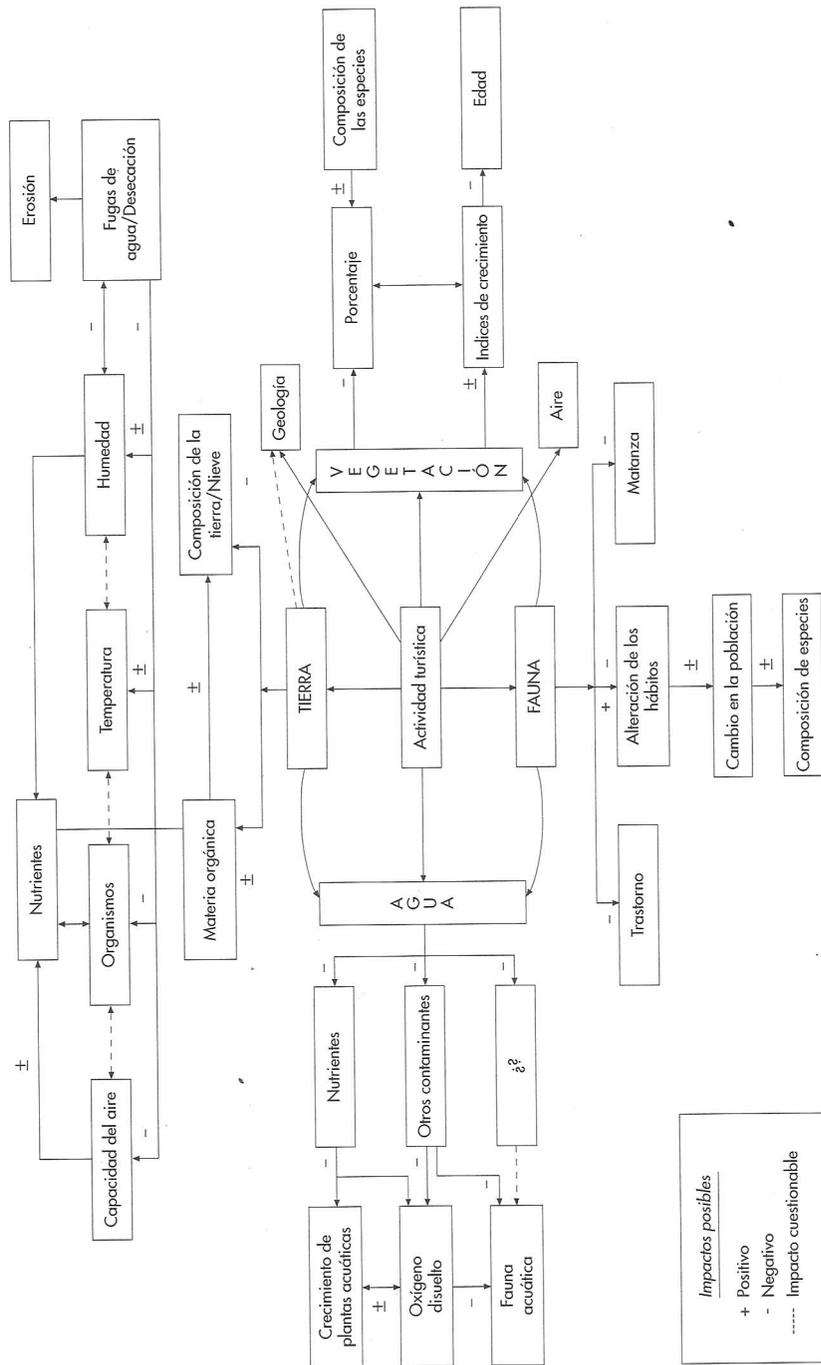
Rivalidad en la utilización de los recursos naturales Por último, debe ser mencionada la competencia que se establece entre el turismo y otras actividades económicas. Así, por ejemplo, la demanda de suelo para actividades turísticas, sustrae suelo para el desarrollo de otras actividades, como por ejemplo la agricultura; la construcción de una carretera o un aeropuerto afectará al hábitat del entorno. Otro ejemplo es la utilización del agua, que en algunas zonas constituye un recurso escaso. Las necesidades de agua para atender las necesidades de los visitantes de algunos *resorts* y algunas actividades deportivas –el golf– pueden afectar al desarrollo agrícola y al equilibrio ecológico de la zona. El *desequilibrio hidrológico* puede favorecer la proliferación de incendios y la desertización.

b) Impactos positivos

Revalorización del entorno natural Las situaciones de crisis y estrés de un destino han dado lugar a la *aprobación de medidas de conservación y mejora de la calidad ambiental*. Puesto que un entorno bien preservado tiene un valor real para la actividad turística y, por tanto, para la economía local y nacional, el turismo puede contribuir a revalorizar el entorno natural de una zona. Como afirman Mathieson y Wall (1982), “es difícil determinar el grado de responsabilidad única del turismo en la adopción y expansión de medidas de conservación, aunque es evidente que la actividad turística juega un papel de estímulo importante”.

