



**UNIVERSIDAD DE CORDOBA**

**FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS  
PROGRAMA DE DOCTORADO**

**Lenguas y Culturas**

**GRUPO DE INVESTIGACIÓN RESPONSABLE (DIRECTOR)**

**Estudios Lingüísticos Ingleses**

**DEPARTAMENTO DE LA CO- DIRECTORA**

**Turismo**

**TITULO**

**ESCENARIOS PARA EL TURISMO  
EN LOS HORIZONTES 2025, 2035 Y 2050**

**TOURISM SCENARIOS FOR 2025, 2035 AND 2050**

**DIRECTOR**

**Dr. Eulalio Fernández Sánchez**

**DOCTORANDO**

**Robert Germain Lanquar, PhD.**

**Córdoba, Febrero 2023**

TITULO: *Escenarios para el turismo en los horizontes 2025, 2035 y 2050*

AUTOR: *Robert Lanquar*

---

© Edita: UCOPress. 2023  
Campus de Rabanales  
Ctra. Nacional IV, Km. 396 A  
14071 Córdoba

[https://www.uco.es/ucopress/index.php/es/  
ucopress@uco.es](https://www.uco.es/ucopress/index.php/es/ucopress@uco.es)

---



**TÍTULO DE LA TESIS:**

**ESCENARIOS PARA EL TURISMO EN LOS HORIZONTES 2025, 2035 Y 2050**

**DOCTORANDO:** Robert Germain LANQUAR

**INFORME RAZONADO DEL DIRECTOR DE LA TESIS**

(Se hará mención a la evolución y desarrollo de la tesis, así como a trabajos y publicaciones derivados de la misma).

La tesis presentada por el doctorando Robert Lanquar reúne los requisitos esperados en un trabajo de investigación de este nivel académico. La elección del tema ha sido el resultado de intensa experiencia docente y profesional del doctorando en varias universidades, así como en organismos internacionales responsables del turismo. Dicha experiencia le ha permitido estar en contacto con modelos de implementación de los avances metodológicos propios del En el caso concreto de la investigación que nos ocupa, el doctorando ha trabajado en el marco teórico y normativo vinculado con una aproximación al mercados turístico desde un punto de vista humanístico y teniendo como horizonte la sostenibilidad de los territorios. Como se puede entender, se trata de un tema absolutamente pertinente y relevante en el contexto actual del mercado internacional del turismo, con un número destacable de extrapolaciones a otros ámbitos económicos y productivos. Así pues, la temática escogida es relevante no sólo en el ámbito turístico que ha sido objeto de estudio y de intervención en el desarrollo de la investigación doctoral, sino también en cualquier otro contexto socioeconómico. Para lograr los objetivos planteados el doctorando ha seguido un plan de trabajo detallado y meticuloso que le ha permitido elaborar una revisión minuciosa de la información disponible hasta el momento con relación al ámbito de estudio objeto de análisis. Por otra parte, la metodología de investigación que se ha utilizado ha sido justificado debidamente y le ha permitido a la doctoranda alcanzar los propósitos de su investigación de manera sistemática. Finalmente, cabe destacar la pertinencia y relevancia de los resultados obtenidos de esta investigación, que más allá de la concreción contextual en cuestión abre un destacado marco de posibilidades para la toma de decisiones a nivel institucional y empresarial en el ámbito del turismo. Por todo ello, se autoriza la presentación de la tesis doctoral.

Por todo ello, se autoriza la presentación de la tesis doctoral.

Córdoba, 17 de febrero de 2023 Firma del director Eulalio Fernández Sánchez

Fdo.: \_\_\_ Eulalio Fernandez Sanchez \_\_\_\_\_

**A Isabel, mi esposa y compañera  
A mis hijas, Gabrielle y Viviane, nacidas en Madrid,  
ahora en Paris y San Francisco  
A todos mis nietos,  
Raphael, Romane, Elías, Samuel, Fermín y Ana  
entre dos continentes**

# AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todos los que me han provocado la audacia de preparar esta tercera tesis después de la francesa hace casi cincuenta años y de la americana, hace treinta y nueve años.

Empiezo por mi director de tesis, Eulalio Fernández que he conocido debatiendo sobre el concepto de Córdoba Ciudad – Mundo. Ahora hablaré con la globalización, de Córdoba en la Sociedad – Mundo. Después, hemos caminado para defender Córdoba, su entorno inteligente, su símbolo para la paz y la interculturalidad que hemos presentado juntos en La Sorbona. Además, gracias a Eulalio, me he dirigido hacia una visión más filosófica, intercultural, ética y antropológica del turismo.

Mil gracias a Maribel Rodríguez Zapatero que me ha ayudado a cubrir mis carencias en análisis cuantitativo y con quien comparto una perspectiva keynesiana de la economía turística.

Quiero agradecer mis hijastros: Fermín Carmona me ha ayudado en la parte cuantitativa de mi análisis con su hermano Noé, me han abierto los ojos sobre la Inteligencia Artificial, el Yield Management y el Revenue Management, especialmente en el sector del alojamiento. Mi yerno también, Julien Peyre, quien me ha dado las llaves para utilizar las hojas Excel.

No debo olvidar Antonio Ramos con quien hemos participado en varias conferencias y escrito artículos sobre Córdoba y su Provincia; tampoco otros amigos, como Daniel Peyron, exdirector general de La Rochelle Business School, José Antonio Santos, decano de turismo de la Universidad de Algarve, Djawed Sangdel, quien me ha pedido dirigir el Centro de investigación del grupo universitario UMEF, a la vista de mis ideas sobre la educación y la formación en Africa, Medio Oriente, Asia del sur. Henryk Handszuh me ha leído y hecho muchos comentarios sobre una visión ética del turismo, al igual que Jeff Greenwald de Berkeley o Peter Shackelford, con su discreción de alto funcionario internacional. Y no debo olvidar mis amigos Peter Tarlow, Enrique Garrido, y los de La Rochelle Tourism and Hospitality School; los del Banco Mundial y compañeros de países africanos.

Ante todo, gracias a mi esposa Isabel Fernández que ha corregido toda esta tesis con amor y firmeza, dándome muchas ganas de mejorar mi conocimiento de España y de Córdoba. Sin ella, nunca hubiera empezado el camino de esta tesis.

# INDICE

	Paginas
Indicé de tablas y gráficos	10
Lista de abreviaciones	12
Resumen (y palabras –clave)	15
Résumé (et mots-clés)	16
Abstract (& keywords)	17
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>19</b>
<b>I. ¿Por qué tal tesis? La problemática</b>	<b>20</b>
A. El valor de la prospectiva en el Antropoceno	21
B. Crisis y dilemas del turismo	23
C. El conservadurismo de la OMT	26
D. Entonces, ¿qué será mañana para el turismo?	27
<b>II. Objetivos de la tesis</b>	<b>28</b>
A. ¿Cuestionar a la resiliencia turística?	31
B. Hipótesis	33
a. Nuestras hipótesis antes de la COVID19	33
b. La reformulación de las hipótesis	34
c. Las nuevas hipótesis	36
C. La necesidad de construir escenarios	37
D. Dar prioridad al enfoque multidisciplinar en el turismo	38
<b>CAPITULO I</b>	
<b>MARCO CONCEPTUAL, TEORICO Y EPISTEMOLOGICO</b>	<b>39</b>
<b>I. El marco contextual</b>	<b>40</b>
A. La necesidad de una prospectiva del turismo	40
a. Contexto estadístico	41
b. Megatendencias y las nuevas inquietudes de la OCDE y del Banco mundial	45
c. En una línea de cresta	49
d. De la gran integración a la gran fragmentación	50
B. Más allá de una visión neo o ultra-liberal	51
a. El informe Vigía 2018	51
b. Cuatro escenarios hasta 2050	52
C. ¿Volver a “los límites del crecimiento” del Club de Roma?	53
D. El turismo, ¿un futuro realmente sostenible?	55

a.	¿Un uso excesivo de las nuevas tecnologías?	55
b.	Paradojas de la UNESCO	56
c.	La toma de consciencia de unos profesionales del turismo	59
d.	No hay consenso de expertos sobre el futuro	60
e.	Nuevos escenarios para el futuro del turismo	62
E.	El proyecto MEDPRO 2030	64
F.	Cambiar el paradigma	67
a.	A nivel local	67
i.	El caso del futuro de Córdoba	67
ii.	¿Estamos a un punto de inflexión?	68
b.	¡No al catastrófico y la colapsología para el turismo!	69
c.	La posición de los Premios Nobeles	71
G.	El turismo: sus valores y la felicidad de las naciones	72
a.	¿Cómo medir la “felicidad” incluyendo el turismo?	74
b.	Nivel de desarrollo humano y grado de competitividad del turismo	75
H.	El informe Brundtland y los ODS	76
a.	Objetivos de Desarrollo Sostenible	77
b.	Nuevas reflexiones epistemológicas	79
I.	Medición del rendimiento económico y progreso social	78
a.	El índice de bienestar y de progreso de la OCDE	79
b.	Concepto de Felicidad Nacional Bruta	80
c.	Volver a la visión de Joffre Dumazedier y Edgard Morin	81
d.	Derechos humanos y turismo	81
e.	La DUDHE	83
J.	La intrusión de la Sharing Economy	83
K.	Después de la pandemia: la visión de los intelectuales franco - hablantes	86
a.	Repensar las políticas públicas	88
b.	Escuchar a Greta Thunberg y a los jóvenes	89
<b>II.</b>	<b>Por un análisis más profunda del impacto climático sobre el turismo</b>	<b>90</b>
A.	Religiones, cambio climático y turismo	90
B.	La Conferencia de las naciones unidas sobre turismo y religiones de Córdoba	91
C.	El histórico acuerdo de Paris	93
D.	Especificaciones mediterráneas	94
E.	La COP25 de Madrid	95
F.	La Cumbre mundial sobre Acción por el Clima	98
G.	R20 – Regiones de acción climática	99

<b>III.</b>	<b>Análisis sectorial</b>	<b>101</b>
A.	Actividades críticas y criticadas	101
	a. Los cruceros deben cambiar	101
	b. “Ocean cleanup machines” contra el plástico	103
	c. El Flygskam	104
	d. ¿Qué futuro para los deportes de nieve?	105
B.	El grito de la Pachamama y los bienes comunes	107
C.	¿Transformación del turismo?	109
D.	La movilidad al corazón del turismo	111
E.	El futuro del transporte aéreo civil y los organismos internacionales	113
	a. Optimismo de las organizaciones internacionales del transporte aéreo	113
	b. La necesidad de cambiar las misiones del transporte aéreo turístico	114
	c. Imaginar un futuro resiliente para el transporte aéreo	116
F.	El transporte marítimo: el futuro depende de su gobernanza	118
	a. El papel normativo de la OMI	119
	b. El futuro del sector náutico	121
	c. La política europea para el turismo litoral y marítimo	122
G.	Transporte ferroviario: revertir tendencias	123
	a. El papel de las organizaciones de cooperación de ferrocarriles	124
	b. Los low-costs y el ferrocarril	125
H.	Los autocares de turismo	125
I.	Transportes locales y movilidad cotidiana del turista	127
	a. Transportes públicos	127
	b. Bicicletas	128
J.	El futuro del alojamiento turístico y el turismo urbano	129
	a. Plataformas de reservas y saturación de los centros históricos	129
	b. La gentrificación por el turismo: el caso de Lisboa	131
	c. Soluciones al bullying inmobiliario	132
	d. ¿Cómo va a reaccionar el sector hotelero?	133
K.	Restauración y gastronomía	135
L.	El ocio turístico y cultural	136
<b>IV.</b>	<b>¿A dónde llegarán las innovaciones en el turismo?</b>	<b>137</b>
A.	Analytics & blockchains	138
	a. El marco conceptual	138
	b. Posición de la Unión Internacional de Telecomunicaciones	140
	c. Ciudades inteligentes	141
B.	¿La Inteligencia Artificial en el turismo?	141
	a. El marco conceptual	141



b.	El Smart Tourism	142
c.	Conocer las necesidades del cliente antes de que él se da cuenta	143
d.	El hotel inteligente	144
e.	Desintermediación y algoritmos: ¿un peligro a largo plazo?	146
C.	El papel de los satélites: Galileo y GPS	147
a.	Las Reuniones Nacionales sobre Turismo y Espacio de 2019	147
b.	El ejemplo de la Cuenca Mediterránea	148
c.	Prever el aumento de los niveles del mar: importancia de los datos satélites	148
d.	El mercado de la geolocalización	149
D.	La 5G	150
E.	Yield management, Revenue management	150
a.	Maximizar los ingresos	151
b.	Startups	151
c.	El desarrollo y futuro del Revenue Management	152
E.	El Clúster Management	153
<b>V.</b>	<b>¿Qué concluir sobre el estado de la literatura académica y profesional hasta 2021?</b>	<b>154</b>
A.	Hacia un turismo responsable e inteligente	154
a.	Alcanzar los objetivos del desarrollo sostenible (ODS)	154
b.	El gran riesgo del cambio climático	156
B.	Reinventar el turismo	156
<b>CAPITULO II METODOLOGÍA</b>		<b>159</b>
<b>I.</b>	<b>Elegir una metodología</b>	<b>160</b>
A.	Preguntas para elegir una metodología	160
B.	El objetivo de la metodología elegida	162
C.	Una primera fase fallida y abortada	162
D.	La elección de un método más ligero: la Escala Likert	164
E.	Las preguntas seleccionadas	165
F.	La muestra	167
<b>II.</b>	<b>¿Porque una Escala de Likert?</b>	<b>167</b>
A.	Limitaciones	167
B.	El nivel de respuestas	168
C.	El tratamiento de las respuestas	168

<b>CAPITULO III DATOS</b>	<b>169</b>
<b>I. ¿Datos significativos?</b>	<b>170</b>
<b>II. Datos globales</b>	<b>172</b>
A. Analysis de los datos globales	173
B. Conclusión sobre los datos globales	178
<b>III. Datos por país/región y por profesión</b>	<b>178</b>
A. Datos y análisis por países y regiones	181
B. Las opiniones según las profesiones	192
<b>IV. Conclusiones</b>	<b>202</b>
<b>CAPITULO IV RESULTADOS: ESCENARIOS PARA EL FUTURO DEL TURISMO</b>	<b>203</b>
<b>I. Resultados de los datos</b>	<b>204</b>
<b>II. Construir escenarios</b>	<b>206</b>
A. El escenario como herramienta de prospectiva	207
B. Las etapas del método de escenario	208
C. Del cliente rey al planeta reina	209
D. La crisis y la peste	210
a. Entender la palabra “crisis”	210
b. Una referencia literaria “ La Peste”	212
c. ¿Cómo realizar una transición digital más eficaz?	213
d. La Comisión Europea y la postcrisis	214
e. La importancia de las interacciones sociales y de la educación	215
<b>III. Los escenarios</b>	<b>217</b>
A. El escenario 1:Negocio como de costumbre (business as usual)	217
a. Olvidar(o refutar)el cambio climático y las desigualdades	217
b. Motores del Escenario 1	220
c. El caso de Córdoba	220
d. Los resultados de la encuesta internacional de expertos	223
e. DAFO del Escenario 1	224
f. ¿Normalidad en 2023?	226
g. La demografía mundial y por regiones	227
i. ¿Qué conseguir de las previsiones demográficas	227
ii. El techlash	229

B.	El segundo escenario: ¿sostenibilidad o transición ecológica?	229
a.	Cuestionar la sostenibilidad del turismo	229
b.	¿No sería preferible utilizar las palabras “Turismo solidario y sostenible”?	232
c.	El impacto real de la COVID19 sobre el turismo sostenible	233
d.	Del desarrollo sostenible a la transición ecologista	235
e.	Motores del Escenario 2	236
f.	DAFO Escenario 2: la sostenibilidad, factor de desigualdades	237
C.	El tercer escenario:	
	Un turismo inteligente en una economía circular	239
a.	El marco teórico	239
i.	Hacia una economía descarbonizada	239
ii.	Vías a considerar	240
iii.	Entrar en una nueva era	241
iv.	Las críticas hacia la OMT	243
v.	La posición del Parlamento Europeo	244
b.	Basarse en los conceptos de la economía circular	244
i.	El papel esencial de las empresas	245
ii.	La actitud de los turistas	246
c.	Motores del 3er Escenario	250
d.	El DAFO del tercer escenario	251

<b>CONCLUSIONES</b>	
<b>EL TURISMO, ESTABILIZADOR SOCIAL Y ECONOMICO</b>	<b>255</b>

<b>CONCLUSIONS (EN FRANCES)</b>	<b>265</b>
---------------------------------	------------

<b>CONCLUSIONS (EN INGLES)</b>	<b>275</b>
--------------------------------	------------

<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>283</b>
---------------------	------------

<b>ANEXOS</b>	<b>305</b>
---------------	------------

Anexo 1: Cuestionario Encuesta Delphi 2019 (en español, francés e inglés)	306
---	-----

Anexo 2: Cuestionario Encuesta Likert 2020 (en español. Francés e inglés)	
---	--

# INDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

	Paginas
Tabla 1. Turismo internacional y población mundial	42
Tabla 2. Resultados globales de la encuesta de tipo Likert	172
Tabla 3. Resultados según países y regiones del mundo	179
Tabla 4. Resultados según la profesión de los expertos	180
Tabla 5. Transformación de las políticas y estrategias	181
Tabla 6. Aceleración en el desarrollo del turismo después de 2021	182
Tabla 7. Reevaluar las perspectivas de la OMT, OCDE y Banco mundial	182
Tabla 8. Dar máxima prioridad al transporte no contaminante	183
Tabla 9. Alojamientos turísticos con estándares de alta calidad ambiental	183
Tabla 10. Controlar, de forma más exigente, los alquileres turísticos	184
Tabla 11. Evitar una domótica en la hostelería demasiado intrusiva	185
Tabla 12. La comida y la gastronomía turísticas cambiarán radicalmente	185
Tabla 13. Se generalizarán las prácticas del Revenue Management	186
Tabla 14. Se generalizarán las blockchains con criptomonedas	187
Tabla 15. Se automatizarán las actividades con el turismo virtual	188
Tabla 16. Reducir drásticamente la contaminación lumínica y acústica	189
Tabla 17. Incluir en listas patrimonio mundial efectos sociales y medioambientales	189
Tabla 18. Luchar más contra los excesos del sobreturismo y los lobbies	190
Tabla 19. Predicciones del Club de Roma aplicadas al turismo	191
Tabla 20. El modelo Destination Smart Tourism, estándar general	191
Tabla 21. Opiniones sobre la transformación de las políticas y estrategias	193
Tabla 22. Opiniones sobre aceleración desarrollo del turismo después 2021	193
Tabla 23. Opiniones sobre las perspectivas de la OMT, OCDE y Banco mundial	194
Tabla 24. Opiniones sobre la prioridad a dar al transporte no contaminante	194
Tabla 25. Opiniones sobre estándares alojamientos de alta calidad ambiental	195
Tabla 26. Opiniones sobre el control de los alquileres turísticos	195
Tabla 27. Opiniones sobre la domótica en la hostelería demasiada intrusiva	196
Tabla 28. Opiniones sobre los cambios de la comida y la gastronomía turísticas	197
Tabla 29. Opiniones sobre la generalización del Revenue Management	197
Tabla 30. Opiniones sobre la generalización de las blockchains y criptomonedas	198
Tabla 31. Opiniones sobre la automatización de actividades y el turismo virtual	199
Tabla 32. Opiniones sobre la reducción de la contaminación lumínica y acústica	199
Tabla 33. Opiniones sobre el patrimonio mundial y sus efectos sociales	200
Tabla 34. Opiniones sobre los excesos del sobreturismo y los lobbies	200
Tabla 35. Opiniones sobre las predicciones del Club de Roma aplicadas al turismo	201
Tabla 36. Opiniones sobre el modelo “Destination Smart Tourism” como estándar	202
Tabla 37. DAFO del Escenario Business as usual	225

Tabla 38. Previsiones de las llegadas turísticas después de la COVID19	227
Tabla 39. DAFO Escenario 2 la sostenibilidad, factor de desigualdades	238
Tabla 40. Estimaciones del turismo mundial para los Escenarios 2 y 3	245
Tabla 41. DAFO Escenario 3 “un turismo inteligente en una economía circular”	252

Gráfico 1. Perspectivas humanas	54
Gráfico 2. Población que reside a menos de 100 km de un aeropuerto	114
Gráfico 3. Las Previsiones de la OACI	118
Gráfico 4. Respuestas globales de los expertos en porcentaje	172

# LISTA DE ABREVIACIONES

ACA	Alta Calidad Ambiental
ACI	Airports Council International
AECIT	Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo
AENOR	Asociación Española de Normalización y Certificación
AI – IA	Inteligencia Artificial
AMTRAK	National Railroad Passenger Corporation (EE.UU.)
AVE	Alta Velocidad Española
BaU	Business as Usual
BERD	Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo
BI	Inteligencia Empresarial - Business Intelligence
BIT	Bureau International du Travail (OIT)
BM	Banco Mundial
B2B	Business to business
B&R	Belt and Road (B&R) Initiative (Rutas de la Seda)
CAN	Climate Action Network
CEHAT	Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos
CER	Comunidad Ferroviaria Europea
CMFM	Consejo Mundial sobre el Futuro de la Movilidad
COP	Conference of the Parties - Climate UNFCCC
CPDQ	Fondo de Inversiones y Depósitos de Quebec
CRM	Gestión de Relaciones con el Cliente
CRTL	Comité Regional de Turismo y Recreación de Occitania
DAFO	Debilidades – Amenazas – Fortalezas – Oportunidades
DMO	Destinations Marketing Organisations
DNI	Documento nacional de Identidad
DTC	Credencial de Viaje Digital
DUDHE	Declaración Universal de Derechos Humanos Emergentes
ECF	European Cycling Federation
ECTAA	European Travel Agents' and Tour Operators' Associations
EMCOTUR	Asociación Empresarial de Turismo Provincia de Córdoba
EMAS	Eco-Management and Audit Scheme
EMSA	European Maritime Safety Agency
EP	European Parliament
ESG	Criterios medioambientales, sociales y de gobernanza
ETC	European Travel Comisión
ETH	Instituto Federal Suizo de Tecnología de Zúrich
EU	European Union
EUR	Euro

FEDER	Fondo Europeo de Desarrollo Regional
FEM	Foro Económico Mundial (WEF)
FGC	Ferrocarriles de la Generalitat de Catalunya
FITUR	Feria Internacional de Turismo de Madrid
FMI	Fondo Monetario Internacional
FUC	Foro Universal de las Culturas
FVC	Fondo Verde Climático
GCAS	Cumbre Mundial sobre Acción por el Clima
GCT	Global City Travel
GGBP	Asociación Mundial de los Bonos Verdes
GPI	Indicador de progreso genuino
GPS	Sistema de Posicionamiento Global
IATA	International Air Transport Association
IDH	Índice de Desarrollo Humano
IMTUR	Instituto Municipal de Turismo de Córdoba
IPCC	Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático
IRU	International Road Union
JLL	Jones Lang LaSalle Incorporated
LACOAST	Corine Land Cover Satellite Images
LGV	Línea de Alta Velocidad
MAB	Man & Biosphere (Reserva de la biosfera)
MAP	Plan de Acción Mediterráneo
MAAS	<i>Mobility As A Service</i> (Helsinki, Finlandia)
MEDCOP	COP - Clima Mediterráneo
MEDPRO	Proyecto MEDPRO 2030 Comisión Europea
MICE	Meetings, incentives, congresses, and events
MUCEM	Museo de Civilizaciones de Europa y el Mediterráneo (Marsella)
NASDAQ	National Association of Securities Dealers Automated Quotations Exchange
NOX	Óxido de nitrógeno
OACI	Organización de Aviación Civil Internacional
OCU	Organización de Consumidores y Usuarios
OD	Datos abiertos - Open Data
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OGD	Organizaciones de Gestión de Destinos
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMI	Organización Marítima Internacional
OMM	Organización Meteorológica Mundial
OMS	Organización mundial de la Salud
OMT	Organización mundial del Turismo
ONG	Organización no gubernamental
OSJD	Organización para la cooperación de ferrocarriles

OTAN- NATO	Organización del Tratado del Atlántico Norte
PATA	Pacific Area Tourism (Travel) Association
PIB	Producto interior bruto
PNB	Producto nacional bruto
PNUMA	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
R-D-i	Research – development – innovation (I+D+I)
RENFE	Red Nacional de Ferrocarriles Españoles
RGPD	Reglamento general de protección de datos
RM	Revenue Management
R20	Regions of Climate Action
RFID	Radio-frequency identification
RE100	Climate initiative from the world’s most influential businesses
PETC	Plan Estrategico de Turismo de Córdoba
PYME	Pequeñas y medianas empresas
SEGITTUR	Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y Tecnologías Turísticas
SFI	Corporación Financiera Internacional
SITA	Sociedad aérea internacional para las telecomunicaciones
SME	Small and medium-sized enterprise
SPOT 1/2/3/4	Generación de satélites europeos
SuM4All	Sustainable Mobility for All
SWOT	Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats
TRAN	Committee on Transport and Tourism (Parlamento Europeo)
TRES	Turismo responsable y solidario (Programa Europeo)
T&MS	Tourism and Management Studies, Faro, Algarve
TTCI	Travel & Tourism Competitiveness Index
UFC	Que Choisir - Unión francesa de consumidores
UIC	International Union of Railways - Unión Internacional de Ferrocarriles
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
UITP	International Association of Public Transport – Unión Internacional de Transporte Público
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
UNFCCC	United Nations Framework Convention on Climate Change
UNWTO	World Tourism Organization
USD	US dollar
WFTGA	Federación Mundial de Asociaciones de Guías Turísticas
WTTC	World Travel & Tourism Council – Consejo Mundial del Viaje y el Turismo
WWF	Fondo Mundial para la Naturaleza



# RESUMEN

El milagro del excepcional crecimiento del turismo desde el final de la Segunda Guerra Mundial se ha convertido en un espejismo con la COVID19. ¿Tenemos que creer en su eterna resiliencia? ¿Veremos sus límites? Esta tesis doctoral supone que el turismo sólo puede durar si es responsable y solidario y si forma parte de políticas sociales y medioambientales, progresivas y territoriales en el entorno de la globalización, de una Sociedad – Mundo.

Esta tesis fue escrita en dos etapas: antes y durante la pandemia del COVID19. Después de describir el estado de la literatura turística, con un enfoque particular en los aspectos filosóficos, antropológicos, sociales y ambientales de la investigación académica, institucional y profesional, el doctorante había pedido a más de 100 expertos turísticos, en 2019, que acordaran cómo podría ser el turismo después de 2025, 2035 y hasta 2050. Se han recibido muy pocas respuestas. Esta investigación tuvo que reanudarse durante la pandemia, en noviembre de 2020, con un cuestionario más escueto, gracias a la herramienta de opinión Likert. Esta vez, 77 profesores, profesionales, funcionarios territoriales y periodistas respondieron. Los resultados muestran un conservadurismo relativo de quienes trabajan en el turismo.

Sin embargo, después de la pandemia, ha sido necesario introducir algunos cambios. Tres escenarios los explican, la primera tendencia conduce al desorden; la segunda demasiado centrada en el simple desarrollo sostenible en una economía ultra-liberal con más desigualdades, mientras que la tercera nos trae esperanza. Al elegir la economía circular y colaborativa con la aceleración de la digitalización del sector, se puede creer en un desarrollo sostenible y armonioso, en primer lugar, de los destinos locales, pero también, tomando precauciones y luchando contra el cambio climático, más allá en un espacio internacional. En cualquier caso, se requerirán más leyes, más regulación y más normas internacionales.

**Palabras-clave: turismo, antropología, cambio climático, desarrollo sostenible, escenarios, economía circular, digitalización, proximidad, políticas sociales y medioambientales.**

# RESUMÉ

Le miracle de la croissance exceptionnelle du tourisme depuis la fin de la 2<sup>ème</sup> Guerre Mondiale est devenu mirage avec la COVID19. Faut-il croire à son éternelle résilience, ne voit-on pas déjà ses limites ? Cette thèse de doctorat émet l'hypothèse que le tourisme ne pourra durer que s'il est responsable et solidaire et s'il s'inscrit dans des politiques sociales et environnementales progressistes et territoriales dans le cadre de la mondialisation, celui d'une Société – Monde.

Cette thèse fut écrite en deux temps : avant et pendant la pandémie. Après avoir décrit l'état de la littérature touristique, en se penchant plus particulièrement sur les aspects philosophiques, anthropologiques, sociaux et environnementaux des recherches académiques, institutionnelles et professionnelles, le doctorant avait demandé en 2019 à plus de cent experts du tourisme de se rassembler sur un consensus sur ce que pourrait être le tourisme après 2025, 2035 et à l'horizon 2050. Peu de réponses lui sont parvenues. Il a fallu reprendre cette enquête durant la pandémie en novembre 2020 de manière plus légère grâce à l'outil d'opinions Likert. Cette fois-ci, 77 professeurs, professionnels, responsables territoriaux et journalistes ont répondu. Les résultats montrent un relatif conservatisme de ceux qui œuvrent dans le tourisme.

Pourtant après la pandémie, des changements auront lieu. Trois scénarios les expliquent, le premier tendanciel conduit à des désordres, le second trop axé sur le simple développement durable dans une économie ultralibérale à plus d'inégalités, le troisième est porteur d'espoirs. Grâce au choix de l'économie circulaire et collaborative et à l'accélération de la digitalisation du secteur, il peut permettre un développement durable et harmonieux, en premier lieu, des destinations de proximité, mais aussi, en prenant des précautions et en luttant contre le changement climatique, plus loin dans un espace international. Dans tous les cas, il faudra plus de lois, plus de réglementation, plus de normes et de standards internationaux.

**MOTS-CLÉS : tourisme, anthropologie, changement climatique, développement durable, scénarios, économie circulaire, digitalisation, proximité, politiques sociales et environnementales.**

# SUMMARY

The miracle of the exceptional growth of tourism since the end of the Second World War has become a mirage with the COVID19. Do we have to believe in his eternal resilience, do we not already see his limits? This doctoral dissertation hypothesizes that tourism can only last if it is responsible and supportive and if it is part of progressive and territorial social - environmental policies within globalization in the Society - World.

This dissertation was written in two stages: before and during the pandemic. After describing the state of tourism literature, with a particular focus on the philosophical, anthropological, social and environmental aspects of academic, institutional and professional research, the PhD student had asked more than 100 tourism experts in 2019 to agree on what tourism could be after 2025, 2035 and by 2050. Few answers have come to him. This investigation had to be resumed during the pandemic in November 2020 in a lighter way thanks to the Likert opinion tool. This time, 77 professors, professionals, territorial officials, and journalists responded. The results show a relative conservatism of those who work in tourism.

Yet after the pandemic, changes will take place. Three scenarios explain them, the first trend leads to disorder, the second too focused on simple sustainable development in an ultraliberal economy with more inequalities, the third brings hope. By choosing the circular and collaborative economy and accelerating the digitalization of the sector, it can enable sustainable and harmonious development, first of all, local destinations, but also, by taking precautions and combating climate change, further into an international space. In any case, more laws, more regulation, more standards, and more international standards will be required.

**KEYWORDS:** tourism, anthropology, climate change, sustainable development, scenarios, circular economy, digitalization, proximity, social and environmental policies

# INTRODUCCIÓN

*Entendí que el futuro,  
se trata de estar en camino a algo.*  
Ryû Murakami (Kyoko, 1995)

## I. ¿Por qué tal tesis? La Problemática

¿Debemos imaginar un futuro menos brillante para el turismo y los viajes después de la pandemia del coronavirus (COVID19) y no pensar que los actuales patrones de crecimiento continuarán en la misma tónica que hasta 2019? No se trata de ser pesimista u optimista, sino perspicaz y ver cómo se multiplican los signos que muestran los límites de crecimiento del turismo; algunos débiles, otros más fuertes, índices que pueden suceder. El turismo no podrá desarrollarse como lo ha hecho en un mundo amenazado por el cambio climático, la pérdida de biodiversidad al inicio de pandemias y la multiplicación de las desigualdades. Tras 55 años de práctica profesional y académica en este sector, es el tema de mi tesis doctoral preparada en la Universidad de Córdoba y de las hipótesis conectadas a esta problemática.

¿Cómo podemos prever el futuro de un mundo ambiguo, vulnerable, incierto y complejo? Un mundo marcado por la proliferación de actores y crisis, una redistribución del poder, la incertidumbre estratégica, una intoxicación de lo inmediato. En una palabra, un mundo impredecible, aunque todavía creamos en el mito de la resiliencia del turismo. ¿Planificar qué y planificar cuándo? Después de la COVID19, ¿podemos pensar lo impensable, reducir la incertidumbre, disipar la niebla del presente para iluminar las decisiones políticas de mañana? ¿Cómo cambiará el turismo con el cambio climático, la revolución digital, las redes sociales, la inteligencia artificial, las nuevas condiciones geopolíticas, las desigualdades, las probables futuras pandemias? ¿Es “*deconstruir*” el turismo y repensarlo en la era de la inteligencia colectiva y las redes sociales?

El filósofo francés nacido en Argel en 1930, Jacques Derrida<sup>1</sup>, conocido por desarrollar un análisis semiótico de la realidad, creó el concepto de *deconstrucción* para revelar los cambios y confusiones de significado que una visión saca a la luz, deshaciendo sistemáticamente la comprensión del fenómeno. ¿Podemos hablar sólo de turismo, una palabra creada hace unos 220 años? Fueron las élites británicas quienes inventaron la palabra turismo. Los jóvenes aristócratas burgueses iban a acercarse a los pueblos que visitaban. Se escribieron guías para ellos como la de John Murray ya en 1836, en Inglaterra, seguido de Baedeker, en Alemania en 1839; más tarde Havas en Francia, en la década de los 1880s (Lanquar, 1995)<sup>2</sup>. Antes del vocablo “turismo”, había otras palabras que se utilizaban

---

<sup>1</sup> Jacques (Jacky) Derrida Meskel, considerado en Norte América como el más innovador de los filósofos franceses del siglo XX. Benoît Peeters (2010). Derrida. Flammarion, Paris (trad.: Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2013).

<sup>2</sup> Lanquar R. (1995, 1<sup>er</sup> édition 1977), Le tourisme international, PUF, Que-sais-je 1694, Paris

que tenían sentido: peregrinaciones, expediciones militares o no, exploraciones, navegaciones, migraciones, viajes de negocio, etc.

Además, el turismo se refiere tanto a la geografía como a la economía, a la gestión, a las tecnologías sociales, medioambientales y hoy en día a las tecnologías de la información y la comunicación, y mañana a lo biológico. Esta interdisciplinariedad complica su lexicografía y terminología y aumenta con la globalización, la hiper-especialización y la irrupción de términos de lenguas y culturas extranjeras, especialmente angloamericanas. Expresión moderna de la movilidad que ha caracterizado a la humanidad durante miles de años, el turismo facilita la comunicación entre los pueblos y las naciones. ¿Cuál será su futuro?

### **A. El valor de la prospectiva en el Antropoceno**

El valor de las previsiones y de la prospectiva depende de su relevancia y calidad. Sin embargo, ante la complejidad, sólo se puede esperar reducir la incertidumbre. Esto significa que la predicción es tanto un arte como una ciencia, cuya práctica requiere una combinación armoniosa de conocimiento y experiencia.

De hecho, tenemos que devolver el turismo a la presente era de la humanidad, al **Antropoceno**. Esta palabra fue popularizada en 2000 por Paul Josef Crutzen, Premio Nobel de Química (1995) y *Tyler Prize for Environmental Achievement* (1989). Emmanuel Todd, antropólogo y demógrafo francés (2017), nos pide que entendamos que desde el surgimiento del homo sapiens hasta la actualidad, la historia de la humanidad se dirige deliberadamente hacia la inteligencia del mundo a medida que se recompone ante nuestros ojos. Añade que es, en las profundidades menos conscientes de la vida social, dónde que se encuentra la explicación de muchos fenómenos del mundo presente y, finalmente, comienza a ver con plena lucidez lo que nos espera mañana, especialmente sobre la movilidad humana. *“La globalización económica que estamos experimentando tardó 50 años y en 500 años se ha hecho una alfabetización masiva. Se necesitaron 2.500 años para grabar las creencias religiosas en el subconsciente humano y 5.000 años para crear el inconsciente familiar del homo sapiens. Esta visión da preponderancia a los sistemas familiares en el funcionamiento de nuestras sociedades”* (Todd, 2017). Este demógrafo – antropólogo se centra en describir los mecanismos que cambiarán las sociedades en su organización social y cultura. Esto también se aplica al turismo.

Charles Darwin (1859)<sup>3</sup> también está presente con su teoría de la evolución, un marco epistemológico que muchos consideran más poderoso para predecir lo que podría suceder. A través de sus migraciones, el homo sapiens ha explorado, desde África, toda la tierra, tomó más de 200.000 años. De 4.000 a 1.000 años antes de nuestra era, es el periodo que explica cómo han empezado las peregrinaciones. Tomemos los ejemplos en el Egipto faraónico o entre los sumerios y hebreos... Estos hebreos iban indirectamente a participar en peregrinaciones cristianas. Los emperadores chinos y japoneses han impulsado durante mucho tiempo a sus campesinos a hacer largas peregrinaciones. Otras veces, lo han prohibido para hacer que trabajasen más en sus campos.

De 1.000 a 500 años para la educación de las masas: la Universidad tal como la conocemos tiene casi mil años y muchos eruditos, intelectuales y “hombres sabios” viajaron antes de escribir sus obras. Pasaron unos siglos hasta que el Renacimiento convirtiera la educación y alfabetización en un objetivo social. Una población alfabetizada ha permitido la revolución industrial: saber leer y escribir para mantener el funcionamiento de máquinas y herramientas, para contabilizar sus ganancias y fijar sus precios.

Es también sugerente para el turismo citar otro pensador contemporáneo, Yuval Noah Harari<sup>4</sup>, historiador y escritor israelí, profesor en la Universidad Hebrea de Jerusalén y sus tres obras mayores: *Sapiens: De animales a dioses*, *Homo Deus: Breve Historia del Mañana* y *21 lecciones para el siglo XXI*. Según Wikipedia, se debe leer toda su obra entre epicureísmo y dataísmo, un neologismo, ubicándola en su contexto histórico. Harari argumenta que todas las estructuras políticas o sociales competidoras pueden ser vistas como sistemas de procesamiento de datos: «*El dataísmo declara que el universo consiste en flujos de datos y que el valor de cualquier fenómeno o entidad está determinado por su contribución al procesamiento de datos*». Harari cree que el epicureísmo será la filosofía dominante del siglo XXI. Éste añade que “*en los tiempos antiguos mucha gente rechazó el epicureísmo, pero hoy en día se ha convertido en la opinión generalizada en la sociedad occidental por su carácter ilustrado, racional y también por su poderío económico y militar*”<sup>5</sup>.

Estos conceptos se aplican al turismo en una humanidad globalizada entre el Big Data y el materialismo con “*la satisfacción razonable del placer*”

---

<sup>3</sup> Darwin Ch. (1859). El origen de las especies por medio de la selección natural, o la preservación de las razas favorecidas en la lucha por la vida, John Murray, London

<sup>4</sup> Harari Y. N. (2018). 21 Lessons for the 21st Century. Jonathan Cape, London; idem (2016). Homo Deus: A Brief History of Tomorrow; (2014) Sapiens: A Brief History of Humankind. Harvill Secker, London

<sup>5</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Yuval\\_Noah\\_Harari](https://es.wikipedia.org/wiki/Yuval_Noah_Harari)

*sin caer en el deseo ni en el miedo y la práctica de la razón como guía de conocimiento” con “la educación abierta, el abandono de los relatos parciales e inútiles de la religión, el nacionalismo, la lucha contra el dolor individual y social innecesario, y la asunción responsable de los nuevos retos biotecnológicos y bioinformáticos”.*

En cuanto al futuro, Jacques Attali nos orienta en “Una breve historia del futuro” (2006)<sup>6</sup> hasta 2075. Al igual que Pascal o Wittgenstein, pone en perspectiva las tres órdenes que condicionan el desarrollo de las sociedades humanas: el orden ritual (religioso), el orden imperial (militar) y el orden mercantil (control de la economía) y nos habla de las “Ciudad Mundo”: Brujas, Venecia, Amberes, Génova, Ámsterdam, Londres, Boston, Nueva York y Los Ángeles, y que ahora se encuentran entre los destinos turísticos más concurridos. Antes, era Córdoba. A partir de este diagnóstico, se proyecta en un futuro preocupante, es lo que él llama “hiperimperio” (la extensión de la democracia de mercado, con sus reglas despiadadas, que va tan lejos como la mercantilización del tiempo y el cuerpo), “hiperconflicto” (el choque armado de políticas, culturas, religiones, entre estados o grupos que se declaran incompatibles, luchando por el control de los flujos financieros, la energía o el agua).” Su solución, positiva, optimista y responsable, sería una “hiperdemocracia” con sus redes solidarias, su democracia participativa, su economía colaborativa y circular, sus “empresas relacionales”, ONG, microcréditos, su inteligencia colectiva... Pero, después de la pandemia de la COVID19, quizás sería más pertinente de hablar de Sociedad Mundo (Levi J., 2021).

## **B. Crisis y dilemas del turismo**

En 2020, el turismo tiene un dilema. Si cada crisis -social, sanitaria o económica- es una oportunidad para una pausa y una reflexión sobre el futuro, nunca conduce a una transformación radical, dicen dos historiadores, Johan Vincent y Yves-Marie Evanno<sup>7</sup>: *“Hay cambios discretos, pero sobre todo desilusiones. Las necesidades de los Estados hacen siempre revivir la economía sobre una base que ya conocemos, para ir lo más rápido posible”.* El crecimiento del turismo mundial se ha parado por la crisis sanitaria de la COVID19, porque vivimos en una Sociedad – Mundo. Este concepto es una noción que se refiere a un estado aunque hipotético, posible, del futuro del mundo formado por una sociedad global e interconectada, que debe resolver

---

<sup>6</sup> Jacques Attali (2006). Une brève histoire du futur. Fayard, Paris

<sup>7</sup> Johan Vincent y Yves-Marie Evanno (2019). Turismo y Gran Guerra. Viajar en un frente histórico poco conocido (1914-2019). Codex Editions, Paris



conjuntamente la viabilidad de los problemas sociales que involucran a toda la humanidad<sup>8</sup>.

Muchos académicos piensan que hemos alcanzado la era del **Capitaloceno** fruto del ultraliberalismo nacido del Consenso de Washington de 1989, un conjunto de políticas incluyendo el mantenimiento de la disciplina fiscal, el reordenamiento de las prioridades del gasto público (desde los subsidios hasta los gastos en salud y educación), la reforma de la política tributaria, permitir que el mercado determine las tasas de interés, mantener un tipo de cambio competitivo, liberalizar el comercio, permitir la entrada de inversión extranjera, privatizar las empresas estatales, desregular las barreras de entrada y salida, y asegurar los derechos de propiedad (y herencia)<sup>9</sup>.

