



RIBUNA DE OPINIÓN

El turismo debe abanderar la sostenibilidad



Ángel García Butragueño

Director División de Turismo

Ángel García Butragueño

www.braintrust-cs.com
agbutragueno@braintrust-cs.com

Madrid, 5 de octubre de 2023

Este verano viendo las noticias de fuegos abrasadores e interminables en Grecia, Argelia, Canadá, Italia o España, recuerdo con nostalgia cuando de pequeño recogíamos las alpacas de paja en la finca de mis padres, bajo un sol abrasador y con riesgo de incendios, aguantando la canícula con espíritu estoico, aunque disfrutando de ese momento estival que precedía a otros de disfrute, tras el esfuerzo y el sacrificio.

Eran los años 80, y España aún basaba su economía en los sectores primario y secundario, presta a migrar a una evolución hacia el sector servicios, como ya lo hacían otros países de nuestro entorno.

Entonces el turismo era un sector incipiente, donde poca gente viajaba, no como hoy que, buena parte de la población saborea la experiencia inenarrable de viajar, atesorando momentos y vivencias que proporcionan huellas memorables para el recuerdo.

Como dice mi hermano Manolo, un hombre trabajador, sencillo y ejemplo de adaptación a los tiempos donde los haya, "para volver, hay que irse".

Y esa frase hoy resuena en mi cabeza constantemente, tras muchos años dedicado al turismo tratando de ampliar y mejorar la industria haciendo de nuestro país un líder mundial, pero donde cada vez que ejerzo de viajero, reflexiono sobre cómo nuestro sector debe abanderar la sostenibilidad (en su más amplio sentido de la palabra), como eje fundamental de la visión de futuro.

Observo con interés la dialéctica sobre las tasas turísticas, la prohibición de afluencia de turistas, la limitación de cruceros, o el fenómeno de la turismofobia en algunas ciudades como Venecia, Barcelona, o Dubrovnik, y sinceramente me solidarizo con ello.

El turismo no puede invadir los lugares como si fueran parques temáticos, ni extirpar las costumbres locales o desplazar a las poblaciones nativas a través de la gentrificación.

Pero también medito sobre cómo el turismo ha ayudado a evolucionar a la sociedad en su conjunto, cómo ha sido un motor económico de muchos países, y se ha convertido en un baluarte de la difusión de la cultura, generando riqueza y empleo a millones de personas en todo el mundo, ayudando a salir de la pobreza a muchas otras zonas marginadas, y me solidarizo también con todo lo anterior.

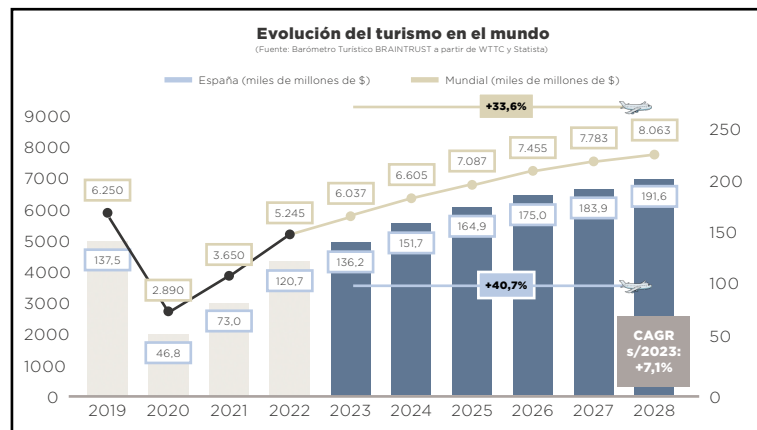
Por eso se me antoja crítico avanzar de la mano de la OMT, estableciendo políticas turísticas a nivel mundial que protejan el medioambiente, salvaguarden las culturas, generen empleos de calidad, y promuevan la diversidad, la inclusión y la igualdad, erigiéndose en el estandarte de la libertad, el respeto, los derechos humanos y sociales, la preservación de las raíces autóctonas y la conservación del patrimonio turístico.

El turismo es una de las industrias más pujantes y en constante crecimiento, pero mataremos nuestra propia "gallina de los huevos de oro" si no nos convertimos en auténticos activistas de la sostenibilidad. Nos jugamos nada más y nada menos que pasar de una industria de 6,0 a 8,1 billones de dólares en todo el mundo, y de 136,2 a 191,6 mil millones en España, con un crecimiento estimado del 33% a nivel global y del 40% a nivel nacional en el año 2028.