Adopción de medidas para preservar los tesoros de la zona Uno de los ejemplos más conocidos es la creación de figuras como los *parques naturales*, que tienen como finalidad proteger la flora y fauna autóctona y los espacios de gran belleza paisajística. En algunos países africanos constituye un instrumento de primer orden de cara a *preservar las especies animales* en peligro de extinción. *La restauración y preservación de edificios y lugares históricos* también está estrechamente relacionada con la actividad turística.

Figura 13.2: Turismo y medio ambiente: relación de impactos.



Fuente: Mathieson, 1982, p. 131.

Estándares de calidad

La aplicación del programa Banderas Azules de la Unión Europea ha respaldado el *establecimiento de estándares de calidad* en zonas turísticas de playa y ha favorecido la apreciación y toma de conciencia de la importancia que tienen los recursos ambientales en la experiencia turística. Este programa ha sentado un precedente para el desarrollo de estándares de calidad ambiental y ha permitido promocionar ciertas zonas costeras.

Mayor involucración de la Administración

Por otro lado, el turismo ha sido responsable de la introducción de *iniciativas de planificación* por parte de la Administración, con el fin de mantener y controlar la calidad ambiental. Desgraciadamente, muchos de estos planes han llegado cuando ya existía un elevado grado de deterioro de los recursos y atracciones. Como sugiere Lea (1991), la expectativa de aumentar el número de visitantes contribuye a aumentar los esfuerzos para la conservación y planificación, especialmente cuando la actividad turística es contemplada como una actividad importante en la generación de recursos y empleo.

13.3 Planificación turística: integración de los aspectos sociales, económicos y medioambientales

Necesidad de la planificación turística

Como ya ha sido mencionado con anterioridad, el turismo es una actividad muy compleja, no sólo por el número de agentes implicados (empresarios, visitantes, población residente, Administración), sino también, por los efectos que tiene sobre el entorno social y natural, y sobre otras actividades. Por ello, es necesario que su desarrollo se lleve a cabo de la manera más ordenada posible, intentando reducir todos aquellos impactos que pueden repercutir negativamente en el mismo.

Finalidad de la planificación turística

La planificación turística tiene como finalidad definir los objetivos de desarrollo de esta actividad, indicando los medios para llevarlo a cabo, intentando maximizar los beneficios económicos, sociales y culturales, y buscando alcanzar un equilibrio estable entre la oferta y la demanda turística (Morucci, 1991). El plan de desarrollo turístico es, por tanto, un documento que plasma los objetivos de la política turística, delimitándolos en un espacio y en un período de tiempo determinado. Así, puede llevarse a cabo tanto en nuevos espacios turísticos, como en destinos maduros en los que es necesario ajustar la oferta a los cambios del mercado. Por otra parte, la planificación a corto y medio plazo suele ser la más habitual, puesto que permite ajustarse mejor a los rápidos cambios del mercado.

Dependiendo de los objetivos a alcanzar, la planificación turística puede llevarse a cabo a nivel local, regional, nacional o supranacional. En las economías mixtas, donde el peso del sector público es importante, se diseñan grandes líneas de actuación permitiendo que los agentes privados puedan sumarse a ellas voluntariamente e implicarse directamente en el cumplimiento del plan elaborado. En el caso español, ya se ha comentado la aprobación del Plan Futures, concebido como Plan Marco, lo cual permite que cada Comunidad Autónoma ajuste los programas de actuación que contiene a sus propias realidades y necesidades.

Líneas de activación en la planificación turística

Con relación a los impactos del turismo sobre el entorno medioambiental, la planificación debe avanzar hacia la integración del concepto de desarrollo sustentable. Este concepto –que se trata con más detenimiento en la Unidad 14^a– hace referencia al desarrollo de la actividad turística, evitando la degradación y agotamiento de los recursos que hacen posible su existencia y mantenimiento a largo plazo.

