

RETOS PARA EL TURISMO ESPAÑOL. CAMBIO DE PARADIGMA: XIV CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO (AECIT)¹

A finales del año 2009 se celebró en Gijón (España), el XIV Congreso que la AECIT, evento en el que sus organizadores² propusieron reflexionar y debatir sobre un tema de candente actualidad y gran trascendencia: «Retos para el turismo español. Cambio de paradigma». La oportunidad de la cuestión es grande a escala no sólo de nuestro país, sino incluso mundial como lo prueba el análisis de las informaciones disponibles sobre las macromagnitudes socio-económicas y de los impactos ambientales producidos por la actividad a distintas escalas espaciales. Parafraseando a D. Juan Ignacio Pulido Fernández, Secretario General de la AECIT, que recoge en las conclusiones del Congreso el diagnóstico de Dña. Águeda Esteban Talaya (Universidad de Castilla-La Mancha), «asistimos a un profundo cambio global que, por supuesto está afectando a las condiciones de desarrollo del turismo para los próximos años. El cambio es, a la vez un reto y una oportunidad, y está conformando un nuevo paradigma turístico caracterizado por su complejidad, globalidad y multidimensionalidad». Consideramos que este cambio debe entenderse en el contexto que el Secretario General Adjunto de la OMT, Sr. Teleb Rifai expuso en el Seminario Internacional «Respuestas del Turismo Mundial a los Nuevos Retos de la Economía Global» en FITUR Madrid España el 29 de enero de 2009, cuando afirmó que «Esta crisis es distinta porque no está limitada a una sola región geográfica. Tiene una forma y una proporción indefinida y parámetros que están poco claros. No obstante, el efecto más grave de la crisis es el riesgo de perder la perspectiva —y este representa el reto principal. Debemos evitar el peligro que es olvidar los objetivos a largo plazo —concretamente los Objetivos del Milenio de la ONU— por solo concentrarnos en las preocupaciones a corto plazo».

Si bien la primera es la valoración global de la actual situación de la realidad a la que se enfrenta el turismo y la conclusión general más importante que se deriva de las más de cuarenta comunicaciones que especialistas de muy diversas disciplinas hicieron al Congreso y que fueron recogidas en una cuidada publicación de casi 900 páginas; la segunda es a nuestro juicio el principal reto a que se enfrenta el turismo a escala mundial.

Un primer análisis de la obra desde el punto de vista meramente cuantitativo, permite afirmar que fueron abrumadoramente mayoritarias las aportaciones provenientes de las investigaciones realizadas en universidades españolas. Justifica la afirmación anterior comprobar que suponen casi cuarenta, lo que representa casi el 90% de las comunicaciones publicadas, siendo especialmente numerosas las producidas en tres

1. VALDÉS PELÁEZ, L. DEL VALLE TUERO, E y PULIDO FERNÁNDEZ, J. I. (Dir) (2010): XIV Congreso AECIT: Retos para el turismo español. Cambio de paradigma. Ed. Asociación Española de Expertos Turísticos.

2. D. Enrique Torres Bernier es el actual Presidente de la AECIT y D. Juan Ignacio Pulido Fernández el Secretario General.

universidades: Castilla la Mancha, Oviedo y Vigo que representan en conjunto, más del 30% de las publicadas.

La obra se estructura en cinco bloques temáticos, que son precedidos por unas palabras del Presidente de la AECIT, unas atinadas conclusiones del Congreso que recoge su Secretario General y por tres sugerentes análisis realizados por el Director del Instituto de Estudios Turísticos, por un representante de la OMT para América y por la Secretaria General del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA) sobre las perspectivas del turismo internacional y los retos, desafíos y posibilidades a que se enfrenta en el futuro el turismo español. Queremos destacar aquí las palabras de D. Vicente M. Monfort, Director del Instituto de Estudios Turísticos, que se podrían sintetizar, utilizando sus palabras, diciendo que tras 15 años de investigación y análisis del turismo en España se hace preciso profundizar aún más en las demandas actuales que surgen de los profesionales, las administraciones, los investigadores, los agentes en su conjunto que dan cuerpo al sector turístico español. Por su parte Dña. Isabel Garaña, Secretaria General del Instituto de Turismo de España, trata de convencernos que el Gobierno español ha puesto al turismo en el eje de las principales actuaciones de sus departamentos ya que considera que se debe convertir en un instrumento de recuperación y reactivación económica y seguir jugando un papel estratégico en la economía y en la sociedad españolas. Para lograrlo considera que el Plan 2020 del turismo español es el más adecuado para lograr el objetivo de continuar siendo líderes en el turismo mundial. A través de sus 5 ejes: nueva economía turística, valor al cliente, sostenibilidad del modelo, entorno competitivo y liderazgo compartido, busca ampliar la imagen de «España, sol y playa» y poner en valor en el exterior, nuestros grandes recursos patrimoniales, culturales y gastronómicos.