Parece a simple vista que nos jugamos la partida en este envite. Y si el turismo no lo hacemos sostenible no existirá, transformando los destinos en carruseles de visitantes, explotando y apurando un modelo caduco de masas, sin haber aprendido nada en todo este tiempo, y sin innovar como lo han hecho otros sectores más pioneros que han sabido adaptarse a nuevos ciclos y a nuevas eras. ¿A qué esperamos entonces?

La sostenibilidad no debe ser una moda, sino una política de estado y una estrategia de las empresas que componen el entramado turístico. Todos juntos trabajando y colaborando en aras de un bien común que en España sigue siendo una buena parte del PIB y que irá aumentando según disminuyan otras industrias más tradicionales, fruto del abandono de las regiones y los pueblos, que se van despoblando a pasos agigantados ante el envejecimiento de su población.

Yo no soy de los que demando un ministerio de turismo, hecho éste que no sería del todo descabellado, pero sí quiero exigir de los políticos que dejen de lado sus diferencias, sus intereses personales y partidistas, y se dispongan junto a los empresarios a alcanzar pactos de estado, que redunden en beneficio de los ciudadanos y no de ellos mismos como suele suceder.



La sostenibilidad turística es la única herramienta a nuestro alcance para proteger la industria, pero requiere devalentía, innovación y colaboración.



Recurriendo a los datos, aparece en el horizonte algún nubarrón negro que conviene visualizar, y alejarse mediante la acción concreta a corto plazo, y ese no es otro que si no hacemos nada, la temperatura media se incrementará en 1,5-2° de aquí a 2050, con las consecuencias funestas que puede tener sobre el planeta y más concretamente sobre el turismo. Moody's ya advierte de que las olas de calor amenazan el atractivo de España.

Un estudio de la Escuela Politécnica de Zurich publicado por Plos One en 2019, predijo que para el año 2050, el clima de ciudades como Madrid se podría asemejar al de Marrakech, Londres tendrá temperaturas a las actuales de Barcelona, y Estocolmo padecerá las mismas que Budapest. Ese mismo informe revela que España perdería como mínimo un 10% de los turistas actuales en verano, afectando directamente a nuestras arcas.

Según la Comisión Europea, para limitar el aumento de las temperaturas globales, las inversiones de adaptación rondarían los 40.000 millones de euros al año, o el 0,3% del PIB de la UE, con lo que necesitamos una cruzada público-privada que nos lleve a alcanzar la meta de preservar el planeta.

En ese camino, 3 países tienen la llave, ya que son los más contaminantes del globo, China, India y Estados Unidos.

Y aunque el turismo sólo supone el 8% de las emisiones de CO2, es el sujeto pasivo más importante al vivir de las bondades del planeta y del clima.

Pero dicho esto, no conviene satanizarle, porque entre otras cosas, tiene su vertiente más que positiva, ateniéndonos a las cifras de España al menos:

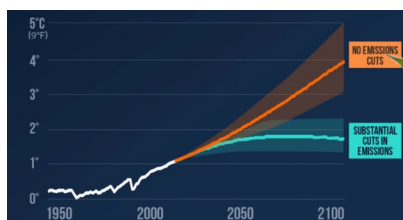
- El turismo representa un 12% del PIB en nuestro país.
- La industria turística significa un 15% del empleo en nuestro país.
- Nuestras exportaciones descansan en el turismo, suponiendo más del 40% del sector servicios.

En el lado negativo, podríamos citar también algunas desventajas:

- El precio de la vivienda en municipios turísticos es un 75% más caro.
- Algunas ciudades como Barcelona o Palma alcanzan una presión turística de 7,6 y 7,4 turistas por habitante.
- La turismofobia en España alcanza un nivel de 98% respecto a pre-pandemia.