La caída en los viajes ha sido la más dramática de su historia, excepto por lo que ha sido un turismo de proximidad en zonas rurales riberas o de interior. La Organización Mundial del Turismo (OMT- UNWTO) está revisando constantemente sus cálculos: anunció a finales de marzo 2020 (UNWTO, 2020/2) que esperaba que el número de viajeros al mundo disminuyera entre un 20% y un 30 % en 2020, después advirtió que la caída del tráfico internacional de turistas podría alcanzar realmente más de 70%. Hasta los dos primeros meses de 2020, esperaba un aumento del 4% en el turismo mundial, lo que convertía a este sector, cuya tasa de crecimiento había superado a la del comercio mundial de bienes y servicios, en un pilar fundamental en la economía mundial. Ahora, las pérdidas sufridas por el sector turístico mundial tras la crisis financiera mundial de 2008 palidecen en comparación con los resultados provocados por la COVID19.

En 2009, en el apogeo de la crisis financiera, la disminución del mismo indicador de tráfico fue del 4,2%. En ese momento fue considerado “el peor año en sesenta años” (UNWTO, 2009). En cuanto a la crisis sanitaria causada por el síndrome respiratorio agudo grave (Sras-CoV o Sras1), otra enfermedad respiratoria viral causada por un coronavirus, la situación fue diferente. La primera vez que se informó sobre el Sras1 fue en Asia en febrero de 2003. ¡El Sras1 ha solamente causado una disminución en 2003 del 0,4% de las llegadas internacionales de turistas<sup>10</sup>!

---

<sup>8</sup> Lévy J. (2021). L'Humanité : un commencement - Le tournant éthique et la Société-Monde. Odile Jacob, Paris

<sup>9</sup> <https://www.piie.com/blogs/realtime-economic-issues-watch/what-washington-consensus>

<sup>10</sup> Entrevista de Robert Lanquar, Le Journal de 6h30, Radio Suisse Romande, 29 de Julio de 2020, [www.rts.ch/play/radio/la-matinale/audio/](http://www.rts.ch/play/radio/la-matinale/audio/)

Antes de la crisis de la COVID19, ninguna industria había crecido tan rápidamente como el turismo a nivel mundial, la mayoría de las partes interesadas están de acuerdo en que el regreso al nivel de antaño tomará varios años debido a la escalada, sin precedentes, de la crisis, el descenso de las aerolíneas y el tiempo que se tarda en encontrar una vacuna eficaz. Los más optimistas señalan que las crisis anteriores han demostrado la capacidad del turismo para repuntar muy rápidamente: después de los ataques del 11 de septiembre de 2001, la pandemia del Sras1 en 2003 y la crisis económica mundial en 2009, la industria tardó sólo de diez a dieciocho meses en volver al mismo nivel<sup>11</sup>. Y podemos añadir, como el cronista de Le Monde<sup>12</sup>, tres actores podrían guiar la forma en que viajamos: los consumidores, los profesionales del turismo y los responsables políticos. El comportamiento de los primeros, los consumidores, es imprevisible. En Europa, algunos están anticipando un regreso a un turismo más de proximidad y a viajes menos frecuentes, pero con estancias más largas. Además, estos consumidores se fijan más y más sobre productos y servicios que favorecen la ecología, el “slow” movimiento y la economía circular. En este sentido, la discrepancia es evidente entre las aspiraciones virtuosas expresadas en las encuestas de opinión y la elección real.

La economía circular se utilizó por primera vez por movimientos activistas en los EE.UU en la década 1980, según David Pearce 1990<sup>13</sup>; se desarrolló como estrategia para reducir tanto la entrada de nuevos recursos o materiales como la salida de desechos, cerrando los flujos económicos y ecológicos de estos recursos en “bucles” y permitiendo una buena interacción entre las tres principales funciones de la economía y del medio ambiente (proveedor de recursos, receptor de residuos, suministrador de servicios a la sociedad). Estos flujos son, por una gran parte, recursos o nutrientes biológicos diseñados para circular con alta calidad en el sistema de producción, pero no vuelven a la biosfera. El medio ambiente no sólo proporciona valores de servicios, además de ser una base de recursos y un sumidero para las actividades económicas, sino que también es un sistema fundamental de soporte vital.

Tomando estas tres funciones como punto de partida, los servicios como el turismo, es decir la visita de un sitio natural, un baño en una playa, etc., sin precio o con un precio inferior deben internalizarse en la economía. Se han logrado avances significativos en la fijación de precios de las

---

<sup>11</sup> Es el punto de vista de Clément Guillou, *Tourisme, la pause est finie*, Le Monde, Paris, 7 de Julio de 2020

<sup>12</sup> Idem, Le Monde, 7 de Julio de 2020

<sup>13</sup> Andersen M. S. (2006). An introductory note on the environmental economics of the circular economy. In *Sustainability Science* volume 2, pages133–140(2007)

externalidades mediante un análisis verdaderamente interdisciplinar que tenga en cuenta en detalle las consecuencias medioambientales. Estas apoyan e informan el análisis de las virtudes de una economía circular para los recursos individuales, así como para la sostenibilidad como trayectoria futura de una economía del turismo.

Lo que significa que el turismo utiliza muchos los “commons”, una palabra inglesa que proviene de “*common land*”: son recursos culturales y naturales accesibles a todos los miembros de una sociedad, incluidos materiales naturales como el aire, el agua y una tierra habitable. Estos recursos se mantienen en común, no son de propiedad privada (Definición Wikipedia).

### **C. El conservadurismo de la Organización Mundial del Turismo**

Con la COVID19, la OMT se ha centrado en tres escenarios basados en fechas de apertura graduales de fronteras y medidas para facilitar las restricciones a los viajes. El primer escenario, un retorno relativo a la normalidad desde principios de julio 2020, predice una disminución del 58% en el tráfico de pasajeros internacionales. El segundo, que vence a principios de septiembre, resultó en una caída del 70%. El tercero, el más pesimista, habría prevista una disminución del 78%, debido a la apertura gradual de las fronteras internacionales a principios de diciembre 2020. La OMT pensaba que el primer escenario era el más probable, pero todo ha cambiado con el segundo repunte de la pandemia a finales de julio 2020, y ha sido peor después de diciembre 2020. Estas predicciones no han cambiado mucho en abril 2021. Después, a principios de 2022, el departamento encargado de las estadísticas ha optado por ser más cauteloso, pero sigue confiando en la resiliencia del turismo.

Si el transporte de personas ha disminuido de manera considerable durante el primer semestre 2020, el transporte de bienes, excepto por unos días y en ciertas zonas, se ha mantenido. Si se examinan datos de la Unión por el Mediterráneo y del International Transport Forum, en el Mediterráneo, una de las zonas del mundo con Italia y España muy contaminadas por la COVID19, el transporte marítimo de mercancías no ha descendido durante este primer semestre. Al contrario de los transbordadores (-25% de tráfico) y cruceros (-43% de tráfico, y casi -95% entre marzo y mayo 2020). El tráfico de contenedores y graneleros ha aumentado, alcanzando hasta el 42% para los buques de granelero que tenían que pasar por el Canal de Suez.

Por otro lado, el consumo de las personas se ha disparado a partir de la apertura de tiendas, peluquerías y restaurantes (incluyendo las restricciones de distanciamiento social). Durante los meses de confinamiento, los europeos y americanos de las clases medias han ahorrado. Todos esperan volver a la normalidad y la estabilidad de antes la crisis sanitaria.

A pesar de que los principales modelos climáticos se embalan sobre la base de los escenarios del IPCC (Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático), nuevos resultados muestran en 2020<sup>14</sup> un gran salto en la sensibilidad climática al CO<sub>2</sub> con, para algunos modelos, una duplicación del aumento de temperatura esperado. ¿Debemos confiar en estos pronósticos y temer lo peor? El impacto en el turismo podría ser considerable.

#### **D. Entonces, ¿qué será mañana para el turismo?**

¿Deberíamos hablar del futuro o de futuros del turismo? Eduardo Fayos-Sola y Chris Cooper en “The future of tourism<sup>15</sup>” creen firmemente que el turismo se abrirá a un número infinito de futuros. Su libro, escrito en 2018 en el apogeo del desarrollo del turismo, fruto del ultra-liberalismo, bien puede resultar obsoleto. La sosa se está estrechando en el turismo y su futuro no será tan brillante como durante la década 2010. Mientras que los autores de El futuro del turismo escribieron su libro antes de la pandemia COVID19, hubo una aceleración del cambio climático que los clientes estaban empezando a integrar sin sus comportamientos como Flygskam, la vergüenza de tomar el avión. Así que es a otra visión que debemos rodar.

Para Thierry de Montbrial<sup>16</sup> : cualquier esfuerzo de previsión requiere pensar rigurosamente. Siempre se trata de tratar de identificar de antemano las posibles respuestas a preguntas bien planteadas, por lo tanto, dentro de un marco fenomenológicamente claro, es decir, con una intencionalidad identificada, y tanto las preguntas como la probabilidad de posibles respuestas sólo pueden surgir de conceptos y modelos de pensamiento idealmente explícitos, destinados a tratar los “datos” apropiados para el sujeto”.

---

<sup>14</sup> <https://www.futura-sciences.com/planete/actualites/climatologie-derniers-modeles-climatiques-sont-plus-incertains>

<sup>15</sup> Fayos-Sola E. & Cooper Ch. (2018). The future of tourism: Innovations and Sustainability. Springer, Heidelberg

<sup>16</sup> De Montbrial Th. (2020). Prévoir le monde de demain. in Paul Dahan & al.. Editions CNRS, Paris

¿Cómo se hace el futuro? Un aforismo extracto del Talmud afirma que “el futuro tiene un largo pasado”. Según Ariel Colonomos<sup>17</sup> en “*La Política de los oráculos - Recontar el futuro hoy*” (2014), “*al no desentrañar el secreto del futuro o dominar su ciencia, multiplicamos los escenarios y las predicciones; predicciones que delegamos a cohortes de especialistas, científicos y expertos designados por los órganos públicos y proveedores de opinión. Sin embargo, los conocimientos y poderes se organizan en torno a una palabra oracular*”.

Para Colonomos, el futuro, vinculado a intereses nacionales, se constituye en una búsqueda sistemática de estabilidad. Los intereses de los pensadores y de los responsables políticos convergen en un conservadurismo para tranquilizar a los que deben actuar: la ciencia del futuro ralentiza los cambios en el mundo. Y este puede ser el caso del turismo. Entonces, ¿cómo podemos garantizar su desarrollo armonioso a largo plazo para evitar crisis y rechazos de todas partes? Nuestro principal objetivo es articular el turismo a la historia de la economía mundial para imaginar los posibles patrones de su futuro.

¿Cuál será el contexto? Según investigadores como Andreas Malm, profesor del Departamento de Ecología Humana de la Universidad de Lund (Suecia) y el francés Jean-Baptiste Fressoz, hemos entrado en la era de la confrontación violenta del sistema de la tierra y el capitalismo globalizado, un importante consumidor de materias primas y recursos minerales, que se ha “*construido acaparando los beneficios de la tierra y externalizando el daño ambiental, a través de desposesión e intercambio desiguales*”<sup>18</sup>. Los últimos dos siglos se han caracterizado por una extraordinaria acumulación de capital a pesar de guerras destructivas. Angus Maddison (2001), coordinador para la OCDE de la Perspectiva milenaria sobre la economía mundial<sup>19</sup>, muestra que, en el último milenio, la población mundial se ha multiplicado por 22, el ingreso per cápita en 130 y el PIB mundial en casi 300. Desde el año 1000 hasta 1820, el crecimiento del ingreso per cápita fue muy lento, y la media mundial fue aumentando aproximadamente un 50%. Desde el comienzo del turismo moderno, el desarrollo global ha sido mucho más dinámico: el ingreso per cápita ha aumentado más de ocho veces y la población más de cinco veces. Además, la esperanza de vida ha aumentado considerablemente.

## II. Objetivos de la tesis

---

<sup>17</sup> Colonomos A. (2014). La politique des oracles – Raconter le futur aujourd’hui. Albin Michel, Paris

<sup>18</sup> Jameson F. (2003). Future City ». New Left Review, nº 21, p. 76.2, London

<sup>19</sup> Maddison A. (2001). L’économie mondiale, Une perspective millénaire. Études du Centre de Développement, OCDE, Paris

Desde el final del siglo XVIII, hemos pasado a una tecno - estructura orientada a los beneficios que el hombre aprovecha del sistema Tierra. El cambio en el régimen geológico que llamamos el Antropoceno es el resultado de la “*edad del capital*” según Eric Hobsbawm (2007)<sup>20</sup>. Unos estiman que ahora estamos en la era del “capitaloceno” más que en la “*edad del hombre*”.

Frente a un sistema de tierra transformado, ya no tenemos un “Anthropos” indiferenciado, si no sistemas históricos de dominación, cada uno organizando por separado, como los flujos de materia, energía, bienes y capital a escala global. El turismo, desde el comienzo de la revolución industrial, ha jugado un papel radical. Al igual que los peregrinos desde tiempos antiguos, los turistas ingleses han seguido las rutas comerciales y acompañado a los comerciantes en sus vagabundeos. Incluso la ayuda del Plan Marshall para Europa fue acompañada por un componente turístico<sup>21</sup>.

Después de dos guerras mundiales y una gran depresión económica, el mundo entró, a partir de 1945, en un crecimiento históricamente excepcional que marcó la gran aceleración” del Antropoceno. Una característica clave de este crecimiento es su consumo desmedido de energía, así como de materiales.

Según la Organización Mundial del Turismo, las llegadas de turismo internacional han pasado de 25 millones en 1950 a 1.500 en 2019, lo que supone que se han multiplicado por 60. En 2020, estas cifras se han derrumbado y es posible que no lleguemos a 400 millones de llegadas. La OMT ha tenido un discurso muy optimista desde su creación cómo lo explica Peter Shackelford en su “History of the World Tourism Organization”<sup>22</sup>.

Las consecuencias de la explosión turística de los últimos setenta años han sido muy sustanciales para el uso de los recursos energéticos, materiales, ecológicos y territoriales. Pero se han creado millones de empleos por todo el mundo: en 2015 se cifra en 115 millones el número de trabajadores legales asalariados o por cuenta ajena y 125 millones en 2019<sup>23</sup>, a los que hay que añadir varios millones ilegales, de la economía sumergida o en pluriempleo.

---

<sup>20</sup>Hobsbawm E. (2007) *Globalization, Democracy and Terrorism*, Little, Brown, London

<sup>21</sup> Ver la película “¡Bienvenido, Mister Marshall!, una comedia española de 1953 dirigida por Luis García Berlanga

<sup>22</sup> Shackelford P. (2020). *A History of the World Tourism Organization*. Emerald Publishing, Bingley

<sup>23</sup> ILO Statistics, Geneva, 2019

En resumen, el turismo en la era del Antropoceno tiene efectos explicativos y heurísticos, o sea según los sociólogos, efectos que pueden resolverse no solamente por un análisis detallado del problema, sino también por su pertenencia o adherencia a una clase de problemas dados ya identificados; lo que permitirá usar instrumentos de la inteligencia artificial como algoritmos capaces de dar soluciones viables, no necesariamente óptimos. De ahí la importancia del uso del Big u Open Data y de la formación de los profesionales del turismo en las técnicas de la informática. ¿Es la inteligencia artificial lo que está perturbando los patrones de pensamiento que conducirá a una transformación del turismo y los viajes en un mundo en crisis y donde el cambio climático acumulará daños y desastres?

El turismo espiritual y religioso podría, incluso, desarrollarse en torno a la inteligencia artificial, en la Silicon Valley o Tel Aviv. Según Alexandre Templier (2018)<sup>24</sup>: *“Producido por el hombre, y carente de cualquier inspiración trascendente, la inteligencia artificial sigue siendo una tecnología material cuyo desafío hoy es pasar de un proceso desarrollado por el hombre a contribuciones concretas al servicio del hombre y las organizaciones”*. Alexandre Templier, Presidente y Cofundador de QUINTEN Data Science Solutions (Francia), se plantea: *“¿Quién habría pensado que un día la tecnología sería preguntada por la rancia religión?”*. El autor cita al cofundador de la Universidad de Singularidad en 2008, Ray Kurzweil, el Papa de la Inteligencia Artificial (IA), quien estableció una carta de compromiso *“de la que algunos términos parecen haber salido directamente de una obediencia religiosa”*. Se refiere a una reunión de religiosos y de su “credo”.

Más aún, en 2018, Anthony Levandowski, un antiguo ingeniero franco-americano de Google y de Uber/Wymo, especialista de los vehículos autónomos, creó *The Way of the Future*<sup>25</sup>, una organización religiosa cuyo objetivo es *“desarrollar y promover la conciencia de una deidad basada en inteligencia artificial para mejorar la sociedad”*. ¿No es irónico? ¿Trascendencia o escatología, es decir, discurso sobre el fin de los tiempos! Sobre todo, existe un vacío regulatorio y los gobiernos siguen dudando en llenar, ¿sin saber a dónde va la inteligencia artificial y, los neoliberales, no quieren elaborar una regulación en esta etapa del desarrollo de la inteligencia artificial!

Pero ¿adónde nos lleva esta inteligencia artificial en el turismo? El tema será discutido en el Capítulo I *“Estado de la literatura”*. Al mismo

---

<sup>24</sup> [https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/10/17/l-intelligence-artificielle-est-exposee-au-risque-des-technoprophetes\\_5370421\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/10/17/l-intelligence-artificielle-est-exposee-au-risque-des-technoprophetes_5370421_3232.html)

<sup>25</sup> <https://www.wired.com/story/anthony-levandowski-artificial-intelligence-religion/>

tiempo, se trata de revisar cómo determinar el nivel de racionalidad de los turistas y reflejar cómo el trabajo del economista y filósofo - epistemólogo, Philippe Mongin<sup>26</sup>, puede aplicarse a este sector. Basándose en el trabajo de Leonard Savage, teórico de la toma de decisiones sobre la incertidumbre y el Premio Nobel de Economía de 1978, Herbert Simon, sobre una racionalidad limitada, Philippe Mongin ha mostrado nuevas vías de investigación de la famosa paradoja debida a Maurice Allais, Premio Nobel de Economía 1988, que sugirió que el comportamiento de la mayoría de la gente no seguiría los principios de Savage sobre la decisión en tiempos de incertidumbre<sup>27</sup>. Philippe Mongin trabajó mucho en la agregación colectiva de juicios individuales, lo que nos permitirá utilizar instrumentos metodológicos como la Escala Likert y el Método Delphi para entrevistar a docenas de expertos de todo el mundo. Por último, Mongin distingue entre la economía normativa (que se preocupa por lo que debería ser) y la economía positiva (que se refiere a lo que es), o las formas de progreso científico en la economía, en particular el actual movimiento de (narrativas analíticas), basadas en big data y aplicando la modelización a la comprensión de los hechos históricos.

**El principal objetivo de esta tesis es cuestionar a la resiliencia turística y ver si expertos, académicos y profesionales del turismo abren nuevas visiones sobre su futuro. Este objetivo nos conduce a definir una hipótesis principal: a pesar de los avances tecnológicos debidos a la digitalización y adaptación al cambio climático, el turismo será la apuesta de grandes debates sociales que deberían llevar a repensarlo en el contexto de sociedades más solidarias y menos desigualdades.**

### **A. ¿Cuestionar a la resiliencia turística?**

La Organisation Mundial del Turismo y los lobbies profesionales estiman que el turismo es un sistema resiliente. Incluso los miembros de la Asociación Nacional de Expertos Científicos de Turismo que han participado a una encuesta en 23 países, de marzo a septiembre de 2020, son bastante optimistas y creen en esta resiliencia, aunque algunos señalan que es la proximidad lo que, a largo plazo, definirá el futuro del turismo. (Viceriat & Origet du Cluzeau, 2021)<sup>28</sup>.

¿Esta afirmación será válida después de 2021? No tendremos que esperar hasta 2024-2025 para volver a los récords de 2019. ¿Podríamos ver

---

<sup>26</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Philippe\\_Mongin](https://fr.wikipedia.org/wiki/Philippe_Mongin)

<sup>27</sup> Mongin Ph. (2006). Value Judgments and Value Neutrality in Economics. Economica, Paris

<sup>28</sup> Viceriat P. & Origet du Cluzeau Cl. (2021). Les impacts de la pandémie sur le tourisme mondial à court, moyen et long terme. in Espaces n° 358, Janvier-Février 2021, Paris



rupturas brutales, ya sea en destinos territoriales determinados o en grandes regiones del mundo? ¿Qué visión podemos imaginar para el turismo en las próximas décadas? ¿Cómo cambiará el turismo, su práctica, sus experiencias? ¿Hasta dónde llegaremos? ¿Más allá de la realidad virtual? ¿Quién viajará si ocurren desastres que conduzcan a la crisis de nuestra civilización basada en combustibles fósiles? ¿Qué es la resiliencia? Una definición aceptada por el Parlamento Europeo es la siguiente: “un término relacionado con la física que define la capacidad de un cuerpo o material para chocar o deformarse. En tiempos de crisis sanitaria y de transformación de nuestro sistema, de nuestros equilibrios, la resiliencia es una capacidad que se adquiere y desarrolla y nos permite tomar conciencia de nuestras reacciones y perturbaciones ante los desafíos y retos, gestionar y mejor las emociones y el estrés y superar mejor este período”<sup>29</sup>.

Los riesgos medioambientales son más inquietantes. El cambio climático no es solamente el aumento de las temperaturas; conduce, además, a un aumento de la humedad en muchas regiones del mundo, especialmente las que viven del turismo. ¿Qué pasará en lugares donde el calor y la humedad no permitirán a las personas aguantar fuera de edificios no climatizados? Parece que las catástrofes se multiplican, como lo subraya Nouriel Roubini (2020)<sup>30</sup>, economista inventor del concepto de *cisnes negros* (sucesos raros) o de Vaslav Smil (2008)<sup>31</sup> en “Global Catastrophes and Trends: The Next 50 Years”.

Nuestro objetivo es analizar el turismo de manera holística, es decir **globalmente y transversalmente**, sector por sector, elemento por elemento, cuestión por cuestión, problema por problema y ver cómo se puede construir un futuro sostenible y responsable, adaptado al cambio climático y capaz de responder a crisis sanitarias, económicas o políticas.

Nuestro método será ver, a partir del estado de la literatura, cuáles son los pensadores, antropólogos, economistas, sociólogos y filósofos que no son especialistas en turismo pero cuyas reflexiones y prospecciones tienen un impacto directo o indirecto en él, ya sea ética, económica, ecológica, social o culturalmente. A menudo expertos en turismo o académicos han utilizado sus trabajos para confirmar, o no, el suyo propio. Será el objetivo del Capítulo I sobre el Marco teórico y epistemológico.

---

<sup>29</sup> Olivier & Silvie Broni, Excelia Group, 25 février 2021

<sup>30</sup> <https://www.infobae.com/economia/2020/05/02/la-economia-post-pandemia-por-que-se-augura-un-planeta-mas-pobre-mas-endeudado-y-mas-desigual/>

<sup>31</sup> Smil V. (2008). *Global Catastrophes and Trends: The Next 50 Years*. MIT Press, Boston

Después, buscaremos como estos últimos reaccionan a nuestras hipótesis sobre este futuro. Será el tema del Capítulo II, definiendo el método y los instrumentos de investigación que hemos elegido para este objetivo y confirmar o infirmar nuestras hipótesis.

En el Capítulo III de esta tesis doctoral, presentaremos los datos de nuestra investigación, confirmando nuestras hipótesis.

El Capítulo IV está dedicado a elaborar nuestros resultados a través de tres escenarios que reflejan el futuro del turismo que deberá enfrentarse a los graves impactos del cambio climático, de la pérdida de biodiversidad y de las desigualdades.

En el último Capítulo, nuestras conclusiones y recomendaciones nos conducirán a presentar medidas y buenas prácticas que permitirán el fomento, a largo plazo, de un turismo responsable, inclusivo, sostenible y conectado, para un mundo que busca, más que nunca, paz y solidaridad.

## **B. Hipótesis**

### **a. Nuestras hipótesis antes de la COVID19**

Al principio de esta investigación, en 2018, hemos buscado las opiniones y visiones de expertos internacionales a través del método Delphi, que se describirá a continuación. He enviado un cuestionario (véase el Anexo 1) a más de 200 personas con las que se había tenido contacto profesional en las últimas tres décadas. El cuestionario en inglés, español y francés tenía preguntas en ocho páginas.

Desafortunadamente, pocos respondieron, incluso ninguno de la Universidad de Córdoba; excepto contactos cercanos que me conocían personalmente y cuyas respuestas estaban sesgadas debido a sus puntos de vista fuertemente relacionados con una visión del desarrollo sostenible y el impacto del cambio climático. Quizás, el ejército era prematuro y muchos pensaban que el turismo seguiría un crecimiento y una resiliencia permanente. En 2019, hicimos tres hipótesis para el futuro del turismo:

- **Hipótesis previa 1:** Un turismo que sigue las tendencias actuales NO es sostenible y conduce al colapso en muchos destinos.
- **Hipótesis previa 2:** Un turismo solamente sostenible de larga distancia, principalmente urbano, es insuficiente y conduce a incrementar las desigualdades.

- **Hipótesis previa 3:** Un turismo inteligente y responsable de proximidad favorece el ocio vacacional de todas las poblaciones, reduce las desigualdades y permite el encuentro entre culturas.

Los escasos resultados del primer turno del análisis Delphi han dado, sin embargo, un total consenso sobre el hecho que el turismo atenderá sus límites antes de finales de la década 2020, con el sobreturismo y su rechazo de una parte de las poblaciones locales<sup>32</sup>; el impacto sustancial del transporte aéreo sobre la huella de carbono, la aceleración de la digitalización que afectará, esencialmente, al turismo profesional y de negocios, las políticas que pondrán énfasis sobre un turismo nacional y de proximidad dentro del marco de una economía circular, como por ejemplo las buenas prácticas del “slow turismo”.

Después de la crisis de la COVID19, es otra senda la que debemos seguir y formular hipótesis que serán verificadas, no por el método Delphi, sino por una escala de Likert que permite presentar una medida del consenso entre expertos. El marco propuesto permite diseñar un indicador posicional que da el grado “de acuerdo” para cada elemento y para cualquier número determinado de opciones de respuesta. Los resultados obtenidos muestran la utilidad de las métricas basadas en el consenso para realizar un seguimiento de la evolución de las variables económicas. Tan solo será interrogada una veintena de académicos y profesionales.

¿Cómo construir escenarios para el futuro del turismo? La metodología usual utilizada por Futuribles International<sup>33</sup> y de su líder, Hugues de Jouvenel<sup>34</sup>, es construir escenarios prospectivos para estructurar sus imágenes de futuro en una situación de incertidumbre.

#### b. La reformulación de las hipótesis

Además, tenemos objetivos pedagógicos para demostrar que la utilidad de la previsión como instrumento para explorar posibles futuros para la toma de decisiones y la acción y, por lo tanto, en el desarrollo de políticas y estrategias a corto, mediano y largo plazo. Lo más importante es explicar cuándo, cómo y por qué se ha desarrollado la previsión, que son los conceptos en uso, las filosofías que hay detrás, sus virtudes y limitaciones

---

<sup>32</sup> Ver nuestro capítulo en Hugues Séraphin, Tatiana Gladkikh & Tan Vo Thanh, Editors (2020). Overtourism Causes, Implications and Solutions. Palgrave Macmillan, Cham, Switzerland : Lanquar R. Overtourism: How the International Organisations Are Seeing It?, pages 149-168.

<sup>33</sup> <https://www.futuribles.com/en/agenda/introduction-a-la-demarche-prospective-de-lanticup/>

<sup>34</sup> de Jouvenel H. (2004), Invitation à la prospective - An Invitation to Foresight, édition Futuribles, Coll. Perspectives, Paris

operativas: lo que veremos en el Capítulo 1 *Estado de la literatura*. El análisis de la literatura nos sacará del campo estrictamente turístico, buscaremos referencias sobre conceptos, valores, cuestiones geopolíticas globales que tienen un impacto directo en el desarrollo del turismo, a partir de una lista estructurada de los subsectores que componen el turismo.

Describiremos nuestra metodología de investigación en torno a la construcción de escenarios a través del análisis morfológico y el uso de una escala de Likert enviada a 200 expertos, académicos y profesionales del turismo de todo el mundo.

Nuestra tesis será elaborada para construir escenarios de futuros posibles después de una representación del entorno turístico global enfocando una serie de hipótesis y varios motores – impulsores (o drivers). Se utilizará el análisis morfológico conectado a una escala de Likert.

El análisis morfológico fue inventado por Fritz Zwicky a mediados de la década de 1940 como un método de creatividad en el sector aeronáutico, como lo explica Véronique Lamblin (2018)<sup>35</sup>. El objetivo del análisis morfológico es destacar procesos, productos o servicios innovadores desde la descomposición en funciones, variables clave e hipótesis de evolución de estas variables (o soluciones); pero también construir escenarios prospectivos a partir de la descomposición del sistema estudiado en variables clave y posibles hipótesis de evolución de estas variables. *“Las variables demográficas, económicas, técnicas o sociales pueden caracterizarse por una serie de posibles desarrollos: suposiciones. El marco de un escenario no será más que una combinación de suposiciones evolutivas de diferentes variables. Muy estimulante para la imaginación, el análisis morfológico permite un escaneo sistemático del campo de posibilidades”* (Lamblin 2018).

La construcción de estos escenarios se hará para confirmar o refutar tres hipótesis prospectivas cercanas a las anteriores pero revisadas debido a la crisis sanitaria de la COVID19 utilizando la técnica *“How to, What if”* (Cómo, Qué pasaría si) desarrollada por la Asociación Internacional Futuribles. La técnica *“How to, What If”* *“aborda el desafío de involucrar una mentalidad creativa y disruptiva cuando se trata de diseñar el pensamiento y crear experiencias de usuario innovadoras. Pensar de manera disruptiva es algo perturbador, lo que significa que es algo muy difícil de hacer, especialmente cuando agregas líderes empresariales y culturas de empresa*

---

<sup>35</sup> Lamblin V. (Marzo 2018). Prospective and Strategic Foresight Toolbox. In L'analyse morphologique : Une méthode pour construire des scénarios prospectifs. Futuribles, Paris

*reacios al riesgo, que se aferran a bloques psicológicos, tradición corporativa y excusas que sofocan la creatividad y las posibilidades”* (Futuribles, 2020).

Esta técnica ofrece pasos clave, herramientas y ejemplos para ayudarle a lograr cambios incrementales que promueven el pensamiento disruptivo, superan las barreras a la creatividad y conducen a grandes diferencias innovadoras para los líderes empresariales, las empresas y, en última instancia, las experiencias y productos de los usuarios.

### c. Las nuevas hipótesis

**Hipótesis principal.** El turismo, especialmente el internacional, no podrá seguir el patrón de las tendencias que prevalecieron hasta 2019, incluso después de 2024, cuando se espera que la economía mundial se recupere. Este es el punto de vista de muchos profesionales conscientes y responsables como los del transporte aéreo<sup>36</sup>.

**Hipótesis complementaria 1.** El turismo ya no puede desarrollarse solo sobre la sostenibilidad como propugnan las instituciones intergubernamentales con el apoyo de lobbies profesionales. Este turismo sin duda tendrá una menor huella de carbono, hará un uso extensivo de las nuevas tecnologías, estará más inclinado a proteger la biodiversidad y con una dieta orgánica flexitariana, seguirá creando desigualdades debido a la gentrificación de los destinos más notorios y los costes adicionales de inversión y promoción a favor de tal turismo. El rechazo de las poblaciones locales se incrementará considerablemente.

**Hipótesis complementaria 2.** Es hacia el turismo local (así como la comida y los alojamientos locales) y en el contexto de una economía circular, que el turismo se debe desarrollar. Ya, las ciudades y territorios han optado por una economía circular, como París, en preparación para los Juegos Olímpicos de 1924. Entonces, ¿cuáles serían las políticas nacionales, la coordinación internacional y las medidas y reglamentos que se tomarían a nivel de ciudad y territorio? ¿Cuál sería el papel de las tecnologías en el fomento del desarrollo de destinos inteligentes en torno a la conectividad, la sostenibilidad y la inclusión de la sociedad civil local en el marco general de una economía circular?

---

<sup>36</sup> Según el Presidente del Aeropuerto de París, 25 de Julio 2020, <https://www.gouvernement.fr/partage/11677-COVID19-deplacement-a-roissy-charles-de-gaulle-de-jean-castex>

¿Qué políticas tendremos que poner en marcha para crear un turismo justo, sostenible y responsable? El filósofo converso Michel Eyquem de Montaigne (1533 - 1592) nos enseña que cada política tiene un valor relativo: es un arbitraje sobre un objeto que no puede tener una sola verdad, pero en el que uno puede, por el contrario, tener una multitud de puntos de vista y, a su vez estos mismos, funciones de experiencias, intereses, cálculos. Ninguna cuestión de debate público escapa a esta definición (si este fuera el caso, sería un absoluto y entonces estaríamos en el ámbito de la creencia y el dogma), ni los archivos técnicos ni los temas más filosóficos: gestión de la crisis de la salud y del clima, sino también laicismo o universalismo.

### **C. La necesidad de construir escenarios**

Los escenarios son muy útiles en tiempos de crisis, como lo que conocemos, para pensar en las diferentes configuraciones de los próximos eventos y ayudar a la decisión de políticos y profesionales del turismo, en el desarrollo de políticas públicas o estrategias globales o sectoriales en empresas, asociaciones, centros de investigación, territorios, destinos, etc. Estos escenarios nos permitirán además de verificar la validez de nuestras hipótesis y de ver la factibilidad de políticas, estrategias e iniciativas en favor del turismo. Analizaremos además que liderazgo será preferible.

En una economía global digitalizada<sup>37</sup>, a pesar de la importancia de los procesos de gobernanza para la gestión de los destinos y el impacto de la tecnología digital en estos procesos, sorprendentemente poca investigación académica ha explorado el uso de la tecnología digital para transformar la gobernanza pública en el sector turístico. Analizaremos, unos tipos de interacciones habilitadas para la tecnología entre el gobierno y otras partes interesadas: de gobierno a gobierno, de gobierno a empresa, de gobierno a entidades sin fines de lucro, de gobierno a ciudadano, de gobierno a visitante y de gobierno a empleado, para entender las presiones sobre las autoridades turísticas y determinar cómo estas autoridades responden a esas presiones, cómo innovan sus operaciones y políticas, y cómo estas innovaciones se institucionalizan a lo largo del tiempo con tecnologías digitales.

Los resultados ampliarán las bases de los escenarios y apoyarán el debate estratégico sobre el futuro del sector turístico hacia 2050 - 2060. ¿Qué puede pasar en los destinos y territorios turísticos? ¿Cuáles serán los más concurridos? ¿Qué comportamientos esperamos de los consumidores, de los profesionales del turismo, y de los responsables, técnicos y políticos, de los

---

<sup>37</sup> Kalbaska N. et al. (2017). When Digital Government Matters for Tourism: A Stakeholder Analysis. In *Information Technology & Tourism* 17(5):315-333

territorios y destinos? ¿Cómo predominara el turismo inteligente y digitalizado? ¿Por qué la economía circular tomará en cuenta el sector turístico? ¿Y por qué el turismo de proximidad será la norma para la mayoría de las poblaciones?

#### **D. Dar prioridad al enfoque multidisciplinar en el turismo**

La previsión de calidad requiere un enfoque multidisciplinar y transversal en el turismo. Las ciencias sociales deben acompañar el rápido desarrollo de la inteligencia artificial, la robótica y el big data para analizar la naturaleza de sus intervenciones y sus consecuencias para el turismo en todo el mundo. Los profesionales del turismo deben romper con la comodidad de su disciplina para que otras disciplinas vengán a regar su sector. Gobernar es decidir; hoy en día, gobernar ya no se trata sólo de predecir, sino de decidir sobre la base de escenarios reflexivos e posibles.

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO CONCEPTUAL, TEORICO Y EPISTEMOLOGICO**



## I. El marco contextual

### A. La necesidad de una prospectiva del turismo

La literatura académica, institucional y profesional sobre el futuro del turismo no es amplia y se relata más como un modelo de tipo tendencial BaU (Business as Usual - lo de siempre). El marco conceptual, teórico y epistemológico del turismo está distorsionado, sino parcializado por las instituciones internacionales donde encontraremos el mayor número de estadísticas y referencias relevantes para nuestra investigación sobre los posibles futuros del turismo.

La Organización Mundial del Turismo ha publicado el informe “*Tourism Towards 2030 - Global Overview*” (octubre 2011) estimando que, en 2030, el número de llegadas internacionales puede sobrepasar los 1.800 millones. El Boletín de Noticias de la ONU del 27 Diciembre 2017 intitulaba esta predicción: “1.800 millones de turistas para el 2030: ¿desastre u oportunidad?”, pero añadiendo en este Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo<sup>38</sup>: “la OMT lanzó la campaña “*Viaja. Disfruta. Respeta*” que busca concientizar a los viajeros para que sean más responsables y valoren a la gente, la naturaleza y las cosas que descubren”.

En 2011, el tono del Prólogo del Secretario General, Taleb Rifai, era muy optimista: “Las próximas dos décadas serán de crecimiento sostenido para el sector turístico. Las llegadas de turistas internacionales un promedio de 43 millones al año entre 2010 y 2030. Al ritmo proyectado de crecimiento, superaremos los 1.000 millones de marca en 2012, frente a los 940 millones de 2010. Para 2030, el número se prevé que alcance los 1.800 millones, lo que significa que, en dos décadas, 5 mil millones de personas cruzarán fronteras para fines de ocio, negocios u otros propósitos tales como visitando amigos y familiares todos los días, incluyendo los turistas viajando a nivel nacional”. Pero el Dr. Rifai terminará sus comentarios con una frase que podría ser considerada profética en 2020: «Benjamín Franklin dijo “al no prepararse, usted está preparando fracasar”. Turismo Hacia 2030 tiene como objetivo ayudarnos, en la forma más eficaz para aprovechar al máximo las oportunidades y asumir un papel de liderazgo en el camino hacia un crecimiento más justo, más fuerte y sostenible.

---

<sup>38</sup> La Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó en 2015 la designación de 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) coordinador de las actividades e iniciativas sobre el tema. El turismo era un elemento esencial del Agenda 2030 de los ODS, en particular el Objetivo 8: promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, el Objetivo 12: consumo y producción sostenibles y el Objetivo 14: conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

#### a. Contexto estadístico

Sabiendo que, en 2019, el sector ha contabilizado directamente el 10,6% del PIB mundial y creó 340 millones de empleos o, lo que es lo mismo, alrededor de 10% del empleo mundial, la cifra de 1.800 millones de llegadas internacionales y más de 5.000 millones de turistas domésticos se hubiera podido alcanzar antes, en los años 2025-2027, con un crecimiento siguiendo el patrón de los años 2015 -2019. La pandemia de la COVID19 y sus consecuencias fueron un evento extraordinario para el turismo. La OMT y los profesionales del sector esperan que, a partir de 2024 reanudaremos con un crecimiento parecido a lo que hemos conocido hasta 2019. Sus predicciones se han hecho solamente sobre la caída del turismo en 2020 y 2021.

El sucinto informe “Tourism Towards 2030” (40 paginas) se termina con una pregunta: ¿si estas suposiciones cambian? Entonces, los autores proponen un análisis de sensibilidad con tres escenarios alternativos:

- Recuperación más lenta de lo esperado de la crisis de 2008-2009 a corto plazo, y menor PIB mundial a medio plazo;
- Los costes de transporte aumentan a un ritmo más rápido que en la proyección central;
- Los costes de transporte continúan su declive, similar a la que se ha producido en los últimos 20 años.

Y concluyen *“En este análisis de sensibilidad, el impacto de las variaciones de ambas variables se evalúa por separado. Sin embargo, en la práctica podría haber un efecto atenuante, ya que en cierta medida tantas variables están interrelacionadas inversamente. Un fuerte crecimiento económico impulsaría la demanda de energía y aumentaría su precio y, consecuentemente, los costes del transporte; mientras que en el débil crecimiento habría un efecto moderador en estos costes”*.

**TABLA 1****TURISMO INTERNACIONAL Y POBLACIÓN MUNDIAL**

Año	Llegadas turismo internacional (000s)	Población mundial (000 personas)	% de las Llegadas en relación con la Población mundial
1950	25 282	2 555 360	0,99
1960	69 320	3 020 112	2,30
1965	112 863	3 311 621	3,41
1970	165 787	3 675 076	4,51
1975	222 290	4 057 284	5,48
1980	284 282	4 428 422	6,42
1985	327 570	4 818 994	6,80
1990	481 134	5 250 661	9,16
1995	561 860	5 250 213	9,93
2000	700 789	6 052 847	11,58
2005	806 300	6 453 628	12,49
2010	1 006 400	6 812 200	14,77
2015	1 184 000	7 349 472	16,11
2020	400 000**	7 758 156	5,2***

\*Estimaciones antes de la COVID19; \*\* Estimaciones con turismo en buen funcionamiento a partir de Septiembre 2020; \*\*\* Estimaciones OMT - Fitur Enero 2022 (*Estimaciones provisionales propias del autor*).

**Fuentes:** *OMT Estadísticas Year Books para llegadas internacionales y Banco Mundial, on-line, World Development Indicators para población*

Hay que triplicar por lo menos, el número de turistas nacionales. Por ejemplo, en Francia, el Barómetro Opendo- Raffour<sup>39</sup> indica: en 2019, el 68% de los franceses han hecho viajes de ocio y, de estos, el 60% hizo sus reservas online. Es decir, casi 37 millones de franceses mayores de 15 años han disfrutado vacaciones con una duración media de 12 días. Mientras que, la duración media de los más de 90 millones de visitantes internacionales era de 4 a 6 noches<sup>40</sup>. En España, según el INE, en 2019, se realizaron más de 100,7 millones de viajes de ocio, recreo o vacaciones de los residentes, de los cuales 25,6 millones se correspondieron con vacaciones de verano. En 2020, en toda Europa y el resto del mundo, el turismo nacional, y más el

<sup>39</sup> <https://www.veilleinfotourisme.fr/entreprises-et-clienteles/clienteles-touristiques/barometre-opodo-37-millions-de-francais-etait-partis-en-vacances-en-2019>

<sup>40</sup> <https://fr.statista.com/statistiques/472124/duree-sejours-touristes-etrangers-france/>

turismo de proximidad, tendrá una caída mucho menor que el turismo internacional.

Consultorías como Euromonitor<sup>41</sup> estimaban en su Informe 2018 “*Megatrends shaping the Future of Travel*” que China será el primer país turístico del mundo delante de Francia y España. Observando conjuntamente que China duplicará su número de aeropuertos para 2035, cuando se convertirá en el principal mercado de transporte aéreo del mundo. China estaba construyendo 216 aeropuertos en 2019-2020, además de los 234 que ya existen. ¿Se corregirá esta visión estratégica después de 2020?