Los cinco bloques temáticos, que siguen una lógica interna que va de lo general a lo particular, es decir abordando en principio cuestiones puramente teóricas para proseguir con otras más concretas no sólo desde el punto de vista temático sino también espacial, pretenden proporcionarnos una fiable visión interpretativa de la compleja situación que vive la actividad turística en el actual contexto de profundos y acelerados cambios. A nuestro juicio la estructura del Congreso fue adecuada aunque nos hubiese gustado encontrar al menos dos grupos de temas, de los muchos posibles, que necesitan por su importancia ser analizados en más eventos. Nos referimos por una lado a la urgente necesidad que tenemos de lograr unas adecuadas fuentes de información estadística que logren normalizar la información sobre la actividad a distintas escalas espaciales y permitan realizar no sólo buenos diagnósticos sobre las dimensiones económicas, socioculturales y ambientales, sino también su comparación a distintas escalas espaciales. También nos hubiese gustado encontrar otro bloque temático que nos permitiese comprobar los avances que se han producido en la creación de indicadores para conocer no sólo el grado de sostenibilidad de la actividad, sino también su evolución diacrónica; sólo de esta manera lograremos saber con algo más de certeza en qué situación estamos y que dinámica llevamos, imprescindibles para diseñar soluciones realistas. Seguro que en próximos congresos estas importantes cuestiones se abordarán ya que son claves para afrontar, con un mínimo de conocimiento fiable, los retos que aquí se analizan.

El primer bloque se ocupa del que consideran como un nuevo paradigma de desarrollo turístico. Dña. Águeda Esteban de la Universidad de Castilla-La Mancha afirma que la búsqueda de un modelo que sirva al turismo español exige de la participación y la responsabilidad de todos los componentes del sistema turismo: el espacio geográfico-turístico, la demanda, la oferta y los agentes del entorno. Considera acertadamente que sólo tratando de conocer las posibles tendencias de futuro que nos permitan generar escenarios a largo plazo y que se basen en condiciones de sostenibilidad, mediante una gestión integral, lograremos impulsar los cambios necesarios para revalorizar de manea integral los destinos y que generemos sobre ellos una menor carga ambiental. Lo anterior exige realizar una adecuada Planificación Turística Integral. Por su parte D. Eugeni Aguiló, Universidad de las Illes Balears enfatiza en la necesidad de tener presente el reto que supone afrontar la complejidad del turismo y la necesidad de que seamos capaces de planificarla y gestionarla adecuadamente. Sin embargo para lograr volver a posicionar al turismo español en los primeros lugares del mundo debemos conocer e interpretar adecuadamente los cambios globales en que estamos insertos, pues sólo siendo conscientes y asumiendo que se ha agotado el ciclo de crecimiento ilimitado de nuestro turismo español, podemos entender adecuadamente la necesidad que tenemos revalorizar nuestro sistema turístico, optimizar sus potencialidades socioeconómicas y lograr la reducción de los grandes impactos ambientales que está generando y de los que todos nos quejamos.

Sin duda el peso de nuestro país como uno de los principales destinos turísticos del mundo ha favorecido el importante incremento de las publicaciones que aquí se están componiendo y que el objetivo de influir en la actividad, tienen como destino las revistas más prestigiosas existentes en el mundo sobre esta temática.