El proceso de planificación tiene varias etapas que parten desde una definición de los objetivos, hasta el establecimiento de los medios para conseguirlos. Siguiendo a Getz (1983), podemos distinguir tres etapas fundamentales:

Etapas de la planificación

1. Formulación de un modelo de priorización de objetivos

Esta fase exige analizar la situación e identificar los problemas, señalando los objetivos que se quieren alcanzar. La planificación debe asegurar que los objetivos perseguidos por las autoridades locales, la población receptora, las empresas y los visitantes, puedan ser alcanzados en armonía. Puesto que el principal objetivo debe ser maximizar la contribución del turismo al bienestar humano, el proceso de planificación debe realizarse contando con la cooperación de todos los agentes implicados en la actividad, especialmente la población receptora que, si bien se beneficia del desarrollo de la actividad, también sufre un elevado coste (pérdida de valores culturales, segregación, etc). Esto implica la coordinación entre el sector público y el sector privado a nivel nacional, regional y local.

Análisis y determinación de objetivos

2. Evaluación de las estrategias

En esta etapa se valoran y formulan las alternativas de actuación. Existen diferentes formas de intervenir en un espacio económico que pueden plasmarse en diferentes programas de actuación. En esta fase han de valorarse las opciones posibles para alcanzar los objetivos marcados, eligiendo la alternativa mejor. En efecto, es indispensable selec-

Análisis y determinación de las líneas de actuación

cionar la opción óptima en términos de maximización de beneficios y bienestar para el área y los residentes. Para ello pueden utilizarse técnicas como el análisis coste-beneficio o el análisis de percepción.

La metodología del análisis coste-beneficio permite la comparación entre los costes y beneficios sociales y económicos de un proyecto. Los problemas principales que presenta esta técnica radican en la valoración de algunos costes y beneficios, especialmente sociales y medioambientales (¿cómo se valora la contaminación, la pérdida de la cultura autóctona o la contemplación de un paisaje?); es decir, existen algunos aspectos que no es posible valorar con precios de mercado. Sin embargo, a pesar de sus importantes limitaciones, permite incorporar y considerar conjuntamente efectos de características muy diversas.

El análisis de percepción sigue una metodología parecida al análisis coste-beneficio (Morucci, 1991). Este método intenta evaluar la oportunidad de un proyecto comparando los costes y beneficios, pero éstos se valoran a partir de apreciaciones cualitativas. Así, a cada efecto –la incidencia de cada elemento del proyecto sobre cada factor susceptible de ser afectado– le correspondería una valoración numérica según una escala de impacto que recoge tres categorías: *sin efecto*, *efecto importante* y *muy importante*.

3. Selección de procedimientos

Determinación y desarrollo de los programas propuestos

Por último, se debe proceder a la elaboración del contenido de los programas de actuación, asignando los recursos necesarios para llevarlos a cabo. Como se sabe, los recursos son escasos y limitados. Por ello, su utilización para el desarrollo de una actividad concreta implica el sacrificio de otras posibilidades; es decir, existe un coste de oportunidad. En esta etapa hay que estudiar y decidir qué instrumentos son los más adecuados para conseguir los objetivos marcados y desarrollar los programas propuestos (cambios legislativos, inversiones públicas, incentivos fiscales, subvenciones, planes de formación, programas de concienciación, etc.), comprometiendo recursos y actuaciones y determinando el grado de participación del sector privado y de la población.

Mecanismos utilizados en esta fase

La planificación debe apoyarse en otros mecanismos, además de los anteriormente citados. De especial importancia es la realización de estudios de impacto y auditorías ambientales. Los *estudios de impacto* ayudan a definir los efectos que tendrá un proyecto sobre el entorno natural, social y económico, comparando la situación presente con la prevista en un futuro, una vez realizado el proyecto. Este tipo de estudio, al compa-

rar la situación inicial con la futura, permite determinar las actuaciones requeridas para reducir o eliminar los efectos negativos del proyecto. Por su parte, *las auditorías ambientales* pueden utilizarse como instrumentos de gestión, ayudando a controlar el cumplimiento de los objetivos previstos (véase Figura 13.3). Generalmente, este tipo de estudios verifica las posibles desviaciones existentes con respecto a los estándares medioambientales aplicables por ley o por exigencias de rentabilidad financiera, detectando tensiones y ayudando a adoptar medidas para su reducción o supresión. Una auditoría ambiental debería, asimismo, comprobar el grado de conformidad de la actividad turística en un destino con las necesidades de los visitantes y de los residentes; es decir, combinar la sustentabilidad ambiental, económica y social.