Porque parece que nos dirigimos hacia el final del triunfante neoliberalismo, sellado por el Consenso de Washington, concepto utilizado por primera vez en 1989 por John Williamson, un conjunto de medidas aplicadas a los países en dificultad ante su deuda bajo la presión de las instituciones financieras internacionales que se encuentran en Washington como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional y fuertemente alentadas por los ideólogos neoliberales de la Escuela de Chicago. La desaceleración de la globalización con el desarrollo de una economía circular y lenta (slow food... turismo lento) es una de las vías que exploraremos: eco diseño, reparación y reciclaje.

Como encargo adicional emanando de los profesionales, el WTTC (Consejo Mundial del Viaje y el Turismo) público un estudio dirigido al turismo urbano para analizar también el impacto del sobreturismo hacia 2030 (WTTC 2018)<sup>42</sup> y ver cómo reducir su huella de carbono en el mismo tiempo que crece sin parar.

Utilizando los análisis del “Oxford Economics’ Global City Travel (GCT)”, el WTTC con el grupo JLL (Jones Lang LaSalle Incorporated), una compañía estadounidense de servicios inmobiliarios comerciales (la segunda en el mundo), se han enfocado sobre áreas clave para proporcionar un índice compuesto como una visión holística, abarcando los activos físicos y naturales actuales, el capital social y la existencia de políticas específicas relacionadas con viajes y turismo de 50 mega-ciudades. Este índice reúne un amplio espectro de prácticas de destino y atributos de la comunidad para determinar un nivel y tipo de preparación. Los niveles van desde destinos turísticos de mercado emergentes hasta destinos maduros con diferentes niveles de infraestructura.

---

<sup>41</sup> Research and Markets, Guinness Centre, Taylors Lane, Dublin 8, Ireland.

<sup>42</sup> WTTC & JLL (2018). DESTINATION 2030 Global Cities’ Readiness for Tourism Growth. WTTC, London

Se ha definido una tipología de ciudades en función de 5 niveles:

- 1- **Nuevos promotores:** Las ciudades tienen una infraestructura turística emergente, un crecimiento turístico gradual y una menor concentración de visitantes, pero con potencial de crecimiento; como Manila, Moscú y Riad.
- 2- **Operadores emergentes:** Las ciudades tienen una infraestructura turística emergente, un impulso turístico creciente y el inicio de presiones crecientes relacionadas con el crecimiento del turismo; incluyendo Delhi, Estambul y la Ciudad de México.
- 3- **Dinámica equilibrada:** Las ciudades son, a menudo, centros de negocios con una menor proporción de ocio en comparación con los viajes de negocios, pero tienen una infraestructura turística establecida y potencial para el crecimiento de viajes y turismo. Algunos ejemplos son Chicago, Múnich y Tokio.
- 4- **Destinos maduros:** Las ciudades tienen una fuerte dinámica de viajes de ocio y/o negocios y una infraestructura turística establecida, pero hay riesgo de que existan partidas futuras relacionadas con el volumen, la infraestructura o la actividad de los visitantes que están probando la preparación para un crecimiento adicional. Estas ciudades incluyen Nueva York, Berlín, Londres y Sídney.
- 5- **Gestión de impulso:** Las ciudades tienen un alto impulso de crecimiento motivado por los viajes de ocio y una infraestructura turística establecida. Sin embargo, estas ciudades se enfrentan a presiones para garantizar que el volumen de viajeros se adapte a la infraestructura urbana necesaria y la diversidad de productos turísticos. Algunos ejemplos son Ámsterdam, Barcelona y Praga.

WTTC & JLL esperaban que, al compartir ejemplos de las experiencias y las políticas de buenas prácticas de las ciudades, su trabajo ayudase a otras ciudades a tomar decisiones eficaces y que proporcionasen soluciones de inversión procesables para fomentar el crecimiento sostenible en la actividad turística futura.

Durante la crisis de la COVID19, se ha buscado un acercamiento entre la posición de WTTC, que representa a profesionales del turismo, y de la OMT, que representa Estados. La OMT ha publicado una serie de directrices de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) para ayudar a los gobiernos y las empresas privadas a “*reabrir el turismo de manera segura, fluida y responsable*”. Al mismo tiempo, la OMT ha fortalecido su

asociación con Google para centrarse en la innovación y la transformación digital del turismo mundial. Con WTTC, la OMT ha promovido una etiqueta de destino turístico seguro (“Viaje seguro”), aunque algunos expertos en salud cuestionan esta certificación para muchos destinos durante el verano 2020.

b. Megatendencias y las nuevas inquietudes de la OCDE y del Banco mundial

El turismo es de vital importancia económica, social y cultural en los países miembros y socios de la OCDE. Desempeña un papel clave en la creación de empleo, los ingresos internacionales y el valor añadido interno. Contribuye directamente al 4,4 % del PIB de sus países miembros, al 6,9 % del empleo y al 21,5 % de las exportaciones relacionadas con los servicios<sup>43</sup>. Ahora puede proporcionar más perspectivas para un crecimiento económico duradero e inclusivo. La OCDE no ha respondido a la interrogación de un turismo de amenaza para la humanidad y la tierra, en sus “Megatendencias hacia 2040” (2018).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es una organización internacional creada al comienzo de la guerra fría, en 1948, para ejecutar el Plan Marshall financiado por Estados Unidos para la reconstrucción de un continente devastado por la segunda guerra mundial y a punto de caer en el seno de la URSS con el nombre OEEC (Organización para la Cooperación Económica Europea). Al mismo tiempo, se creó la OTAN (Organización del Tratado Atlántico Norte). La OEEC cambió de nombre en 1960 y se pasó a llamar OCDE, con sede en París, e incluía en 2020, 36 países. Su misión es ahora diseñar mejores políticas para una vida mejor. ¿Cómo analizar las Megatendencias de la OCDE dado que China, la segunda economía mundial, no es miembro de esta organización?

El estudio de las “Megatendencias Turísticas” es la Parte 1, Capítulo 2 del informe de 2018 “Turismo Tendencias y Políticas” (OECD, 2018)<sup>44</sup> publicado cada dos años por la OCDE en inglés y francés. Este informe da pistas con las economías occidentales de mercado: el futuro del turismo se verá afectado por cambios sociales, económicos, políticos, ambientales y tecnológicos a gran escala, lo que traerá nuevos desafíos, amenazas y oportunidades que a menudo no se han visto. Estas “Megatendencias” son lentas de formarse, pero una vez que se han arraigado, ejercen una influencia

---

<sup>43</sup> OECD (2020). OECD Tourism Trends and Policies 2020. OECD, Paris

<sup>44</sup> OCDE (2018). "Analizando megatendencias para mejorar la forma del futuro del turismo", estudios de la OCDE sobre turismo, 2018/02. Ediciones de la OCDE, París, <https://Doi.org/10.1787/b6b7c938-fr>

profunda y duradera en las actividades, procesos y percepciones humanas, incluso para el turismo.

El informe de la OCDE propone principios rectores para maximizar el valor de este ejercicio de prospectiva:

1. Agilidad: Utilizar la evidencia y las proyecciones existentes para adaptarse a las realidades emergentes.
2. Multiplicidad: Preparar y pensar en otros desarrollos futuros al desarrollar políticas y programas.
3. Anticipación: Dar pasos que sean propicios para el futuro deseado.
4. Sostenibilidad a largo plazo: Tener en cuenta el impacto de las políticas en las generaciones futuras y actuar con responsabilidad en el presente.
5. Asociación e inclusión: Reunir a una serie de partes interesadas que representan una serie de puntos de vista e intereses.
6. Colaboración internacional: Trabajar juntos a nivel internacional para garantizar que las políticas y decisiones sean sostenibles a escala mundial.

En el contexto del turismo, las “Megatendencias” de la OCDE subrayan el auge de tecnologías habilitantes que afectan a la forma en que las personas en todo el mundo pueden viajar, como a través de plataformas en la economía colaborativa. También es probable que los avances en la automatización transformen el sector como la generalización del Revenue Management. Habitualmente la OCDE se refiere al estado de gobierno (pero no a la gobernanza), a la confianza en la esfera pública. En el contexto del turismo, las decisiones públicas desempeñan un papel en varios ámbitos, en particular en la movilidad de los viajes. Esta movilidad se verá afectada por el grado en que los gobiernos nacionales apoyan el transporte internacional o facilitan diversas gestiones a los viajes (pasaportes, visados, certificados sanitarios, etc.).

Las Megatendencias de la OCDE han tenido en 2019 impactos significativos y relevantes para el turismo con conclusiones también significativas: *“En los próximos 50 años, el centro de gravedad de la economía mundial cambiará hacia el este y el sur. Para 2030, se espera que los países en desarrollo aporten dos tercios del crecimiento mundial y la mitad de la producción mundial, siendo los principales destinos del comercio mundial. Las economías emergentes como China e India son mercados cada vez más importantes para las empresas de muchas*

*industrias... Estos factores del lado de la demanda significan que es probable que las economías emergentes sigan siendo lugares favorecidos para las actividades de producción, mientras que los cambios significativos hacia los servicios harán que China y otras economías emergentes ganen grandes participaciones en el comercio de servicios a expensa de los países de la OCDE a largo plazo”.*

Estas Megatendencias, relevantes hasta la aparición de la COVID19, derivan de una filosofía neoliberal muy cercana a la visión más bien conservadora de los profesionales del turismo. Sin embargo, en 2020, a pesar de la COVID19, profesionales y responsables del turismo siguen con una actitud muy tradicional, poniendo como escenario principal de sus análisis estratégicos del futuro, el BaU – Business as Usual – Lo de Siempre. Lo hemos analizado con el sobreturismo que ha sido reconocido sin convicción por la OMT y estos profesionales (Lanquar, 2020).

La OCDE había publicado el “Informe 2060”, documento global, en noviembre de 2012. Entre 2010 y 2011, de cara a la economía mundial para 2060, nueve economistas de la OCDE han discutido los flujos migratorios, las tasas de crecimiento y los niveles de desarrollo, y el gran desafío al que se enfrentan nuestras civilizaciones: el cambio climático. Europa, especialmente la del Sur, podría quedar atrás en competitividad. Estas consideraciones no pueden sostener la indiferencia, especialmente en los países del norte de África con un fuerte vínculo con la Unión Europea. A la luz del “Informe 2060” de la OCDE, publicado en noviembre de 2012, un periodista australiano lanzaba un órdago: *“Pasarás tus vacaciones en Europa (Mediterráneo), invertirás en Asia”*<sup>45</sup>.

Uno de los puntos centrales de este informe es la demografía, las tasas reproductivas podrían caer por debajo de la tasa de reemplazo generacional de 2,1 hijos por mujer, lo que significa que, para 2045, la población mundial se estabilizaría e incluso comenzaría a disminuir. Esta limitación demográfica acelerará el envejecimiento de las poblaciones y, sobre todo, aumentará los flujos migratorios, especialmente de Africa, que serán necesarios para compensar los déficits humanos de los países más desarrollados.

Las consecuencias serán diversas. El envejecimiento conducirá a una migración neta positiva de los países en desarrollo. Esto apunta, entre otras cosas, una clientela potencial adicional del “turismo de diáspora”, que ya

---

<sup>45</sup> Lanquar R. (2012). 2060 : Passez vos vacances en Méditerranée, investissez en Asie. L'Economiste, Edition N°3927, Casablanca



representa casi el 20% del total de llegadas de turistas internacionales al Mediterráneo, con el ejemplo muy característico de la Operación Paso del Estrecho entre España y Marruecos. Incluso la OTAN ha descubierto que estos migrantes tienen la capacidad de construir puentes económicos y tecnológicos con los países de acogida, especialmente en los servicios, incluyendo el turismo, lo que es clave para la paz y la estabilidad mundiales<sup>46</sup>.

Conjuntamente, lo que las clases más viejas de los países desarrollados van a necesitar es un turismo médico. ¿Podrán pagar el tratamiento en casa? Como ahora en España, Grecia, Portugal y pronto en Francia, el modelo social de pensiones se verá alterado en Europa. Los pensionistas europeos pueden pasar sus vacaciones cada vez más en la costa sur y este del Mediterráneo añadiendo tratamientos, diálisis, cirugías de rutina como la catarata de los ojos. Finalmente podrían migrar más al sur por su sol y el menor costo de vida.

La OCDE también ha publicado en octubre 2018 otro informe hacia 2060: “*Global Material Resources, Outlook to 2060, Economic Drivers and Environmental Consequences*<sup>47</sup>” (Recursos materiales globales, Perspectivas hasta 2060, Impulsores económicos y consecuencias ambientales), con las siguientes principales conclusiones:

1. En las próximas décadas, el aumento de las poblaciones con mayores ingresos impulsará un fuerte aumento de la demanda mundial de bienes y servicios.
2. Se prevé que el producto interior bruto (PIB) mundial se cuadruplica entre 2011 y 2060.
3. La producción y el consumo están cambiando hacia economías emergentes y en desarrollo, que en promedio tienen una mayor intensidad de materiales.
4. La creciente proporción de servicios en la economía reducirá el crecimiento del uso de materiales, ya que este sector es menos intensivo en materiales que la agricultura o la industria.
5. Los desarrollos tecnológicos ayudarán a desvincular el crecimiento de los niveles de producción de los insumos, materiales a la producción. ... uso de materiales.

---

<sup>46</sup> Lanquar R. (2009). Le tourisme, les diasporas et le co-développement en Méditerranée. In *The Role of Binational Entrepreneurs as Social and Economic Bridge Builders between Europe and North Africa*. NATO Science for Peace and Security Series - E: Human and Societal Dynamics Volume 53 Ed. Fatima Lahnaït, London

<sup>47</sup> OECD (2018). *Global Material Resources, Outlook to 2060 Economic Drivers and Environmental Consequences*. OECD, Paris

6. Se proyecta que el reciclaje será más competitivo en comparación con la extracción de materiales primarios.

Pero en abril de 2022, la OCDE ha mostrado su inquietud sobre el cumplimiento de los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, bajo el título: "Erradicar la pobreza, proteger el planeta, garantizar la prosperidad para todos". Como señaló la OCDE, sus países miembros están avanzando demasiado lentamente en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, es decir, finalmente en la lucha contra el cambio climático<sup>48</sup>. ¡Las Megatendencias son cuestionadas!

De la misma manera, el Banco Mundial, sin tratar directamente al turismo, ha definido un contexto similar hacia 2050-2060. La edición de enero de 2015 de los *Global Economic Prospects* marca un punto de inflexión en el Banco Mundial, insistiendo sobre las políticas fiscales que pueden contener los efectos negativos del desarrollo económico, incluyendo ¡el turismo. ¡La edición de mayo 2020 tiene un enfoque muy diferente.

Con dos días de diferencia, el Banco Mundial, el 8 de junio de 2020, y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el 10 de junio, publicaron sus previsiones a corto y medio plazo. La crisis económica y social que surgió después de la pandemia de la COVID19 podría resultar peligrosa, si no explosiva, para toda la humanidad. Se cuestiona la globalización, se exasperan las tensiones con el aumento del nacionalismo, la búsqueda de los culpables y la caída del PIB mundial. El Banco Mundial y la OCDE han estado trabajando para analizar el impacto de la pandemia. Sus conclusiones, casi idénticas, muestran que la pendiente será difícil de escalar y que la resiliencia de la economía mundial dependerá principalmente del grado de cooperación entre los países y los gobiernos, con el deseo de lograr más justicia y sostenibilidad.

#### c. En una línea de cresta

Las Perspectivas Económicas de junio de 2020 de la OCDE tienen un titular desconcertante: "*La economía mundial en una línea de cresta*" con todos los riesgos de tal situación dependiendo de si se encuentra o no una vacuna o tratamientos eficaces con dos escenarios:

- **el primero** con una nueva ola de contagios al final del verano de 2020 acompañado de medidas de contención y,
- **el segundo** más tranquilizador, si se evita un nuevo brote". Sectores enteros se ven particularmente afectados, como el transporte aéreo, la

---

<sup>48</sup> <https://www.oecd.org/wise/the-short-and-winding-road-to-2030-af4b630d-en.htm>

automoción, la energía, los eventos culturales y deportivos, los festivales, los conciertos y la viticultura... todos partes del turismo, a pesar de la “aplicación de políticas de gran alcance” de los gobiernos y bancos centrales para proteger a las personas y las empresas de las consecuencias del repentino cierre de la economía, que se ha derrumbado hasta en un 20-30% en algunos países.

Como señala la OCDE, “*cuando se afianzan las tensiones financieras, los bancos centrales han tomado medidas agresivas y oportunas, desplegando una serie de políticas convencionales y no convencionales más allá de las utilizadas en la crisis financiera mundial (de 2008), impidiendo que la crisis sanitaria y económica se convierta en una crisis financiera*”; esto explica que las bolsas de valores no han sufrido demasiados daños y que han puesto a estos países en una “línea de cresta” (el título del informe en francés, pero su título en inglés es “la cuerda floja”).

#### d. De la gran integración a la gran fragmentación

¿Es el final de la globalización tal como la hemos conocido hasta 2019? Según la OCDE, estamos asistiendo a un cambio de “*gran integración a gran fragmentación*”. Están surgiendo restricciones adicionales al comercio y a la inversión. Muchas fronteras están cerradas y es probable que permanezcan cerradas mientras continúen los brotes del virus. Las economías diferirán, dependiendo de cuándo y en qué medida se hayan visto afectadas por el virus, en cuanto a sus sistemas de salud, su especialización sectorial y su capacidad fiscal para hacer frente a la crisis.

Según la OCDE, hemos visto grandes salidas de capital, remesas en caída, sistemas de salud frágiles, que han amenazado principalmente a una gran proporción de trabajadores informales, en particular en el turismo: “*En todas partes, el confinamiento ha exacerbado las desigualdades entre los trabajadores, los que son capaces de tele trabajar son generalmente muy cualificados; mientras que los menos cualificados y los jóvenes, a menudo en primera línea, no pudieron trabajar o fueron despedidos; estos efectos se ven agravados por el acceso desigual a la protección social.*”

La OCDE afirma su conclusión, pidiendo a los gobiernos que aprovechen esta oportunidad para crear una economía más justa y sostenible, haciendo que la competencia y la regulación sean más inteligentes, modernizando los impuestos, el gasto y la protección social: “*la prosperidad vendrá del diálogo y la cooperación*”.

Por su parte, el Banco Mundial, el 8 de junio de 2020, publica “*The Global Economic Outlook During the COVID19 Pandemic: A Changed World*” - Las perspectivas económicas durante la pandemia de la COVID19: un cambio de mundo- y tuiteó (práctica innovadora para una organización internacional) las partes más importantes<sup>49</sup>.

La recesión mundial de 2020 es la más profunda desde la Segunda Guerra Mundial. A largo plazo, los economistas del Banco Mundial esperan que “*las profundas recesiones provocadas por la pandemia dejen cicatrices duraderas al reducir la inversión, eliminar el capital humano a través de la pérdida de trabajo y educación, fragmentar el comercio mundial y los vínculos de oferta*” (Banco Mundial, 2020). Decenas de millones de personas podrían caer en la pobreza extrema. Aunque los mercados agrícolas de todo el mundo parecen estar funcionando bien, las restricciones al comercio y las perturbaciones de la cadena de suministro podrían dar lugar a problemas de seguridad alimentaria en algunas regiones.

¿Cómo recuperar la resiliencia? El Banco Mundial pide que se fortalezcan los servicios de salud y se apunten a medidas de estímulo específicas en sectores clave, incluidos el turismo y el transporte de personas. Si, durante el período de mitigación, los gobiernos deberían centrarse en mantener la actividad económica con apoyo a los hogares, las empresas y los servicios esenciales, entonces será necesaria una mejor coordinación y cooperación a nivel regional y mundial. Esta cooperación y coordinación son las únicas soluciones que nos ofrecerían “*las mayores posibilidades de alcanzar los objetivos de salud pública y permitir una recuperación mundial sólida*”. Esto concierne directamente al turismo.

## **B. Más allá de una visión neo - o ultra - liberal**

Los informes de la OCDE y el Banco Mundial son particularmente atrayentes, pero proceden de una filosofía neoliberal que está muy cerca de la visión tradicional de los profesionales del turismo. De hecho, es necesario empezar desde otras bases, entre otras los trabajos franceses de *Futuribles* con su Informe *Vigía 2018* y del *Club de Roma* de los años 1970 revidadas en 2002 y 2012, fundaciones que están cada vez más justificadas cincuenta años después.

### a. El informe Vigía 2018

---

<sup>49</sup> <https://www.banquemonetario.org/fr/publication/global-economic-prospects>, Washington, Junio de 2020

El Informe *Vigía 2018*<sup>50</sup> tiene análisis prospectivos sobre tendencias de los estilos de vida hacia el horizonte 2050. El objetivo, según los autores, es de trabajar en los estilos de vida: *«Esto principalmente se centra en una escala intermedia entre los cambios globales y los que afectan a los individuos, una escala de elecciones colectivas que son decisivas para las personas y las sociedades en las que viven. Aquí es donde las sociedades tienen que expresar sus identidades, gestionar los cambios, a veces paradójicos, a los que se enfrentan y en los que buscan orientarse»* (Désaunay C & de Jouvenel F., 2018). Los autores listan estas evoluciones paradójicas, de tensiones entre:

- el crecimiento económico y los cambios globales, en particular, para adaptarse a los cambios globales (cambio climático, pérdida de biodiversidad, presión sobre los recursos),
- estandarización y personalización permitida por los avances técnicos y la aspiración de distinguirse,
- globalización y lógica territorial, incluso si se ve el desarrollo de una “slowbalisation”<sup>51</sup> con la afirmación de identidades nacionales, regionales o locales construidas sobre bases territoriales para afirmar la primacía de su interés particular,
- emancipación y comunidades, debido a la necesidad de pertenecer a grupos de afinidad,
- rendimiento y convivencia,
- voluntad de conquista y frugalidad con la valorización de lo terrestre y una ética de la frugalidad.

#### b. Cuatro escenarios hasta 2050

Los autores construyen, a partir de estos conceptos, 4 escenarios posibles hasta el horizonte 2050.

1. Un escenario donde la dinámica de la individualización está confortada.
2. Un escenario de sociedad controlada – monitoreada, dictaduras y democraturas.

---

<sup>50</sup> Désaunay C. & de Jouvenel F. (2019). Rapport Vigie 2018. Futuribles, Paris

<sup>51</sup> Una nueva palabra hace el buzz: "Slowbalisation" según la revista The Economist (Londres -26 de enero de 2019), contracción de lentitud y globalización. Esta revista explica que las fuerzas se están acumulando para frenar la globalización, lo que podría tener consecuencias negativas para la economía mundial, pero también podría ser una gran oportunidad para corregir sus excesos, especialmente para el medio ambiente y las desigualdades. Así que podríamos reconciliar la protección del medio ambiente con el crecimiento. Nuestras economías podrían beneficiarse de esta desaceleración para producir mejor con un menor impacto en la biodiversidad y el calentamiento global.

3. Un escenario bajo la influencia de la tecnología (inteligencia artificial).
4. Un escenario en el que los vínculos de afinidad reemplazan las lógicas territoriales en los modos de organización social.

### **C. ¿Volver a “los límites del crecimiento” del Club de Roma?**

Frente a esta situación sería importante de analizar otros modelos para el futuro, en particular la visión del Club de Roma. En 1972, el Club de Roma publica “*Los Límites del Crecimiento*” (Meadows et al., 1972). ¿Este modelo mundo puede ser el ejemplo que seguir para entender lo que pasará con el turismo durante las próximas décadas? Gracias a este, la conciencia social despertó dando paso al surgimiento de un vasto movimiento ambientalista en la mayor parte del mundo.

En 2021- 2022, medio siglo más tarde, el modelo que proponen los autores<sup>52</sup> (Meadows et al., 1972) parece pertinente para aplicarse a las interrelaciones a largo plazo entre una industria como el turismo con el resto de la economía, la sociedad y el medio ambiente más allá de las leyes del mercado a corto plazo. Es una visión global y a largo plazo que debemos tener, al igual que el equipo del profesor Meadows, que tuvo una mirada simplificada a 5 factores que limitan el crecimiento general: población, producción agrícola, recursos naturales, Producción industrial y polución. A estos se añade la tecnología, sus avances y las innovaciones que facilita.

Las conclusiones del equipo Meadows son:

*“1. Si las tendencias actuales en el crecimiento de la población mundial, la producción de alimentos y el agotamiento de los recursos permanecen inalterados, los límites al crecimiento en este planeta se lograrán en los próximos 100 años (es decir, antes de 2075). El resultado más probable será una disminución repentina e incontrolable de la población y de la capacidad industrial.*

*2. Es posible cambiar estas tendencias de crecimiento y establecer un estado de estabilidad ecológica y económica sostenible en el futuro. Este estado de equilibrio podría concebirse de manera que se satisfagan las necesidades materiales básicas de todas las poblaciones en la tierra y que cada persona tenga la misma oportunidad de lograr su potencial individual” (Meadows, 2004).*

---

<sup>52</sup> Dennis Meadows, Donella Meadows y Jørgen Randers (2004). The Limits to Growth: The 30-year update. Chelsea Green Pub.Co., White River Junction, Vermont

Meadows calcula cuántos años se necesitan para duplicar una economía. Si se tarda 700 años para una tasa de crecimiento del 0,1%, catorce años para una tasa de crecimiento del 5%, se necesitarán solamente diez años para duplicarla con una tasa de crecimiento del 7% y 7 años con una tasa de crecimiento del 10%.

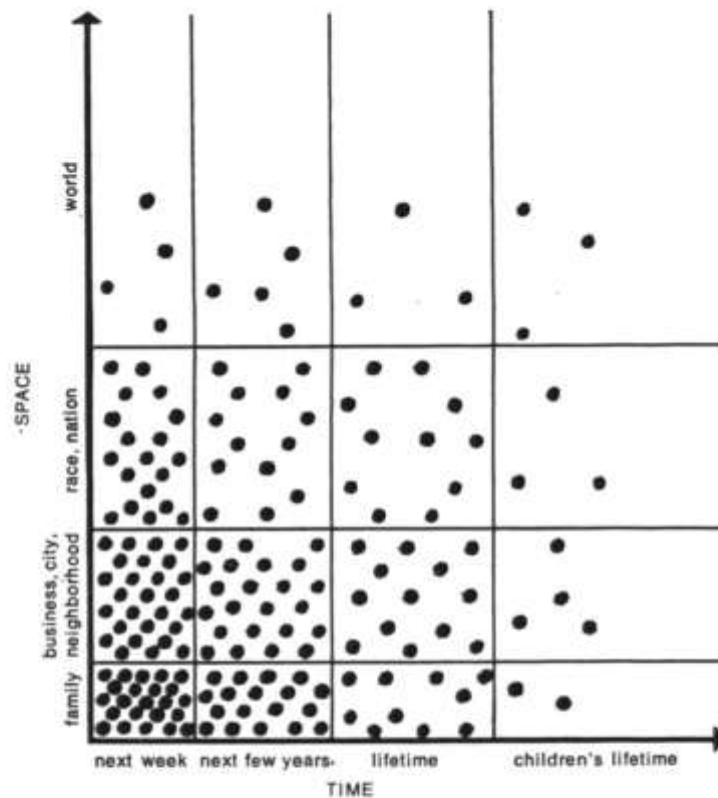


Gráfico 1

Perspectivas humanas  
(Fuente: Meadows Informe)

Por otro lado, el Gráfico 1 desarrollada por el equipo de Meadows explica las perspectivas del espacio total de la humanidad. Estas perspectivas tienen un origen antropológico. Cuarenta y cinco años después, el francés Emmanuel Todd (2017), antropólogo y demógrafo, pide que entendamos que desde la aparición del Homo Sapiens hasta hoy, la historia de la humanidad se dirige deliberadamente hacia la inteligencia del mundo tal como se rehace ante nuestros ojos y añade que es en las profundidades menos conscientes de la vida social dónde yace la explicación de muchos fenómenos del mundo

actual para, finalmente, empezar a vislumbrar con toda claridad lo que nos espera al día de mañana.

Desde 2021, el turismo no será capaz de desarrollarse como lo ha hecho hasta ahora.

#### **D. El turismo, ¿un futuro realmente sostenible?**

En octubre de 2018, durante el 12º Foro OMT/PATA (Pacific Asia Tourism Association)<sup>53</sup> sobre el “*Futuro del turismo: Camino hacia 2030*” no se han dado estimaciones cuantitativas, sino cualitativas, destacando la importancia de los comportamientos sociales hacia un futuro sostenible y la distribución de la riqueza generada por el turismo, como principales motores del cambio: «*los avances digitales brindan al turismo la oportunidad de fomentar la inclusión, el empoderamiento de la comunidad y la eficacia en la gestión de los recursos, con miras a cumplir con los ODS. No obstante, para hacerlo, es necesaria una mejor comprensión de hacia dónde se dirige el turismo, al objeto de adoptar las políticas y estrategias comerciales idóneas*», dijo el Director Ejecutivo de la OMT, Shanzhong Zhu, para abrir el evento.

Durante este Foro, el Dr. Ian Yeoman (Nueva Zelanda), en la ponencia de apertura, destacó que “*los comportamientos de la sociedad respecto de un porvenir sostenible y la distribución de la riqueza generada por el turismo son importantes motores del cambio, por no decir los principales*”, olvidando el impacto de las desigualdades, del cambio climático o de posibles catástrofes volcánicas, seísmos o epidemias – pandemias como lo que ocurrió en 2020.

##### a. ¿Un uso excesivo de las nuevas tecnologías?

Si bien los avances tecnológicos fueron examinados, sin embargo, nada fue revelado sobre el mal uso de los Big Data y la protección de datos de los viajeros. Era justo después de que Europa ponía en marcha su RGPD (Reglamento general de protección de datos)<sup>54</sup>. El Foro OMT/PATA abordó, esencialmente, los avances y datos digitales en apoyo al turismo sostenible.

---

<sup>53</sup> <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-10-30/el-12-foro-omt-pata-se-centrara-en-el-futuro-del-turismo>

<sup>54</sup> El Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, el RGPD regula el tratamiento que realizan personas, empresas u organizaciones de los datos personales relacionados con personas en la Unión Europea (UE): [https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/data-protection/data-protection-gdpr/index\\_es.htm](https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/data-protection/data-protection-gdpr/index_es.htm).



Transnacionales como Google, TripAdvisor, Vynn Capital, STR realizaron sus propias representaciones. En sus conclusiones, el Foro hizo hincapié en la necesidad de transformación y de aprovechar las oportunidades que ofrecen la innovación y la tecnología para lograr un mayor grado de sostenibilidad. Nadie abordó el tema del sobreturismo en las ciudades de Asia y del Pacífico.

Ya, en 2008, Ian Yeoman<sup>55</sup> declaraba que China será el destino turístico más grande del mundo antes de 2030, “*las vacaciones en el espacio exterior serán la mejor experiencia de lujo, el planchado sueco extremo será un deporte olímpico, las tecnologías integradas serán la norma en los futuros turistas y no habrá más esquí en los Alpes*”. Estos son algunos de los cambios que se producirán entre ahora y 2030 que cambiarán el turismo mundial según Yeoman en “Tomorrow’s Tourist: Escenarios y Tendencias”, lo que permite a los lectores imaginar que podría ser un turismo futuro con una visión optimista, resiliente y sostenible.

No se imaginaba sus impactos actuales, por ejemplo, el sobreturismo. Lanquar (2020) muestra que la definición de “*sobreturismo*” fue reconocida por los organismos internacionales solamente a partir del final de 2017, incluso en la presentación de los casos de Venecia, Barcelona o Praga. También se utilizaron otras palabras, como el hacinamiento, la saturación, la gentrificación; rara vez, la palabra “*hiperturismo*”<sup>56</sup> (Gravari- Barbas, 2017-2)<sup>57</sup>. La investigación se realizó a través del análisis de contenidos de las comunicaciones de prensa que se difunden a través de los medios de comunicación y el público a través de las redes sociales.

Los resultados son desconcertantes: muestran una conciencia real para mejorar la gobernanza de los destinos turísticos solamente a partir de 2019. ¿Prevalece un elemento de negación entre el sector turístico en relación con el sobreturismo y asuntos similares? ¿Las organizaciones internacionales hacen realmente frente al tema del sobreturismo? ¿Cuál es el papel de los lobbies de la industria del turismo? ¿La UNESCO está adoptando un enfoque diferente de la OMT<sup>58</sup> (Lanquar, 2020)? Parece que no.

## b. Paradojas de la UNESCO

---

<sup>55</sup> Yeoman I (2008). *Tomorrow’s Tourist: Scenarios & Trends*. Butterworth Heinemann, Oxford - ISBN: 978-0-08-045339-

<sup>56</sup> Gravari- Barbas M. & Guinand S. (2017-1). *Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises International Perspectives*. Routledge, London

<sup>57</sup> Gravari-Barbas M. (2017-2). *Tourisme de marges, marges du tourisme. Lieux ordinaires et « no-go zones » à l’épreuve du tourisme*. Bulletin de l’Association de Géographes français, 94-3, Paris

<sup>58</sup> Lanquar R. (2020). *Overtourism: How the International Organizations are dealing with it?*, in *Overtourism*. Palgrave MacMillan, London

El concepto de desarrollo sostenible comenzó a ser utilizado por la UNESCO a partir de la década de 1950, vinculado a su trabajo científico sobre la evaluación de los desastres naturales. La UNESCO no es concluyente con su Lista del Patrimonio Mundial y su Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial.

La Convención de 1972 sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural fue tan eficaz en las economías avanzadas que, en 1994 el Comité del Patrimonio Mundial de la UNESCO, tuvo que poner en marcha la “Estrategia Mundial para un Representante, Equilibrado y Una Lista del Patrimonio Mundial Creíble” para utilizar la misma herramienta para los países en desarrollo (UNESCO, 1994). Cuando la UNESCO publicó su primera lista de lugares protegidos. En 1978 se sumaron 12 sitios. Hoy en día la lista contiene 1.122 propiedades diferentes (julio de 2019)<sup>59</sup>. China deseaba poner en marcha su estrategia de desarrollo turístico, principalmente sobre su patrimonio cultural y natural. Cuando China decidió ampliar su turismo a finales de la década de 1980, obtuvo la lista de 55 sitios. Sólo Italia y España superan a China en esta lista.

El registro de la Lista del Patrimonio Mundial llegó a sitios ya muy visitados, pero la visita a los mismos aumentó de manera considerable. Clastres (2009)<sup>60</sup> cita la ciudad francesa de Albi que, en 6 años, de 2010 a 2016, ha duplicado el número de visitantes de 700.000 a 1.500 000. Córdoba (España) tiene más sitios patrimonio de la UNESCO que cualquier parte del mundo. El sitio de la Ciudad Califato de Medina Azahara de Córdoba, inscrito en 2018, ha tenido en menos de un año un aumento de visitantes de alrededor del cincuenta por ciento. Clastres (2019) dijo: *“Cada año, unos cincuenta sitios naturales o culturales solicitan su inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial para que se les conceda protección en beneficio de toda la humanidad. Sin embargo, al emitir esta etiqueta, la UNESCO también guía fuertemente los flujos turístico”*.

Así, la UNESCO puede advertir a una ciudad o sitio que puede ser expulsado de la Lista del Patrimonio Mundial. Para Dubrovnik (Croacia) en 2016, la UNESCO pidió a la ciudad que limitara el número de visitantes a

---

<sup>59</sup> <https://whc.unesco.org/en/list/1560> UNESCO (1972): 1) Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, UNESCO, Paris y, 2) UNESCO (1994). Global Strategy for a Representative Balanced and Credible World Heritage List. UNESCO, Paris y, 3) UNESCO (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage, UNESCO, Paris

<sup>60</sup> Clastres G. (July 2019). Patrimoine Mondial de l’UNESCO, les effets inattendus d’un label, Le cadeau empoisonné du tourisme culturel. Le Monde diplomatique, Paris

8.000 por día. La UNESCO detalló el sobreturismo sólo en el segundo semestre de 2018. Para el Día Mundial del Turismo de 2018, dedicado a la protección del Patrimonio Mundial, una recomendación explica que *“como un número mal administrado de visitantes puede dañar monumentos antiguos y poner en riesgo el patrimonio inmaterial”*.

Después, el Parlamento Europeo, a través de su Comisión de Transportes y Turismo, publicó un estudio (Parlamento Europeo 2018)<sup>61</sup> en el que *“aborda el complejo fenómeno del sobreturismo en la UE... “evitar el sobreturismo requiere políticas personalizadas en cooperación entre las partes interesadas de los destinos y los responsables de la formulación de políticas”*. El informe de 260 páginas del Parlamento Europeo hace hincapié en el concepto de problema social holístico hablando del turismo. ¡Esta postura más global conduce a preguntar si el término de *“turismo sostenible”* es el más adecuado en el futuro!

Dado que la OMT estuvo profundamente involucrada en el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo 2017, su Secretaría General estaba convencida de que la sostenibilidad resolvería el problema de la saturación y el hacinamiento. Al mismo tiempo, se puso especial atención en las herramientas estadísticas para medir esta sostenibilidad y la elaboración de indicadores coherentes.

La WTTC (World Travel and Tourism Council) ya sonó la alarma en 2017 mientras la OCDE centraba su análisis en las plataformas de la supuesta economía compartida (OCDE, 2018). La UNESCO siguió su política de ampliar las Listas del Patrimonio Universal tangible e inmaterial, especialmente en los países menos desarrollados. Desde 2016, la OMT está examinando cuidadosamente los destinos inteligentes (smart turismo) para el futuro del sector con el apoyo de SEGITTUR, la Empresa Estatal Española de Innovaciones Turísticas, su miembro afiliado, que ha organizado dos conferencias de la OMT sobre destinos inteligentes, en Murcia (España) en 2017 y en Oviedo (España) en 2018.

Por lo tanto, la OMT pedía *“determinar los niveles aceptables de impacto del turismo en las ciudades a través de un proceso participativo en el que estén presentes todas las partes interesadas pertinentes”* (OMT, 2018). Invita a la inclusión: *“Mejorar la integración de las comunidades locales en la cadena de valor del turismo, promoviendo su participación en el sector y garantizando que el turismo se traduzca en creación de riqueza y*

---

<sup>61</sup> European Parliament (October 2018). Overtourism: impact and possible policy responses. Research for TRAN Committee, PE 629.184 - Luxembourg

*empleos decentes. La integración de las comunidades locales desde el principio del desarrollo turístico garantizará que se beneficien todos y ayudará a reunir a las partes locales interesadas”*(OMT, 2018).

c. La toma de consciencia de unos profesionales del turismo

Unos profesionales se han dado cuenta que el turismo, a partir de 2020, no será el mismo. Unos acontecimientos han influenciado los prolegómenos de este cambio, es decir las acciones que han sucedido antes o los signos fuertes o débiles que han ocurrido y que permiten imaginar este futuro (Lanquar, 2020)<sup>62</sup>:

- el primero es el cambio climático, según los meteorólogos, para el primer semestre 2020 y a pesar del confinamiento, la temperatura global ha llegado a más de 2 grados Celsius que la media de finales del siglo XIX;
- la pérdida de la biodiversidad, hasta un 80% en unas regiones del mundo. La deforestación habría sido el principal factor de las zoonosis actuales, del Ébola al Coronavirus;
- las desigualdades que el confinamiento de 2020 ha acentuado para las clases menos favorecidas y que unas políticas quieren reducir por varias vías, impuestos o bien ayudas directas; la pandemia deja ver el alcance de las desigualdades sociales a menudo enmascaradas por debates recurrentes sobre la identidad o el laicismo;
- por fin, el cambio de los hábitos de consumo hacia más sobriedad, a la economía circular o compartida y el vegetarianismo/vegano, el uso de la moneda digital e- moneda, para evitar la contaminación (por billetes o monedas), de las mascarillas (el advenimiento de las sociedades sin contacto donde prevalece el distanciamiento social) ...

Y, con la COVID19, podemos añadir que, si bien la digitalización ha permitido a numerosos profesionales trabajar o enseñar a distancia, también ha dejado a otros fuera de los circuitos de la economía moderna, acentuando así el efecto lupa en la brecha digital.

---

<sup>62</sup> Lanquar R. (2020). La COP25, et après? De l'impuissance climatique dénoncée!. In L'Economiste, Casablanca, Edition N°:5675 - 14/01/2020.

Si bien los esfuerzos para aumentar la sostenibilidad son loables, debido a que países y empresas han hecho verdaderos esfuerzos para disminuir su huella de carbono, no se puede esperar que estas iniciativas reviertan el cambio climático inmediatamente. ¿Por qué debería cuidar la industria turística? Porque, cuando ocurren más y más eventos climáticos y destruyen equipos y personas desplazadas.

El impacto más evidente es el de los huracanes en los estados costeros. Por lo tanto, en Estados Unidos, la Agencia Federal para el Manejo de Emergencias tiene un sitio web que enumera los hoteles que están autorizados como hoteles de evacuación. ¿La exposición costera de una cartera tiene un precio adecuado para los seguros? Jan Freitag (2019) <sup>63</sup> lo pregunta para saber si el impacto del cambio climático es real y sea mensurable.

d. No hay consenso de expertos sobre el futuro

*“Quien se deje guiar por la bola de cristal haría bien en aprender a comer vidrios rotos”*  
W. Bridge, Paris Travel Servicios, Londres<sup>64</sup>

Hasta 2019, teníamos otra visión del futuro del turismo. Para preparar esta tesis, durante la primavera de 2019, hemos elaborado un cuestionario Delphi<sup>65</sup>. El método Delphi fue desarrollado entre los años 1950-1960 por la empresa norteamericana RAND para difundir el impacto de la tecnología sobre el arte de la guerra. RAND describe su método como una encuesta dirigida a un grupo de expertos y posteriormente recibir retroalimentación en forma de una representación estadística de la “respuesta de grupo”, después de lo cual el proceso se repite. El objetivo es reducir el rango de respuestas y llegar a algo más cercano al consenso de los expertos.

Con una primera parte sobre el impacto del cambio climático, el cuestionario fue construido entorno a los sectores que componen el turismo:

- Transporte: La transición energética cambiará la naturaleza del transporte turístico. La aviación en particular se verá muy

---

<sup>63</sup> <https://www.hotelnewsnow.com/Articles/294370/How-climate-change-could-affect-the-hotel-industry>

<sup>64</sup> Citado por Lanquar R. & Hollier R. (1981- 6ª ed.2001). Le marketing touristique. Traducido al inglés, árabe, ruso y vietnamita. PUF, Paris

<sup>65</sup> <https://www.rand.org/topics/delphi-method.html>

presionada para reducir su participación en el transporte y su huella de carbono.