Este análisis general tiene también un claro reflejo local. Lo demuestra que, especialmente desde principios del siglo XXI, son sobre todo investigadores integrados en las Universidades ubicadas en los lugares con mayor impacto de la actividad turística, quienes lideran la investigación científica. Por desgracia los análisis que presenta, no sitúan a nuestra disciplina geográfica entre las áreas de conocimiento que tienen un mayor peso en cuanto a artículos publicados en estas prestigiosas revistas, circunstancia que marca un ineludible reto a los geógrafos que nos ocupamos del turismo.

El segundo bloque se dedica al empleo y cualificación del turismo y de manera específica a los retos del sistema educativo español. Su importancia como rama de actividad económica se deriva de la Cuenta Satélite del Turismo de España que valora sus aportaciones en un casi el 11% del PIB del país y casi dos millones y medios de trabajo. Si bien los datos cuantitativos son importantes, los cualitativos permiten detectar hacia donde debemos tender. Así atendiendo al Plan del Turismo Español Horizonte 2020, es imprescindible mejorar la cualificación de sus recursos humanos, problema que se ha tratado de conseguir desde distintos frentes. Uno ha sido impulsando la formación reglada con la potenciación de la formación profesional orientada hacia las necesidades de las empresas turísticas y la creación desde 1996 de los estudios universitarios de turismo, ahora adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior, que está permitiendo otorgar a esta actividad una mayor importancia en el sistema educativo tanto en su dimensión formadora como en la de la investigación. Lo ante-

rior se complementa con el incremento de las ofertas de formación no reglada tanto por parte de organismos oficiales como el INEM, como de otros como son los cursos que organizan los sindicatos y la patronal. Sin embargo todos los investigadores que afrontan estos temas, suelen coincidir que queda mucho por hacer, fundamentalmente en el campo de actuaciones que han de derivarse de la necesidad de potenciar aún más la formación de profesionales de alto nivel en distintas dimensiones de la actividad turística, en la siempre demandada formación continua, en nuevas actividades que se están ahora regulando en cada comunidad autónoma e incluso en algunas en otras no tan nuevas, como por ejemplo es la de los guías de turismo.

Por los retos del sistema educativo en turismo, se preocupa Dña. Nuria Galí de la Universidad de Girona, quien de manera acertada parte del siguiente razonamiento lógico: si bien es aceptado que ha cambiado de manera muy rápida e intensa en los últimos años la actividad turística, también debe aceptarse que debe cambiar su enseñanza para lograr adaptarse a sus cambios y dinámica. Efectivamente la cuestión planteada supone un gran reto para el sistema educativo español que necesariamente tendrá que hacer frente al cambio de paradigma en que nos encontramos. Concluye que el nuevo Espacio Europeo de Educación superior es una de las mejores estrategias para conseguir que nuestros alumnos sean capaces de adaptarse continuamente para afrontar los desafíos de constante evolución y transformación, renovación. Lo anterior nos debería llevar a quienes somos docentes en los nuevos Grados de Turismo a apostar por tratar de potenciar su creatividad, su espíritu emprendedor, una visión internacional de la actividad, a que usen las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TICs), así como facilitarles su especialización y a incorporar en sus conductas normas éticas, valores. Nos llama poderosamente la atención la encendida defensa que hace del Espacio Europeo de Educación Superior y de su aplicación a la enseñanza del turismo en los nuevos Grados. Afirmamos esto ya que detectamos una escasa crítica, a pesar de las indudables limitaciones que tienen como se puede deducir del análisis de los nuevos Títulos de Grado de Turismo. Si bien es cierto que suponen una mejora indudable sobre lo existente, no lo es menos que tienen muchas carencias de entre las que se podrían destacar, por sólo citar algunas, la falta de medios de todo tipo, limitaciones económicas, de profesorado, de infraestructuras, circunstancias todas ellas que muy probablemente limiten enormemente su adecuada implantación a corto plazo.