Un concepto íntimamente ligado a la planificación –y al desarrollo sustentable– es el de *capacidad de carga*. Aunque la definición más utilizada es la que alude a los impactos físicos de la actividad turística, también debe tenerse en cuenta la capacidad de carga sociocultural y económica (Figura 13.4). Para Mathieson y Wall (1982, p.21) es “el máximo número de personas que pueden utilizar un emplazamiento, sin provocar una alteración inaceptable en el entorno natural y un declive inaceptable en la calidad de la experiencia de los visitantes”. Puesto que este concepto implica plantearse el desarrollo de la actividad de forma tal que puedan conservarse sus atractivos básicos, evitando cualquier acción depredadora, debe estar presente en la planificación de un destino turístico.

Concepto de capacidad de carga

Ciñéndonos a los impactos ambientales, Burton (1970) distingue tres conceptos distintos de capacidad de carga:

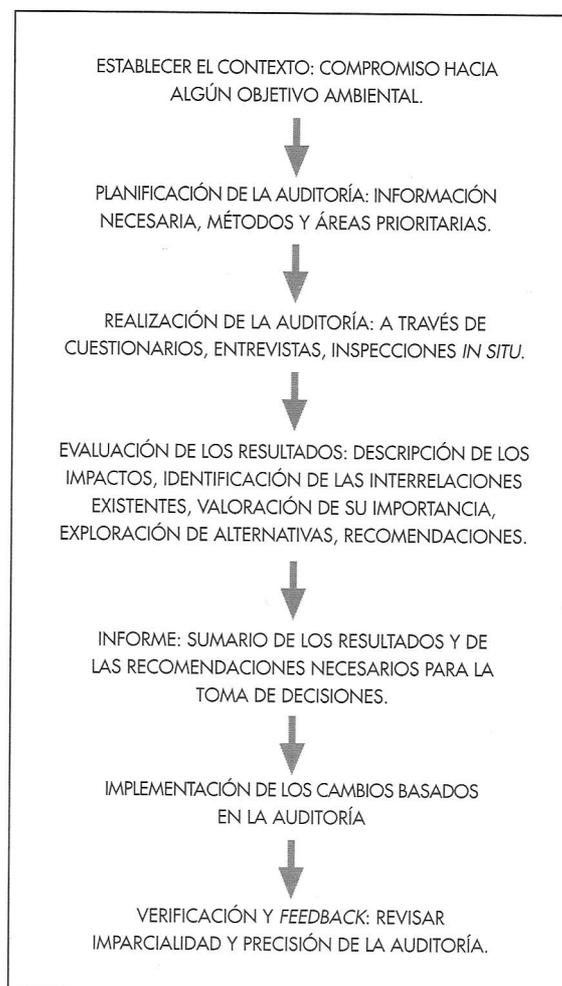
- *La ecológica*: supone la determinación del nivel de degradación ecológica considerado como aceptable.
- *La paisajística*: implica la posibilidad de absorción del uso recreativo por un paisaje.
- *La perceptual*: determina la medición del grado de saturación de un recurso.

La aplicación de este concepto no está exenta de problemas, ya que hay que tener en cuenta que los actores involucrados en la actividad turística tienen diferentes intereses y expectativas (Romeril, 1989).

Partiendo del concepto de capacidad de carga, se han desarrollado actuaciones que pretenden limitar la presión sobre los recursos naturales por parte de los visitantes en algunas zonas turísticas (Lawson y Boyd-Bovy, 1977):

Actuaciones que consideran la capacidad de carga del destino

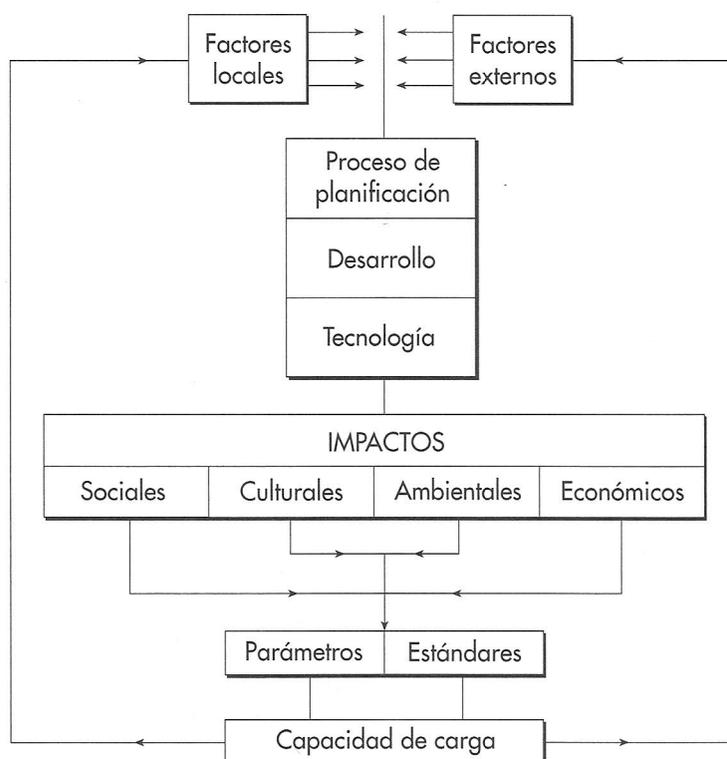
Figura 13.3: Etapas de una Auditoría Ambiental.