- Alojamiento: Plataformas (tipo Airbnb), inteligencia artificial y robots, blockchains revolucionarán los modos y operaciones del alojamiento turístico. Las políticas de las ciudades y de los territorios multiplicarán los estándares y certificaciones para controlarlo y frenar su hiperdesarrollo. Con la subida del nivel del mar, ¿debemos imaginar desde ahora otros alojamientos y formas de turismo para las costas? ¿Qué formas?
- Restauración: La tendencia orgánica, el veganismo y el vegetarianismo, así como los movimientos contra el sufrimiento de los animales, se impondrán en la restauración turística: tendremos una reducción significativa del consumo de carne de animales, un consumo de insectos, un sustituto de comida de tipo Herbalife...
- Atracciones y ocio: La organización de peregrinaciones, eventos musicales, culturales, deportivos, la visita de sitios y monumentos de la lista del patrimonio mundial... estarán fuertemente influenciados por los blockchains, la robótica y la inteligencia artificial.

Otras preguntas se han pedido sobre:

- La identificación de los riesgos medioambientales, climáticos, tecnológicos, geopolíticos y culturales puede obstaculizar el desarrollo del turismo en determinados destinos.
- Las blockchains y las criptomonedas revolucionarán el funcionamiento de las operaciones turísticas antes de 2030.
- El smart tourism o turismo inteligente con la pregunta ¿El uso intensivo de las tecnologías espaciales y de los satélites puede acelerar esta evolución?
- ¿La economía circular debería influir en el futuro del turismo para hacerlo más responsable y solidario?
- ¿Teniendo en cuenta que al menos el 70% de los oficios turísticos que habrá en 2030 todavía no existen y, según algunos expertos, será más del 85% en 2050, la formación turística debe ser más transversal y sostenerse, no en una acumulación de competencias, sino en la capacidad de responder a cambios climáticos, geopolíticos y sociales?

Desde 2020, este cuestionario no es oportuno. Pero, ha permitido ver los elementos del turismo a analizar ante los cambios que los afectarán en las próximas décadas.

A mediados de 2020, con la COVID19 impactando gravemente en el turismo, hemos tenido que modificar nuestra visión del turismo. La pandemia ha revelado una nueva (eco) política con el surgimiento de una inédita generación de teóricos. Lo local ha afectado a lo global. Prevalece la búsqueda de una soberanía nacional para no depender de productos y servicios sanitarios elaborados fuera de su continente o región, o que asegurará una independencia estratégica; o que incitará a residentes nacionales a irse de vacaciones a nivel doméstico, rural, urbano o de playa.

Esta crisis es un acontecimiento que ha puesto de manifiesto el legado contrastante de la bio- política y la bio- potencia, en las “*sociedades disciplinarias*” analizadas hace medio siglo por Michel Foucault<sup>66</sup> en su obra “*Microfísica del poder*”, y donde prevalece el confinamiento, y a las “*sociedades de control*” identificadas por Gilles Deleuze<sup>67</sup> en “*Derrames entre el capitalismo y la esquizofrenia*”: ahora, la comunicación instantánea y el control continuo se materializan en el trabajo, la vigilancia o la escuela en el hogar.

Ahora, por lo menos hasta finales de 2021, el control de los viajeros es casi permanente: presentación del DNI, obligación de tener un pasaporte si atravesamos las fronteras del Espacio Schengen, con visados en muchos casos, Pass sanitario y certificado internacional de vacunación(es) de la OMS, y con la pandemia de la COVID19 en los aeropuertos, estaciones de ferrocarriles o terminales de transbordadores, toma de temperatura para verificar su estado de salud, test, cuarentenas, etc.

Con la advertencia de la OMS de que la COVID19 puede durar, los controles de salud pueden persistir varios años. Las mascarillas serán obligatorias si se aglomeran personas. A la par, habrá grandes esfuerzos con promociones y marketing que estiman, como prioridad que sería necesario restaurar la confianza y el deseo de viajar a destinos que parecerían desautorizado por los turistas: objetivo que puede ser muy costoso sin garantía de eficacia. El turismo no mostrará perturbaciones permanentes, sino progresos en diferentes aperturas con controles estandarizados por los países más o menos aconsejados por la OMS y la OMT.

#### e. Nuevos escenarios para el futuro del turismo

---

<sup>66</sup> Foucault M. (1979). *Microfísica del poder*. Las Ediciones de La Piqueta, Madrid

<sup>67</sup> Deleuze G. (2005). *Derrames: entre el capitalismo y la esquizofrenia*. Ed. CACTUS, Buenos Aires

Muchos escenarios han sido formulados sobre lo que será la era pos-COVID19. Muchos fueron escritos en los meses de confinamiento de marzo a mayo de 2020. Todos creían que los modelos antiguos serán rechazados y que buscaremos nuevas formas de convivir y de hacer turismo. Pero, a partir de junio de 2020, el péndulo ha vuelto y a pesar de los graves problemas económicos, algunos han sugerido que de 2022 a 2024, todo volvería a la normalidad de antes 2020.

Consultores españoles como Mario Gavira (2020)<sup>68</sup> están tratando de imaginar posibles futuros para una industria turística pos-COVID19. Este profesor, que vive en Barcelona, ha desarrollado cuatro escenarios cuyos principales motores o conductores son el comportamiento de los consumidores, la protección de la salud, las normas y reglamentos y el marco macroeconómico. Gavira construye escenarios alrededor de gráficos cuyas coordenadas son la recuperación económica (el eje X) y el comportamiento de los viajeros (el eje Y). Este comportamiento dependería de cuatro factores:

1. Los consumidores recurren a las compras y experiencias en línea
2. Lo virtual se convierte en el negocio como modelo habitual (BaU)
3. Las normas de salud e higiene son la regla
4. Hay distancia social durante el viaje.

Estos motores o impulsores (drivers) proporcionan respuestas a la pregunta: “*¿Cómo cambiará el comportamiento del viaje después de la pandemia?*” Este eje refleja una amplia gama de cambios colectivos en las actitudes sociales sobre por qué y cómo viajamos.

En cuanto a los motores del eje X, estos son:

1. La gravedad y la velocidad de propagación del virus
2. Las políticas económicas del Gobierno (y europea)
3. Las barreras fronterizas y restricciones a los viajeros.

Estos impulsores están tratando de trazar caminos para posibles futuros en torno a preguntas tales como: “*¿Cuánto durará la crisis económica y con qué rapidez se recuperará el mundo?*”. Este eje ilustra la profundidad y la longitud de la recesión económica y el grado que tendrá en

---

<sup>68</sup> Mario Gavira (21 May 2020). Possible futures for a post-pandemic travel industry: <https://www.phocuswire.com/Futures-radically-different-travel-industry>



las empresas de toda la industria de viajes. Gavira (2020) describe cuatro formas de ver entre la crisis económica y los cambios en el comportamiento de los viajes y sus efectos de ondulación en el sector del transporte, el alojamiento y la distribución de viajes. Estos son cuatro resultados plausibles después de COVID19: *“Cada futuro difiere considerablemente entre sí, destacando las profundas tendencias que esta crisis ha desencadenado y que podrían desarrollarse de una manera muy diferente”* (Gavira, 2020).

El primero de los cuatro escenarios: el viaje vuelve a la normalidad en 2021, fue seguido por un segundo modelo: el fin del turismo de masas tal como lo conocemos hoy en día. El tercer escenario es: lo que es grande es hermoso en el nuevo orden de Turismo. En cuanto al último escenario, *“ El viaje pasa de los átomos a los bits”*, asumiendo que lo que la humanidad experimentó brutalmente en 2020, se generalizará, obligándonos a mover la mayoría de nuestras actividades diarias al ciberespacio. El sobreturismo urbano disminuirá en favor de los entornos naturales y al aire libre y los destinos de larga distancia se percibirán como de riesgo en comparación con el turismo local.

Mario Gavira divide el turismo en tres sectores: transporte, alojamiento y distribución. El subsector de la aviación será el más afectado en todos los escenarios. Podemos discutirlos: estos cuatro escenarios fueron escritos en mayo de 2020 en el apogeo de la crisis sanitaria y económica, que tuvo un gran impacto en las ideas del futuro del turismo. Es cierto que el autor afirma con razón lo que Peter Drucker repitió: *“El mayor peligro en tiempos de turbulencia no es la turbulencia; es actuar con la lógica de ayer”*<sup>69</sup>.

En cualquier caso, estos escenarios pueden guiar nuestro pensamiento, después de COVID19, especialmente debido al cambio climático. Sin embargo, este análisis no tiene en cuenta las políticas públicas, los esfuerzos de los líderes empresariales para avanzar hacia una mayor responsabilidad social y medioambiental de la RSC (responsabilidad social y corporativa), sino, en prioridad, el deseo de coordinación internacional, como la Unión Europea a partir de mediados de julio de 2020, con énfasis en la digitalización y el Acuerdo Verde (Green Deal).

## **E. El proyecto MEDPRO 2030**

Es otro enfoque que adoptó el proyecto MEDPRO 2030 para el Mediterráneo meridional y oriental, justo antes de la primavera árabe o las

---

<sup>69</sup> <https://expandetumente.com/120-mejores-frases-de-peter-drucker/>

revueltas de los países de Oriente Medio y el Norte de África (Lanquar, 2015)<sup>70</sup>. Se habían desarrollado cuatro escenarios a principios de la década de 2010, en torno a una serie de motores para 2030. Se trataba de imaginar el turismo de los once países mediterráneos que no forman parte de la Unión Europea: Argelia, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Libia, Marruecos, Territorio Palestino Ocupado, Siria, Túnez y Turquía. Desde principios de la década de 1990 hasta el primer trimestre de 2011, la región había experimentado las tasas más altas de crecimiento de turismo en el mundo, una situación sorprendente a pesar de la inseguridad, los desastres naturales, incluida la sequía, el alza de los precios del petróleo y las incertidumbres económicas y financieras. Fue cuando tuvo lugar la primavera árabe.

Estos escenarios para el desarrollo del sector turístico en MED 11 tienen como horizonte 2030 y son:

- i) Un escenario de referencia (BaU),
- ii) Un escenario común de desarrollo sostenible,
- iii) Un escenario de desarrollo polarizado (regional) y
- iv) Un fallido desarrollo – declive y conflicto – escenario.

En todos los casos, las llegadas de turismo internacional y nacional aumentarán.

¿Cuáles son estos impulsores o “drivers”: el turismo mediterráneo estaba cambiando y los responsables políticos necesitan relajar las políticas que restringen los viajes, porque desalientan la inversión extranjera directa en turismo y limitan la integración de los once países de del Mediterráneo con Europa y el resto del mundo? La inversión en equipamiento e infraestructura turística en el sur debería reflejar esta tendencia. También existe el uso de las tecnologías de la información y la comunicación que pueden ofrecer una división más equitativa de los beneficios derivados del turismo entre los distintos agentes del sector turístico mediterráneo, especialmente si las micro y pequeñas empresas adoptan plenamente el uso de servicios tecnológicos como el *Revenue o Yield Management*.

El espectacular desarrollo de nuevos productos y servicios como el turismo náutico, médico, religioso y cultural y los cruceros puede conducir a la reevaluación de la identidad de una marca homogénea del Mediterráneo como destino puramente marítimo, de arena y sol. Este cambio de percepción

---

<sup>70</sup> Lanquar R. (2015). Tourism in the Mediterranean. In Rym Ayadi & others (Eds), Economic and Social Development of the Southern and Eastern Mediterranean Countries. Springer, Heidelberg

beneficiaría especialmente a las micro, pequeñas y medianas empresas de los destinos mediterráneos con el apoyo de las autoridades locales.

El primer escenario es llamado BaU “*Business as Usual - Negocio como de costumbre*”, que describe el desarrollo del sector turístico basado en el mantenimiento de las tendencias actuales, y significa una continuación de las políticas de liberalización del mercado, desarrollo de infraestructuras y comercialización. En 2020, este escenario ya no es consistente.

El segundo escenario, el de *desarrollo común (sostenible)*, ofrece las mejores posibilidades de cooperación y desarrollo turístico entre los países MED 11 y Europa. Este escenario enfatiza los esfuerzos exitosos para adaptarse al cambio climático. Refleja una estrecha cooperación entre el sector privado o asociativo turístico y las autoridades locales de todo el Mediterráneo para desarrollar productos innovadores.

El escenario 3 denominado “*Desarrollo regional polarizado*” refleja un modo de desarrollo que se centra más en el desarrollo intrarregional que en la mejora de la interacción con la UE.

El cuarto y último escenario, “*Declino y conflicto*”, ofrece una visión pesimista del futuro para el MED 11 con una radicalización de los conflictos, lo que conduce al fracaso del proceso de transición democrática y a una nueva disminución del desarrollo sostenible. En estas condiciones, la mayoría de los países MED 11 se enfrentan a la volatilidad económica, social y política y el turismo, a su vez, retará serios obstáculos. Los ajustes al cambio climático no se llevarán a cabo según sea necesario.

Los escenarios pueden considerarse imágenes hipotéticas del futuro, describiendo el funcionamiento de un sistema en diferentes condiciones. Por lo tanto, el análisis de escenarios es una herramienta que se puede utilizar para apoyar la toma de decisiones en lugar de un método para producir previsiones precisas<sup>71</sup>. Los escenarios turísticos de los 11 países del sur y este del Mediterráneo están estrictamente relacionado con los escenarios globales elaborados por el Proyecto MEDPRO y el autor, Lanquar (2015) los aplicó al turismo. En estos escenarios turísticos escritos entre 2010 y 2012, cuatro tipos de impulsores determinan el futuro del turismo mediterráneo:

1. Crecimiento de la población y del PIB,

---

<sup>71</sup> Coutinho L. (2015). Determinants of Growth in SEMC. In Rym Ayadi & others (Eds), Economic and Social Development of the Southern and Eastern Mediterranean Countries. Springer, Heidelberg

2. Elasticidad y comercialización de precios,
3. Aceleración del cambio climático,
4. Inversiones extranjeras directas y cooperación internacional.

Las “preferencias de viaje” están incluidas en la elasticidad de los precios y la comercialización. En cuanto al cambio climático, mucho antes de 2010, parecían de importancia primordial para el sector turístico en el Mediterráneo con el aumento del nivel del mar y los ajustes necesarios para proteger la costa, incluidas las playas, los puertos y otras infraestructuras; un cambio en la demanda turística en reacción al aumento de las temperaturas; la competencia por los recursos naturales entre el sector turístico y el resto de la economía, en particular en lo que concierne al agua y los territorios en relación con la esperada aceleración de la urbanización en los 11 países del sur y este del Mediterráneo ; y el impacto del aumento previsto de los costes de energía para el transporte y los edificios.

## **F. Cambiar el paradigma**

De hecho, a partir de 2020, debemos partir de otras bases, incluidas las del Club de Roma de los años 1970, *Límites al crecimiento* por Denis and Donella Meadows, fundaciones cada vez más justificadas con la pandemia de la COVID19 y la aceleración del cambio climático. Entonces, el análisis de la literatura sobre el futuro del turismo debe ser desglosado según las relaciones del turismo de manera global y holística, con la demografía<sup>72</sup>, la economía, la sociedad, la cultura, las tecnologías (digitalización) y, sobre todo, el medio ambiente y el impacto del cambio climático sobre el turismo.

### **a. A nivel local**

Escasos estudios han sido elaborados para tener una visión del futuro de un destino turístico. Los estudios de impacto imaginan como a medio o largo plazo la realización de una infraestructura o de un equipamiento turístico puede influir sobre un entorno natural o cultural. Algunos planes permiten decidir cómo se debe ampliar una ciudad o una estación turística, pero pocas veces realizan escenarios a largo plazo para imaginar el futuro de un destino y su gobernanza con las rutas o direcciones, medidas y decisiones que responsables políticos e institucionales deben tomar para conseguir el mejor futuro posible.

---

<sup>72</sup> La “World Population Data Sheet” de 2020 indica que se prevé que la población mundial aumentará de 7.800 millones en 2020 a 9.900 millones para 2050. Este nivel representa un aumento de más del 25% con respecto a 2020. La tasa de fecundidad total mundial actual es de 2,3 nacimientos por mujer, aunque 91 países y territorios han registrado tasas de fertilidad por debajo del nivel de reemplazo (2,1 nacimientos por mujer). Fuente: Population Reference Bureau (PRB), Washington <https://www.prb.org/>

## i. El caso de Córdoba

Emilio J. Morales-Fernández y Robert Lanquar<sup>73</sup> (2014) lo han hecho para Córdoba. En un artículo que fue premiado en la Conferencia Tourism & Management Studies en Faro 2014 como “*best paper*”. Intenta dar pistas para un destino turístico maduro que muestra síntomas de agotamiento de su modelo de desarrollo tradicional: “*En este trabajo se lleva a cabo un análisis de su realidad turística, evidenciándose la necesidad de transformar su modelo de desarrollo y revitalizar su posicionamiento. A partir de ahí, se plantea el escenario tradicional y dos nuevos, basados en la economía “verde” y las Tres Culturas, hacia 2031, presentándose en tres matrices DAFO que facilitan el análisis de la sostenibilidad y las necesidades de inversión y promoción para cada escenario. Los resultados ponen de manifiesto la potencialidad que supondría conectar la ciudad con el territorio de la provincia, ampliando así su zona turística, ya sea con la opción verde o con la intercultural. Esto permitiría desarrollar clústeres en los que tendrían un papel clave segmentos como el de reuniones y congresos*” (Morales y Lanquar, 2014).

A nivel local como a niveles regionales o nacionales, “*el desarrollo de planes detallados a largo plazo, más largos que el ciclo político, pero manteniendo la flexibilidad para identificar y adaptarse rápidamente a las tendencias emergentes y a las prioridades cambiantes, proporciona una base estable para un crecimiento sostenible e inclusivo que no sólo tenga en cuenta los beneficios económicos, sociales y medioambientales actuales y futuros, sino que también satisfaga las necesidades de los visitantes, el turismo, el medio ambiente y los profesionales del medio ambiente en territorios de acogida*” (Morales y Lanquar, 2014).

## ii. ¿Estamos a un punto de inflexión?

¿El turismo necesita cambiar de paradigma o la industria turística irá al colapso? ¿Conseguir la supervivencia, es decir, resiliencia o, se elige un “*después de mí, el diluvio*” a la manera del rey francés Luis XV? ¿Podemos encontrar en la literatura académica o técnica profesional pistas o signos fuertes y débiles que indican este cambio de paradigma?

Muchos se preguntan si el turismo de masas es compatible con la transición ecológica. Sin embargo, esta industria está entre las más afectadas

---

<sup>73</sup> Morales E. & Lanquar R. (2014). El futuro turístico de una ciudad patrimonio de la humanidad: Córdoba 2031 - Touristic future of a world heritage city: Cordoba 2031. In Tourism & Management Studies, vol.10 no.2 ,Faro jul. 2014 (Best Paper Prize)

debido a la crisis causada por la COVID19. ¿Será sostenible? Por un lado, debido a limitaciones adicionales de salud y distanciamiento físico que tensarán, al menos por un tiempo, la rentabilidad de las explotaciones turísticas, alojamientos, restaurantes, bares, discotecas... Por otra parte, una crisis económica fuerte y duradera puede conducir a compensaciones de los consumidores que son potencialmente desfavorables para el sector económico del ocio. Por lo tanto, es comprensible que los gobiernos estén ansiosos por apoyar esta industria y crear las condiciones para su recuperación.

El turismo no fue solamente creado en el siglo XVIII porque una palabra se puso de moda, la palabra “tour” que proveyó “turista” y luego “turismo”. La movilidad es la naturaleza de cualquier humano en busca de un entorno capaz de proporcionar alimentos y un medioambiente propicio para su reproducción. El Homo sapiens, desde hace casi 250.000 años, ha sido un migrante, un viajero capaz de conquistar el mundo más allá de sus límites, ya que ha puesto un pie en la luna y le gustaría exiliarse en Marte, desarrollando un turismo espacial para los híper-ricos. Sin embargo, el turismo espacial es uno de los peores viajes con su impacto en el medio ambiente de nuestra Tierra.

b. ¡No al catastrófico y la colapsología para el turismo!

No es hacia el catastrofismo y la colapsología que debemos recurrir para imaginar el futuro del turismo. Con el cambio climático acelerado, la pérdida de biodiversidad se vuelve dramática, las desigualdades crecen de forma desproporcionada y encontramos otros signos igualmente alarmistas. Cada vez más investigadores creen que estos eventos conducirían, por un efecto dominó, a un colapso de nuestra civilización. La literatura se ha multiplicado estos últimos años. El libro “*¿Cómo puede todo derrumbarse?*” de Pablo Servigne y Raphael Stevens (2015)<sup>74</sup>, y luego los mismos autores con Gauthier Chapelle<sup>75</sup> en “*Otro fin del mundo es posible*” (2018) popularizaran el término “colapsología” en toda Europa, uniéndose a las tesis de Jared Diamond (2009)<sup>76</sup>.

Desde los principios de 2018, la palabra “**colapsología**” (del latín *collapsus*: derrumbado en una sola caída) se ha vuelto inevitable en la boca

---

<sup>74</sup> Servigne P. & Stevens R. (2015). *Comment tout peut s’effondrer. Petit manuel de collapsologie à l’usage des générations présentes.* Seuil, Paris

<sup>75</sup> Servigne P., Stevens R. & Chapelle G. (2018). *Une autre fin du monde est possible (Anthropocène).* Seuil, Paris

<sup>76</sup> Jared Diamond (2009). *Effondrement : Comment les sociétés décident de leur disparition ou de leur survie.* Gallimard, coll. « Folio », Paris

de científicos climáticos y políticos preocupados por no poder lograr la transición energética. Pablo Servigne (2018) asegura que, a lo máximo, en la década de 2030, podríamos presenciar un colapso mundial y sistémico de la civilización termo-industrial, basado en combustibles fósiles.

En Francia, un ex- Ministro de medio ambiente, Yves Cochet, que actualmente dirige el Instituto Momentum<sup>77</sup>, cree que este hecho significa que *“en todos los países del mundo, las necesidades básicas ya no se proporcionarán a la mayoría de la población mediante servicios regulados por la ley”*. Una ruptura que será aún más violenta ya que nadie está preparado según Julien Wosnitza (2018)<sup>78</sup>. La pregunta para los colapsólogos no es si el desastre ocurrirá, sino cómo amortiguarlo y vivir con él.

El libro de Jared Diamond (2009) es ahora un superventas que muchos políticos empiezan a utilizar para cambiar su visión del mundo. En su introducción, Diamond explica su metodología: entender el fenómeno de la desaparición de una civilización comparando sociedades que se han derrumbado en el pasado, en relación con la fragilidad ambiental, las relaciones entre los países vecinos, las instituciones políticas y otras variables de “entrada” que influyen en la estabilidad de una sociedad: su más conocido caso es la Isla de Pascua.

Jared Diamond enumera factores que hoy podrían ser la causa de un colapso de nuestras sociedades, lo que tendrán profundas consecuencias para el turismo, como la deforestación y la destrucción de los ecosistemas y reducción de la biodiversidad, los problemas del suelo como la erosión, la salinización, la pérdida de fertilidad, la cuestión del agua, sequías e inundaciones, pero también la sobrepesca, la sobrepoblación, por supuesto el cambio climático antropogénico, la presencia de toxinas, biotoxinas y microtoxinas en el aire, la escasez de energía, el mal uso humano de la capacidad fotosintética de la tierra.

Una de sus principales hipótesis es que *“la abrupta caída de una sociedad puede comenzar sólo una o dos décadas después de que la sociedad alcance su máximo poder. [...] La razón es simple: el hacinamiento, el exceso de riqueza, el consumo excesivo de recursos y de residuos, lo que significa el máximo impacto ambiental, acercándose al límite cuando el impacto supera los recursos”* (Diamond, 2009). Diamond propone dos estrategias para la supervivencia:

---

<sup>77</sup> <https://www.institutmomentum.org/>

<sup>78</sup> Wosnitza J. et al. (2018). Pourquoi tout va s'effondrer. Ed. Les liens qui libèrent, Paris

1. La planificación a largo plazo, es decir: *“El valor de practicar el pensamiento a largo plazo, y de tomar decisiones audaces, valientes y anticipadas en un momento en que los problemas se han vuelto perceptibles, pero antes de que hayan alcanzado proporciones de crisis”*.
2. La voluntad de reconsiderar los valores fundamentales: *“El valor para tomar decisiones dolorosas sobre los valores. ¿Qué valores que una vez sirvieron a una buena sociedad pueden seguir manteniéndose en nuevas circunstancias modificadas? ¿Cuáles de estos valiosos valores deberían ser eliminados y reemplazados por diferentes enfoques?»* (Diamond 2009).

### c. La posición de los Premios Nobeles

Es a otro escritor y director, activista ecológico, que también podemos analizar, el francés Cyril Dion con su libro *“Pequeño Manual de Resistencia Contemporánea”* (2018)<sup>79</sup> para entender el concepto de decadencia. En primer lugar, ¿de dónde viene el crecimiento? ¿Es la transformación de los flujos de ahorro en inversiones para aumentar constantemente el stock de capital utilizado en la producción? Gregory Mankiw, David Romer y David Weil (1992)<sup>80</sup> muestran que la acumulación de capital físico y humano representa casi la totalidad de la brecha de desarrollo entre los países desarrollados y los países en desarrollo. Los Premios Nobel de Economía 2018, William D. Nordhaus y Paul M. Romer<sup>81</sup>, criticaron el modelo de crecimiento tradicional desarrollado por Solow en los años 1950. Nordhaus integra el cambio climático en el análisis macroeconómico a largo plazo. Romer insiste para añadir a este modelo, las innovaciones tecnológicas, lo que conduce a otras críticas: el progreso tecnológico no es la salvación.

No obstante, pronto, hubo controversia sobre la visión, muy neoliberal, de William Nordhaus: aunque su reconocimiento es una buena noticia para la lucha contra el cambio climático, su trabajo incluye sin embargo ciertas áreas en la sombra, en particular como Gael Giraud, ex economista jefe de la Agencia Francesa de Desarrollo y otros economistas europeos como Antoine Godin, Etienne Espagne, Florent Mc Isaac o Oskar Lecuyer creen que el enfoque de Nordhaus en relación con las interacciones

---

<sup>79</sup> Dion C. (2018). Petit manuel de résistance contemporaine (Domaine du possible). Actes Sud, Arles

<sup>80</sup> Mankiw G et al. (May 1992). A contribution to the empirics of economic Growth. The Quarterly Journal of Economics, Harvard University, Boston

<sup>81</sup> El País (8 de Octubre de 2018). Dos estadounidenses se llevan el galardón por integrar los estudios sobre el cambio climático y las innovaciones tecnológicas en el análisis macroeconómico. El País, Madrid



“clima-economía” es más bien parte de la relativa inacción climática observada en las últimas décadas<sup>82</sup>.

Será fácil para el sector turístico utilizar lo que Nordhaus propone sobre el “precio del carbono” y la “función de daño”. Pero actuar para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero es una pérdida potencial del PIB. *“Sin embargo, esta acción reduce el daño climático futuro, determinado por la función de daños que vinculan la temperatura y la variación de las precipitaciones con la posible pérdida del PIB. El precio “óptimo” del carbono propuesto por Nordhaus es, por tanto, el resultado de una optimización entre el coste actual de las reducciones de emisiones y el coste de los daños futuros”*<sup>83</sup>. Es la crítica que Gael Giraud propone explicando que esta hipótesis es incierta, que conducirá a una inflación. ¿Qué será el turista que aceptará el aumento de los precios, especialmente el transporte? ¿Cómo reaccionarán los profesionales en nuestro sector a un aumento de los tipos de interés de los préstamos bancarios para financiar sus inversiones y tener efectivo para pagar sus empleados y proveedores, cuando actualmente son casi cero e incluso a veces negativos?

Otros autores como Douglas North y Robert Thomas (1973)<sup>84</sup> han destacado la importancia de las instituciones, ya que Max Weber había hecho al principio del siglo XX sobre la ética protestante y el desarrollo del capitalismo. Sin embargo, como han hecho varios autores, incluyendo Daron Acemoglu y James Robinson (2012)<sup>85</sup>, *“las instituciones no pueden ser la causa fundamental de toda riqueza. La historia y las ideas pesan sobre todo aquí”*.

## **G. El turismo: sus valores y la felicidad de las Naciones**

Además del impacto en los recursos y el medio ambiente, ¿no deberíamos preguntarnos también si “el turismo hace felices a las naciones?”. Robert Lanquar (2012) cree que los indicadores de desarrollo, en particular el PIB, están siendo socavados. Ya no es sólo el crecimiento lo que se debe enfatizar, si no el desarrollo sostenible y la felicidad de las naciones.

---

<sup>82</sup> <https://theconversation.com/retour-sur-la-polemique-autour-du-prix-nobel-deconomie-a-william-nordhaus-104891>

<sup>83</sup> idem

<sup>84</sup> North D. & Thomas R. (1973). *The Rise of the Western World: A New Economic History*. Cambridge University Press, Cambridge

<sup>85</sup> Acemoglu D. & Robinson J. (2012). *Por qué fracasan los países: Los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza*. (Spanish Edition). Deusto, Bilbao

¿Se plantea la cuestión de si los indicadores utilizados para medir el turismo son todos pertinentes? ¿Es suficiente quedarse con los de la Organización Mundial del Turismo como el número de llegadas de turistas internacionales, los ingresos de visitantes extranjeros o el número de habitaciones y camas en un país? Como resultado de la crisis sanitaria, los principales indicadores económicos se han convertido en instrumentos casi inutilizables, ya que sus variaciones han sido fuertes: llegadas de turistas, nivel de ocupación de alojamientos, gastos en bares y restaurantes, etc. Por lo tanto, tendremos que reflexionar ante las debilidades de las estadísticas clásicas de la economía, como ha señalado Jean-Marc Vittori<sup>86</sup> que encuentra que “las estadísticas se están volviendo locas”. Algunos ven esta crisis como una oportunidad al sacar a la luz otros indicadores como el desarrollo humano, la movilidad que está cambiando con el trabajo televisivo y las “work vacaciones”, un nuevo término, al igual que las “staycations”.

A medida que la ONU trata de poner en marcha indicadores de la “felicidad” de las naciones, la OCDE ha adoptado un proceso para medir el bienestar y el progreso. Si bien el equilibrio entre el tiempo de trabajo y el tiempo libre es, innegablemente, uno de los factores del bienestar, nadie sabe, todavía, si las vacaciones contribuyen a la felicidad.

No se trata de volver al ensayo sobre “*La influencia de las pasiones sobre la felicidad de las personas y las naciones*” escrito a finales del siglo XVIII por Anne-Louise Germaine Necker, baronesa de Stael-Holstein, conocida como Madame de Stael, nacida y muerta en París (1766-1817), escritora y filósofa francesa de origen de Ginebra. En esta era prerromántica, Madame de Stael afirma la imposibilidad de separar los sentimientos de las ideas, una tesis en oposición a la Ilustración. Sobre todo, ella inventó una nueva forma de crítica moral, que usaría el siglo XIX. Stael presenta aquí una especie de síntesis original del dirigismo iluminado y los valores del liberalismo definidos por Benjamín Constant, también ciudadano suizo. Pero parece que se consideraba el liberalismo de Constant como una mera racionalización del egoísmo y el interés material o como una pantalla ideológica para el triunfo de un gobierno elitista.

Este libro fue traducido (o coescrito según algunos) por John Adams, antesclavista, que pasó mucho tiempo en Europa a finales del siglo XVII antes de ser vicepresidente, después segundo Presidente de los Estados Unidos. En su viaje hacia París, Adams visitaba Vizcaya y Bilbao donde el gobierno vizcaíno ha puesto una estatua del estadista que está en pie en la actualidad. Su viaje buscaba asegurar la ayuda española a los

---

<sup>86</sup> Vittori J-M. (2020). Quand les chiffres deviennent fous. Chronique Les Echos du 14 Août 2020, Paris

independentistas americanos y los abastecimientos que partían del puerto de Bilbao de la mano de Diego de Gardoqui. Toda la filosofía de Adams rodea este concepto y uno de sus seguidores inmediatos fue el revolucionario Saint Just que decía que “*La felicidad es una idea nueva en Europa*” en el sentido de que el concepto está totalmente secularizado y surge la cuestión de la “felicidad colectiva”. La democracia es entonces pensada como un medio para lograrla y ocupa en el imaginario colectivo un lugar cada vez más comparable al ocupado por la Iglesia hasta entonces. En el siglo XX, se hablará del “Estado de bienestar” o de calidad de vida. En este sentido, la OCDE, desde 2010, ha lanzado la “*Iniciativa Vivir mejor: medir el bienestar y el progreso*”.

Esta iniciativa es parte de la idea: ¿Estamos mejorando nuestras vidas? ¿Qué papel pueden desempeñar los políticos a este respecto? El estudio de la OCDE “*¿Cómo va la vida? 2020*”, analiza como las condiciones de vida se mejoran en 37 países de la OCDE y 4 países socios. Incluye tiempo de ocio y ocio, lo que tiene un impacto indirecto en el turismo.

Su conclusión de 2020: Desde 2010, “*el bienestar de las personas se ha fortalecido en muchos aspectos, pero el progreso ha sido lento o la situación se ha deteriorado en otras dimensiones, incluyendo los vínculos entre los individuos y sus relaciones con los gobiernos*”, y “*las mejoras en el bienestar actual no siempre han ido de la mano con el progreso en los recursos necesarios para preservar el bienestar a lo largo del tiempo, con signos emergentes alarmantes para el capital natural, humano, económico y social*” (OCDE, 2020). Por lo tanto, será esencial saber qué sucederá con la pandemia de la COVID19.

a. ¿Cómo medir la “felicidad” incluyendo el turismo?

Si Bután, pequeño Estado del Himalaya, utiliza el índice de la “*felicidad nacional bruta o felicidad interna bruta*” como indicador que mide la calidad de vida en términos más holísticos y psicológicos que el producto interno bruto (Wikipedia), otros índices permiten acercarse de los valores promovidas por el concepto de “felicidad”.

En 1990, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), utilizando la labor del Premio Nobel Amartya Sen, calculó un índice estadístico compuesto de entre 0 (execrable) y 1 (excelente) para evaluar el nivel de desarrollo humano en el mundo: el IDH (Índice de Desarrollo Humano).

Este índice se basó en la salud o la longevidad (esperanza de vida al nacer), la educación o los conocimientos (duración media de la escolarización de los adultos mayores de 25 años) y el nivel de vida (renta bruta per cápita para incluir elementos de calidad de vida como la movilidad o el acceso a la cultura). Esta primera versión del IDH fue criticada en sus escalas y limitaciones, incluyendo su falta de tener en cuenta las libertades civiles, mientras que la visión inicial de Amartya Sen definió el desarrollo humano como un proceso de expansión de las libertades.

Esta es la razón por la que se han puesto en marcha otros indicadores, como el indicador de progreso genuino (GPI), creado por un grupo de ONG para incorporar el valor de las actividades económicas voluntarias o familiares en el índice. En 2010, el IDH se complementa con un IDH ajustado por la desigualdad, un “índice de desigualdad de género” y un “índice de pobreza multidimensional” que evalúa los aspectos más críticos del desarrollo humano.

#### b. Nivel de desarrollo humano y grado de competitividad del turismo

Lanquar (2012) igualmente explica que, al mismo tiempo, la OMT utiliza el IDH, en relación con el “índice de competitividad turística” establecido por el Foro Económico Mundial, para tratar de comprender cómo el nivel de desarrollo puede influir en el grado de competitividad del turismo (medido por su rango entre países, no en valores absolutos). El grado de correlación entre los dos índices es alto ( $r: - 0,89$ ).

De los países analizados por el Foro Económico Mundial y que se dispone de datos, 40% tiene un índice de competitividad turística más alto que el deducido de su índice de desarrollo humano (IDH); Tailandia, India o China, por ejemplo, están clasificadas 40, 42 y 44 lugares más alto que su ranking de IDH. Por otro lado, hay una diferencia más baja de más de 30 rankings entre el IDH y el índice de competitividad turística para países como Irán, Libia, Kuwait, Argelia, Israel, Brunéi, Venezuela, Paraguay. Los autores señalan que: *“Es interesante notar que muchas economías emergentes en la parte superior de este ranking alternativo (IDH) son destinos turísticos exitosos, mientras que en el extremo inferior de la clasificación “Índice de Competitividad Turística” hay países que aún no han sido capaces de realizar plenamente su potencial turístico”*<sup>87</sup>.

---

<sup>87</sup> Kester J. & Croce V. (2012),.Tourism development in advanced and emerging economies: what does the travel and tourism competitiveness index tell us ?. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, Geneva

Anteriormente, en 2008, la OMT había intentado integrar índices sociales y ambientales en las cuentas satélites turísticas, más allá de las medidas económicas. Pero las administraciones nacionales de turismo han preferido no dar seguimiento a las sugerencias del Secretario General de la OMT en ese periodo, Francesco Frangiali. La pregunta se produjo en particular en la Conferencia Internacional sobre la Medición del Turismo, organizada en Málaga a finales de octubre de 2008 por la OMT y la Junta de Andalucía; fue rápidamente evadido, con énfasis en la riqueza adicional de flujos turísticos. Varios participantes, entre ellos R. Lanquar, denunciaron esta visión y pidieron un mayor enfoque en las cuestiones sociales y ambientales en el análisis del turismo.

Otra publicación que es indirectamente conectada a esta cuestión de la calidad de vida que puede traer el turismo, contiene los principales trabajos y el informe técnico de la Segunda Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo, celebrada en Davos (Suiza) en 2007, incluyendo la Declaración de Davos y el resumen de los debates de la conferencia. El extenso informe técnico fue encargado a un equipo internacional de expertos por la OMT, el PNUMA y la OMM. Ofrece una síntesis de los conocimientos que se tienen hoy sobre los impactos actuales y futuros del cambio climático en los destinos turísticos de todo el mundo, las posibles consecuencias para la demanda turística, los niveles actuales y las tendencias de las emisiones de gases de efecto invernadero del sector turístico, así como una visión de conjunto de las respuestas de orden político y administrativo adoptadas por grupos de interlocutores claves con respecto a la adaptación y la mitigación del cambio climático.

Por lo tanto, todavía no sabemos cómo el turismo afecta a la vida de las personas y las sociedades, o cómo participa en el proceso de desarrollo sostenible de la economía. Sin embargo, desde 1972, gracias al informe Meadows y luego al trabajo de James Tobin (el inventor del impuesto internacional de transacciones financieras propuesto), se ha sabido que el PIB, considerado un indicador unilateral, difícilmente puede utilizarse para evaluar el bienestar de una nación.

#### H. El informe Brundtland y los ODS

En 1987, el informe Brundtland<sup>88</sup> presentó una serie de principios rectores para el desarrollo sostenible. Concluye, en particular, que es necesario elaborar indicadores que permitan un seguimiento a largo plazo de los progresos hacia el objetivo de “*satisfacer las necesidades del presente*

---

<sup>88</sup> Brundtland G.H. (1987). Our Common Future. Oxford University Press, Oxford

*sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para responder a las suyas propias*”. A continuación, el programa Agenda 21 (Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo 1992) pide a los países que “*desarrollen indicadores de desarrollo sostenible*” que “*contribuyan a la sostenibilidad auto-reguladora de los sistemas integrados de medio ambiente y desarrollo*”<sup>89</sup>.

Por ejemplo, el PIB incluye el consumo de recursos naturales, incluida la energía, pero no comparte entre energías renovables y no renovables, y olvida los recursos humanos y culturales, que son la base misma del turismo. Estas ideas se hacen eco de la labor de la OMT en su contribución a la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible celebrada en Johannesburgo (26 de agosto - 4 de septiembre de 2002).

#### a. Objetivos de Desarrollo Sostenible

Cada vez más expertos y profesionales están convencidos de ello: es necesario poner en marcha indicadores para que todos los responsables de la toma de decisiones y el público en general sean conscientes de los vínculos que unen los valores económicos y sociales y de las compensaciones que tienen lugar entre ellos; Evaluar las implicaciones, a largo plazo, de las decisiones y comportamientos actuales para supervisar los progresos hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). En términos de desarrollo turístico esto significa, por ejemplo, medir las condiciones de salida para las vacaciones y las tendencias posteriores. Sin embargo, es difícil desarrollar medidas sencillas, fáciles de entender y que no sacrifiquen la complejidad subyacente del turismo.

¿Qué son los elementos a tener en cuenta? En primer lugar, el cambio climático y sus consecuencias sobre la biodiversidad. Es probable que la pérdida de biodiversidad y de los hábitats fue el origen de la pandemia de 2020. En 2010, el mundo celebró el Año Internacional de la Diversidad Biológica. La OMT ha querido contribuir preparando una *Guía práctica para el desarrollo de productos turísticos basados en la biodiversidad* (UNWTO, 2011)<sup>90</sup>. El objetivo de la Guía era ofrecer una compilación de herramientas y metodologías, ayuda a comprender los vínculos clave entre

---

<sup>89</sup> <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf>

<sup>90</sup> UNWTO (2011). Practical Guide for the Development of Biodiversity-based Tourism Products. OMT, Madrid

el turismo y la biodiversidad y cómo el turismo puede contribuir a la protección de esta última. La guía ilustra el alto valor de la biodiversidad como un recurso esencial para los destinos turísticos. Concluye con diez recomendaciones sobre medidas en materia de biodiversidad y turismo para los gobiernos, el sector turístico privado, las organizaciones internacionales y las ONG.

#### b. Nuevas reflexiones epistemológicas

Así que tenemos que hacer la pregunta, como Bruno Latour (2004), ampliamente conocido por sus contribuciones al estudio de las ciencias de la naturaleza, en sus artículos “*From Realpolitik to Dingpolitik*” o en particular “*How to Make Things Public - Politics of nature: How to Bring the Sciences into Democracy*”<sup>91</sup>, de saber si lo más importante no es tener una posición pragmática, la del filósofo americano John Dewey, a nivel personal y local, buscando soluciones de proximidad. No podemos aceptar “soluciones que surgen de un estudio juicioso de la realidad discernible”, sino algo acerca de los principios de la iluminación (con Voltaire, Diderot, Rousseau y Montesquieu, los filósofos de las luces del siglo XVIII) y el empirismo.

John Dewey, al contrario, estima que “*cuando actuamos, creamos nuestra propia realidad. Y mientras estudias esa realidad, juiciosamente, como quieras, actuaremos de nuevo, creando otras nuevas realidades, que también puedes estudiar, y así es como se arreglarán las cosas. Somos actores de la historia [...] y ustedes, todos ustedes, se quedarán a estudiar lo que hacemos*” (Latour, 2004).

#### c. Medición del rendimiento económico y progreso social

Por supuesto, la medición de la producción por el número de llegadas o los ingresos del turismo internacional puede determinar, entre otras cosas, el nivel de empleo e inversión, el de la creación de empresas o la creación de riqueza en los territorios. Pero no refleja los cambios estructurales que caracterizan la evolución de las economías y sociedades actuales. ¿Cómo se pueden perfeccionar estas medidas en un momento en que la producción de bienes y servicios turísticos se está volviendo cada vez más compleja, multidimensional y cambiante?