La formación y capacitación debe conducir al empleo. Sobre la coyuntura del empleo en nuestro país y las características que tiene la dinámica empleo/formación y formación/empleo ocupa a la investigación de D. Antonio García Sánchez de la Universidad Politécnica de Cartagena. Lo primero que nos pone de manifiesto son las importantes dificultades existentes para conocer con cierto detalle las características del empleo relacionado con la actividad turística en nuestro país, cuestión que diferencia al turismo de otros sectores como el transporte, la educación, etc. A pesar de ello y con múltiples deficiencias afirma que el turismo se ha convertido, por su comportamiento positivo, en una actividad refugio sufriendo la crisis más tarde y si bien es evidente que en 2009 la crisis se ha notado con intensidad, así lo evidencia el descenso que ha experimentado el empleo y el incremento de la tasa de paro que ronda el 13%, los grandes datos son mejores que los del conjunto de la economía española. Sintetiza

algunas características de la actividad comparando algunos indicadores con la media de la economía española, detectando entre otras cuestiones: la alta la participación de los trabajadores autónomos, la fuerte temporalidad de los contratos de los trabajadores asalariados, el peso del empleo a tiempo parcial, la mayor ocupación de población de origen extranjero y una fuerte participación del empleo femenino.

Si bien es cierto que la diversificación de la oferta turística ha sido evidente en los últimos años, los retos siguen pasando por lograr responder a las nuevas demandas. El reto empresarial exige mejorar mucho, el nivel de formación y cualificación de la población que trabaja en esta actividad; esta cuestión es clave para mejorar la competitividad y rentabilidad. Sin embargo denuncia que todavía hoy lo que nos caracteriza de manera general es una escasa inversión empresarial en este apartado, este déficit sólo se aminora en las grandes empresas, constatándose que es especialmente necesario mejorar la formación profesional de grado medio y superior.

El tercer bloque se ha dedicado al cambio tecnológico, conocimiento e innovación que es justificado por D. Javier Bustamante (Presidente de SEGITTUR), por la necesidad renovar la actividad turística, pilar fundamental de la economía y la sociedad española, para conseguir asegurar y maximizar su contribución a las dimensiones económicas, sociales y ambientales. Afortunadamente empieza a calar que la investigación y la innovación son imprescindibles para competir adecuadamente en un mundo cada vez más globalizado. Para afrontar los desafíos de la oferta de productos y servicios así como de la demanda y la comercialización de ambas, se propone potenciar las bases que favorezcan la creación de un nuevo modelo de innovación y el desarrollo de herramientas tecnológicas de la información y la comunicación específicas para el sector, que favorezcan la prestación de los servicios. D. Eduardo Parra, de la Universidad de La Laguna, concreta este tema analizando la Plataforma de Vigilancia Tecnológica INNOTUR, demostrando que está permitiendo una mayor eficacia en los procesos de las empresas turísticas y una mejor transferencia de resultados de investigación hacia el sector turístico por parte de la Universidad de Canarias. Especialmente interesante para los geógrafos es el trabajo de D. Francisco López Palomeque, Dña. Dolores Sánchez Aguilera y Dña. Anna Torres Delgado de la Universidad de Barcelona, quienes se centran en la innovación de la información integrada y territorializada del turismo con la realización del Atlas del Turismo en Cataluña (2009), una valiosa herramienta que tiene como finalidad, proporcionar una radiografía lo más completa posible del turismo catalán, que sirva de instrumento para poder encarar las políticas turísticas del futuro.

El cuarto bloque se dedica al análisis de las nuevas estrategias para mejorar la imagen de destinos turísticos, para impulsar su promoción y por ellas su competitividad. Lo anterior exige profundizar en el análisis de los componentes de la imagen de los destinos turísticos a fin de lograr conocer y potenciar la percepción positiva que se tiene antes, durante y tras la experiencia turística en el destino, aspectos todos ellos que ayudaran a identificar y también a modificar y/o adecuar las estructuras cognitivo-afectivas de los visitantes respecto al destino turístico. Creemos que nadie duda de la importancia de estos aspectos para planificar, ordenar y gestionar los lugares turísticos. Hay una clara apuesta por la realización de películas o series televisivas, obras literarias, etc, que incrementen el grado de atracción de un destino turístico.