Evolución futura del calentamiento global hasta 2100

(FUENTE: Climate Central)



Poniendo pues el foco en lo que sí está en nuestra mano hacer, invito a todos mis lectores a ponerse manos a la obra en las acciones que me invitan a ser optimista:

- 1. Situar a la industria turística al nivel de política de estado (con o sin ministerio).**
- 2. Crear una comisión interministerial que incluya a todas las áreas que son parte de la actividad turística, rumbo al objetivo Net Zero en 2050.**
- 3. Afrontar los retos de sostenibilidad desde una visión poliédrica, transversal y multidimensional, con los ODS' (objetivos de desarrollo sostenible) como meta.**
- 4. Crear un observatorio nacional de sostenibilidad turística que monitorice los principales indicadores y que aúne esfuerzos, sinergias y colaboración entre destinos, regiones y zonas turísticas.**
- 5. Designar una mesa de trabajo "profesional" público-privada, con los objetivos de la agenda 2030 como estrategia principal.**
- 6. Determinar una agenda de trabajo a corto, medio y largo plazo que aborde las cuestiones principales de sostenibilidad, en especial la lucha contra el cambio climático.**
- 7. Fomentar y premiar entre las empresas el concepto de turismo positivo, cuyo impacto sea el motor de una nueva era.**
- 8. Analizar los resultados de los PSTD (planes de sostenibilidad turística en destino) que han sido asignados buscando un modelo de turismo más sostenible.**
- 9. Redireccionar las políticas y planes actuales hacia un fin común que mejore el modelo, y no que sirva para que los políticos se pongan medallas y consigan votos.**
- 10. Promover el compromiso entre los distintos actores de la cadena de valor, estimulando a las empresas a desarrollar un turismo sostenible primero, y regenerativo después.**

Los beneficios de estas acciones serán múltiples, posibilitando un turismo de mayor calidad, un modelo de negocio mucho más rentable y no dependiente de masas, una mejor convivencia entre foráneo y residente, una perdurabilidad del patrimonio turístico, una riqueza más constante y menos estacional y un empleo más digno.



Desde BRAINTRUST apoyamos firmemente esta visión, y lo hacemos desde la plataforma de Turismo Reset, donde personas como Alicia Fajardo, Daniel Gutiérrez, Raquel Huete, Javier Tejera, Javier Gutiérrez y Raúl García, elaboraron un manifiesto que debe estar vigente y no perder actualidad. Les felicito efusivamente desde aquí por su visión de futuro, y por su valentía, coraje, atrevimiento y entrega a un sector clave.

Dicho manifiesto tiene como objetivo la regeneración del sector turístico a través de un modelo socialmente equitativo, medioambientalmente respetuoso, y económicamente sostenible.

Una hoja de ruta magnífica que incorpora líneas de trabajo como son:

- El turismo como catalizador de desarrollo socioeconómico.
- Unas condiciones laborales dignas, que promuevan la diversidad y la igualdad.
- La protección del entorno, y la lucha contra el cambio climático.
- El fomento de la identidad cultural de los territorios.
- Una gobernanza transversal eficaz del turismo.

Desde mi atalaya de experto en transformación dejo esta frase para la reflexión y la acción: "el turismo debe pasar de ser en España un sector con un modelo caduco y agotado a ser una industria con un modelo renovado y creativo".

Porque la meta es esa, y es alcanzable, y en eso nos debe ir la vida, en construir y no en destruir, en avanzar y no en retroceder, en innovar y no en repetir.

España está llamada a ser líder indiscutible de un turismo sostenible y perdurable, huyendo de partidismos, regionalismos y personalismos que tanto nos perjudican.

Como decía Antoine de Saint-Exupéry, "en cuanto al futuro no se trata de preverlo, sino de hacerlo posible".

El camino a la agenda 2030 está señalizado, la mirada hacia el objetivo Net Zero está orientada.

No hay tiempo que perder.

BRAINTRUST es una firma de consultoría multinacional española con oficinas en Madrid, México, Buenos Aires, Sao Paulo y Santiago de Chile, y un equipo de más de 100 profesionales, con más de 1000 estudios a su cargo en varios países.

Su plantilla de cualificados consultores está dedicada a ofrecer soluciones de negocio de alto valor añadido y a la búsqueda permanente de la diferenciación, lo que ha llevado a **BRAINTRUST** a desarrollar con éxito nuevas metodologías de análisis e innovadoras soluciones.

La compañía cuenta con clientes de muy diverso tamaño y diferentes sectores como: Turismo y Ocio, Telecomunicaciones, Banca y Medios de Pago, Seguros, Energía, Distribución o Retail.

Dentro de la industria turística, **BRAINTRUST** trabaja para los principales destinos, gran parte de las agencias de viajes y touroperadores líderes en España, importantes líneas aéreas, cadenas hoteleras, rent a car, empresas tecnológicas.