Observemos la creciente participación de la economía intangible, a través de la búsqueda de información, reservas, la realidad aumentada de las

---

<sup>91</sup> Latour B. (2004). *Politics of nature: How to Bring the Sciences into Democracy*. Harvard University Press, Cambridge, MA

visitas a museos, monumentos y sitios culturales o naturales. Veamos la mejora cualitativa de los servicios turísticos a través de múltiples programas de excelencia o mejora de la calidad. Tomemos nota de los progresos realizados en materia de formación mediante la mejor definición de las competencias, las normas en general y de los oficios y el empleo.

Gracias al informe de Joseph Stiglitz, Amartya Sen y Jean-Paul Fitoussi (2009), empezamos a darnos cuenta de la necesidad de un cambio cualitativo *“tremendo desafío, pero es esencial para medir los ingresos reales y el consumo, determinando el bienestar material de las personas. Subestimar las mejoras cualitativas es similar a sobreestimar la tasa de inflación, subestimando así los ingresos reales. Lo contrario es cierto si se sobreestiman las mejoras cualitativas”*<sup>92</sup>.

Si bien sabemos más sobre la producción que sobre el bienestar, la reflexión ha sido capaz de avanzar gracias a las Agendas 21 para el desarrollo y el medio ambiente. Proporcionaron respuestas a muchas preguntas sobre la sostenibilidad y la gestión de nuestras sociedades de consumidores, pero no negaron las medidas y los datos agregados del PNB y el PIB y sus indicadores concomitantes.

Porque, para entender las diferentes dimensiones del bienestar, es esencial comenzar midiendo el bienestar material o el nivel de vida. Después de Río 1992, se hizo necesario establecer un sistema estadístico de naturaleza plural, suficientemente amplio, como para tener en cuenta tantas dimensiones relevantes como sea posible, para medir el impacto del crecimiento y del desarrollo en el medio natural y humano. Los Institutos Nacionales de Estadística de los países desarrollados ya están llevando a cabo medidas sobre el bienestar y la calidad de vida, centrándose a menudo en la calidad y satisfacción del ocio o las vacaciones.

Reino Unido fue uno de los primeros en hacerlo. Las investigaciones periódicas han existido durante mucho tiempo. Según los últimos de ellos, parece que el bienestar de los británicos depende, entre otras cosas, del tiempo dedicado a sus actividades de ocio. El turismo ocupa poco de su lugar: en 2010-2011, según la encuesta realizada por la Oficina nacional de Estadísticas del Reino Unido, estas actividades de ocio consisten principalmente en ver la televisión (87,6%), estar con familiares y amigos (83,5%) o escuchar música (73,7%). Los encuestados consideraron que estas actividades eran satisfactorias para ellos por el tiempo que pasaron allí

---

<sup>92</sup> Stiglitz J., Sen A. et Fitoussi J.-P. (2009). *Measurement of economic performance and social progress – A re-examination – Reflections and a broad view of the issues addressed.* Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress, Conseil Economique, Social et Environnemental, Paris



(62,6% respondieron “bien”, “muy bien” o “completamente satisfechos”) según el análisis de Clara Seldon en 2012<sup>93</sup>.

i. El índice de bienestar y de progreso de la OCDE

Desde el comienzo del milenio, la OCDE<sup>94</sup> ha estado trabajando para cerrar la brecha entre las estadísticas económicas tradicionales y las medidas relativas a la vida de las personas. Su trabajo, que tiene como objetivo “medir el bienestar y el progreso”, gira en torno a tres pilares conceptuales para medir el progreso y el desarrollo:

1. Las condiciones materiales, es decir, el poder de las personas para consumir, *“no sólo sus ingresos, sino también su riqueza y consumo, así como la distribución de estos recursos económicos entre las diferentes categorías de población”*.
2. Calidad de vida, es decir, *“salud, contacto humano, educación, calidad ambiental, compromiso cívico y gobernanza, seguridad y tiempo libre, [que] son componentes fundamentales de nuestra calidad de vida, así como la visión subjetiva de las personas sobre sus vidas, es decir, su percepción de ellos”*.
3. La sostenibilidad del bienestar *“evaluada examinando todos los activos económicos, sociales, ambientales y humanos transmitidos de la generación actual a las generaciones futuras, y determinando si estos activos están influenciados por las políticas y comportamientos actuales”*.

ii. Concepto de Felicidad Nacional Bruta

¿Y el turismo? ¿Ayuda a hacer a la gente más feliz? En relación con la propuesta del índice Bután<sup>95</sup>, en julio de 2011, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó una resolución sobre el concepto de felicidad, en un enfoque integral del desarrollo. Ha instado a los Estados miembros a *“desarrollar nuevas medidas que tomen más en cuenta la importancia de la búsqueda de la felicidad y el bienestar a fin de orientar sus políticas de desarrollo”*. Se espera que estos nuevos indicadores contribuyan al logro de

---

<sup>93</sup> Seldon C. (2012). Measuring National Well-being- What we do. Office of National Statistics, London

<sup>94</sup> [www.oecd.org/mesurerleprogres](http://www.oecd.org/mesurerleprogres)

<sup>95</sup> El índice BNB de Bután se basa en cuatro pilares: el crecimiento del desarrollo económico, la conservación y la promoción de cultura, la salvaguardia del medio ambiente y una gobernanza responsable.

los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Se repitió que los Estados necesitan un paradigma económico que reconozca la paridad entre los tres pilares del desarrollo sostenible, económico, social y ambiental. “*El bienestar social, económico y ambiental es indivisible*”, añadió el Secretario General de las Naciones Unidas.

Al mismo tiempo, el Instituto de la Tierra publicó un informe sobre la felicidad mundial, *World Happiness Report*<sup>96</sup>, de John Helliwell, Richard Layard y Jeffrey Sachs, donde el turismo no se trata directamente, sino a través del tiempo libre y de ocio. Parece que el equilibrio entre el trabajo remunerado, el trabajo no remunerado y el ocio es importante para el bienestar. Del mismo modo, la flexibilidad en la vida laboral es esencial para el bienestar de los trabajadores individuales, sus familias y comunidades.

### iii. Volver a la visión de Joffre Dumazedier y Edgard Morin

Este equilibrio entre los diferentes tiempos de la vida nos recuerda la obra de Joffre Dumazedier<sup>97</sup>, hace más de medio siglo. Dumazedier, en uno de sus últimos libros<sup>98</sup>, muestra que el ocio masivo (incluidas las vacaciones) debe integrarse en una democracia cultural que requiera una política integral previa de educación e información. Sin embargo, el ocio y el turismo aún no han adquirido suficientes credenciales. El turismo está empezando a integrarse en el desarrollo de nuevos valores, más allá del aforismo de Edgar Morin: “*El valor de las grandes vacaciones es la vacancia de los grandes valores*<sup>99</sup>”.

El turismo es un factor de “**felicidad**”, por las salidas de los residentes de vacaciones o por la recepción de visitantes nacionales o extranjeros. Sin embargo, este turismo debe ser responsable y no tener un impacto negativo en las tradiciones y valores del país anfitrión. ¿Cómo se puede medir la felicidad e integrar los indicadores de calidad de vida relacionados con el ocio, las vacaciones y el turismo?

La crisis actual no es sólo sanitaria y económica. **También es existencial**, en una civilización que valora el consumo y la materialidad. No

---

<sup>96</sup> Helliwell J., Layard R. & Sachs J. (dir.) (2012). World Happiness Report, The Earth Institute. Columbia University, New York

<sup>97</sup> Dumazedier J. (1962). Vers une civilisation du loisir ?. Seuil, Paris

<sup>98</sup> Dumazedier J. (1988). Révolution culturelle du temps libre, 1968-1988. Méridiens Klingstieck, France

<sup>99</sup> Morin E. (1975). L'Esprit du temps. Grasset, Paris

se trata de aumentar el PIB, sino de aumentar el bienestar de la sociedad y garantizar los derechos humanos.

#### iv. Derechos humanos y turismo

Si la felicidad es un objetivo de los viajes (por eso se habla de viaje de luna de miel), deben servir todos. La libertad de viajar está inscrita en la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948). España incluye los principios de la Declaración en el Preámbulo de su Constitución de diciembre de 1978: *“Proteger a todos los españoles y pueblos de España en el ejercicio de los derechos humanos, sus culturas y tradiciones, lenguas e instituciones”*.

Muchos profesionales y responsables del turismo internacional se enfocan en el Artículo 13 de la Declaración Universal que pide:

*“1. Toda persona tiene derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un Estado.*

*2. Toda persona tiene derecho a salir de cualquier país, incluso del propio, y a regresar a su país”*.

La movilidad es un derecho humano que ha costado mucho conseguir, y todavía encuentra grandes obstáculos. *“Las limitaciones al mismo supondrían un grave retroceso en el nivel del bienestar social”*, advertía la Mesa del Turismo española durante la COP25 de Madrid en diciembre de 2019 y que ha repetido durante la pandemia de la COVID19 para aliviar las medidas de confinamiento, fatales para una gran parte del sector turístico español.

La Declaración Universal es un documento que marca un hito en la historia de los derechos humanos. Elaborada por representantes de todas las regiones del mundo con diferentes antecedentes jurídicos y culturales, y proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en París, el 10 de diciembre de 1948 en su Resolución 217 A (III), representa un ideal común para todos sobre muchos asuntos que conciernen al turismo, por ejemplo, los Artículos 18, 24, 26, 27.

El Artículo 18 de la Declaración consagra la *“libertad de pensamiento, de conciencia y de religión; este derecho incluye la libertad de cambiar de religión o de creencia, así como la libertad de manifestar su religión o su creencia, individual y colectivamente, tanto en público como en privado, por la enseñanza, la práctica, el culto y la observancia”*. Peregrinaciones, viajes espirituales o turismo religioso son directamente concernidos.

El Artículo 24 afirma que *“Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas”*. Sin las medidas apoyadas por la Organización Internacional del Trabajo desde su creación en 1919, no tendríamos el turismo de hoy<sup>100</sup>.

Gracias al Artículo 27, podemos disfrutar de un turismo cultural, y de todas las iniciativas promovidas por la OMT y la UNESCO como las Listas material e inmaterial del patrimonio mundial: *“Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten”*.

Y a través del Artículo 26 de la Declaración, se aborda el derecho a la educación fundamental para un turismo responsable, consciente y activo:

*“1. Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada; el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos.*

*2. La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; favorecerá la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y todos los grupos étnicos o religiosos, y promoverá el desarrollo de las actividades de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz”*.

#### v. La DUDHE

El Foro Universal de las Culturas de Barcelona de 2004 ha pedido ir más allá con los Derechos Humanos del siglo XXI con la Declaración Universal de Derechos Humanos Emergentes (DUDHE) que surge de nuevas necesidades, en particular conectada con el cambio climático, nuestras relaciones con la naturaleza, flora, fauna, ecosistemas<sup>101</sup>.

---

<sup>100</sup> Única agencia 'tripartita' de la ONU, la OIT reúne a gobiernos, empleadores y trabajadores de 187 Estados miembros a fin de establecer las normas del trabajo, formular políticas y elaborar programas promoviendo el trabajo decente de todos, mujeres y hombres :Fuente: <https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/lang-es/index.htm>

<sup>101</sup> Derechos Humanos, Necesidades Emergentes y Nuevos Compromisos. Barcelona 2004

La DUDHE fue adoptada en el Fórum de Monterrey (México), el 2 de noviembre de 2007. Como se explica en el artículo de Wikipedia (2008), “*la DUDHE no supe ni reemplaza las declaraciones propias del Siglo XX, sino que se presenta como un instrumento para actualizar y contemplar las garantías de Derechos Humanos desde una nueva perspectiva basada en la participación activa de la ciudadanía*”. No se menciona el turismo en esta Declaración. No obstante, varios autores la han citado para defender una ciudad sin sobreturismo<sup>102</sup>. Fueron también las conclusiones del taller “*Integrating City Tourism in the Urban Research Agenda*”, en la ciudad de L’Aquila (Italia, devastada por el terremoto de 2009, que se celebró el 18 y 19 de junio de 2015<sup>103</sup>.

### **I. La intrusión de la sharing economy – economía colaborativa**

Además, el turismo tiene que afrontar los retos de la “sharing economy”. La economía colaborativa o de compartición es un sector que se ha desarrollado a finales del siglo XX. La definición que da Wikipedia es demasiado simple a primer vista: “*Economía colaborativa, compartida o de intercambio, es un término general con una variedad de significados, que a menudo se usa para describir la actividad económica que involucra transacciones en línea. Originalmente surgió de la comunidad de código abierto para referirse al intercambio de acceso a bienes y servicios de igual a igual, el término ahora se usa a veces en un sentido más amplio para describir cualquier transacción de ventas que se realiza a través del mercado en línea, incluso los que son de empresa a empresa (B2B), en lugar de peer-to-peer. Por esta razón, el término “economía de intercambio” ha sido criticado como engañoso, ya que algunos sostienen que incluso los servicios que permiten el intercambio entre iguales pueden ser principalmente impulsados por las ganancias*”<sup>104</sup>.

Este tipo de economía ha impulsado una “uberización” del turismo con muchos impactos sociales y sociológicos, en el transporte local, los alojamientos, la restauración a domicilio (“Delivery compañías” de tipo Glovo – por McDonald – o JustEat), que son considerados generalmente negativos.

---

<sup>102</sup> El derecho a la ciudad (Barcelona 2011), [https://www.idhc.org/arxius/recerca/DHE\\_7\\_esp.pdf](https://www.idhc.org/arxius/recerca/DHE_7_esp.pdf)

<sup>103</sup> Bellini N. & Pasquinelli C. (2017). Tourism in the city, Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism. Springer Switzerland. (Incluido el capítulo de R. Lanquar, Urban Coastal Tourism and Climate Change: Indicators for a Mediterranean Prospective pp. 137-146.)

<sup>104</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_colaborativa](https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_colaborativa)

La economía colaborativa está frenando los cambios e innovaciones que están perturbando el alojamiento turístico. El fenómeno AirBnb que ha tenido diez años en 2018: la empresa no posee ningún inmueble. Como *bróker* - corredor, AirBnb recibe comisiones de cada reserva. Los propietarios de apartamentos o casas son miembros de esta plataforma y los alquilan a través de AirBnb. Los propietarios han convertido sus apartamentos en el corazón de ciudades como Barcelona y Lisboa en alquileres turísticos y han desalojado inquilinos residentes, a menudo ancianos, como lo analizaremos. No obstante, unas ciudades han hecho fuertes restricciones a la subarrendaría por cortos períodos de tiempo<sup>105</sup>.

Después de la COVID19, unos analistas piensan que para acelerar la resiliencia del turismo, estos municipios serán más flexibles y cerrarán los ojos ante el impacto negativo para la población residente. Otros, al contrario, como en Venecia piensan que será el momento de reducir la frecuentación de los turistas con medidas de restringir el alquiler turístico de corto plazo.

Según la OCDE, muchos países quieren una expansión de la economía colaborativa para impulsar el turismo hacia modos más sostenibles. Una amplia gama de objetivos políticos, como el crecimiento económico, la vivienda asequible y las redes de transporte accesibles<sup>106</sup> se ven potencialmente afectados por la economía colaborativa y deben ser cuidadosamente considerados por los responsables políticos. Tal como se presenta como buenas prácticas, las regulaciones deben reconocer el “ride-sharing” como una entidad distinta de los servicios de taxi tradicionales.

La OCDE cita el ejemplo de Boston que ha llevado estas regulaciones un paso más allá y ha firmado un acuerdo de intercambio de datos con Uber, en virtud del cual la ciudad recibiría datos anónimos que podrían utilizarse para garantizar que la empresa está sirviendo adecuadamente a todos los vecindarios y también ayuda a mejorar los propios servicios de la ciudad en áreas como el flujo de tráfico y la congestión, las rutas de tránsito en los barrios desatentados y los niveles óptimos de disponibilidad de estacionamiento.

La OCDE presenta muchos estudios de caso que pueden considerarse mejores prácticas:

---

<sup>105</sup> Lanquar R. (2018). Repenser le tourisme à l'ère des réseaux sociaux, Table ronde sur l'intelligence collective et réseaux sociaux. Ecole supérieure de Technologie d'Essaouira-Université Cadi Ayyad Marrakech, Essaouira

<sup>106</sup> Como Uber o Lyft.

- En Irlanda, el Gobierno aprovechó la oportunidad de una revisión reciente de la Ley de Regulación del Taxi para aclarar dónde encajan Uber y otras empresas de redes de transporte en el enfoque reglamentario y para dejar claro qué normas se espera que sigan.
- Del mismo modo, la Agencia de Transporte de Nueva Zelanda, el Ministerio de Transporte y la Policía nacional de este país del Pacífico están llevando a cabo una revisión del marco reglamentario de los vehículos pequeños de servicio de pasajeros, incluyendo la forma en que este marco se aplica a Uber. *“El objetivo es garantizar que el entorno reglamentario sea adecuado para el propósito y lo suficientemente flexible para adaptarse a las nuevas tecnologías. El proceso incluyó el abastecimiento de datos, la investigación y la participación de las partes interesadas con los servicios de taxi y alquiler privado, los gobiernos, los representantes públicos y los servicios tecnológicos”*<sup>107</sup>.
- Dado el auge de las plataformas digitales, los Países Bajos están estudiando activamente cómo proporcionar suficiente espacio para la innovación y el espíritu empresarial, teniendo en cuenta al mismo tiempo los intereses públicos que deben ser protegidos por la reglamentación. El Gobierno está considerando modificar o suprimir algunas normas jurídicas que rigen el mercado del taxi a corto plazo, con el fin de crear espacio para nuevas iniciativas e innovaciones y reducir la carga administrativa.
- En el caso de Francia, que ha adoptado diferentes enfoques regulatorios para diferentes segmentos de la economía colaborativa en el transporte. Blablacar, para el ride-sharing entre ciudades, ha adoptado una versión habilitada digitalmente de car-pooling. Pero, por otro lado, la versión francesa del servicio Uber X Peer-to-Peer, UberPOP, ha sido prohibida con cargos criminales contra la compañía y sus ejecutivos.

## **J. Después de la pandemia: la visión de los intelectuales franco-hablantes**

Si es difícil saber qué sucederá al final de la crisis económica que se avecina después de la COVID19, es concebible que, después de un largo y doloroso período de transición, nuestras sociedades desarrolladas entren en un nuevo mundo. En julio de 2020, la Revista francesa *Espaces* entrevistó a filósofos, sociólogos, geógrafos y historiadores, sobre lo que podría ser después de COVID19. Algunos creen que la crisis transformará radicalmente la movilidad global, que el turismo de masas será reconsiderado. Especialmente con el cambio climático, se puede reinventar la relación con los viajes, los lugares y las personas, con un enfoque en la proximidad y la

---

<sup>107</sup>OECD (2016). OECD Trends and Policies 2016. OECD, Paris

lentitud. Al mismo tiempo, muchos piensan que se desarrollarán alternativas al turismo, basadas en nuevos valores (raíces locales, compromiso asociativo, desarrollo personal, etc.).

El sociólogo Michel Maffesoli, profesor emérito de París I Panthéon Sorbona, está convencido de que: “El modelo progresista está saturado. Están surgiendo nuevos valores, así como la necesidad de recuperar la serenidad, una raíz local. Por supuesto, los intentos de reconstruir el mundo antes prevalecerán primero, pero también podemos esperar que los cambios en el trabajo cambien profundamente el turismo”<sup>108</sup>.

En la misma línea, Raphael Liogier<sup>109</sup> escribe: “*La sociedad industrial está muerta. ¡Viva la sociedad postindustrial!*” subrayando que estamos asistiendo a un agotamiento de la mitología industrial que subyace a nuestra sociedad marcada por una dicotomía entre el tiempo laborioso, por un lado, y el tiempo de vacaciones (de vacío), por otro. Hoy asistimos a un cuestionamiento del ocio como tiempo de recarga, en favor del ocio, extensión de la libertad, definición y desarrollo de uno mismo. En cuanto a Jean-Didier Urbain<sup>110</sup>, sociólogo y etnólogo del turismo, espera que esta crisis no mate la imaginación. Tiene la esperanza de que los nuevos productos y servicios se centren en descifrar la demanda, no en imponer la visión de la oferta.

La respuesta podría venir de asociaciones como “Forum Vies Mobiles”. Sus fundadores Anne Fuzier, Christophe Gay, Sylvie Landriève<sup>111</sup> exclaman “*Esta puede ser una oportunidad para transformar el modelo actual de turismo, caracterizado por altas desigualdades de acceso, para imaginar prácticas turísticas más sostenibles, resilientes y democráticas*”... un futuro sostenible, deseable y posible del turismo, dando lugar a la proximidad y la lentitud. Otros ven, como Anne Gombault, Jérémy Lemarié, Claire Grellier Fouillet<sup>112</sup>, solamente cambios estratégicos. La crisis no revolucionará la industria del turismo de la noche a la mañana, pero conducirá a cambios operativos y estratégicos a varios niveles.

---

<sup>108</sup> Maffesoli M. (2020). Le tourisme moderne est mort. Vive le tourisme postmoderne !. In Revue Espaces n°355, Juillet 2020, Paris - Calvi

<sup>109</sup> Liogier R. (2020). La société industrielle est morte. Vive la société post-industrielle !. In Revue Espaces n°355, Juillet 2020, Paris - Calvi

<sup>110</sup> Urbain J.D. (2020). La crise ne va pas tuer l’imaginaire du tourisme. In Revue Espaces n°355, Juillet 2020, Paris - Calvi

<sup>111</sup> Fuzier A. et al. (2020). Profitons de la crise pour inventer le tourisme de demain !. In Revue Espaces n°355, Juillet 2020, Paris - Calvi

<sup>112</sup> Gombault A. (2020). La crise du COVID19, un changement stratégique pour le tourisme ? L’analyse de la recherche internationale. In Revue Espaces n°355, Juillet 2020, Paris - Calvi



Ciertamente, como lo piensa Miguel Seguí Llinás<sup>113</sup>, “*los destinos dependientes del turismo tendrán que reinventarse, de lo contrario*”, destinos como las Islas Baleares, Córcega o las Indias Occidentales, que dependen en gran medida del turismo, se enfrentarán a una crisis económica sin precedentes a corto plazo, con el riesgo de una gran crisis social. Por último, algunos están asegurados, como Christophe Clivaz y Tristan Loloum<sup>114</sup> de la Universidad de Lausana, que cuanto más larga sea la crisis, más el cuestionamiento del sistema, tal como ha operado hasta ahora, debería ampliarse.

Consultores muy orientados a la industria como McKinsey & Company han publicado en Agosto de 2020 bajo la pluma de Margaux Constantin, Steve Saxon, and Jackey Yu <sup>115</sup> un informe estratégico para mostrar que las políticas de cierre fronterizo tienen un impacto extremadamente negativo en la economía del turismo. Esto, una vez más, indica que en el turismo no se tiene realmente en cuenta, por la política que se refugia en medidas proteccionistas, si no populares, para combatir la pandemia. La publicación de McKinsey subraya que “*la reapertura de las empresas relacionadas con el turismo y la gestión de su recuperación de una manera segura, atractiva para los turistas y económicamente viable requerirá coordinación a un nivel nunca visto. El sector público puede estar en la mejor posición para supervisar este proceso en el contexto del fragmentado ecosistema de PYME, las grandes empresas estatales que controlan los puntos de entrada y el creciente impacto de los organismos relacionados con la salud*”.

#### a. Repensar las políticas publicas

Los autores sugieren cuatro formas en que los gobiernos pueden reimaginar su papel en el sector turístico en el contexto de la COVID19:

- 1- Agilizar las interfaces público-privadas a través de un centro neurálgico turístico. Antes de COVID19, la mayoría de los ministerios y autoridades de turismo se centraban en el marketing de destinos, las promociones de la industria y la investigación. Muchos se ocupan ahora de una serie de nuevas regulaciones, programas de estímulo y

---

<sup>113</sup> Seguí Llinás M. (2020). Les destinations à forte dépendance touristique vont devoir se réinventer. In Revue Espaces n°355, Juillet 2020, Paris - Calvi

<sup>114</sup> Clivaz Ch. & Loloum T. (2020). Réponses politiques au COVID19 : en Suisse, pas de transition écologique en perspective. In Revue Espaces n°355, Juillet 2020, Paris - Calvi

<sup>115</sup> Constantin M., Saxon S. & Yu J. (2020). Travel, Logistics & Transport Infrastructure Practice. Reimagining the \$9 trillion tourism economy—what will it take? as national borders consider reopening, a partnership between governments and the tourism industry will be essential. McKinsey & Company, Chicago

protocolos. También están lidiando con la incertidumbre en torno a la previsión de la demanda, y las decisiones que toman en torno a qué infraestructuras y equipos, como los aeropuertos, estaciones marítimas o de ferrocarriles/autobuses, reabren azumando la seguridad de los turistas y sus empleados: *“las complejas estructuras de coordinación a menudo dificultan la claridad y la coherencia. Estas cuestiones se ven exacerbadas por el grado de coordinación que requerirá el sector turístico tras la crisis, tanto entre los organismos gubernamentales (por ejemplo, entre los ministerios responsables del transporte, turismo y salud), como entre el gobierno y los actores del sector privado...Concentrar el liderazgo crucial en un centro nervioso central es una respuesta de gestión de crisis que muchas organizaciones han desplegado en situaciones similares”* (McKinsey, 2020).

- 2- Experimentando con nuevos mecanismos de financiación: los autores de McKinsey hacen referencia a una reciente encuesta de la OCDE sobre las PYME en el sector turístico, con la sugerencia de que más de la mitad de estas PYME pueden no sobrevivir antes de 2021, y que el fracaso de las empresas llevaría la recuperación a muy largo plazo. Los gobiernos y el sector privado deberían investigar nuevas e innovadoras medidas de financiación.
- 3- Estructuras de agrupación de ingresos para hoteles: Es una opción que podría ayudar a los propietarios y operadores de activos, especialmente a las PYME, a gestionar los costes y pérdidas variables en el futuro. *“En lugar de tener todos los hoteles operando a una ocupación del 20 al 40 por ciento, un subconjunto de hoteles podría operar a una tasa de ocupación más alta y compartir los ingresos con el resto. Esto permitiría a los hoteles optimizar los costos variables y reducir la necesidad de estímulo gubernamental”* (McKinsey, 2020).
4. Garantizar una comunicación transparente y coherente sobre los protocolos: el retorno de la demanda turística requiere que los viajeros y los empleados del sector turístico se sientan y sean muy seguros. *“Aunque organizaciones internacionales como la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) han elaborado un conjunto de directrices que sirven de base, los reguladores locales están colocando medidas superiores adicionales. Esto conduce a un bajo nivel de armonización con respecto a las regulaciones impuestas por los gobiernos locales. Una de las razones de este bajo nivel de confianza es la confusión sobre las medidas de seguridad que existen actualmente”*. Por lo tanto,

la comunicación es clave para reforzar la demanda turística nacional e internacional.

Por último, los autores de McKinsey apuntan que las soluciones digitales pueden ser una herramienta eficaz para puentear la comunicación y crear coherencia en los protocolos entre los gobiernos y el sector privado. Lo que veremos más abajo.

b. Escuchar a Greta Thunberg y a los jóvenes

Por su lado, Greta Thunberg, en un encuentro con Ángela Merkel el 19 de agosto de 2020, exclama: *“con la COVID19, el clima ha sido relegado a un segundo plano cuando es la mayor crisis a la que se enfrenta la humanidad... Queremos asegurarnos de que el clima siga siendo la prioridad de Ángela Merkel y que la recuperación no marque un regreso a la normalidad”*<sup>116</sup>.

---

<sup>116</sup> Le Monde, Paris, 20 /8 / 2020

## II. Por un análisis más profunda del impacto climático sobre el turismo

*Alabado seas, mi Señor, por la hermana nuestra madre tierra,  
la cual nos sostiene y gobierna  
y produce diversos frutos con coloridas flores y hierbas.*  
Poema El Cántico de las criaturas,  
San Francisco de Asís, Siglo XIII  
en la Encíclica Laudato Si' (2015)

### A. Religiones, cambio climático y turismo

La segunda Encíclica del Papa Francisco (2015)<sup>117</sup>, *Laudato Sí*, se centra “en el planeta Tierra como lugar en el que viven las personas, defendiendo la naturaleza, la vida animal y las reformas energéticas en los seis capítulos compuestos; presenta el subtítulo: Sobre el cuidado de la casa común”. Francisco realiza una crítica del consumismo y el desarrollo irresponsable. Pide una acción mundial rápida y unificada “para combatir la degradación ambiental y el cambio climático”. La Encíclica subraya que “el clima es un bien común, de todos y para todos”, con un consenso científico muy fuerte y añade que “la humanidad está llamada a darse cuenta de la necesidad de hacer cambios en el estilo de vida, la producción y el consumo, para combatir este calentamiento o, al menos, las causas humanas que lo causan o acentúan”. ¿Cómo se va a aplicar al turismo?

La encíclica se divide en seis capítulos. Su introducción comienza con una ronda por los problemas a los que se enfrenta el planeta, tanto en términos de clima, contaminación, sobreexplotación de los recursos naturales, pérdida de biodiversidad y desigualdades sociales. Aquí, el Papa aborda el mensaje bíblico relacionado con el medio ambiente, pasando por diferentes textos del Evangelio para aprender de él como una guía de acción para la humanidad para salir de la “*espiral de autodestrucción en la que nos hundimos*”. El capítulo final trata de la educación ecológica y la espiritualidad, estableciendo un gran desafío cultural, espiritual y educativo.

Otras religiones han tratado del asunto antes de la Conferencia de París de 2015 sobre el clima. Líderes musulmanes se reunieron en Estambul el 17 y 18 de Agosto de 2015, en el Simposio Islámico Internacional sobre el

---

<sup>117</sup>[http://www.vatican.va/content/francesco/en/encyclicals/documents/papa-francesco\\_20150524\\_enciclica-laudato-si.html](http://www.vatican.va/content/francesco/en/encyclicals/documents/papa-francesco_20150524_enciclica-laudato-si.html)

Cambio Climático<sup>118</sup>, instando a los gobiernos de países musulmanes a alcanzar un acuerdo universal y efectivo. Los Sufís y los faquires integran el amor a la naturaleza y la sobriedad ascética en sus festivales musicales y espirituales, como el Festival de Cultura sufí de Fes (Marruecos)<sup>119</sup>. La Declaración de Estambul tiene muchas referencias coránicas que los Sufís destacan en primer lugar.

Los budistas han seguido las palabras del Dalai Lama, quien repetía en febrero de 2020: “*esto no es una cuestión de una nación o dos naciones. Esta es una cuestión de humanidad. Nuestro mundo es nuestra casa...no hay otro planeta donde podamos movernos o cambiar*”<sup>120</sup>.

Rabinos norteamericanos, mencionando el Talmud, afirmaron que, si el clima cambia demasiado debido a la mano del hombre, la ira de Dios se abatirá sobre él. No obstante, si los principales sectores de la Comunidad Judía están tomando posiciones firmes en la lucha contra el cambio climático, los enfoques difieren un poco de una rama del judaísmo a otra según Julie Halpert<sup>121</sup>. La *Declaración de la Coalición sobre el Medio Ambiente y la Vida Judía*, es el resultado de la discusión de una red de 27 organizaciones norteamericanas entre la comunidad judía sobre iniciativas para combatir el cambio climático. Su motor es “*Protecting Creation ‘Generation to Generation*” como dijo Lawrence Troster, un lobista rabínico que dirige un programa de capacitación ambiental interreligioso para líderes religiosos y agregó que los judíos están ansiosos por desempeñar un papel importante en la lucha contra el cambio climático.

## **B. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Turismo y Religiones de Córdoba**

Unos años antes, las peregrinaciones, que fueron la principal incitación de reunir en Córdoba, del 29 al 31 de octubre de 2009, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre “*Turismo y las Religiones: una contribución al Dialogo entre Religiones, Culturas y Civilizaciones*” organizada por la OMT, con Robert Lanquar como *Relator General*. El objetivo principal fue promover la paz entre pueblos y religiones a través del

---

<sup>118</sup> <https://atalayar.com/content/lideres-musulmanes-suscriben-declaraci%C3%B3n-sobre-el-cambio-clim%C3%A1tico>

<sup>119</sup> <https://elfarodeceuta.es/festival-fez-cultura-sufi-tema-presencia-sufismo/>

<sup>120</sup> <https://www.livekindly.co/dalai-lama-protect-planet/#:~:text=The%20Dalai%20Lama%20Speaks%20Out%20Against%20Climate%20Change&text=He%20said%2C%20%E2%80%9Cthis%20is%20not,w>

<sup>121</sup> Halpert J. (2012). *Judaism and Climate Change*, Series on Climate and Major Religions. Yale Climate Connections, Yale School of the Environment, New Haven, Connecticut

viaje y el diálogo entre culturas y civilizaciones, no directamente el cambio climático.

Ciertas religiones impulsan a las personas a viajar, pero no cualquiera: por ejemplo, el sintoísmo se ha tenido que enfrentar a los emperadores japoneses que, hasta el siglo XIX, no querían que sus campesinos parasen sus actividades para ir de peregrinación. En China, al contrario, los taoístas empujaban los viajes. Una de las primeras virtudes era abrir albergues para acoger viajeros y peregrinos. La dinastía Song<sup>122</sup> que gobernaba China entre los años 960 y 1279 favorecía desplazamientos hasta la naturaleza conectada a los valores del Confucionismo, una filosofía que también contiene una profunda ética ambiental a través de su inclusión en el Cielo, la Tierra y el Orden Humano. Estos forman una trinidad que configura la armonía definitiva. Por lo tanto, las relaciones entre las personas y el mundo natural son de interés intrínseco para esta filosofía.

Los viajes por motivos religiosos se han multiplicado en los últimos siete decenios gracias a la facilitación del transporte y a la expansión de diversas formas de alojamiento. Entre las motivaciones religiosas que dan lugar a viajes turísticos se cuentan las peregrinaciones, el cumplimiento de promesas, las celebraciones religiosas, las visitas a edificios o monumentos notables de carácter religioso y los ofrecimientos a divinidades. El objetivo era estudiar la relación entre el turismo y las religiones con sus peregrinaciones y reuniones para ayudar a explotar el potencial del turismo.

R. Lanquar (2015), en La Rochelle Business School, enfocaba una parte de su curso “*Responsabilidad Societal y Medio Ambiental*”, sobre el tema de las religiones y del cambio climático para analizar los valores que sostienen la lucha contra las consecuencias negativas del calentamiento global<sup>123</sup>. Los trabajos publicados de los estudiantes han permitido definir estos desde el catolicismo, protestantismo, ortodoxo, judaísmo, islam, budismo, hinduismo, incluso el chamanismo y las religiones animistas de África, América y Asia. Muchos han analizado las peregrinaciones que tienen una parte importante de relación directa con una naturaleza no agobiada por las actividades humanas. La peregrinación en el Santuario de Lourdes se hace en la Gruta de Massabielle y atrae a más de 6 millones de peregrinos y turistas cada año. Los caminos de Santiago en bicicleta o a pie se cuentan entre los viajes con una huella ecologista absolutamente mínima. Los ejemplos de procesión a pie son innumerables en todos los continentes.

---

<sup>122</sup> La capital del Imperio Song fue Kaifeng, que los mercaderes judíos y musulmanes de la Edad Media consideraban como el inicio de las Rutas de la Seda.

<sup>123</sup> Lanquar R. (2015). Syllabus on CSR – Corporate social responsibility and climate change. Excelia Group, La Rochelle.

Greenpeace, quien se define (en 2020) como “*un movimiento global integrado por más de 3 millones de personas en 55 países, que actúan para poner fin a los abusos contra el medio ambiente*”<sup>124</sup>, apoyaba la letra encíclica del Papa Francisco afirmando que el problema es más de intereses políticos y económicos para actuar frente al cambio climático, esperando que su voz sea escuchada por más personas.

## **B. El histórico acuerdo de Paris**

Publicada a finales de mayo de 2015, la encíclica papal auxiliaba el proceso que ha permitido la aprobación del histórico Acuerdo de Paris<sup>125</sup> del 12 de diciembre de 2015, en la COP21 (Conference of the Parties) para combatir el cambio climático. Entró en vigor el 4 de noviembre de 2016: es el primer acuerdo climático global firmado por 195 Estados y Territorios Miembros de la UNFCC (*United Nations Framework Convention on Climate Change*). Es una declaración de intenciones, impregnada de pragmatismo, sin ninguna medida coercitiva, lo que el Protocolo de Kioto preveía (sin éxito). Pero está apostando por la transparencia. Más que un derecho, establece una obligación a la que cada país tendrá que cumplir presentando periódicamente sus objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero a redes de análisis e información comúnmente compartidos y comprensibles.

El Acuerdo de Paris fue aceptado por los responsables políticos, los técnicos y los profesionales del turismo. El Presidente norteamericano Barak Obama lo firmo y su sucesor Donald Trump lo rechazo. El Presidente Joe Biden firmo su primera orden ejecutiva para volver al acuerdo del clima de París, el 20 Enero de 2021.

La Revista francesa Espaces Tourisme Loisirs, publicó en julio-agosto de 2015 un número espacial titulado “*Transición energética y turismo*”<sup>126</sup>. Aunque los editores de la Revista Espaces estiman que la contribución del sector turístico al cambio climático es de alrededor del 5% a nivel mundial, lo que es muy discutible, porque parece ser una cifra subestimada como hemos visto antes, unos expertos la hacían subir hasta 8% o 9%. En un escenario de tipo tendencial (*Business as Usual*) espera que crezca significativamente en los próximos años: los editores de Espaces admiten que el desarrollo del turismo daría lugar a un aumento del 154% en el

---

<sup>124</sup> <https://es.greenpeace.org/es/>

<sup>125</sup> [https://unfccc.int/sites/default/files/spanish\\_paris\\_agreement.pdf](https://unfccc.int/sites/default/files/spanish_paris_agreement.pdf)

<sup>126</sup> Espaces Tourisme Loisirs (2015). Transition énergétique et tourisme. Paris Région, Comité Régional du Tourisme Ile-de-France, n° 325, Paris

consumo de energía y a un aumento del 131% en las emisiones de gases de efecto invernadero para 2050, de nuevo, subestimado en gran medida.

Participar en la transición energética es, por tanto, una necesidad, aunque sólo sea para preservar el futuro del sector. Como parte de su huella de carbono, algunos territorios incorporan una evaluación sectorial del turismo. Como herramienta esencial para medir las cuestiones, esta evaluación muestra que una mejor gestión del suministro ambiental, si bien es esencial, dista mucho de ser suficiente para reducir significativamente las emisiones de gases de efecto invernadero del sector. También debemos actuar sobre los comportamientos de salida y los modos de vacaciones.

En esta Revista Espaces, en un prólogo escrito con Taleb Rifai, el Secretario General de la OMT, Achim Steiner, Director Ejecutivo del PNUMA (antiguo Programa de las Naciones Unidas, llamado después *ONUEnvironment*) apoyaba el proceso del Acuerdo de París de 2015. También consideraba que la encíclica *Laudato Si'* “parece una llamada de atención que resuena no sólo con los católicos, sino también con otros habitantes del planeta”. La ciencia y la religión están de acuerdo en una cosa: se deben tomar medidas para evitar futuras catástrofes climáticas.

### **C. Especificaciones mediterráneas**

Robert Lanquar (2015)<sup>127</sup> expuso su análisis sobre el Mediterráneo, informando sobre el trabajo de MEDCOP21, que reunía a representantes de los países mediterráneos, en Marsella en junio de 2015, por iniciativa<sup>128</sup> de la región francesa de Provenza-Costa Azul para intensificar la transición a logros concretos y desarrollar la cooperación para combatir el cambio climático. MEDCOP21 se ha posicionado como una herramienta de acompañamiento para la reunión de la COP21 unos meses más tarde en París. Esto dio lugar a la publicación de una Agenda Mediterránea Positiva, un plan de acción real para la transición energética.

Las cuestiones identificadas por la Agenda Positiva del Mediterráneo fueron las siguientes:

---

<sup>127</sup> Lanquar R. (2015). MEDCOP21 : Les Méditerranéens prennent en main leur destin climatique. Editions Espaces, Paris

<sup>128</sup> MUCEM, Museo de Civilizaciones de Europa y el Mediterráneo, abrió sus puertas en 2013 en el marco de los proyectos de Marsella, Capital Europea de la Cultura. Su singularidad es trazar, analizar e iluminar los antiguos cimientos de esta cuenca de la civilización, y ser un lugar de intercambio en torno a temas mediterráneos según una visión multidisciplinar, donde se combinan antropología, historia, arqueología, historia del arte y arte contemporáneo.



1. Afirmar el interés de las acciones mediterráneas
2. Fortalecimiento de la solidaridad financiera
3. Adoptar comportamientos apropiados para el clima
4. Aumentar las habilidades técnicas para la consideración sistemática sobre las cuestiones climáticas
5. Fortalecer la solidaridad entre ciudades y territorios sostenibles
6. Producir y consumir energía de manera diferente
7. Movilizar a las empresas mediterráneas en esta lucha
8. Compartir agua entre usanzas y territorios
9. Proteger el mar y los entornos naturales

La Agenda Positiva del Mediterráneo tiene por objeto, sobre todo, cambiar los comportamientos individuales y colectivos teniendo en cuenta sistemáticamente las cuestiones relacionadas con el clima. Entre las propuestas de soluciones figuran la creación de una plataforma de proyectos, el establecimiento de asociaciones entre agricultores y consumidores, la creación de un meta-clúster de construcción que respalde las normas ACA (Alta Calidad Ambiental) para todos los alojamientos y edificios, la creación de un centro de formación sobre los oficios de gestión del agua o la expansión del fondo fiduciario para las áreas marinas protegidas.

Se presentaron otras visiones para ser presentadas en este mega - evento que fue la COP21 a pesar de los ataques terroristas que habían sacudido París unas semanas anteriores. Más de 40.000 personas se reunieron en Le Bourget, a 10,6 km del centro de París, del 30 de noviembre al 12 de diciembre de 2015. Alrededor de 600.000 personas en todo el mundo apoyaron la Conferencia a través de demostraciones, marchas y proyectos ecológicos. Por ejemplo, la Revista Espaces publicó el artículo sobre el proyecto de Camille Guyon: “Circuitos sin coche en los grandes sitios de Francia” o de Guillaume Cromer tratando de la transición energética que debe ser unida a una transición turística en el marco de una política de desarrollo sostenible de los territorios.

#### **D. La COP25 de Madrid**

Las COP que siguieron no eran tan visibles y la Conferencia COP25 de Madrid fue salvada in extremis por el Gobierno español mientras se iba a organizar en Santiago de Chile. En esta ocasión, en España, la Mesa del Turismo<sup>129</sup>, reflexionaba sobre la actividad turística y como adaptarse. La

---

<sup>129</sup> La Mesa del Turismo es un grupo de medio centenar de personalidades, empresas y profesionales del sector privado turístico español. Su objetivo esencial es “el estudio, coordinación privada y divulgación de la función del Turismo en el marco de la economía de mercado, como factor esencial del desarrollo económico y social” : <https://mesadelturismo.org/>.