También hay una clara apuesta por realizar esfuerzos para conocer las preferencias de los consumidores en relación a diferentes destinos turísticos. Como cuestión teórica, resulta especialmente significativo observar la aplicación en investigación turística de visiones relacionadas con la indagación y la interpretación subjetivista de la realidad y de manera específica con lo que podríamos denominar corriente perceptual. Por todos es conocido que esta corriente se encuentra muy volcada hacia la indagación de las dimensiones emocionales de los seres humanos y que aplicados al turismo, se están centrando en los motivos que influyen en la decisión de la elección de destino de los visitantes turistas. Desde el punto de vista técnico y/o instrumental destaca que no faltan análisis tanto cualitativos como cuantitativos de estas dimensiones. Cada vez se impone más, como afirman D. Héctor San Martín Gutiérrez y D. Ignacio Rodríguez del Bosque, Universidad de Cantabria, que la imagen de marca de un destino es un fenómeno psicológico multidimensional de naturaleza cognitiva-afectiva. Así por ejemplo en el trabajo de D. Marcelino Sánchez Rivero se comprueba que la imagen turística de España a nivel internacional es la de un país de sol, playas y fiesta, circunstancia que objetivamente oscurece el enorme patrimonio histórico-artístico, ambiental y gastronómico que aquí existe y obviamente influye en su menor demanda. D. Marcelino propugna la utilización de la técnica de crédito parcial para jerarquizar los destinos en función de su mejor o peor imagen turística basándose en la ponderación que hacen los turistas de diferentes atributos valorados.

El quinto bloque, que se dedicó al análisis de las políticas de desarrollo turístico en destinos urbanos, recoge investigaciones que se centran en algunas experiencias que se están implantando en ciudades en su intento de adecuarse no sólo a las nuevas tendencias de la demanda, que son múltiples, sino también y paralelamente a la necesidad de que ayuden a potenciar las estrategias que traten de conseguir que el turismo se convierta en un factor de reordenación interna, que favorezca el desarrollo socioeconómico, la recuperación y puesta en valor de la identidad patrimonial, que facilite la reducción de las diferencias sociales y espaciales de y entre sus diferentes barrios y en definitiva colabore en la mejora general de la calidad de vida de la población no sólo visitante, sino también residente habitual.

Especialmente interesante nos ha resultado la aportación de D. Joaquín Miranda Cortina, Director de la Sociedad Mixta de Turismo de Gijón, quien comenta la participación de la ciudad en el proyecto «Soportes de promoción de ciudades» cofinanciado por la Secretaría General de Turismo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y por la Federación Española de Municipios y Provincias. El proyecto favoreció el diseño de un conjunto de actuaciones que se estructuraron en tres fases. Una primera de definición estratégica y de visión del destino que incluyó la elaboración de un Plan Estratégico del Destino Turístico Gijón 2008-2012, un estudio de definición del modelo y viabilidad, así como un plan de negocio del operador turístico local. Una segunda fase de estimulación que contempla la presentación y difusión del plan estratégico y la presentación al sector empresarial local del proyecto del operador turístico local y finalmente, una tercera fase que tuvo como finalidad la creación de un operador turístico virtual y que supuso la adquisición de herramientas tecnológicas para la implantación de un operador turístico virtual. El plan si bien contiene objetivos estratégicos, objeti-

vos generales y siete líneas estratégicas, por desgracia no concreta en este artículo, el plan económico y su desagregación en un cronograma con las principales actuaciones previstas, cuestiones esenciales para tratar de valorar su importancia y viabilidad. Tampoco ofrece noticias de una primera evaluación de la implementación del Plan cuando nos encontramos a mitad del periodo previsto de ejecución. De cualquier forma, debe afirmarse que es una iniciativa de una gran importancia para la ciudad y para las investigaciones sobre el diseño e implementación de la planificación estratégica.

Como nos tiene acostumbrados la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, encontramos en las actas de sus Congresos, un trabajo indispensable para toda aquella persona que quiera conocer en profundidad la realidad nuestra principal industria.

JUAN CARLOS MAROTO MARTOS
EUGENIO CEJUDO GARCÍA