Fuente: Ledgerwood *et al.*, 1992.

- *Acceso restringido*: el número de visitantes puede controlarse, por ejemplo, a través del número de entradas vendidas, estableciendo unos precios elevados, por la capacidad de los parkings, etc.
- *Facilidades limitadas*: prohibición de construir alojamientos adicionales, limitación de licencias de apertura de actividades, etc.
- *Programación*: limitando una o más actividades en diferentes momentos del día, de la semana, etc.
- *Zonificación*: incluye la catalogación y evaluación de los recursos ambientales y turísticos más significativos del área con el fin de elaborar mapas que delimiten las zonas donde la actividad turística y el entorno sean compatibles.
- *Desarrollando destinos alternativos* en caso de presión excesiva, etc.

Figura 13.4: Capacidad de carga.



Fuente: Cooper et al., 1993.

La consideración de los aspectos medioambientales puede ayudar a desarrollar una gestión más racional de los mismos, sin embargo, se debe tener en cuenta que la planificación no es un proceso sencillo. En efecto, si bien existe una base filosófica bien establecida, especialmente a través del concepto de turismo sustentable, su puesta en práctica presenta una serie de dificultades a tener en cuenta:

Dificultades existentes en la planificación

- Es difícil determinar cuáles son las características del entorno antes de la intervención del hombre y, en consecuencia, es difícil realizar una medición o evaluación de los cambios ocurridos.
- Incluso sin la intervención del hombre, el entorno no es inmutable, lo que dificulta cualquier posible evaluación.
- Las complejas interacciones de los fenómenos turísticos dificultan la evaluación de los impactos.
- La discontinuidad existente entre causa y efecto es otra barrera para el análisis.

- La selección de los indicadores de impactos es problemática: ¿Qué indicadores son los más apropiados? ¿Qué coeficientes hay que asignar a dichos impactos?

Bibliografía

- BURTON, T., (1970): *Recreation Research and Planning*, George Allen and Unwin Ltd., London.
- BUTLER, R., (1989): «Alternative Tourism: Pious Hope or Trojan Horse?», *World Leisure and Recreation*, Vol. 31 (4), pp. 9-17.
- COHEN, E., (1987): «Alternative Tourism. A Critique», *Tourism and Recreation Research*, Vol 12(2), pp. 13-18.
- COOPER, C., FLETCHER, J., GILBERT, D. and WANHILL, S., (1993): *Tourism. Principles and Practice*, Pitman, Great Britain.
- CROALL, J., (1995): *Preserve or Destroy*.
- FAYOS -SOLA, E., (1989): «Medio Ambiente y Nuevas Demandas en el Marketing Turístico de la Comunidad Valenciana», *Papers de Turisme*, (1), pp. 90-114.
- FERNANDEZ FUSTER, L., (1991): *Historia General del Turismo de Masas*, Alianza Editorial, S.A., Madrid.
- GETZ, D., (1983): «Capacity to absorb Tourism - Concepts and Implications for Strategic Planning», *Annals of Tourism Research*, Vol. 10.
- GOODALL, B., (1992): «Environmental Auditing for Tourism», in Cooper, C. and Lockwood, A., (eds), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, Vol. 4, Belhaven Press, London, pp. 60-74.
- INSKEEP, E., (1991): *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, New York, Van Nostrand.
- KRIPPENDORF, J., (1987): *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*, Heinemann, London.
- LEA, J., (1991): *Tourism and Development in the Third World*, Routledge, London.
- LEDGERWOOD, G., STREET, E. and THERIVEL, R., (1992): *The Environmental Audit and Business Strategy: A Total Quality Approach*, Financial Times, Pitman Publishing, Great Britain.