Mesa del Turismo “no niega la realidad del cambio climático y la necesidad de darle una respuesta contundente, pero argumenta que hay que centrarse en los sectores y en las soluciones que sean más realistas, eficaces y, a la vez, más eficientes”. Pero critica el movimiento social que anima el rechazo a volar<sup>130</sup>. Germán Porras, secretario general de la Mesa del Turismo, exclamaba: “se está demonizando al viaje, cuando el avión apenas supone entre un 2% y un 5% de la emisión de CO2, mientras que otros sectores como el ganado vacuno, subsidiado por la UE, o la entrega de las compras por las redes sociales suponen una aportación muy superior a la emisión de gases de efecto invernadero”.

En 2019, España ha recibido el 82% de su turismo por vía aérea, y que las áreas insulares quedarían aisladas sin el transporte aéreo low-cost, con resultados muy positivos desde la aplicación del Cielo Único Europeo en 2004, con 18 años de retraso y que tenía el objetivo de reestructurar el sistema de gestión de la navegación aérea de Europa, promoviendo su evolución hacia un sistema de transporte aéreo eficaz<sup>131</sup>. Eso ha cambiado en 2020 y en el primer semestre de 2021. ¿Que pasara a partir del verano de 2021?

En su Crónica para el L’Economiste de Casablanca, Lanquar (2020)<sup>132</sup> expone que la COP25 de Madrid fueron “dos semanas amargas, a pesar de la presencia de iconos como la adolescente Greta Thunberg o del ex vicepresidente de los Estados Unidos, Al Gore, premio Nobel de la Paz. La mayoría de los medios de comunicación han pedido un espíritu más responsable y proactivo para garantizar que discursos y declaraciones como el Acuerdo de París sirvan verdaderamente a la acción medioambiental”.

La OMT se posicionó con demasiada cautela, durante un evento paralelo oficial del Programa de Turismo Sostenible One Planet en la COP25. Su comunicado de prensa conjunto con el Foro Internacional del Transporte destaca que el turismo y el transporte de las personas representarían sólo el 5,3% de las emisiones de gases de efecto invernadero en 2030, frente al 5% en 2016. Estas cifras son ampliamente discutidas por la comunidad científica, lo que demuestra que la huella de carbono del turismo sería al menos tres veces mayor de lo que dicen las autoridades turísticas y el sector empresarial. Se dice que los hombres de marketing del turismo recibieron la

---

<sup>130</sup> <https://tecnohotelnews.com/2019/12/05/cambio-climatico-afecta-turismo/#:~:text=El%20cambio%20clim%C3%A1tico%20supone%20una,afectadas%20por%20el%20cambio%20clim%C3%A1tico.>

<sup>131</sup> [https://www.seguridadaerea.gob.es/lang\\_castellano/navegacion\\_aerea/cielo\\_unico\\_eu/default.aspx](https://www.seguridadaerea.gob.es/lang_castellano/navegacion_aerea/cielo_unico_eu/default.aspx)

<sup>132</sup> Lanquar R. (2020). La COP25 et après ? De l’impuissance climatique dénoncée !. In L’Economiste, Edition N°5675 Le 14/01/2020, Casablanca

atención de los principales medios de comunicación sobre el crecimiento del turismo resiliente, creando confusión entre el público; lo que llevó a una desaceleración en los esfuerzos para promover un turismo responsable.

Recordemos que, entre 2009 y 2013, la huella de carbono del turismo aumentó de 3,9 a 4,5 GtCO<sup>2</sup>, cuatro veces más que antes, alrededor del 8% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero. El transporte turístico, el shopping y la comida serían los contribuyentes más importantes. A continuación, cabe preguntarse si la OMT sigue realmente la posición de las Naciones Unidas o si no está cediendo a la presión de los lobbies al tiempo que elogia el greenwashing del turismo con la noción de turismo sostenible y, a pesar de su cálida aprobación, a múltiples iniciativas de la sociedad civil y de las autoridades locales o regionales.

En Madrid se ha olvidado que diversas formas de turismo se ven seriamente amenazadas debido a inundaciones, sequías, temperaturas demasiado altas. ¿Qué pasa con la biodiversidad de la naturaleza, entonces que entre 500.000 y un millón de especies vegetales y animales estarían amenazadas de extinción en las próximas décadas?

Excepto por las medusas: muchas playas serían infrecuentes debido a la explosión de sus poblaciones, algunas tendrán que cerrar en la mitad de la temporada. Los peces costeros podrían desaparecer como en Murcia en octubre de 2019, en la laguna del Mar Menor. Mientras que la biodiversidad marina se está degradando excesivamente, las floraciones de medusas prosperan en aguas más cálidas con menos oxígeno, incluso apoyando algunos contaminantes químicos. Se cree que la explosión demográfica de las 4.000 poblaciones de medusas está relacionada con el aumento de los gases de efecto invernadero y el calentamiento de los océanos que absorben el 93% de este exceso de calor. Sus depredadores naturales, como tortugas y tiburones, están desapareciendo. Aquí es donde se pueden presentar tres elementos: el de los cruceros que intentan reducir su huella de carbono<sup>133</sup>, de la «vergüenza de volar»<sup>134</sup>, finalmente el turismo de montaña y nieve<sup>135</sup>.

Para concluir sobre la importancia de la COP25 de Madrid, debemos recordar que la COP24 de Katowice (Polonia) tenía que guiar el desarrollo del Acuerdo de París de 2015. En Madrid, fue el momento en que los

---

<sup>133</sup> Lanquar R., idem

<sup>134</sup> Lanquar R., idem

<sup>135</sup> Lanquar R. (2020). Tourisme hivernal de la Sierra Nevada et changement climatique. In Le tourisme hivernal, Clé du succès et de développement pour les collectivités de montagne ?, sous la direction de Nicolas Peypoch et Jacques Spindler. L'Harmattan, Paris

gobiernos presentaron sus compromisos para poder cumplir globalmente lo acordado, pero nada se ha fijado sobre el turismo<sup>136</sup>.

Por otra parte, empresas y territorios como los reunidos en R20 o la Climate Action Network han decidido dar una respuesta ambiciosa con el compromiso de un fondo de US\$ 100 mil millones para 2020 y anualmente después de esa fecha para luchar contra el cambio climático. Climate Action Network (CAN) está muy preocupada por el hecho que, acorde con diferentes proyecciones, la financiación pública proporcionada no alcanzará los US\$ 100 mil millones para 2020 a pesar de las promesas de la Conferencia de refinanciamiento del Fondo Verde Climático (FVC).

### **E. La Cumbre Mundial sobre Acción por el Clima**

En 2018, la reacción de las empresas y las autoridades locales mostró cierto optimismo<sup>137</sup>. La Cumbre Mundial sobre Acción por el Clima (GCAS) se celebró del 12 al 14 de septiembre de 2018 en San Francisco. La segunda reunión de la *Cumbre One Planet* ha tenido lugar en medio de la 73ª sesión de la Asamblea General de las Naciones Unidas, el 26 de septiembre de 2018 durante la Semana del Clima de Nueva York. El evento de San Francisco fue el más prometedor. Ha implicado y fortalecido el liderazgo de la sociedad civil y de las autoridades locales, aquellos que pesan y pesarán cada vez más a los gobiernos. Los actores locales y de la sociedad civil, incluidas empresas e inversores, han decidido tomar el rescate de estados fallidos en la transición energética, la movilidad sostenible, la economía inclusiva y circular, la tierra y los océanos, las inversiones transformadoras y otras cuestiones muy concretas como el transporte limpio.

El Alcalde de Quito (Ecuador), Mauricio Rodas, lo resumió de la siguiente manera: “*es en las ciudades en las que hay que luchar la mayor batalla*” por un enfoque de 0 carbono; el Alcalde y el Director de desarrollo sostenible de la empresa norteamericana Ericsson, fundada en Akron (Ohio), añadieron que era hora de actuar y dejar de firmar declaraciones. A principios de 2020, más de 10.000 ciudades que representan a 1.000 millones de ciudadanos se han comprometido con los planes de acción climática en su escala.

En San Francisco se discutieron cinco desafíos que también tienen una relación directa con el turismo: sistemas de energía limpia, crecimiento económico inclusivo, administración de tierras y océanos, comunidades

---

<sup>136</sup> <https://www.energias-renovables.com/cop25/estas-son-las-tareas-pendientes-de-la-20191203>

<sup>137</sup> Lanquar R. (2019). A San Francisco, la société civile accentue son leadership. R20, Paris-Genève

sostenibles (ciudades y regiones) e inversiones transformadoras e innovadoras. Tienen razón: varios estudios para la preparación de la sexta ronda de evaluación del IPCC que se finalizará en abril de 2022 mediante un informe resumido, sugieren que las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero podrían reducirse mediante compromisos y acciones de cooperación de ciudades, regiones y la sociedad civil, incluidas las empresas, es decir, las partes interesadas no Partes (los estados 2 son las Partes), como el Registro del Clima de Carbono, los Bonos de Iniciativas Climáticas, la Convención Mundial de Alcaldes, R20, Inversores sobre el Cambio Climático<sup>138</sup>...

### **G. R20 – Regiones de Acción Climática**

El objetivo de R20 – Regiones de Acción Climática es acelerar la implementación de proyectos de infraestructura verde en el campo de la optimización de residuos, las energías renovables y la eficiencia energética mediante la “conexión de puntos” entre las autoridades, los socios tecnológicos y los inversores financieros.

R20 es una organización internacional sin fines de lucro fundada en 2011 por el ex gobernador de California Arnold Schwarzenegger en cooperación con varias regiones líderes y ONG, las Naciones Unidas, los bancos de desarrollo, las empresas de tecnología limpia y las instituciones académicas. Quiere multiplicar las inversiones nacionales de infraestructura en la economía verde para contribuir significativamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Su visión para el futuro implica sociedades inclusivas, resilientes y bajas en carbono, lo que Lanquar (2019) apuntalaba para el turismo en un artículo de su Revista<sup>139</sup>.

Muchos líderes empresariales hicieron una promesa solemne de que todas sus estrategias de desarrollo girarían en torno a la transición energética y la reducción de sus emisiones de carbono a cero. Cerca de 400 empresas como Tata Motors y Sony han seguido y se han unido a RE100, una iniciativa global y colaborativa iniciada por 100 emprendedores influyentes. Muchos también han establecido objetivos energéticos para la construcción de edificios de cero- carbono. Los organizadores de la Cumbre pudieron inventariar los resultados esperados de las acciones propuestas anunciadas en San Francisco, que están en línea con el Acuerdo de París: para 2030, al

---

<sup>138</sup> En una entrevista de Robert Lanquar, que participaba en la Cumbre de San Francisco, en la televisión local cordobesa Onda Mezquita de octubre 2018, se ha dicho que el cambio climático afectara gravemente la Provincia y su Capital Córdoba y que la adaptación pasara, entre otros, por una movilidad baja en carbono.

<sup>139</sup> <https://regions20.org/news>

menos 26.000 millones de dólares EE.UU. en beneficios en todo el mundo, 65 millones de nuevos puestos de trabajo, 700.000 vidas salvadas por muerte prematura debido a la contaminación del aire, al menos 2.800 millones de dólares EE.UU. en nuevos ingresos fiscales para los Estados y las autoridades locales.

La transición conduciría a formas más sostenibles de agricultura, combinadas con una mejor protección de los bosques; mejoraría la seguridad alimentaria, incluida la reducción de la pérdida de alimentos y el desperdicio de alimentos, más de un tercio de las soluciones para combatir el cambio climático. Al restaurar nuestros recursos naturales, especialmente nuestros bosques, tierras degradadas y zonas costeras, estas acciones deben fortalecer nuestras defensas y estimular la adaptación a los impactos climáticos, reduciendo los fenómenos meteorológicos más extremos y el aumento del nivel del mar.

Además, la transición está afectando el deporte. Robert Lanquar y Geoff Gibas, en mayo de 2021 en la Revista R20<sup>140</sup>, han mostrado que la UNFCCC (United Nations Climate Change) y el Comité Olímpico Internacional exigieran un compromiso inquebrantable de todas las "*Ligas, Clubes, Sitios, Federaciones y Organizaciones Deportivas, Marcas, Torneos y Tours, Titulares de Derechos, Asociaciones, Proveedores de Soluciones, Innovadores, Gobierno, Agencias de las Naciones Unidas, ONG, Grupos de Defensa*" un año antes de la COP26 de Glasgow de noviembre de 2021 y de los Juegos Olímpicos de Tokio.

Mejor aún y más concretamente, se ha confirmado una alianza en San Francisco entre 60 estados/regiones, municipios y multinacionales para lograr el objetivo de emisiones de carbono 100% cero en un plazo de una a dos décadas en el marco del desafío ZEV (vehículos de cero emisiones) de poner fin al transporte terrestre utilizando combustibles fósiles. Por primera vez, varias docenas de ciudades y autoridades locales, y algunas empresas, han decidido poseer sólo vehículos eléctricos limpios, por ejemplo, el Estado de California, la ciudad de Nueva York, París, Londres, Milán, Copenhague. Ciudad de México. Otras doce regiones, entre ellas, la Cataluña española, la Lombardía italiana, Escocia y el estado de Washington, tendrán solamente flotas de vehículos eléctricos para 2030.

Muchas empresas también creen que las nuevas tecnologías deben tener en cuenta nuestras necesidades sociales y que elegimos una transición

---

<sup>140</sup> Lanquar R. & Gibas G. (2021). Sport et environnement : de Tokyo2020 à Paris2024. Revue R20, Paris

justa a empleos decentes con protecciones y garantías justas. Estas iniciativas son ahora innumerables y considerables: la lucha contra la deforestación causada por la producción de aceite de palma y otros cultivos intensivos, la reforestación de la Amazonía, la lucha contra el blanqueo que destruye los arrecifes de coral en todos los mares cálidos, la lucha contra los vórtices plásticos que se multiplican en nuestros océanos, la investigación para la repoblación de peces en nuestros mares y ríos...

Por su parte, la Agenda de Inversores para la Transformación de Nuestras Economías se puso en marcha oficialmente en San Francisco. Incluye cadenas de alojamiento y empresas de ocio. En 2018, reúne a más de 400 inversores que gestionarían activos de US\$ 32.000 millones, incluyendo CalPERS, el fondo de pensiones más grande de los Estados Unidos, el Fondo de Inversiones y Depósitos de Quebec (CPDQ), el fondo de pensiones danés pKa, Sumitomo Mitsui Trust Asset Management... Su objetivo: financiar una economía mundial baja en carbono y sostenible. De este modo, en 2019, 296 inversores se han unido a la Acción Climática con el fin de alcanzar los objetivos del Acuerdo de París.

También se señalaron representantes de la Asociación Mundial de los Bonos Verdes (GGBP) con el apoyo del Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional (SFI). Como resultado, los principales grupos de financiamiento y sostenibilidad climática pueden lanzar obligaciones ambientales regionales y corporativas.

En cuanto a la investigación, estos inversores ayudarán a crear Planet Labs, incubadoras de Startups y fuentes de innovación para acelerar la transformación económica y social. Miles de representantes locales, regionales e incluso estatales, líderes de la sociedad civil y líderes empresariales desafiaron al presidente Trump en San Francisco. Han ganado el liderazgo de la lucha contra el cambio climático. Esto les valió muchos tweets presidenciales.

### **III. Análisis sectorial**

El contexto teórico y epistemológico debe complementarse con un análisis de los subsectores que conforman el turismo. El turismo abarca ámbitos muy amplios de la vida cotidiana, desde el transporte local, nacional o internacional por mar, tierra o aire, hasta el alojamiento, la restauración y la gastronomía, el ocio. Por último, el turismo debe integrar los nuevos elementos innovadores que le permitan avanzar tecnológicamente. Es necesario examinar cada uno de estos subsectores y ver cuál será su futuro.

## A. Actividades críticas y criticadas

### a. Los cruceros deben cambiar

El mercado de cruceros fue uno de los segmentos de turismo de más rápido crecimiento. Sin embargo, los puertos de escala, en todo el mundo, se quejan de que los grandes buques de línea tienen un impacto medioambiental muy negativo, no sólo como en Venecia, donde aceleran el colapso de la laguna, sino en otros lugares como en Marsella, Tolón, Barcelona, Palma de Mallorca, Málaga, Niza o Cannes, donde contaminarían tanto el aire, si no más que el tráfico automovilístico, con emisiones muy altas de dióxido de nitrógeno, así como el azufre y las partículas finas<sup>141</sup>.

España es el país europeo que concentra los problemas de contaminación más graves por cruceros: las casi 14.500 toneladas de SOx son 50 veces “*más que la cantidad de este contaminante que sale de los tubos de escape de los 23 millones de vehículos que hay en circulación en todo el Estado*”; después vienen Italia, Grecia, Francia y Noruega<sup>142</sup>. Por eso, en Francia, los municipios y la región de Provenza-Costa Azul acaban de desplegar un plan de 30 millones de euros para mejorar la calidad del aire de sus puertos de cruceros. El plan también prevé una conexión terrestre para que estos barcos utilicen únicamente electricidad atracada que será alimentada cada vez más por energía renovable.

Conjuntamente, se ha notado, durante la pandemia de la COVID19, en la segunda quincena de febrero de 2020, que los cruceros eran clústeres muy peligrosos: por ejemplo, la cuarentena de los 3.700 pasajeros del crucero ‘Diamond Princess generó aún más casos de coronavirus. En el puerto de Yokohama (Japón), fueron infectados más pasajeros que si hubieran

---

<sup>141</sup>[https://www.francetvinfo.fr/meteo/canicule/marseille-la-pollution-of-boats-of-cruise-pose-probleme\\_3508957.html?gclid=EAlaIqobChMI3ILDp6Op6wIVA\\_IRCh0N2Q9yEAAYASAAEgLCqvD\\_BwE-xtor-SEC-771-GOO-\[FTVI\\_DSA\]-\[Actualit%C3%A9s\]](https://www.francetvinfo.fr/meteo/canicule/marseille-la-pollution-of-boats-of-cruise-pose-probleme_3508957.html?gclid=EAlaIqobChMI3ILDp6Op6wIVA_IRCh0N2Q9yEAAYASAAEgLCqvD_BwE-xtor-SEC-771-GOO-[FTVI_DSA]-[Actualit%C3%A9s])

<sup>142</sup>[https://www.ara.cat/es/sociedad/Barcelona-Palma-puertos-mayor-contaminacion-cruceros\\_0\\_2247375373.html#:~:text=Barcelona%20es%20la%20ciudad%20m%C3%A1s%20castigada%20por%20la%20contaminaci%C3%B3n%20de%20los%20cruceros,-Palma%20es%20la&text=Barcelona%20es%20la%20ciudad%20europea,contaminaci%C3%B3n%20derivada%20de%20los%20cruceros.&text=Lo%20recoge%20un%20estudio%20de,ciudades%20de%20todo%20el%20continente.](https://www.ara.cat/es/sociedad/Barcelona-Palma-puertos-mayor-contaminacion-cruceros_0_2247375373.html#:~:text=Barcelona%20es%20la%20ciudad%20m%C3%A1s%20castigada%20por%20la%20contaminaci%C3%B3n%20de%20los%20cruceros,-Palma%20es%20la&text=Barcelona%20es%20la%20ciudad%20europea,contaminaci%C3%B3n%20derivada%20de%20los%20cruceros.&text=Lo%20recoge%20un%20estudio%20de,ciudades%20de%20todo%20el%20continente.) (“Barcelona es la ciudad más castigada por la contaminación de los cruceros). Palma es la segunda con más polución, según un estudio entre 50 puertos europeos”)



desembarcado inmediatamente, es decir, todo lo contrario de lo que se pretendía, según un estudio de la Universidad de Umea (Suecia)<sup>143</sup>.

Las compañías marítimas de cruceros han reaccionado desde 2015. Quieren ser social y ecológicamente responsables. Nuevos barcos como *Aida Nova* o el gigantesco *Costa Esmeralda* de 2.600 cabinas (el crucero más grande del mundo en 2020), lanzado en octubre de 2019, son mucho más limpios, alimentados por gas, GNL, con una huella de carbono muy baja, evitando casi la emisión de partículas finas y óxidos de azufre. MSC Cruceros incluso ha anunciado su intención de convertirse en la primera compañía neutral en carbono del mundo para sus operaciones marítimas mediante la instalación de filtros altamente eficientes y la compra de emisiones de carbono.

Todo el sector parece estar muy preocupado. Bajo el título *Carnival Corporation to Emerge Leaner and Stronger*, “*Ahora mismo, no tenemos ingresos. Tenemos que adelgazar. Tenemos que reducir los gastos generales y tenemos que reducir nuestro flujo de efectivo*” declaró el presidente de la Carnival Corporation, Dr. Arnold Donald, que está al frente de la compañía de cruceros más grande del mundo, que iba a operar en 2020 con nueve marcas, más de 100 barcos y llevar aproximadamente 12,5 millones de huéspedes según el Informe Anual de Noticias de la Industria de Cruceros 2020<sup>144</sup>.

Parece que la carrera por el gigantismo ha terminado para los cruceros y que vamos a los barcos con un máximo de 1.000 cabinas, más fáciles de maniobrar y que deberían tener un impacto mínimo en los ecosistemas. Según Associated Press, se esperaba que la industria de cruceros transportara 32 millones de pasajeros en todo el mundo y ganase 71.000 millones de dólares (62.000 millones de euros) en 2020, pero esta cifra se reducirá a más de la mitad. En un seminario web de la plataforma *Rebuilding Travel* del 19 de agosto de 2020, se hablaba de la región del Caribe, especialmente de las islas de la Federación Saint Kitts & Nevis, con el Dr. Taleb Rifai, antiguo Secretario General de la OMT, el Dr. Peter Tarlow de la Texas A&M University y Juergen Steinmetz, fundador de *Travel Wire News*. Los cruceros que arrojan miles de excursionistas a estas islas casi no han generado ingresos. Los responsables del turismo local están esperando el fin de la pandemia y la distribución generalizada de una vacuna con el fin de

---

<sup>143</sup> Europa Press: <https://www.infosalus.com/salud-investigacion/noticia-cuarentena-crucero-diamond-princess-genero-aun-mas-casos-coronavirus-20200302170304.html>

<sup>144</sup> 2020 Cruise Industry News Annual Report

reiniciar la industria del turismo y, en particular, los casinos de estas dos islas.

b. “Ocean Cleanup Machines” contra el plástico

Vinculado al turismo litoral y marítimo, existe el problema de los continentes de plásticos que perturbarán cada vez más el turismo y la navegación en todos los océanos del mundo. En la Cumbre Mundial de Acción Climática de San Francisco 2018, un ingeniero de 24 años, Boyan Slate, ha tenido un gran éxito mediático con su *Ocean Cleanup Machine System 1*, una manguera de 600 metros de largo para eliminar los residuos de los mares.

El *System 1* fue lanzado desde el puente Golden Gate de San Francisco. Construido en Alameda, en la Bahía de San Francisco, con financiación de la Silicon Valley, fue el primero de unas sesenta máquinas que deberían poner fin a los vórtices de residuos liberados por el hombre, que se encuentran en los océanos Pacífico, Atlántico e Índico, así como remolinos de plástico cada vez más numerosos en el Mediterráneo. El *System 1* no es el único. En junio de 2018, Francia financió “*Plastic Odyssey*”, un catamarán que recupera los plásticos vertidos al mar. Las ONG ambientales han recibido el apoyo de la Reina Emérita Dña. Sofía que, ella misma, fue a recoger los plásticos que llenan los lugares más prestigiosos de la costa española.

c. El Flygskam

Ante la emergencia climática, las voces se ponen en contra de la aviación. En Suecia, el movimiento “**Flygskam**” (una nueva palabra sueca para decir “vergüenza para volar”) creado a finales de 2018 está impulsando el rechazo del tráfico aéreo. Este movimiento ha conseguido una disminución más pronunciada de los vuelos nacionales (-6% año tras año) que en los vuelos internacionales (-2%) en 2019. El tren sería el gran ganador. ¿Se acelerará este movimiento después de 2020? Los científicos señalan que el avión emite entre 10 y 14 veces más CO<sup>2</sup> que el tren y que la aviación representaría más del 4% de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Por ejemplo, para la ruta aérea París-Casablanca, que es de 1.889 km, la huella de carbono por pasajero sería de unos 155 kg de CO<sub>2</sub> en

comparación con menos de 15 kg de CO<sub>2</sub> para el tren (más la huella de carbono del ferry entre Algeciras y Tánger) durante 2.334 km, con la nueva línea marroquí de alta velocidad, *el Boraq*, gran oportunidad para Marruecos y ejemplo para todos en los países del Mediterráneo.

La ocurrencia de “Flygskam” sigue multiplicándose: en la COP25, muchos participantes de la sociedad civil europea tomaron el tren o vehículos eléctricos. Así vemos que detrás del zumbido de las redes sociales, se produce un cambio en el comportamiento de la demanda que se seguirá de cerca. Los fabricantes de aviones están tratando de reaccionar y están proponiendo un avión eléctrico para la década 2040-2050. Se espera que los prototipos de pequeños aviones eléctricos despeguen en la década de 2020.

Por supuesto, no es posible tener una visión global de los hechos y comportamientos del transporte aéreo en el mundo. En algunas regiones, como Asia, este transporte aumentará, mientras que en otras no lo hará. En Francia, el gobierno, después de haber obligado a Air France a abandonar sus rutas nacionales cuyos viajes se pueden hacer en tren en menos de 2 horas y 30 minutos, a cambio de 7.000 millones de euros en ayuda para hacer frente a la crisis COVID19 (es decir una cuarta parte del tráfico que sale de los aeropuertos de París), ha decidido que otras compañías aéreas no podrán hacerse cargo de estas franjas horarias<sup>145</sup>. Veremos en la siguiente sección de este capítulo cómo se imagina el futuro del transporte turístico, así como las posiciones de la OACI (Organización de Aviación Civil Internacional) frente a las COP para que los modelos de transporte participen en la lucha contra el cambio climático.

#### d. ¿Qué futuro para los deportes de nieve?

Las vacaciones de invierno también se verán interrumpidas por el cambio climático. Charles Ange Ginesy, Presidente de la Asociación Francesa de Alcaldes de Estaciones de Montaña, era plenamente consciente de los cambios que ya se están sintiendo, lo que requiere adaptarse a los principales desafíos a los que se enfrenta el futuro de las cordilleras del mundo y, garantizar una nueva gobernanza territorial que tenga en cuenta el cambio climático<sup>146</sup>. Eso es lo que Lanquar (2019) analizó para Sierra Nevada en el libro “El turismo invernal”<sup>147</sup>.

---

<sup>145</sup> <https://www.ladepeche.fr/2020/06/19/imposer-le-train-a-la-place-de-lavion-sur-les-lignes-delaissées-par-air-france-letat-y-songe,8940111.php>

<sup>146</sup> Peypoch N. & Spindler J. (2019) Eds. Le tourisme hivernal, Clé du succès et de développement pour les collectivités de montagne. L’Harmattan, Paris

<sup>147</sup> Lanquar R. (2019). Le tourisme hivernal de la Sierra Nevada résistera-t-il au changement climatique ?. In Le tourisme hivernal, Clé du succès et de développement pour les collectivités de montagne. L’Harmattan, Paris

Sierra Nevada está viendo reducir su manto de nieve debido al calentamiento, con un aumento de incidentes a veces debido a las nubes de polvo saharauí detenido por el macizo. ¿Qué pasará con el cambio climático, cuando los servicios meteorológicos españoles predigan un aumento de las temperaturas invernales de hasta 5-6 grados centígrados según el escenario más pesimista de las zonas donde se encuentran las pistas de esquí y los deportes de invierno? Sierra Nevada se ha convertido en el “gran laboratorio europeo para el cambio climático”, según Regino Zamora, director del Observatorio para el Cambio Global y titular de la Cátedra de Ecología de la Universidad de Granada<sup>148</sup>.

La biodiversidad del Parque nacional de Sierra Nevada cambiaría drásticamente en los ecosistemas de la Sierra (modelo de 5 de los 6 biotopos mediterráneos). Muchas especies están en peligro de extinción. Según los informes<sup>149</sup>, la cordillera de Sierra Nevada está perdiendo su carácter alpino y las especies de aves que normalmente se encuentran en el Magreb, en el borde del Sahara, están empezando a reproducirse allí.

Los deportes de invierno ya no serán los mismos según Brunet et al. (2009)<sup>150</sup> y Ribalaygua et al. (2008)<sup>151</sup>. Se han construido escenarios a nivel nacional español para tres horizontes espaciotemporales: 2020-2050, 2040-2070 y 2070-2100. Muchas estaciones de esquí cerrarán en España en las próximas décadas. Sólo el 4% de los esquiadores actuales dejarían de practicar el deporte si su estación habitual ya no fuera una estación de esquí. La mayoría pediría que se utilizara nieve artificial. Por lo tanto, el cambio climático no conduciría a una caída de la demanda, aparte de una redistribución de los esquiadores a las estaciones que permaneciesen abiertas, “*teniendo en cuenta no sólo la variabilidad física y climática de cada estación, sino también la influencia de otros factores socioeconómicos como el turismo complementario o la accesibilidad*”<sup>152</sup>.

---

<sup>148</sup> <https://waste.ideal.es/sierranevada-cambioclimatico.htm>

<sup>149</sup> Consejería de Medio Ambiente (2012). Estudio Básico de Adaptación al Cambio Climático, Sector Industria Turística. Junta de Andalucía, Sevilla: [https://sevilla.abc.es/andalucia/granada/sevi-cambio-climatico-sigue-modificando-ecosistemas-sierra-nevada-201710302342\\_noticia.html](https://sevilla.abc.es/andalucia/granada/sevi-cambio-climatico-sigue-modificando-ecosistemas-sierra-nevada-201710302342_noticia.html)

<sup>150</sup> Brunet M. et al. (2009). Generación de escenarios regionalizados de cambio climático para España. Agencia Estatal de Meteorología, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino: [www.aemet.es/documentos/es/elclima/cambio\\_climat/escenarios/Informe\\_Escenarios.pdf](http://www.aemet.es/documentos/es/elclima/cambio_climat/escenarios/Informe_Escenarios.pdf)

<sup>151</sup> Ribalaygua J., Del Carre M. y Torres L. (2008). Generación de Escenarios Climáticos Regionalizados en España mediante una Metodología Estadística de Análogos en dos Pasos. Fundación para la Investigación del Clima, Ponencia en las XXX Jornadas Científicas de la Asociación Meteorológica Española, Zaragoza: [www.ame-web.org/images/stories/Congresos/30-Zaragoza-2008/1A\\_Ribalaygua.pdf](http://www.ame-web.org/images/stories/Congresos/30-Zaragoza-2008/1A_Ribalaygua.pdf)

<sup>152</sup> [https://elpais.com/sociedad/2018/11/07/actualidad/1541615655\\_317065.html](https://elpais.com/sociedad/2018/11/07/actualidad/1541615655_317065.html)

Según un estudio de 2012 de la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía<sup>153</sup>, a pesar del reconocimiento del cambio climático, “*la Snow pack, que, aunque irregular en el tiempo, garantiza una permanencia adecuada para el desarrollo del esquí. Sin embargo, la presencia de años secos o calurosos puede causar muy malas estaciones*”<sup>154</sup>. La Junta de Andalucía se enorgullece de que el macizo de Sierra Nevada tenga el pico más alto de la Península Ibérica, el Mulhacén de 3.481 metros de altura, que es el más meridional de Europa continental. Sin embargo, el estudio señala que alrededor de la década de 2050, habrá que encontrar otras actividades durante el invierno, para compensar la pérdida económica de la falta de nieve y la escasez de agua, ya que la nieve eterna de los tres picos de Sierra Nevada ha desaparecido.

En este estudio de la Junta de Andalucía (2012), se presentan varios escenarios para un análisis prospectivo de la vulnerabilidad del turismo invernal debido al aumento de la temperatura en el año 2050. Se crearon dos modelos (el escenario A2 con temperaturas que suben a 4°C y el escenario B2 con temperaturas no superiores a 2.5°C) para incorporar el aumento de la temperatura media en 2050 en comparación con los promedios registrados entre 1961 y 1990. Incluso en el escenario de un aumento de la temperatura global de 1,5°C (que parece no ser el caso y superará los 2°C a 3°C, un ligero aumento de las temperaturas en La Sierra Nevada resultaría en una disminución en el grosor medio de las placas de nieve y una mayor irregularidad temporal y espacial de la nieve. Además, las precipitaciones se reducirían entre 0 y -50 mm por año, con un aumento medio de la temperatura de entre 2 y 3 grados centígrados, lo que tendrá consecuencias muy negativas para el esquí. En todos los casos, será necesario definir estrategias para prevenir, corregir y adaptar el turismo de invierno a las futuras condiciones climáticas, sin comprometer el medio ambiente y la biodiversidad de Sierra Nevada, así como de todas las sierras del mundo<sup>155</sup>.

## **B. El grito de la Pachamama y los bienes comunes**

*La naturaleza no es muda*  
Tertulia masónica  
France Culture, Paris, agosto de 2020  
*La Pachamama, la Madre Tierra, arde,*  
*sufre ante la indolencia de la humanidad*

---

<sup>153</sup> Consejería de Medio Ambiente (2012). Estudio Básico de Adaptación al Cambio Climático, Sector Industria Turística. Junta de Andalucía, Sevilla

<sup>154</sup> <http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/site/portalweb/menuitem>

<sup>155</sup> Sverre Stefanussen Foslie (2018). Snow for the Future – Phase 1, Final report. SINTEF Energy Research, Trondheim

El grito de los primeros pueblos de América, que viven en espacios naturales, destinos turísticos únicos, viene de los incendios, de la deforestación, del cambio climático que multiplica eventos extremos como inundaciones y sequías. Estos espacios son “bienes comunes” definidos en economía como bienes que son rivales y no excluyentes:

- Sí, el consumo de un bien por una persona impide su consumo por otra persona (rivalidad).
- Sí, es posible impedir que las personas (consumidores) que no han pagado por ella tengan acceso a ella (capacidad de excluir). Es el ejemplo de la inestabilidad climática que estamos constatando actualmente.

El Papa Francisco ya había subrayado que “*el clima es un bien común, para todos y para todos*”: como lo es el agua y el aire. El agua y el aire se pueden contaminar: los flujos de agua se pueden utilizar más allá de la sostenibilidad, y el aire se utiliza a menudo en la combustión, ya sea por vehículos de motor, fumadores, fábricas, incendios de madera. En el proceso de producción estos recursos y otros se transforman en productos terminados como alimentos, muebles, automóviles, casas y otros equipos. Según Dardot Pierre y Christian Laval en su libro de 2015<sup>157</sup>, mientras la demanda de recursos retirados del bien común no supere un cierto nivel, los rendimientos futuros no se vean disminuidos y el bien común, como tal, se conserve como un nivel sostenible.

Si el acceso al bien común se regula a nivel comunitario restringiendo la explotación a los miembros de la comunidad e imponiendo límites a la cantidad de mercancías que se retiran del bien común, se puede evitar la tragedia de los bienes comunes. Según la crítica del libro de Victorine de Oliveira, en la revista francesa *Philosophie Magazine*<sup>158</sup>: “*El Bien Común es una síntesis entre el anticapitalismo, la ecología política y la forma de democracia de un “autogobierno colectivo” para una nueva sociedad*”.

Los bienes comunes que se sostienen a través de un arreglo institucional de este tipo se denominan “recursos comunes”. Los movimientos ecologistas de todo el mundo están desafiando la apropiación de recursos naturales por una

---

<sup>156</sup> En relación con los grandes incendios de la Amazonia.

<sup>157</sup> Dardot P. y Laval Ch. (2015). *Commun: Essai sur la révolution au XXIe siècle*. La Découverte, Paris (Bienes comunes : Ensayo sobre la revolución en el siglo XXI)

<sup>158</sup> <https://www.philomag.com/les-livres/notre-selection/commun-9409>

pequeña oligarquía, que sean espacios y servicios públicos, redes de conocimiento, educación y comunicación o sanitarias (lo que ha faltado con la COVID19). Todas estas luchas plantean el mismo requisito, todo basado en el mismo principio: **lo común**<sup>159</sup>.

François Flahault, en su libro *Où est passé le bien commun ? (¿Qué pasó con el bien común?)*<sup>160</sup>, nos acerca al turismo. Cuando la tradición liberal defiende la ficción del individuo libre que entra en la sociedad mediante la firma de un contrato, Flahault muestra lo contrario que “*nuestra libertad individual proviene de la sociedad. En otras palabras, sin el bien común - las artes y la biodiversidad, las leyes del Estado o la organización del trabajo, la libertad de circulación y el derecho a la educación, (el ocio y las vacaciones)- no se puede disfrutar de una vida digna*”<sup>161</sup>. Flahault propone dar pleno peso a los artículos de la Declaración de Derechos Humanos relativos a la seguridad social y el trabajo (Artículo 23)<sup>162</sup>.

Coincidentemente, estos son de los que habla Stéphane Hessel en *Indignez-vous!* y que se ha utilizado en el Keynote Speech de la Conferencia T&MS 2014<sup>163</sup>. ¿Por qué? Stéphane Hessel estaba muy familiarizado con el turismo, desde que lanzó, en la década de 1980 una serie de iniciativas cooperativas para el turismo solidario (Lanquar, 2014).

¿La lucha contra el cambio climático y la transición ecológica serían incompatibles con el turismo de masas? ¿Qué elementos del turismo debemos analizar más para entender las pistas a seguir para un futuro sostenible y responsable? El cambio climático supone una doble amenaza para el turismo. Una afecta de manera directa a la actividad turística y la otra es generada y adopta la forma de movimiento social, alimentado ideológicamente a nivel del transporte, de los alojamientos, de la gastronomía; por ejemplo, no comer carne, de los movimientos vegetarianos y veganos.

### C. ¿Transformación del turismo?

---

<sup>159</sup>[https://web.archive.org/web/20160306102606/http://www.foreurope.eu/fileadmin/documents/pdf/Workingpapers/WWWforEurope\\_WPS\\_no040\\_MS110.pdf](https://web.archive.org/web/20160306102606/http://www.foreurope.eu/fileadmin/documents/pdf/Workingpapers/WWWforEurope_WPS_no040_MS110.pdf)

<sup>160</sup> Flahaut F. (2012). *Où est passé le bien commun ?*. Fayard/Mille et une nuits, Paris

<sup>161</sup> Ídem

<sup>162</sup> Artículo 23. “1. Toda persona tiene derecho al trabajo, a la libre elección de su trabajo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo y a la protección contra el desempleo.”

<sup>163</sup> Lanquar R. (2015). One hundred years of tourism – from past to future?. Keynote Speech, Conference T&MS 26-29 November 2014. Faro, Portugal

Es imposible analizar, de manera exhaustiva, lo que evolucionará en el mundo en las próximas décadas y que influirá directamente en el turismo. El impacto de la COVID 19 ha sido tan grande que se pregunta si no debemos dejar de lado el ultra - liberalismo que ha permitido el desarrollo sin precedente del turismo y volver a un objetivo de turismo más social, más inclusivo, para favorecer una economía circular y reducir las desigualdades, con el control de los Estados o de entidades intergubernamentales, como la Unión Europea, que define directivas a seguir. También, en el análisis de la influencia del cambio climático en el turismo, hay más incertidumbres que certezas. No hay mucha información, al menos no hay datos fiables que se ocupen de los posibles efectos de las variaciones del clima sobre el turismo. Muchos factores afectaran las tendencias globales. La literatura académica es muy incierta sobre el tema, unos piden un turismo sostenible y responsable. Por otra parte, los profesionales en general rechazan toda idea de reducir la rapidez del crecimiento del turismo y hablan cada vez de resiliencia.

Investigadores y consultores, a menudo trabajando para organismos gubernamentales o asociaciones profesionales internacionales, han tratado de imaginar cuál sería el futuro del transporte, el alojamiento, la restauración y el ocio. Desde el principio del siglo XXI, lo que ha sido de particular interés para los profesionales del turismo y los líderes territoriales es si la digitalización de todos los componentes del desarrollo turístico y si el turismo inteligente será el foco principal de los destinos turísticos.

¿Podemos describir los caminos hacia este futuro en relación con las formas de turismo: el turismo costero debe incorporar el impacto del aumento de los mares y la necesidad prioritaria de multiplicar los humedales; el turismo de montaña, la desaparición de glaciares y campos de nieve y el interés en desarrollar otras actividades en los centros turísticos; el turismo de interior, el aumento de las sequías y las inundaciones y los avances que el turismo traería para evitar la desertificación del mundo rural? ¿Qué está pasando con la generalización del teletrabajo que induce nuevas nociones como las “working vacaciones”, el “workation” que se hace viral desde el principio del confinamiento debido a la COVID19?

¿Podremos confiar siempre en el *Travel & Tourism Competitiveness Index*<sup>164</sup> (TTCI) del Foro Económico Mundial (WEF) que es un indicador compuesto de los factores que hacen atractivo el desarrollo turístico y la inversión en un país, en lugar de una medida del atractivo de un destino turístico? En 2007, cuando se publicó por primera vez, el índice abarcó cien

---

<sup>164</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)



países y economías; en 2011, 139 países; en 2019, 140 países y economías. El índice clasifica a los países en función de este atractivo para los inversores. Se puede comparar con el Foro Económico Mundial, al Informe del Banco Mundial, *Doing Business*<sup>165</sup>, que establece medidas objetivas de regulaciones comerciales para las empresas en 190 economías. El WEF pudo ganarse al apoyo y la colaboración de la OMT-UNWTO y la WTTC para desarrollar su Índice. En 2019, España estuvo en primer lugar de su ranking, seguido de Francia, Alemania, Japón y Estados Unidos.

#### **D. La movilidad al corazón del turismo**

La movilidad con sus pilares de transporte (aéreo, marítimo y terrestre) está en la sustancia misma del turismo, sustentando las conexiones sociales (los motivos de viaje) y facilitando el acceso a los destinos. En el mundo actual, la movilidad tiene que ver con la eficiencia, la velocidad, la interconectividad y la accesibilidad de todos. Sin embargo, se plantea la cuestión de la sostenibilidad. La ONU predice que para 2050 dos tercios de la población mundial vivirá en ciudades. ¿Cómo podemos adaptar y mejorar el sistema de movilidad para que responda a las crecientes demandas de viaje? ¿Cómo se puede revitalizar la movilidad para que sea sostenible y apoyar la Agenda 2030 del Desarrollo Sostenible? ¿Debemos realmente incrementar la movilidad turística? ¿Podemos aceptar ir muy lejos con una exagerada huella de carbono?

Algunas partes del mundo serán peligrosas debido a eventos climáticos, otras por motivos del terrorismo o de las mafias de la droga. Habría que observar señales fuertes y menos visibles para construir los caminos que guían nuestros escenarios y entrevistar, a través de escalas de Likert, los expertos que consultamos, como lo veremos en el Capítulo II de esta tesis. Hemos repetido que el turismo es una de las actividades más directamente afectadas por el cambio climático. En la literatura académica como profesional, a nivel nacional o internacional, investigadores perciben ampliamente los efectos de una evolución del clima con consecuencias sanitarias y políticas. Muy pocos lo discuten o niegan. Por eso, el sector turístico es el más interesado en que se adopten medidas que neutralicen o palien la evolución del clima y sus efectos negativos en todos sus componentes.

Antes de la COVID19, SuM4All (*Sustainable Mobility for All*), una organización liderada por el Banco Mundial, estimada que la demanda de

---

<sup>165</sup> <https://www.doingbusiness.org/>

transporte aumentará drásticamente<sup>166</sup>. Para 2030, el tráfico anual de pasajeros aumentará en un 50% y otros 1.200 millones de automóviles estarán en la carretera para 2050. Con la mitad de la nueva población mundial entrando en la clase media, las expectativas de estilo de vida y movilidad están cambiando radicalmente. ¿El Banco Mundial se pregunta cómo podemos garantizar que esta demanda de la generación actual no se satisfaga a expensas de las generaciones futuras? En otras palabras, ¿cómo podemos garantizar que la movilidad sea sostenible?

No es cierto que la tecnología nos ayudara. Aviones, barcos, trenes, buses o coches futuristas no van a redefinir la eficacia de los viajes. La tecnología de vanguardia, como los dispositivos autónomos y los materiales ultraligeros, crea oportunidades para transformar el sistema de movilidad al permitir nuevos modelos de negocio y servicios de movilidad. Abundan las innovaciones en la aviación y lo marítimo; inteligencia artificial; biometría; robótica; blockchains - cadena de bloques; combustibles alternativos y aviones eléctricos.

Por lo tanto, la aviación está en una posición ideal para apoyar el discurso de innovación y sus posibles impactos en la nueva movilidad. Alcanzar una movilidad sostenible sólo será posible si todos los modos de transporte trabajan conjuntamente para abordar conjuntamente las ineficiencias en el sistema de transporte actual de forma integral, evaluar el impacto y coordinar la implementación de las innovaciones. Lo más prometedor es el transporte multimodal como se ha debatido en los años 2005-2010 entre aeropuertos y trenes a gran velocidad con el ejemplo del caso no resuelto del AVE entre Francia y España<sup>167</sup>.

Según el Foro Económico Mundial (WEF)<sup>168</sup>, los Estados y el sector privado pueden contribuir a un panorama de movilidad mejorado, si se despliegan de forma coordinada y colaborativa. Desgraciadamente hasta 2020, estos esfuerzos en muchos casos han exacerbados los problemas de transporte, sobre todo añadiendo congestión y complejidad, al tiempo que crean ineficiencias entre los modos de transporte público y privado. ¡Y luego llegó la COVID19! El transporte aéreo seguirá llevar “*a personas como abejas polinizando la economía mundial*”<sup>169</sup>.

---

<sup>166</sup> <https://sum4all.org/the-global-mobility-system-today>

<sup>167</sup> Lanquar R. (2008). Conférence sur la multi-modalité. Amistades franco-españolas - Amitiés franco-espagnoles, Madrid

<sup>168</sup> <https://www.weforum.org/communities/the-future-of-mobility>

<sup>169</sup> World Economic Forum (2020). Global Future Council on Mobility. WEF, Geneva

Por eso, el Foro Económico Mundial (WEF), ha creado el Consejo Mundial sobre el Futuro de la Movilidad (“*Global Future Council on Mobility*”) en 2018. El Consejo apoya la labor de la “*Iniciativa del Sistema para la Configuración del Futuro de la Movilidad*” examinando el impacto de las ciudades, la cuarta revolución industrial (digitalización), la sostenibilidad y la sociedad en la movilidad”. El Consejo ha preparado para su Agenda Global, una análisis llamada “*The Global Future Councils, Vision for the World in 2030, From exploring global transformations to shaping a sustainable and inclusive future*”<sup>170</sup>.

¿La solución sólo está en el transporte turístico menos intensivo en energía y en las renovables? La economía colaborativa y circular, según la OCDE, será cada vez más importante en el turismo. Según las proyecciones de Pricewaterhouse Coopers<sup>171</sup>, el mercado de la economía compartida (“*shared economy*”) alcanzó más de 300 millones de euros en 2015. Se fortaleció durante la crisis sanitaria de COVID. Podría alcanzar los US \$ 350 mil millones en 2025 en los Estados Unidos y hasta 570 mil millones € en Europa<sup>172</sup>. Sin embargo, sin normas y reglamentos, el impacto de las iniciativas colaborativas puede ser negativo.

### **E. El futuro del transporte aéreo civil y los organismos internacionales**

Tres organismos internacionales han reflexionado sobre el futuro del transporte aéreo civil: la OACI, IATA y el ACI. La OACI – Organización de Aviación Civil internacional es, según su Web oficial, “un organismo especializado de la ONU, creado por los Estados en 1944 para ejercer la administración y velar por la aplicación del Convenio sobre Aviación Civil Internacional (Convenio de Chicago)”<sup>173</sup> con 193 Estados miembros. Su objetivo principal es convencer esos Estados y grupos industriales de aceptar normas y métodos recomendados de racionalización y armonización.

#### **a. Optimismo de las organizaciones internacionales del transporte aéreo**

En 2021, IATA (International Air Transport Association) representa, desde 1950, 290 compañías o sea 82% del tráfico aéreo mundial. Su misión es mejorar la comprensión de la industria del transporte aéreo entre los

---

<sup>170</sup> [https://prospectivayestrategia.cl/pdf/AMGFC18\\_Vision\\_2030\\_report.pdf](https://prospectivayestrategia.cl/pdf/AMGFC18_Vision_2030_report.pdf)

<sup>171</sup> [https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc\\_etude\\_sharing\\_economy.pdf](https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf)

<sup>172</sup> Cusumano, M. A. (2018). The Sharing Economy Meets Reality. Communications of the ACM (Association for Computing Machinery), Vol. 61 No. 1, New York

<sup>173</sup> [https://www.icao.int/about-icao/Pages/ES/default\\_ES.aspx](https://www.icao.int/about-icao/Pages/ES/default_ES.aspx)

responsables de la toma de decisiones, aumentar la concienciación sobre los beneficios que la aviación aporta a las economías nacionales y mundiales, y ayudar a las aerolíneas simplificando los procesos y aumentando la comodidad de los pasajeros, al tiempo que reducir los costos y mejorar la eficiencia energética. Pero, abogando por los intereses de las aerolíneas de todo el mundo, IATA rechaza unas normas y cargos que le parecen irrazonables, especialmente sobre la tasación del keroseno.

La Airports Council International (ACI), establecida in 1991, representa los aeropuertos del mundo en los Estados y organizaciones internacionales. Su misión es desarrollar estándares, políticas y prácticas recomendadas para los aeropuertos, y proporciona información y oportunidades de capacitación para elevar los estándares y normas en todas las regiones del mundo. Se preocupa de los centros comerciales en los aeropuertos (duty free shops – tiendas libres de impuestos). Además, con la amenaza del terrorismo, entre otras, los aeropuertos han tenido que reforzar sus estándares en las principales áreas prioritarias de seguridad, medio ambiente, eficiencia, servicio al cliente.

## Gráfico 2

### Población que reside a menos de 100 km de un aeropuerto

---



---

Fuente\*: ACI

*\*En 2019, el 51% de la población mundial vive a menos de 100 km de un Aeropuerto Internacional y, el 74% vive a menos de 100 km de cualquier tipo de aeropuerto.*

- b. La necesidad de cambiar las misiones del transporte aéreo turístico

Con la voluntad de reducir su huella climática, la industria aeronáutica está produciendo aviones con materiales más ligeros (por ejemplo, los asientos), diseños más aerodinámicos, motores más eficientes. Las compañías están renovando sus flotas con modelos, que consumen menos. La conciencia de combatir el cambio climático ha llevado a algunas líneas aéreas -como Air France – KLM (incitado por la decisión muy controvertida del Gobierno francés de prohibir los vuelos cortos cuando es posible que una alternativa ferroviaria de menos de 2:30 horas)<sup>174</sup> a recomendar a los viajeros con desplazamientos inferiores a 600 kilómetros que utilicen el tren. El presidente de Iberia manifestó una posición similar.

Lo más importante para el futuro sería realizar una revisión de la política fiscal de la que se beneficia el transporte aéreo y establecer mecanismos que acaben con esta situación: un precio de carbono sólido e integral será esencial para llegar a una justicia ecológica. Lo que se ha dicho en los años 2010 es que la aviación civil no puede permitirse ser el único sector sin un objetivo climático global a largo plazo. ¿Que pasara después de la pandemia de la COVID19?

Por otra parte, el transporte aéreo no parece haber sido un foco de contaminación con la pandemia de la COVID19. En un estudio publicado hace en Agosto de 2020 en la revista estadounidense Jama Network Open, investigadores muestran que los pasajeros de aeronaves han transmitido muy poco la COVID19. ¿Es propicio para reactivar con más fuerza el tráfico aéreo después de 2021?

ACI y IATA han intentado desde mayo de 2020 imaginar cómo reiniciar el transporte aéreo civil en un documento común<sup>175</sup> sobre el tema “*Safely Restarting Aviation* (Reiniciar de manera segura el transporte aéreo)”. Piden a los gobiernos, una coordinación mundial para garantizar nuevas medidas basadas en datos y pruebas fiables. Proponen un enfoque por capas de medidas a lo largo de todo el viaje del pasajero para minimizar el riesgo de transmisión de la COVID19 en aeropuertos y aviones a bordo.

La Directora General de ACI, Angela Gittens, subrayaba<sup>176</sup>: “*actualmente no existe una sola medida que pueda mitigar todos los riesgos*”

---

<sup>174</sup><https://www.air-journal.fr/2020-06-24-vols-courts-interdits-en-france-les-acteurs-de-laerien-protistent-5221038.html>

<sup>175</sup> ACI and IATA (May 2020). Outline Roadmap for Aviation Industry Restart. ACI/IATA, Geneva. ACI e IATA son miembros del Grupo de Trabajo de Recuperación de la Aviación COVID19 (CART) dirigido por la OACI. <https://www.iata.org/contentassets/5c8786230ff34e2da406c72a52030e95/safely-restart-aviation-joint-aci-iata-approach.pdf>

<sup>176</sup> <https://www.iata.org/contentassets/5c8786230ff34e2da406c72a52030e95/safely-restart-aviation-joint-aci-iata-approach.pdf>

*de reiniciar los viajes aéreos, pero creemos que un enfoque basado en resultados coherente a nivel mundial representa la forma más eficaz de equilibrar la mitigación de riesgos con la necesidad de desbloquear economías y permitir los viajes”. De su lado, Alexandre de Juniac, IATA Director general añadió<sup>177</sup>: “La seguridad es siempre nuestra máxima prioridad y eso incluye la salud pública. Restaurar la conectividad aérea es vital para reiniciar la economía global y reconectar a las personas. Nuestro enfoque estratificado de las medidas recomendadas por los aeropuertos y las aerolíneas salvaguarda la salud pública al tiempo que ofrece un enfoque práctico para un reinicio gradual de las operaciones”.*

c. Imaginar un futuro resiliente para el transporte aéreo

El futuro de la aviación será brillante a pesar del Flygskam y de la pandemia de 2020-2021. La palabra “resiliente” puede ser utilizada por este sector, pero los profesionales la consideraran demasiado común. Las aerolíneas de todo el mundo transportaban alrededor de 4.400 millones de pasajeros, es decir, los aviones transportan cada día a más de 10 millones de pasajeros. Todas las compañías piensan volver a estos resultados a partir de 2023-2024.

Según la OACI, la aviación representa el 3,5 por ciento del producto interno bruto (PIB) del mundo (2,7 billones US\$ o sea 2,2 billones €) y ha creado 65 millones de puestos de trabajo en todo el mundo. La OACI quiere perseguir el concepto que la aviación se ha convertido en el facilitador de las empresas mundiales y ahora como un facilitador esencial para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Los combustibles alternativos pueden cambiar significativamente el escenario de la aviación en apoyo de la protección del medio ambiente.

La extensa inversión en la Inteligencia Artificial (IA) y los Big Data se considera una forma prometedora de aumentar la seguridad, la eficiencia y la sostenibilidad del transporte aéreo de pasajeros. La malaventura de Boeing con su 737 MAX tiene su origen en la falta de formación de sus pilotos al uso de nuevos sistemas digitalizados y unos bugs informáticos. En 2021, el Boeing 737 MAX fue recertificado para operaciones comerciales después de que se completaran ciertos ajustes de formación y entrenamiento. American Airlines fue la primera aerolínea estadounidense en reanudar los vuelos de Estados Unidos.

---

<sup>177</sup> [corpcomms@iata.org](mailto:corpcomms@iata.org)

La aviación se conoce como una fuerza impulsora del desarrollo e innovaciones tecnológicas mundiales: IA, dos iniciales que están zumbando y que el turismo descubre con asombro, olvidando que la inteligencia artificial hizo su cama allí durante más de medio siglo. Al igual que el Bourgeois Gentilhomme para la prosa, no se sabía que las redes informáticas estaban impulsadas por las reservas aéreas. ¡En 1949, SITA - International Aeronautical Telecommunications Corporation proporcionó comunicaciones y servicios de TI (Tecnologías de la Información) la industria de la aviación!<sup>178</sup>.

Para 2036, la industria del transporte aéreo pensaba contribuir entonces con 15,5 millones de puestos de trabajo directos y 1,5 billones US\$ del PIB a la economía mundial. Una vez que se tengan en cuenta los impactos del turismo mundial, estas cifras podrían aumentar a 97,8 millones de puestos de trabajo y 5,7 billones US\$ en el PIB mundial. No obstante, estas cifras no se conseguirán si queremos mitigar el impacto del transporte aéreo sobre el cambio climático. La pregunta principal de la OACI gira en torno a cómo podemos lograr este crecimiento de una manera responsable y sostenible. La tecnología ayudará, pero será insuficiente. Tenemos que transferir el transporte turístico, como lo piden más y más políticos y ecologistas, a otros modos, el marítimo y el ferroviario.

Los últimos informes son de la SITA, la Sociedad aérea internacional para las telecomunicaciones. El 4 de febrero de 2021, TourMag (Paris) presenta bajo el título<sup>179</sup> ¿Qué tendencias tecnológicas pueden salvar el transporte aéreo?, las propuestas de la SITA sobre el uso del pasaporte sanitario gracias a las ETA (Electronic Travel Authorization) que requieren la verificación electrónica del estado de salud de un pasajero al entrar en un país. Se espera que se generalice el pasaporte y, gracias a los blockchains, su uso se estandarizará a medida que las nuevas vacunas contra la COVID19 estén disponibles en 2021 y, podría estar relacionado con el surgimiento de una identidad digital para el transporte aéreo, para reemplazar su versión en papel que se ha vuelto obsoleta.

Hay una serie de pistas como la Credencial de Viaje Digital (DTC), actualmente estudiada y desarrollada por los principales organismos de la industria aérea como la OACI, o la identidad auto- soberana. Para utilizar

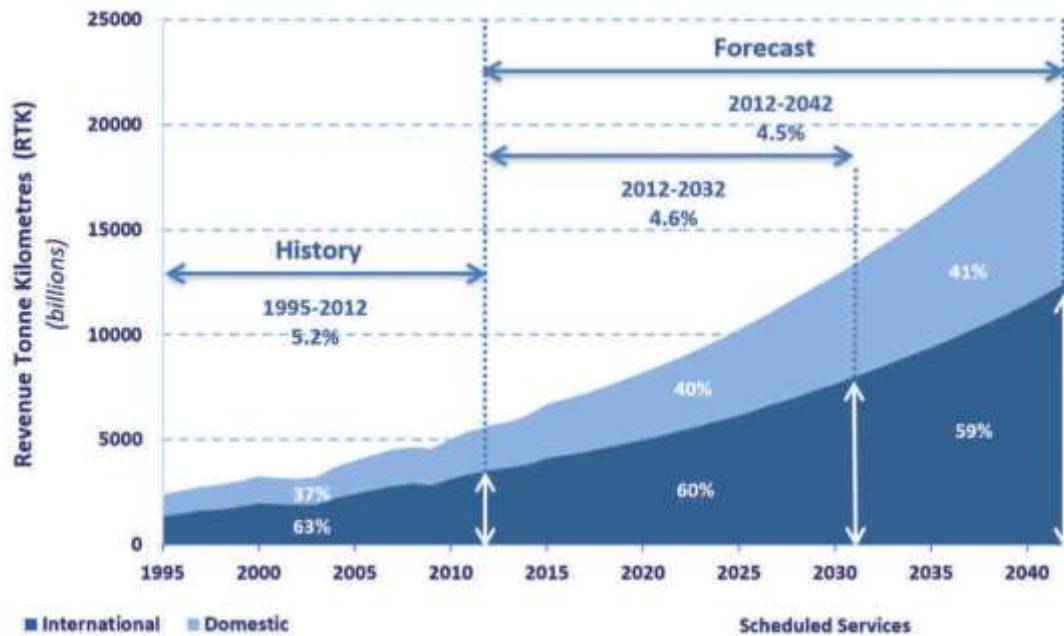
---

<sup>178</sup> Lanquar R. (2020). Tourisme et intelligence artificielle : jusqu'ouïrons-nous ? . Groupe Excelia, La Rochelle

<sup>179</sup> [https://www.tourmag.com/SITA-queles-tendances-technologiques-peuvent-sauver-le-transport-aerien\\_a107085.html?utm\\_medium=newsletterlatraveltech&utm\\_source=newsletterlatraveltech&utm\\_campaign=latraveltech-2021\\_02\\_05](https://www.tourmag.com/SITA-queles-tendances-technologiques-peuvent-sauver-le-transport-aerien_a107085.html?utm_medium=newsletterlatraveltech&utm_source=newsletterlatraveltech&utm_campaign=latraveltech-2021_02_05)

estos nuevos documentos, la blockchain podría ser el vehículo digital más adecuado, incluso si esta tecnología tiene dificultades para implementarse. Además de los ahorros en seguridad de datos, para los pasajeros, también puede ser útil en los procedimientos aduaneros. Otra tecnología ya utilizada en el sector es la biometría. Excepto que eventualmente debe convertirse en la norma y no en la excepción en los aeropuertos.

**Gráfico 3**  
**Las previsiones de la OACI**



Fuente: OACI 2020<sup>180</sup>

En noviembre de 2020, SITA anunció una prueba con Etihad Airways (Emiratos Árabes Unidos) para utilizar la tecnología de reconocimiento facial para identificar y autenticar a los miembros de la tripulación, permitiéndoles completar los procedimientos de check-in y los problemas obligatorios de seguridad y seguridad antes del vuelo digitalmente vía sus propios dispositivos móviles. Las tecnologías de gestión del flujo de pasajeros, el Internet de los objetos (IoT), la Inteligencia Artificial (IA) han sido muy prometedoras durante algún tiempo, pero la aparición del 5G será

<sup>180</sup> <https://www.icao.int/Meetings/FutureOfAviation/Pages/default.aspx>



el advenimiento. Estas soluciones ayudarán a satisfacer necesidades inmediatas como la limpieza del entorno aeroportuario, la distanciamiento social y la automatización de procesos.

## **F. El transporte marítimo: el futuro depende de su gobernanza**

Si la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) aún no ha adoptado un objetivo a largo plazo de reducción de emisiones a mediados de siglo para el sector de la aviación internacional, sin embargo, la Organización Marítima Internacional (OMI) por su lado, ha concertado un objetivo de al menos un 50% de reducción de emisiones para 2050 para los cruceros y yates. La OACI busca incluir biocombustibles renovables avanzados y otros combustibles de origen no biológico en el transporte aéreo, además establecer mecanismos que animen las direcciones estratégicas de las compañías aéreas a incorporar estos biocombustibles avanzados.

### **a. El papel normativo de la OMI**

La OMI es el organismo especializado de las Naciones Unidas, creada en 1948<sup>181</sup>, responsable de la seguridad y protección de la navegación y de prevenir la contaminación del mar por los buques<sup>182</sup>. Por eso, elabora normas y tratados<sup>183</sup> internacionales que aceptan y observan los Estados que tienen una flota marítima. El sector del transporte marítimo se concientiza en respecto al medio ambiente y el cambio climático: el Convenio MARPOL, adoptado en 1973, en vigor desde 1983, ha sido elaborado para ser el principal instrumento multilateral para prevenir la contaminación por los buques, a causa de factores de funcionamiento o accidentales.

El Plan Estratégico para el sexenio 2018-2023<sup>184</sup> establece que la OMI hará frente a los retos que suponen los continuos cambios tecnológicos y del comercio mundial y a la necesidad de cumplir con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. La OMI ambiciona:

- Integrar las tecnologías nuevas y avanzadas en el marco reglamentario en materia de seguridad y protección, sus repercusiones para el medio ambiente y la facilitación del comercio internacional (incluyendo el transporte de personas), *“los costos posibles para el sector, y por*

---

<sup>181</sup> Llamada al principio "Organización Consultiva Marítima Intergubernamental" (OCMI), lo que se cambió en 1982 en OMI.

<sup>182</sup> <http://www.imo.org/es/about/paginas/default.aspx>

<sup>183</sup> Más de 50 en 2020, más de diez conciernen los cruceros y los transbordadores.

<sup>184</sup> OMI, 2018, Resolución A.1110(30)

*último, sus repercusiones para el personal, tanto a bordo como en tierra”.*

- Responder al cambio climático: “desarrollar soluciones adecuadas, ambiciosas y realistas para reducir la contribución del transporte marítimo a la contaminación atmosférica y sus repercusiones sobre el cambio climático”.
- “Participar en la gobernanza de los océanos: participar en los procesos y mecanismos que regulan y controlan el uso de los océanos y sus recursos”, entre ellos luchar contra los vórtices de plástico.
- Mejorar la facilitación de personas: abordar aspectos tales como las formalidades de llegada y salida para los que utilizan transbordadores internacionales, la documentación como la emisión de visa de tránsito para los pasajeros de cruceros.
- Utilizar indicadores de resultados para medir la actuación de la Organización con respecto a sus principios estratégicos.

La adopción de la estrategia de la OMI de 2018 fue un paso adelante, no obstante los objetivos siguen insuficientes. En el primer trimestre 2021, la OMI ha empezado a revisar su estrategia inicial para incluir el objetivo de descarbonización completa para 2050 o antes. Los cruceros y los transbordadores están sustituyendo los combustibles más contaminantes por el gas licuado, y cuando están en el muelle, serán obligados a utilizar la energía eléctrica proporcionada por los puertos para los servicios del buque. Se ha dado un paso con la puesta en servicio de un ferry eléctrico que une islas danesas. Casi 30 pedidos adicionales se han hecho a finales de 2020. Es previsible que el 80% del transporte en ferry en Europa se pueda hacer con energía eléctrica en un futuro muy próximo.

La literatura académica sobre el transporte marítimo es muy técnica y demasiada global. Está dirigida esencialmente al transporte de mercancías, pocas veces a lo de personas. Sin embargo, muchos artículos pueden ser utilizados cuando se hace un análisis sistemático de los impactos del transporte marítimo sobre el medio ambiente. Por ejemplo, Afshin Mansouri, Habin Lee y Oluwakayode Aluko (2015)<sup>185</sup> han revisado sistémicamente la literatura sobre la sostenibilidad del transporte marítimo. Concluyen que, sobre las compensaciones relacionadas con los objetivos económicos y operativos, la próxima generación de sistemas de apoyo a la toma de decisiones para el transporte marítimo utilizará más la Inteligencia Artificial (IA) en las cadenas de suministro marítimas.

---

<sup>185</sup> Mansouri A., Lee H & Aluko O. (June 2015). Multi-objective decision support to enhance environmental sustainability in maritime shipping: A review and future directions. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review. Elsevier, Amsterdam

Por otro lado, es interesante analizar el artículo de Chengpeng Wan, Zaili Yang y Di Zhang (2017)<sup>186</sup> sobre Resiliencia en los sistemas de transporte: una revisión sistemática y orientaciones futuras a partir del ejemplo chino con las Rutas de la Seda (*Belt and Road (B&R) Initiative*) hacia una cooperación multilateral. Si el transporte de personas no tiene una especial importancia actualmente en esta iniciativa, en el futuro, si buscamos frente al cambio climático, una resiliencia del transporte marítimo de personas, no hay que apuntar la seguridad. Muchos diferentes ámbitos de investigación deben abrirse, en particular conectada con el cambio climático. Chengpeng Wan, Zaili Yang y Di Zhang (2017) proporcionan información completa sobre la comprensión de la resiliencia del transporte, así como establecer nuevos horizontes para los temas de investigación relevantes en el contexto de las Rutas marítimas de la Seda.

#### b. El futuro del sector náutico

A nivel de la industria, consultores especialistas del sector náutico piensan que por lo menos seis tendencias cambiarán el futuro de la náutica<sup>187</sup>:

- Muchos barcos verán su precio muy reducido antes de 2050, por su fabricación gracias a impresoras 3-D.
- Eso permitirá a una clientela más joven de poseer un barco. Jóvenes que busquen más tecnología para navegar.
- Se construirá más catamaranes y trimaranes que utilicen propulsión híbrida, para tener un barco ecológico con menos impacto ambiental.
- Los yates serán todavía un producto de lujo movido por la “eterna necesidad del lujo, las crecientes preocupaciones sobre la seguridad, una vida social emergente, la competencia empresarial y las sorprendentes nuevas expresiones del lujo posibles creados por la tecnología”<sup>188</sup>. En el mismo tiempo, los propietarios de barco tendrán que resolver sus contradicciones, es decir presumir de prestigio frente a la necesidad o deseo de ser invisible.
- Las grandes extensiones de acristalamiento son cada vez más populares, no sólo en la navegación, sino también en la arquitectura del barco. Ya que se están volviendo más comunes en la construcción de yates, los costes bajarán.

---

<sup>186</sup> Chengpeng W. & al. (October 2017). Resilience in transportation systems: a systematic review and future directions. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review. Elsevier, Amsterdam

<sup>187</sup> <https://www.boatinternational.com/yachts/yacht-design/industry-insiders-predict-the-future-of-yachting--33997>

<sup>188</sup> Idem

- Progresos tecnológicos facilitarán la exploración del mundo en barco y los propietarios continuarán buscando nuevos destinos en el futuro con barcos muy potentes. Eso significa que más marinas serán construida en Africa, América latina, Medio Oriente y Asia del suroeste.

Sin embargo, en la búsqueda de pistas para el futuro del turismo, tenemos que estudiar también el turismo náutico, puertos deportivos y barcos como los yates. No es necesario de imaginar los cruceros o los buques deportivos del futuro. Las industrias del turismo náutico son representadas en Europa por la European Boating Industry<sup>189</sup>. Esta asociación federaba en 2019, 3.600 compañías con más de 82.000 empleados y 6 millones de barcos de ocio que aparcan en 1 millón de amarraderos en más de 10.000 marinas.

En 2019, el Comisario europeo, Tibor Navracsics, en el Prólogo del *Informe sobre la Economía Azul* subraya que “tenemos que actuar para mantener nuestros océanos sanos. Esto es fundamental si queremos preservar y aumentar el capital natural que beneficia los servicios eco - sistémicos y los sectores económicos. El papel crucial de los océanos y los mares es probablemente más evidente en su papel dominante con respecto al clima de la Tierra y como el mayor sumidero de carbono activo. Espero que el Informe sobre la Economía Azul 2019 (“*The Blue Economy*”) nos ayude a desarrollar mejores políticas, a orientar nuestras prioridades de inversión, pero también a identificar las necesidades de investigación e innovación, ayudándonos a llenar las lagunas de conocimiento e impulsar el desarrollo tecnológico”<sup>190</sup>.

### c. La política europea para el turismo litoral y marítimo

En 2014, la Comisión europea publicaba una comunicación con el objetivo de conseguir una directiva del Parlamento y del Consejo de ministros de la Unión Europea una “estrategia para más crecimiento y empleo en el turismo litoral y marítimo”<sup>191</sup>. La Comisión indica que se centra en los retos que deben abordarse y propone una estrategia para mejorar la

---

<sup>189</sup> Las industrias náuticas son parte de la “Blue Economy” (Economía Azul) que la Unión Europea tiene como objetivo de promover porque representa un volumen de negocios de cerca 600 mil millones € y emplea 3,5 millones de personas.

<sup>190</sup> Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries, Unit A4: Economic Analysis, Markets, and Impact Assessment (2019). *The Blue Economy Report 2019*. European Union, Luxemburg

<sup>191</sup> European Union (2014). *Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions A European Strategy for more Growth and Jobs in Coastal and Maritime Tourism*. Luxemburg. En español, *Comunicación De La Comisión Al Parlamento Europeo, Al Consejo, Al Comité Económico Y Social Europeo Y Al Comité De Las Regiones: Una estrategia europea para un mayor crecimiento y empleo en el turismo costero y marítimo /COM/2014/086 final/*

sostenibilidad y la competitividad del sector, que será aplicada por la Comisión, los Estados miembros, las autoridades regionales y locales, los operadores privados y otras partes interesadas. Aborda desafíos y temas como:

Estimular rendimiento y competitividad mejorando el conocimiento y las estadísticas además de promover las habilidades y la innovación así que una oferta innovadora, sostenible y de alta calidad.

Abordar la volatilidad de la demanda y Superar la fragmentación del sector así que las presiones ambientales.

Insularidad y lejanía: ver oportunidades en las limitaciones geográficas, especialmente para las islas remotas del Atlántico, Océano Indico y el Océano Pacifico.

Maximizar la financiación disponible de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (FSE).

Educación, formación y cultura.

Incorporación de las políticas de la UE que afectan directa o indirectamente al turismo costero y marítimo.

La comunicación concluye que el turismo costero y marítimo necesita un marco político ambicioso. La Comisión, los Estados miembros, las autoridades regionales y locales, la industria y otras partes interesadas deben adoptar medidas específicas en coherencia con las políticas de la UE que inciden en este sector.

## **G. Transporte ferroviario: revertir tendencias**

Hasta la década de 1980, el transporte ferroviario representaba un gran porcentaje de los viajes turísticos, en particular para el turismo doméstico. Con el desarrollo del transporte aéreo, el transporte ferroviario, según las estadísticas de la OMT, representó en 2017, solamente el 2% de los viajes internacionales (25 millones de turistas internacionales), en comparación con el 55% del transporte aéreo (679 millones de turistas internacionales), el 39% para el transporte por carretera (482 millones de turistas internacionales) y el 4% para el transporte marítimo de pasajeros (49 millones de turistas internacionales). ¿No se revertirán rápidamente estas cifras con las políticas de cambio climático, la vergüenza del vuelo (Flygskam), el retorno de los trenes con coches-cama (casi desaparecidos entre los años 2000 y 2019), la prioridad dada al uso de energía renovable y la reducción de la huella de carbono?

Al mismo tiempo, el ferrocarril está a punto de experimentar una revolución<sup>192</sup>, ya sea con proyectos supersónicos para largas distancias (Hyperloop) o con motores de hidrógeno para viajes más cortos.

El 15 de septiembre de 1830, la era del transporte moderno se inauguró con la apertura de la línea ferroviaria Liverpool-Manchester (50 kilómetros). En Francia, el 27 de septiembre de 1981, el tren se convirtió en alta velocidad entre París y Lyon, una línea de 470 kilómetros recorridos en dos horas. Desde entonces, las líneas de alta velocidad (LGV) se han multiplicado por todo el mundo. Mientras que, en Europa, el país pionero del tren no tiene un LGV excepto la sección Dover-Londres del Eurostar, Italia ha adoptado el tren de alta velocidad y España es el país europeo mejor dotado y el segundo en todo el mundo, detrás de la República Popular de China, con 3.400 kilómetros de líneas. Antes de 2025 será una realidad el enlace de alta velocidad entre los países vascos franceses y españoles, así como entre la Cataluña francesa y la española. En China, se construyeron 30.000 kilómetros de LGV en pocos años. El país tiene el 60% de las líneas de alta velocidad del mundo, incluyendo la más larga, Beijing-Hong Kong (2.260 kilómetros).

a. El papel de las organizaciones de cooperación de ferrocarriles

Varias organizaciones internacionales se encargan de la cooperación entre Estados. La más importante es la Unión Internacional de Ferrocarriles (UIC). Otras como la Organización para la cooperación de ferrocarriles (OSJD), la Comunidad Ferroviaria Europea (CER) o la Unión Internacional de Transporte Público (UITP) tienen un alcance regional o más especializado.

La Unión Internacional de Ferrocarriles (UIC), fundada en 1922, con 201 miembros, ferrocarriles nacionales, compañías de transporte público u operadores y administradores de infraestructura, ha evolucionado en sus objetivos y quiere plantear “al ferrocarril su papel clave en un escenario de desarrollo sostenible y lucha contra el cambio climático”. La UIC tiene también como meta fomentar las sinergias entre las distintas entidades globales para el desarrollo del transporte ferroviario en el marco del transporte multimodal. Se define el transporte multimodal como aquellas operaciones en las que se transporta mercancías o personas mediante el uso de más de un medio de transporte, ya sea por carretera, tierra, mar o aire.

---

<sup>192</sup> <https://www.capital.fr/economie-politique/hyperloop-tgv-a-lhydrogene-le-train-du-futur-sinvente-aujourd'hui-1358842>

Para que la operación sea multimodal solamente deberá existir un único contrato de transporte. El transporte intermodal concierne esencialmente mercancías, o sea habitualmente contenedores, sin que nunca se modifica la medida de carga. Todo ello con el objetivo aumentar la eficacia de las operaciones<sup>193</sup>.

En 2018, los Ferrocarriles de la Generalitat de Catalunya (FGC) y la UIC han organizado el 1º Foro TopRail en Barcelona para abordar los desafíos clave y las nuevas tendencias para ofrecer una visión general de los proyectos y servicios de un turismo ferroviario sostenible. El director general de FGC y presidente de la Unión Internacional de Transporte Público (UITP), Pere Calvet afirmaba *“Cuando hablamos de turismo y movilidad, nos encontramos con medios de transporte muy consolidados, que son primeras opciones para los usuarios. Eso obliga al sector ferroviario a reconsiderar sus servicios y a potenciar todo lo que puede ofrecer a los viajeros. Tenemos que dar a conocer el potencial de los ferrocarriles turísticos, más allá de su indudable contribución a una movilidad sostenible, y entender que el turismo es una actividad inherente al ferrocarril del futuro”*<sup>194</sup>.

Su idea era contribuir a generar sinergias para una movilidad atractiva, complementaria gracias a la multimodalidad con un impacto positivo en el desarrollo sostenible e inteligente de las ciudades. Finalmente, Pere Calvet ha subrayado la importancia del patrimonio ferroviario, en su conservación y en sus posibilidades en diferentes proyectos turísticos.

#### b. Los low-costs y el ferrocarril

Desde 2018 y antes, la incógnita es saber si el transporte por trenes de alta velocidad va a reducir sus precios y actuar como las compañías aéreas low-costs. El AVE, de RENFE, no fue rentable antes de 2010, a pesar de tener tarifas muy reducidas por kilómetro, las más bajas de Europa y la segunda más baja del mundo después de Corea del Sur. En 2021, por su 80 cumpleaños, RENFE España ha emitido ofertas low-costs con su nuevo producto AVLO en colaboración de la marca Ouigo de la SNCF francesa<sup>195</sup>, al ser declarado 2021 como Año Europeo del Ferrocarril. Estos caminos permitirán que en 2030 el transporte ferroviario internacional se

---

<sup>193</sup> <https://www.ibertransit.com/transporte-multimodal-intermodal>

<sup>194</sup> [https://www.elnacional.cat/es/economia/fgc-union-internacional-ferrocarriles-toprail-foro\\_257628\\_102.html](https://www.elnacional.cat/es/economia/fgc-union-internacional-ferrocarriles-toprail-foro_257628_102.html)

<sup>195</sup> <https://www.guialowcost.es/ouigo-ave-low-cost-espana>

quintuple, pasando del 2% al 10% del tráfico total de turistas. En 2050, el objetivo que permitiría alcanzar una reducción del cambio climático sería que el tren transportara casi el 20% de los visitantes internacionales y más de la mitad de los turistas nacionales.

## **H. Los autocares de turismo**

El transporte internacional de turistas abriga autocares de todas categorías, seguros y confortables más y más con asientos reclinables, grandes ventanas, instalaciones sanitarias y cómodo espacio para las piernas.

No obstante, recuérdanos que si bien esto es todavía significativamente menor que el avión, un viaje en autobús todavía emite 58,5 gramos de CO<sub>2</sub> por kilómetro por pasajero en comparación con 10,8 gramos de CO<sub>2</sub> por kilómetro para una locomotora diésel - eléctrica de línea y 3,2 gramos de CO<sub>2</sub> por kilómetro para un tren de alta velocidad.

Eurolines Organización era la red más importante de Europa, de Andalucía a Kiev (Ucrania), del norte de Noruega hasta el sur de Italia. Reagrupaba, en 2019, 32 empresas independientes. Conecta 500 destinos incluyendo toda Europa y Marruecos con las mismas normas de calidad y de condiciones de viaje. La organización tiene un Consejo de administración y varios comités como los de Tecnología, de Calidad, de Informatización, de Marketing. Su objetivo ahora es también tener autocares híbridos con una huella de carbono mínima. ¿Cambiaría esto con su liquidación judicial en el verano de 2020? Soluciones para su futuro se debaten en 2021 con la ayuda de la Unión Europea.

El transporte en autobús, considerado tan prometedor cuando se abrió a la competencia en Europa de 2010 a 2015, ha sufrido enormemente de la crisis de la COVID19. En Francia, la medida emblemática de la llamada ley “Macron” fue promulgada el 6 de agosto de 2015, cuando era Ministro de Economía para liberalizar el transporte de pasajeros en autocar, con la creación de 10.000 puestos de trabajo. Si bien los “autobuses Macron” fueron un gran éxito con los viajeros con más de 10 millones de pasajeros en 2019, el sector ya no era rentable debido a la guerra de precios; la crisis de salud amplió los déficits. A finales de 2020, este subsector emplea sólo a unos 2.000 empleados y de los seis operadores que había en 2015, sólo quedan dos, con más solidez financiera, Blablabus (anteriormente Ouibus de la SNCF - red ferroviaria francesa) y Flixbus. Ahora que la competencia es sólo para estas dos empresas, pueden empezar a buscar una rentabilidad. En Alemania, donde se hizo la apertura a la competición en 2013, Flixbus está abierto a la competencia desde 2017.



¿Va a subsistir los autocares “Macron” si el Presidente de la República Francesa en su plan de recuperación económica de septiembre 2020, que incluye un componente de “transición ecológica” con una ayuda de 30 mil millones de euros, ha expresado su deseo de “redesarrollo masivo” del tren nocturno y de las pequeñas líneas. La apertura del transporte ferroviario a la competencia para 2021 también podría eclipsar a los autocares Macron, no solamente en Francia, sino en toda Europa. Su clientela, generalmente joven y particularmente sensible a cuestiones ecológicas, preferiría el tren si las tarifas se redujeran y si el tren de nuevo servía a destinos menos notorios. Este es el ejemplo en Francia de Railcoop<sup>196</sup> que quiere reabrir pequeñas líneas ferroviarias en Occitania – Languedoc- Rosellón y conectarlas con Cataluña. ¿Y qué puede ocurrir en América del Norte, donde el transporte ferroviario como los míticos Canadian Pacific, Canadian Nacional<sup>197</sup> o el AMTRAK no saben qué estrategia elegir?

## **I. Transportes locales y movilidad cotidiana del turista**

Los cambios y traslados entre sistemas de transporte o en el lugar de destino se hacen a través de un sistema intermodal de operadores como autobuses, metros, tranvías, taxis privados o colectivos. El concepto de movilidad cotidiana ha sido creado en la década 2010 para describir la “movilidad diaria”, tanto de los residentes como de los visitantes de una ciudad o un territorio.

### **a. Transportes públicos**

La UITP (Asociación internacional del transporte público), entre sus objetivos, es un foro de cooperación para hacer más inclusivo el transporte público, es decir no excluir nadie, minorías o para el turismo, permitir una buena y eficaz utilización del transporte público destinado normalmente a los residentes. Esta organización, básicamente europea con su sede en Bruselas, creada en 1885, ha adaptado su estructura y ampliado su enfoque para animar todo el sector a la movilidad sostenible. En la actualidad, UITP representa a 1.500 empresas miembros conectados a más de 18.000 contactos de los campos de la movilidad urbana, local, regional y nacional, en más de 96 países y con la creación de Centros para la Excelencia en el Transporte.

La UITP quiere ser un centro de conocimiento, un lugar para intercambiar mejores prácticas y puntos de referencia. Ahora, está agrupando la fuerza colectiva de sus miembros y concentra su energía en dar forma al

---

<sup>196</sup> <https://www.railcoop.fr/>

<sup>197</sup> <https://ca.finance.yahoo.com/news/canadian-national-railway-vs-canadian-140010894.html>

futuro de la movilidad urbana con desafíos que se avecinan con el sobreturismo entre otros temas. Su lema es *Avanzar en el transporte público*<sup>198</sup>.

En noviembre 2019, se reunieron en Lisboa varios operadores, incluyendo profesionales del turismo en la Conferencia internacional *Mobility on the Move*. Compartir y conectar fueron las palabras estrella de esta conferencia. Según el profesor Luis Mendes (2020)<sup>199</sup>: *“Hasta ahora han sido las empresas privadas de movilidad, como Drive Now, Ecootra o el servicio mobi.me del dentro de investigación CEiiA, los que más han contribuido a sistemas de movilidad compartida en la capital portuguesa. Motos eléctricas, bicicletas, coches eléctricos o a gasolina, las pequeñas empresas y plataformas de economía y servicios compartidos crecen a pasos de gigante, tanto que no faltará mucho para que en una ciudad como Lisboa, de tan sólo 506.000 habitantes, las emplazadas en el centro comiencen a tocar techo y corran el riesgo de meterse en una burbuja”*.

Lauren Ügur (2017) en su artículo, *Mind the gap: Reconceptualising Inclusive Development in support of integrated Urban Planning and Tourism Development*, señala la importancia del transporte público en la planificación turística de un destino urbano: *“una re-conceptualización del desarrollo inclusivo de turismo... que se centra en la promoción del acceso integrado a través de las esferas económica, espacial e institucional”*<sup>200</sup>.

## b. Bicicletas

Aquí se debe hablar de la bicicleta. Con la pandemia, la bicicleta, tradicional o eléctrica, ha sido el más disruptivo transporte urbano y lo más que ha crecido en Europa. En un artículo en *Le Monde* del 4 de septiembre de 2020, Denis Cosnard muestra que el tráfico en los carriles bici ha aumentado en aproximadamente un 29% en Francia en comparación con 2019, un 67% en París y un 26% en Lille<sup>201</sup>.

Los turistas se han dado cuenta que prefieren este modo de transporte urbano y han alquilado bicis y patines a través de programas de tipo *Velib'*,

---

<sup>198</sup> <https://www.uitp.org/>

<sup>199</sup> Mendes L. (2020). Bye- bye Lisboa. Airbnb, gentrificación turística y crisis de vivienda. *Crítica Urbana* N.10 del 19 de Enero de 2020. Revista de Estudios Urbanos y Territoriales, La Coruña: <https://criticaurbana.com/bye-bye-lisboa-airbnb-gentrificacion-turistica-y-crisis-de-vivienda>

<sup>200</sup> Ügur L. (2017). Mind the gap: Re-conceptualizing Inclusive Development in support of integrated Urban Planning and Tourism Development. In Bellini N. & Pasquinelli C., *Tourism in the City – Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*, Gran Sasso Science Institute. Springer, Heidelberg.

<sup>201</sup> [https://www.lemonde.fr/politique/article/2020/09/04/l-usage-du-velo-en-forte-expansion-dans-les-grandes-villes\\_6050943\\_823448.html](https://www.lemonde.fr/politique/article/2020/09/04/l-usage-du-velo-en-forte-expansion-dans-les-grandes-villes_6050943_823448.html)

“*Smart, connected bicycles that make travelling easier - Smart, bicicletas conectadas que hacen el viaje más fácil*”<sup>202</sup>. A finales de 2020, casi 25 a 30% de estas bicicletas son eléctricas. Tal experiencia fue desarrollada hace 30 años en la aglomeración de La Rochelle, con el programa Yelo (bicis, bus, autos compartidas)<sup>203</sup>, desarrollado por su antiguo Alcalde, Michel Crépeau, que también fue Ministro de Medio Ambiente francés y que pidió a la OMT ya, en la década de 1980, considerar su ciudad La Rochelle, un destino que vivía principalmente del turismo, como una de las mejores prácticas de ciudad turística sostenible. En Lisboa, el primer servicio público de alquiler de bicicletas, *el Gira*, comenzó en octubre 2014.

En Córdoba, dos empresas Elektric.es y By Bike proponen “bicicletas de paseo”. No fue fácil al principio de nuestro siglo imponer esta idea frente a taxis y coches de caballos. Ahora, en más de 70 países existen casi 1.000 pequeñas empresas de este tipo, muy a menudo reunidas en la plataforma Bikesbooking.com conectada con Booking Holdings Inc., fundada en Ámsterdam en 1996, startup holandés que está incluida en el NASDAQ Composite (National Association of Securities Dealers Automated Quotations Exchange) de Nueva York.

Es igualmente en este sector del transporte público principalmente urbano que se han introducido sino infiltrado las plataformas de economía colaborativa o de compartición (*Sharing Economy*). La OCDE publicó en 2016, en su Trends and Policies<sup>204</sup>, un capítulo entero sobre las políticas para la economía turística colaborativa (Policies for the Tourism Sharing Economy). Veremos que estas plataformas tienen un peso más y más grande en el alojamiento turístico.

## **J. El futuro del alojamiento turístico y el turismo urbano**

La misma visión ultra-liberal se proyecta en el alojamiento turístico desde la década 1990 que ha introducido en muchos centros urbanos graves problemas de saturación y gentrificación. La participación voluntaria de todos tipos de alojamiento en las iniciativas de desarrollo del sistema de catalogación es promovida por las administraciones nacionales de turismo.

### **a. Plataformas de reservas y saturación de los centros históricos**

---

<sup>202</sup> <https://www.velib-metropole.fr/en/service>

<sup>203</sup> <https://yelo.agglo-larochelle.fr/accueil>

<sup>204</sup> OECD (2016). OECD Trends and Policies 2016. OECD, Paris

Plataformas de reservas de alojamiento online como Booking.com, un startup holandés fundada en 1996, financiada por la Universidad de Twente, que opera en 43 idiomas para 202 países en 2014 para hoteles, apartamentos de alquiler, condominios, villas, B y B, etc. La plataforma Booking.com ahora es operada por el grupo estadounidense Priceline. Este tipo de plataforma se ha multiplicado desde 2010: TripAdvisor, Trivago, HolidayCheck, Zoover e incluso Google Local (parcialmente dedicado al turismo), así como sitios de distribuidores: Venere, Ecotour, Expedia, etc. Estas plataformas a veces son desafiadas por profesionales y clientes.

Booking.com es ampliamente criticada y procesada en muchos países, especialmente en Europa. Algunas de las cláusulas que esta empresa impone son desfavorables para los clientes, como la asociación de consumidores UFC-Que Choisir ha denunciado en Francia. En 2015, la Autoridad de la Competencia le pidió que eliminara algunas de las cláusulas de paridad y disponibilidad arancelarias, a menudo abusivas o ilegales. Finalmente, se le acusa de cambiar los comentarios de turistas y viajeros.

La OCDE muestra el caso de la autoridad nacional de desarrollo turístico de Irlanda, Fáilte Ireland, que reconoce que los gustos de los consumidores están cambiando y está poniendo a disposición de los turistas una amplia gama de nuevas opciones de alojamiento, no sólo a través de la economía colaborativa, sino de otras experiencias, como faros marítimos muy numerosos en este país. Por eso, Fáilte Ireland ha desarrollado la *Norma de Bienvenida*, código de ética y conjunto de reglas mínimas para todos los alojamientos que no encajan en el sistema tradicional. El nuevo sistema tiene como objetivo mejorar la experiencia turística de los huéspedes, manteniendo la autenticidad, la individualidad, el carácter y las ideas innovadoras en el turismo como adiciones complementarias a los alojamientos turísticos tradicionales.

Sin embargo, la OCDE no ha analizado en 2018, el impacto de la multiplicación de estos alojamientos turísticos en el centro histórico de las ciudades más visitadas, en general por su pertenencia a la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO. Esto instauró un sobreturismo y la gentrificación de sus centros urbanos como lo demuestran los participantes del taller “*Integrating City Tourism in the Urban Research Agenda*”, en L’Aquila (Italia)<sup>205</sup> en 2016. Fueron las presentaciones de Nadia Fava y Saida Palou Rubio sobre Barcelona (“From Barcelona: The Pearl of the Mediterranean to Bye Bye Barcelona”), de Paola Minola sobre Venetia (“Venice Reshaped?”)

---

<sup>205</sup> Bellini N. & Pasquinelli C. (2017). *Tourism in the city, Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*. Springer, Heidelberg

Tourist gentrification and Sense of Place”) o de Veronika Dumbrovska sobre Praga (“Urban Tourism Development in Prague: from Tourist Mecca to Tourist Ghetto”).

También es la misma falta de lucidez sobre estos impactos que otras organizaciones internacionales manifestaran hasta el final de la década de 2010. En *Overtourism: ¿How The International Organizations Are Seeing it?*, Lanquar (2020)<sup>206</sup> mostró las ambigüedades de cuatro organizaciones internacionales clave, la OMT, la UNESCO, la OCDE y la WTTC, en su información relativa al sobreturismo. El autor analizó el contenido de sus comunicados de prensa y comunicaciones, metodología utilizada para indicar cómo estas organizaciones están respondiendo al desafío del sobreturismo. Estas organizaciones internacionales están bajo la presión de las Organizaciones de Marketing de Destino (DMO) y del sector privado turístico.

No obstante, las organizaciones internacionales tratan de impulsar, a través de ejemplos de mejores prácticas, el concepto de buena gobernanza: significa la actualización del Código Ético Mundial para el Turismo, marco fundamental de referencia para el turismo responsable y sostenible, elaborado en los años 1990, aprobado por unanimidad en 1999 por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de Santiago de Chile, y reconocido en 2001 por la Asamblea general de las Naciones Unidas. Aunque el Código no es jurídicamente vinculante, “*incorpora un mecanismo de aplicación voluntaria a través de su reconocimiento del papel del Comité Mundial de Ética del Turismo, al que las partes pueden remitir cualquier cuestión relativa a la aplicación e interpretación del documento*”. La OMT está en el proceso de convertir el Código ético a una Convención internacional.

#### b. La gentrificación por el turismo: el caso de Lisboa

Según Wikipedia, la gentrificación se refiere al proceso de transformación de un espacio urbano deteriorado o en declive. Lisboa es un caso cercano muy ampliamente estudiado. Dos definiciones han sido dado por Luis Mendes (2014) , profesor de la Universidad de Lisboa, la de Jon Caulfield de 1994 : “*Patrón generalizado reciente de asentamiento residencial de clase media de los barrios más antiguos del centro de la ciudad anteriormente ocupados principalmente por comunidades de clase trabajadora y de clase baja*” y la de Neil Smith en 1996: “*La gentrificación*

---

<sup>206</sup> Lanquar R. (2020). *Overtourism: How The International Organizations Are Seeing it?*. In Hugues Seraphin, Tatiana Gladkikh, and Tan Vo Thanh, *Overtourism*. Palgrave MacMillan, London

*es el proceso [...] por el cual los barrios pobres y de clase trabajadora en el centro de la ciudad se reforman a través de una afluencia de capital privado y de clase media a compradores de vivienda e inquilinos –vecindarios que anteriormente habían experimentado desinversión y un éxodo de clase media. [...] una reversión dramática, pero imprevista de lo que la mayoría de las teorías urbanas más vigésimas habían estado pronosticando como el destino del centro y el centro de la ciudad”.*

El turismo urbano ha acentuado el proceso como lo indica Daniel Toledo en 2017 en *“Lisboa pelea contra la gentrificación”*, un reportaje realizado con la colaboración de la Unión de Ciudades Capitales Iberoamericanas<sup>207</sup>: *“El precio de la vivienda y la turistificación han comprometido el desarrollo de la ciudad. Para revertir esta situación en beneficio de los residentes, se han puesto en marcha iniciativas integradoras y de participación ciudadana”*. Además, los artesanos de Lisboa han tenido que unirse para sobrevivir a la gentrificación según un artículo de La Vanguardia<sup>208</sup>. Estos hechos son los principales indicadores de la gentrificación.

Recientemente, en enero 2020, Luis Mendes en *“Bye-bye Lisboa. AirBnb, gentrificación turística y crisis de vivienda”*, ha mostrado que la ciudad de Lisboa siempre ha sido muy resistente a la gentrificación, porque se hizo de manera accesoria. *“Pero ahora, la gentrificación ha madurado y parece estar más agresivamente contorneada, lo que implica la dislocación de los más vulnerables y en riesgo social y una perspectiva de vivienda vaciada de la noción de derecho, para obtener el estatus de mero activo financiero para atracción y reproducción de inversión extranjera. Como la ciudad de Lisboa se ha convertido, sobre todo, en un destino para la demanda inmobiliaria internacional, el aumento de los precios sigue el ingreso promedio de esta demanda, que es muy alto en comparación con el nacional, y excluye al portugués medio de la posibilidad de comprar una vivienda en Lisboa. Esto desde la postcrisis capitalista 2008-2009”*.

Mendes (2020) además explica que *“gentrificación, turistificación (aunque ésta no incluiría los barrios que, como en la madrileña Malasaña o el East End de Londres, el desplazamiento no es sólo culpa del turismo), elitización, desalojo a secas, lavanderización (como señaló José Mansilla en un artículo para El Diario, refiriéndose a la apertura de negocios*

---

<sup>207</sup> Toledo Monsonis D. (2017). Lisboa pelea contra la gentrificación. CTXT – Contexto y Acción, Semanario, <https://ctxt.es/es/20171122/Politica/16239/Lisboa-empoderamiento-gentrificacion-capitalismo-barrrios-autogestion.htm>

<sup>208</sup> <https://www.lavanguardia.com/vida/20180205/44562969599/los-artesanos-de-lisboa-se-unen-para-sobrevivir-a-la-gentrificacion.html>

*tradicionalmente fuera de la lógica de la ciudad, como las lavanderías en Barcelona). En cualquier caso, el proceso parece implacable, y en Lisboa aterrizó con una profundidad y una rapidez que pocos esperaban”. Para el profesor Mendes, “nadie hablaba de vivienda hace 5 años, aún diría que hasta hace dos años. Cuando se habla de turismo frente a habitabilidad, se habla del medio ambiente, se habla de economía, pero no se habla de la sostenibilidad social, que básicamente es permitir a las comunidades y a los barrios mantener su red de identidad y sociabilidad. Los territorios que tienen más éxito, en todos los niveles, son territorios resilientes, es decir, que pueden mantener viva su identidad”<sup>209</sup>.*

### c. Soluciones al bullying inmobiliario

Las soluciones existen contra este “*bullying inmobiliario*”. Es una cuestión de gobernanza y de búsqueda de fórmulas no corruptivas que la sociedad civil puede poner en marcha (asociaciones de vecinos, cámaras de comercio y artesanía, ayuntamientos) como los presupuestos participativos<sup>210</sup> para luchar contra los “*fondos buitres*” que se adueñan de edificios, desahucian a sus inquilinos, normalmente pensionistas y personas de bajo nivel adquisitivo, y alquilan apartamentos renovadas hasta veinte o treinta veces el alquiler anterior, a turistas extranjeros.

Estos fondos buitres son fondos “*distressed*” o “*holdouts*” de capital riesgo que compran con el menor precio posible, empresas o propiedades de edificios con graves deudas, muy a menudo cercanas a la quiebra. Estos fondos posteriormente presionan y cobran la totalidad del valor de estas deudas, además de los intereses por los años adeudados, sin atender a reestructuraciones. Con amplios conocimientos del mercado en el que van a entrar, pueden llegar a comprar empresas o edificios solamente al 10% o 20% de su valor nominal. Han sido denunciados por varias organizaciones, entre ellas el G20<sup>211</sup>.

Aquí entra la plataforma AirBnb que ha favorecida estos fondos buitres. La solución, Luis Mendes la ve para Lisboa, y también Barcelona, Ámsterdam, Venecia, San Sebastián, Madrid... en revertir, canalizar o

---

<sup>209</sup> Mendes L., ídem

<sup>210</sup> Es decir, una forma de democracia participativa para poner a disposición de la ciudadanía parte de los ingresos de turismo, en momentos y circunstancias concretas para rehabilitar viviendas y crear más espacios verdes.

<sup>211</sup> <https://www.andbank.es/observatoriodelinversor/que-son-los-fondos-buitre-capital-riesgo/>

Asimismo, se ha desarrollado desde la crisis de subprimes de 2008, fondos o capitales “golondrina” con buenas perspectivas de rentabilidad por un corto plazo de tiempo y se van, sin enriquecer la economía del país y dejando incluso efectos negativos, como la revaluación de la moneda u otros.

aprovechar este proceso para los residentes es el reto al que la economía social, innovadora e inteligente tendrá que enfrentarse.

d. ¿Cómo va a reaccionar el sector hotelero?

El sector hotelero no se queda atrás. El sector del alojamiento turístico avanza a pasos agigantados en el ahorro energético y en el uso del agua mediante el control de iluminación y climatización, así como en la lucha por eliminar el plástico de un solo uso con un objetivo de desarrollar la economía circular.

La OCDE cita los pasos que se han dado en Baleares, que, una vez más, se coloca en la vanguardia con las iniciativas de la economía circular, adoptada por las grandes cadenas hoteleras mallorquinas, consistente en que los residuos orgánicos son seleccionados y utilizados por los proveedores locales de alimentos como fertilizantes. Lo que describen Colomar Vidal y María Magdalena (2020) en *“Una transcendental para reducir las externalidades turísticas i generar valor”*<sup>212</sup>: la economía circular sería la base del llamado “turismo regenerativo”, con producción local de energías renovables; un transporte eléctrico público más accesible y menos dañoso al medio ambiente; una asociación de los hoteleros con sus proveedores; ayuda a formar cooperativas de agricultura regenerativa y orgánica, que al mismo tiempo favorezcan a la regeneración del suelo. *“De esta manera el turismo balear, creador del todo incluido, volvería a crear un modelo turístico exportable a otros destinos”*. Lo que quiere aplicar Miguel Fluxa, el Presidente de IberoStar citando su entrevista de Reportur (México) del 27 de agosto de 2020<sup>213</sup>: *“las empresas tendrán que adaptarse a las nuevas circunstancias y ello conllevará un mayor porcentaje de desempleo”*.

La economía circular puede reducir el desempleo en el sector de los alojamientos turísticos que pasara por un refuerzo de las tecnologías avanzadas aplicada al turismo. Estas tecnologías tienen un papel ambiguo: Stanislas Ivanov (2019), hablando del Revenue Management, como *“Ultimate transformation: How will automation technologies disrupt the travel, tourism and hospitality industries?”*<sup>214</sup>, describe cómo los quioscos robóticos check-in / check-out, los limpiadores robóticos de piscinas, los robots de reparto de desayuno, los conserjes - robots, los chatbots... se

---

<sup>212</sup> Vidal C. y Magdalena M. (2020). L'economia circular ha arribat per a quedar-se: eina transcendental per a reduir les externalitats turístiques i generar valor. UIB, Palma de Mallorca.  
<http://hdl.handle.net/11201/152957>

<sup>213</sup> Fluxa M. (2020). La hora del esfuerzo común. Tribuna del 27 de Agosto de 2020. Reportur, México

<sup>214</sup> Ivanov S. (2019). Ultimate transformation: How will automation technologies disrupt the travel, tourism, and hospitality industries?. Zeitschrift für Tourismuswissenschaft 11. De Gruyter, Oldenburg



utilizan cada vez más y transforman las formas en que crean y prestan servicios. Ivanov divide las empresas de mañana en dos grandes segmentos:

- Empresas turísticas de alta tecnología que ofrecen servicios estandarizados y baratos de entrega de robots,
- Empresas de alto contacto, que dependen de empleados humanos.

Ya en 2014<sup>215</sup>, Kim y Qu estudiaban el comportamiento de los viajeros confrontados a la tecnología desde el mostrador de la recepción. En 2015<sup>216</sup>, Kaushik, Agrawal y Rahman, Z. se han cuestionado de saber si los clientes aceptarían estos robots. En 2016<sup>217</sup>, Kevin Lui en Nueva Zelanda filmaba la primera entrega de pizza por dron en el mundo. En 2020, según los profesionales, parece que estos se han acostumbrados, particularmente el turismo de negocio y muchos buscan hoteles donde existen estas tecnologías. La crisis sanitaria habría acelerado la aceptación de ellas.

¿Cómo tener la imagen de empresa innovadora de alta tecnología? ¿Cómo evitar sufrir una publicidad negativa a ser percibido como una empresa que pone los beneficios delante de los seres humanos, se pregunta Ivanov? Los clientes pueden sentirse frustrados si necesitan comunicarse con un chatbot o robot cuando tienen una queja. Por lo tanto, incluso las empresas de turismo/hospitalidad de alta tecnología pueden necesitar mantener el contacto humano con sus clientes, especialmente en situaciones de servicio emocionalmente cargadas como el manejo de quejas.

Por otro lado, los empleados deben centrarse en mejorar sus propias habilidades en lugar de quejarse de ser sustituidos por robots. Para Ivanov (2019), la formación corporativa o los títulos universitarios que incluía los cursos online podrían ser soluciones adecuadas. Las instituciones de educación superior tendrían que modificar los planes de estudios de los programas de turismo y hostelería e incluir un módulo de robótica separado que proporcionaría a los estudiantes conocimientos y habilidades para trabajar en la industria turística y hotelera altamente tecnológica del futuro. Además, esta formación tendrá que ser horizontal o transversal y entender las necesidades tecnológicas de los proveedores de los sectores de la agricultura, la industria y de los servicios que se relacionan con la hospitalidad

---

<sup>215</sup> Kim, M., & Qu, H. (2014). Travelers' behavioral intention toward hotel self-service kiosks usage. In *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(2), 225-245. Emerald Publishing, London

<sup>216</sup> Kaushik, A. K., Agrawal, A. K., & Rahman, Z. (2015). Tourist behaviour towards self-service hotel technology adoption: Trust and subjective norm as key antecedents. *Tourism Management Perspectives* 16, 278-289. Elsevier, Amsterdam

<sup>217</sup> Lui K (2016). Watch the world's first commercial pizza delivery by drone. *Fortune*, New York <http://fortune.com/2016/11/16/dominos-new-zealand-first-commercial-pizzadelivery-drone/>

y los viajes. Lo han reiterado Ahn y Seo en 2018<sup>218</sup> para la restauración en “*Consumer responses to interactive restaurant self-service technology (IRSST): The role of gadget-loving propensity*” así que varios ponentes en la Conferencia internacional sobre turismo y transición del 17 y 18 de Mayo de 2018 en Múnich.

## **K. Restauración y gastronomía**

¿Que será el futuro de la restauración y de la gastronomía? Varios artículos y libros académicos y profesionales han sido publicados sobre este tema. La crisis del COVID ha provocado restricciones muy duras para cafés, bares y restaurantes. Pero como el juez del programa Top Chef y propietario de Crafted Hospitality, Tom Colicchio, predijo: "probablemente verá uno de los momentos más interesantes, fascinantes y creativos en esta industria de los restaurantes"<sup>219</sup>.

Muchas pistas se abren hasta en los fastfoods (comida rápida), el vegetariano, el veganismo, los flexivegetarianos. Parece que todos buscan calidad para responder a una demanda más vigilante a la nutrición, a la necesidad de comer productos locales y bio, a toda la publicidad contra la carne roja.

La Organización mundial de la salud (OMS) sigue estos movimientos y asociaciones como Slow Food International se expanden rápidamente. El “slow food” movimiento creado en Italia en 1986 por Carlo Petrini, después de una protesta contra la apertura de una tienda McDonald’s en la Plaza de España de Roma, aboga por un cambio cultural hacia la desaceleración del ritmo de la vida moderna y del “junk food” facilitando una cadencia demasiado rápida. Esta subcultura se ha difundido hacia otras áreas, “slow transporte”, “slow turismo” y también “slow ciudades”.

## **L. El ocio turístico y cultural**

El ocio turístico y cultural tiene una multitud de productos, servicios y equipamientos, de día como de noche, en tierra, en mar, en el cielo. Las listas de Patrimonio de la Humanidad material e intangible de la UNESCO impulsaron el turismo a los destinos que recibieron este premio.

---

<sup>218</sup> Ahn, J. A., & Seo, S. (2018). Consumer responses to interactive restaurant self-service technology (IRSST): The role of gadget-loving propensity. In *International Journal of Hospitality Management*, 74, 109-121. Elsevier, Amsterdam

<sup>219</sup> <https://www.bloomberg.com/news/storythreads/2020-05-27/what-the-future-of-restaurants-might-look-like> y <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/restaurant-future-survey-technology-customer-experience.html>

Desafortunadamente, como lo hemos visto precedentemente, esto puede haber llevado a un sobreturismo rechazado por las poblaciones residentes. Por otro lado, la afluencia de turistas ha obligado a los gestores de las instalaciones culturales y de ocio a aumentar su productividad, es decir, la capacidad de carga de estas instalaciones, el flujo de visitantes y sobre todo los elementos que hacen que el atractivo, ya sea lúdico o educativo. Por eso, la tecnología ha invadido todos los lugares de ocio desde las discotecas, hasta los museos y los parques temáticos.

Este es el ejemplo de Disney (Hamel 1986<sup>220</sup> y Lanquar 1992<sup>221</sup>). Sus parques se construyeron sobre las tecnologías animatrónicas y audiovisuales pioneras. El primer sistema de monorraíl de operación diaria fue instalado en Disneyland - California en 1959, las primeras figuras audio-animatrónicas en el mundo en 1963 y el primer paseo emocionante controlado por computadora del mundo, con la atracción Disney World Space Mountain en 1975. La inteligencia artificial le permitirá dar un gran paso en la interactividad con los visitantes de sus parques que desde 2014 utilizan las primeras pulseras de identificación de radiofrecuencia para actuar como sistemas de pago y colas en 2014. Ahora, Disney está trabajando en animatrónica de Inteligencia Artificial que interactúa con los visitantes de sus parques<sup>222</sup>.

En todos los lugares de ocio o cultural, el problema es la distancia social que hay que seguir para evitar una aceleración del contagio de la COVID19. Brad Kissling de Thinkwell Group hizo este cálculo, en un artículo que la firma de diseño de entretenimiento temática de California publicó durante el verano 2020: “*Designing a Physically Distanced Theme Park*”. Se refiere a la capacidad de carga de los parques, y a la expansión de los hoteles alrededores: “*Para saltar a la respuesta, un parque temático de clase Disney o Universal (uno que atrae al menos 10 millones de visitantes al año), tendría que duplicar su tamaño - de alrededor de 110 acres a casi 220 acres - con el fin de apoyar el distanciamiento físico seguro*<sup>223</sup>”.

En 1991, Lanquar<sup>224</sup> escribió: “*La necesidad de parques e instalaciones recreativas para el turismo será aún más importante en las políticas de las*

---

<sup>220</sup> Hamel G. (1986), Evolution d'une entreprise vouée à la communication et aux nouvelles technologies, Walt Disney Productions, IMAC, Université de Paris XIII, polycopia, Paris. Lanquar R. (1992, 1997-2<sup>o</sup> éd). L'Empire Disney. Que sais-je ?, Presses Universitaires de France, Paris

<sup>221</sup> Lanquar R. (1992, 1997-2<sup>o</sup> éd). L'Empire Disney. Que sais-je ?, Presses Universitaires de France, Paris

<sup>222</sup> Nara Tirado Murillo, 12 de Julio de 2020, HWcol, <https://hwcol.com/2020/07/12/disney-esta-trabajando-en-animatronics-de-ia-que-interactuan-con-los-visitantes-del-parque/>

<sup>223</sup> <https://thinkwellgroup.com/person/brad-kissling/>

<sup>224</sup> Lanquar R. (1991). Les Parcs de Loisirs. Que sais-je ?, Presses Universitaires de France, Paris

*comunidades locales porque, en la mayoría de los casos, satisfacen también las necesidades locales de ocio de las poblaciones residentes*”. La recreación local se cuenta en miles de millones del mundo de asistentes y sólo crecerá. Por lo tanto, será necesario en una visión del futuro del turismo darles prioridad.

#### **IV. ¿A dónde llegarán las innovaciones en el turismo?**

En pocos años, las innovaciones se han multiplicado y abundan los artículos sobre el tema. Sin embargo, se necesitarían unos años, alrededor de 2025-2030 para, realmente, entender y medir los impactos de estos cambios (Lanquar, 2018). El turismo se ha transformado profundamente por la tecnología, el frío, la electricidad, el transporte... Ha entrado hace mucho tiempo en la era de la Analytics, es decir, el análisis de datos multidimensionales y descriptivos. La era del Big data y del Open Data no es nueva: es sólo en los últimos quince años que estos términos han sido utilizados comúnmente debido al uso de los ordenadores. El marketing turístico lo utiliza para resaltar las relaciones existentes entre diferentes datos, estructurarlos, identificar los aspectos más importantes de un asunto y ponerlos en representaciones gráficas.

Después de la COVID19, aunque los hoteles seguirán ocupando su lugar en el mercado de los alojamientos turísticos, otras modalidades alternativas seguirán creciendo. *“Es interesante de saber que el mercado se siente atraído por esta modalidad de alojamiento para determinado tipo de viajes, y la pandemia ha acelerado esta tendencia”* dice el CEO de Booking.com, Glenn Fogel: *«la cuestión es sí cuando el año que viene o el siguiente, no haya pandemia, ¿la gente volverá a la forma [de viajar] que solía hacer?»*. Añade: *“Desde que la gente ha comenzado a trabajar fuera de la oficina, y ha descubierto las comodidades de trabajar desde casa, se darán cuenta que también lo podrán hacer desde una casa en las montañas o junto al lago<sup>225</sup>»*. Fogel ve un gran futuro en los alquileres vacacionales de corta estancia unido a la tendencia de viajes cortos de trabajo y ocio, los ya conocidos como “working vacaciones – *workcations*”, nuevo concepto como el de “*staycations*”.

#### **A. Analytics & Blockchains**

##### **a. El marco conceptual**

---

<sup>225</sup> <https://www.nytimes.com/2020/05/26/technology/ceo-coronavirus-booking-holdings-fogel.html>

En un libro publicado en 2016, *Analytics in smart tourism design, Concepts and Methods*<sup>226</sup>, se afirma que el Big Data tiene como objetivo descubrir patrones novedosos e ideas de negocios que puedan complementar significativamente y, a menudo en tiempo real, los enfoques tradicionales de investigación como experimentos, estudios de grupos focales y encuestas de consumidores. Lo mismo pretende Eduardo Fayos- Sola y Chris Cooper en 2019 en su «*The future of tourism, Innovation and Sustainability*»<sup>227</sup>, pero con una visión muy optimista y justo antes de la pandemia; en 2021, sus ejemplos parecen caducados.

Por ejemplo, en la facilitación (para cruzar una frontera), como confirma un estudio de 2019 del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC)<sup>228</sup>, la tecnología biométrica sin fisuras transformará la experiencia turística. Combina blockchain y herramientas biométricas y ofrece soluciones para la gestión de colas e identidades personales; es internacionalmente interoperable, proporciona más seguridad a los gobiernos sobre el control de identidades personales y es aceptado con crédito por los viajeros. Cris Nassetta, Presidente del WTTC y de Hilton, cree que las tecnologías biométricas mejorarán el viaje de principio a fin.

La blockchain o cadena de bloques es un instrumento que se está convirtiendo en una fuerza para el turismo y los viajes. La cadena de bloques es, según la definición de Wikipedia, “*una tecnología para almacenar y transmitir información sin un cuerpo de control... la información enviada por los usuarios y los enlaces internos a la base se verifican y agrupan a intervalos regulares en bloques, siendo el conjunto asegurado por criptografía y formando así una cadena, permitiendo que se establezca “confianza” entre actores o usuarios separados*”.

¿Cuál es la utilidad de la blockchain como registro distribuido para el turismo? Según Fred Lindgren, de Travelport Spain<sup>229</sup>, tras un análisis exhaustivo de este instrumento, las aplicaciones serán fundamentales. Los efectos sobre la productividad serán enormes. El impacto principal es en la reducción de los tiempos de procesamiento y mejoras de eficiencia para

---

<sup>226</sup> Xiang, Z & Fesenmaier, D. R. (2016). *Analytics in Smart Tourism Design. Concepts and Methods*. Springer, Heidelberg

<sup>227</sup> Fayos- Sola, E. & Cooper Ch. (2019). *The future of tourism, Innovation and Sustainability*. Springer, Heidelberg

<sup>228</sup> <https://wttc.org/News-Article/WTTC-and-Government-of-Aruba-partner-for-the-world-s-first-air-and-non-air-seamless-journey-pilot-using-biometric-technology>

<sup>229</sup> <https://opcaoturismo.pt/wp/fr/fred-lindgren-e-o-novo-responsavel-da-travelport-espanha/> y <https://www.travelandtourworld.com/news/article/fred-lindgren-to-lead-travelport-in-spain/>

cualquier proceso en el que varias participantes deben compartir y procesar la misma información. Los documentos distribuidos de forma segura por blockchain permitirían a todas las partes acordar una sola versión en tiempo real eliminando muchos de los procesos existentes, especialmente para el check-in y check-out, la verificación de pasaportes o DNI antes de subir a un avión o alquilar un coche...

La técnica blockchain se propaga muy rápidamente. Parece que la gestión de las criptomonedas y la identidad general del viajero y todo su viaje se dominarán. Ya en 2018, una serie de aplicaciones son ampliamente utilizadas según Fred Lindgren:

- Integración y gestión de contenidos de viajes de bajo valor para distribución y venta seguras.
- Desarrollo de una cartera de criptomonedas e intercambio de activos.
- Determinar cómo proteger, anonimizar y gestionar las identidades de los viajeros en todo el ecosistema de viajes.

El Internet de las Cosas (IoT – *Internet of Things*), también conocido como Web3, es definido según Wikipedia, como “*el intercambio de información y datos de dispositivos del mundo real con Internet*”. Sin embargo, induce la ubicuidad a veces invasiva de objetos como sensores, cámaras, chips de identificación por radiofrecuencia (RFID), actuadores, dispositivos móviles como los teléfonos inteligentes (Smartphone). Algunos equipos de investigación, como el ETH - Instituto Federal Suizo de Tecnología de Zúrich<sup>230</sup>, predicen que para 2025, 150 mil millones de objetos se conectarán entre sí y con varios miles de millones de personas.

Las instalaciones turísticas y la infraestructura se están llenando de estos objetos: aparcamientos, domótica de los alojamientos, rutas de senderismo, lugares para visitar con aplicaciones para discapacitados visuales, sordos, extranjeros que no entienden el idioma del sitio o de la atracción visitada, etc. Algunos sugieren que el Internet de las Cosas (IoT) podría convertirse en un actor independiente de Internet y asociarse con las tecnologías de Inteligencia Artificial (AI). Se dará más importancia a la computación en la nube (*cloud computing*), la única capaz de albergar estas “cosas cibernéticas” también llamados avatares o gemelos digitales de objetos físicos así que el uso de la tecnología 5G.

#### b. La posición de la Unión Internacional de Telecomunicaciones

---

<sup>230</sup> <https://www.iot-lab.ch/>

Desde 2012, la UIT - Unión Internacional de Telecomunicaciones define la IoT como una “*infraestructura global para la sociedad de la información, que permite la capacidad de los servicios avanzados mediante la interconexión de cosas (físicas o virtuales) a través de las tecnologías interoperables de la información y la comunicación existentes o en evolución*”<sup>231</sup>. Todo el asunto será garantizar el cumplimiento de los requisitos de seguridad y de confidencialidad.

¿Que pasara en los destinos turísticos? Los objetos conectados se multiplican para optimizar la movilidad, proteger determinados sitios, automatizar los procesos de información, reservar y pagar... con el fin de una adaptabilidad flexible. Esto lleva a estos destinos a convertirse en destinos inteligentes (*smart destinations*). La complicación más importante vendrá de la ausencia de protocolos comunes y normas universales, lo que nos lleva a una balcanización que no puede ser favorable al turismo, visitantes que vienen de países y regiones que no utilizan las mismas normas.

### c. Ciudades inteligentes

Las ciudades inteligentes (*smart cities*) están empezando a entenderlo como el ejemplo de Helsinki que ha abierto el acceso a los datos de su transporte público por un amplio margen con la aplicación llamada WHIM<sup>232</sup>. Esta App permite organizar todos los viajes para los residentes como para los visitantes en metro, tranvía, autobús, bicicleta de autoservicio, taxi o coche de alquiler. WHIM localiza estaciones y vehículos, informa sobre horarios y disponibilidad, compara diferentes combinaciones, guía... ¿Podría Helsinki servir de modelo para las ciudades que quieren esta revolución? En cualquier caso, será necesaria una transparencia absoluta.

En Helsinki, el organismo responsable de WHIM, el MAAS (*Mobility As A Service*) lo requiere radicalmente de todos los operadores de transporte. Así, Helsinki ha ocupado el primer lugar en la competición de la Comisión Europea, *European Capital of Smart City 2019*. Los factores evaluados fueron: accesibilidad, sostenibilidad, digitalización del patrimonio cultural y creatividad. Málaga fue también nombrada European Capital en 2020 gracias

---

<sup>231</sup> UIT-T Y. 2060 (2012). Sector de normalización de las telecomunicaciones (06/2012) Serie Y: infraestructura mundial de la información, aspectos del protocolo internet y redes de la próxima generación Redes de la próxima generación – Marcos y modelos arquitecturales funcionales, Descripción general de Internet de los objetos Recomendación UIT-T Y.2060. IUT, Geneva <file:///C:/Users/Robert/Downloads/T-REC-Y.2060-201206-I!!PDF-S.pdf>

<sup>232</sup> <https://whimapp.com/> : All transport in one App

a sus avances sobre los mismos factores, más otras iniciativas como su Plan sectorial de calidad del aire.

## B. ¿La inteligencia artificial en el turismo?

### a. El marco conceptual

El smart turismo ha sido uno de los temas que Dimitri Buhalis ha estudiado para dar perspectivas del turismo<sup>233</sup>: *“Smartness aprovecha la interconectividad y la interoperabilidad de las tecnologías integradas. Trabaja para rediseñar procesos y datos con el fin de producir servicios, productos y procedimientos innovadores que garanticen la maximización del valor de las partes interesadas. Todos los proveedores e intermediarios, tanto el sector público como los consumidores, se están convirtiendo en redes dinámicas, lo que coproduce valor para todos los que están interconectados dentro del ecosistema. La inteligencia aumenta la inclusión y la accesibilidad para los viajeros, al apoyar a los turistas con discapacidades de movilidad, visuales, auditivas y cognitivas para hacer frente a las barreras físicas y de servicio”*. Buhalis apoya el concepto de gamificación<sup>234</sup> que contribuye recompensando las interacciones y acentuando el nivel de satisfacción de los visitantes y compromiso: *“la interoperabilidad y la informática omnipresente aseguran que todo el mundo está interconectado y los procesos están integrados hacia la generación de valor, a través de la co - creación dinámica, la personalización y la adaptación al contexto”*.

Sin embargo, el concepto más avanzado que Buhalis y otros autores como Tussydiah, Jung y Dieck (2018)<sup>235</sup> ponen adelante a partir de 2020 es el *Ambient Intelligence (Aml) Tourism* (es decir turismo de inteligencia ambiental) con la 5G, el Internet de las cosas, las impresoras en 3D (de dimensiones), los Smartphones avanzados, la computación generalizada, las criptomonedas... Su conclusión es que la tecnología invadirá todo el ecosistema turístico, pero con un lado oscuro, como lo ha subrayado Townsend (2017)<sup>236</sup>: problemas de privacidad; sistemas ineficientes y

---

<sup>233</sup> Buhalis D. (2019). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. In *Tourism Review*. Emerald Group, London

<sup>234</sup> La definición de Google sobre la gamificación es la siguiente: *“técnica de aprendizaje que traslada la mecánica de los juegos al ámbito educativo-profesional con el fin de conseguir mejores resultados, ya sea para absorber mejor algunos conocimientos, mejorar alguna habilidad, o bien recompensar acciones concretas, entre otros muchos objetivos”*.

<sup>235</sup> Tussydiah, I.P., Jung, T.H. and Tom Dieck, M.C. (2018). Embodiment of wearable augmented reality technology in tourism experience. *Journal of Travel Research*, Vol. 57 No. 5. Sage, Los Angeles

<sup>236</sup> Townsend, P. (2017). *The Dark Side of Technology*. Oxford University Press, Oxford



fallidos; exclusión digital; pérdida de conocimientos (personales), amenazas a idiomas y culturas; eliminación del toque humano; e incluso amenazas a la supervivencia humana.

La inteligencia artificial (AI) está en el corazón del turismo inteligente. ¿De qué se trata? Jean-Claude Heudin, director del laboratorio de investigación del IIM (Instituto de Internet y Multimedia)<sup>237</sup>, explica que la AI “*implica la implementación de una serie de técnicas que permitan a las máquinas imitar una forma de inteligencia real*”. Alan Turing estuvo detrás del concepto con su Prueba de Turing en la década de 1950: si un sujeto interactúa ciegamente con otra persona, entonces con una máquina programada, cuando esa otra persona no pasa la prueba, si la máquina tiene éxito, entonces la máquina puede ser considerada *inteligente*.

#### b. El Smart Tourism

En el ámbito del turismo, los ejemplos son numerosos y se multiplicarán rápidamente como los medios de transporte automatizados, los coches autónomos, la visión artificial o el reconocimiento de voz que permite traducciones instantáneas, predicción de crisis, diagnóstico y, sobre todo, apoyo a la toma de decisiones. Mientras que en 2015 el mercado de la inteligencia artificial se estimó en 200 millones de euros, para 2024 podría ascender a más de 100 mil millones de euros<sup>238</sup>.

El Smart Tourism se basa en los principios esenciales del concepto de ciudades inteligentes, aplicados al ámbito del turismo y teniendo en cuenta los problemas urbanos (transporte, alojamiento, restauración, medio ambiente y cultura). La Inteligencia Artificial y la voluntad innovadora de las comunidades de simplificar la vida de los turistas en sus experiencias territoriales debe ser la misma que para los residentes permanentes. Según el Parlamento Europeo (2014)<sup>239</sup>, las iniciativas de Smart City (con tres tipos principales de componentes: tecnológico, humano e institucional) pueden clasificarse en seis dimensiones: economía inteligente, movilidad inteligente, entorno inteligente, población inteligente, estilo de vida inteligente, gobernanza inteligente. Unos expertos los han clasificado como “*Higiene Pública Inteligente, Energía Inteligente, Empresas Inteligentes, Oficinas Inteligentes, Movilidad Inteligente, Espacios Inteligentes*”<sup>240</sup>.

---

<sup>237</sup> IMM es la primera escuela europea que se creó en torno a las nuevas profesiones de Internet y multimedia en París-La Défense desde 1995: <https://www.iim.fr/>

<sup>238</sup> Global Artificial Intelligence Industry 2020-2024: <https://www.reportlinker.com/report-summary/Advanced-IT/15105/Global-Artificial-Intelligence-Industry.html>

<sup>239</sup> European Parliament (January 2014). Mapping Smart Cities in the EU. Directorate General for Internal Policies, Luxemburg

<sup>240</sup> Lanquar R. (2018). Smart tourism syllabus. La Rochelle Tourism and Hospitality School, La Rochelle

SEGITTUR<sup>241</sup>, la empresa estatal española, ha sido pionera en este campo. Como indican sus objetivos, la Empresa Pública para la Gestión de la Innovación y tecnologías turísticas, S.A. (SEGITTUR) es encargada de promover la innovación (R-D-i) en la industria turística española, tanto para el sector público (nuevos modelos y canales de promoción, gestión y creación de destinos inteligentes, etc.) como para el sector privado (apoyo a los emprendedores, nuevos modelos de negocio sostenibles y más competitivos). Es un operador capaz de contribuir al desarrollo, modernización y mantenimiento de una industria turística líder a través de la innovación tecnológica. Ha permitido desde 2015 que, durante FITUR, la Feria Internacional de Turismo de Madrid, el concepto de destino turístico inteligente sea ampliamente reconocido y difundido. Además, SEGITTUR ha coorganizado con la OMT varias conferencias internacionales como en Murcia en febrero de 2017 y Oviedo en junio de 2018.

c. Conocer las necesidades del cliente antes de que él se da cuenta

El alojamiento turístico, especialmente los hoteles, está en seria evolución en línea con los avances en ergonomía, domótica y robótica. Es casi toda la experiencia del cliente lo que está molesto. El Informe del McKinsey Global Institute 2017 indica que, en los próximos años, 50% de las tareas actuales en hoteles y restaurantes podrán ser automatizadas: *“Los algoritmos de inteligencia artificial podrán identificar los hábitos de los clientes agrupando toda la información sobre ellos como origen, número de estancias realizadas, preferencias gastronómicas, sus hábitos cotidianos, etc. Los datos son la base de los algoritmos de inteligencia artificial y permiten implementar nuevas estrategias de fidelización”*<sup>242</sup>.

*“La tecnología nos permitirá conocer las necesidades del cliente antes de que él mismo lo conozca”*, según Álvaro Carrillo de Albornoz, Director General del Instituto Tecnológico Hotelero de Madrid, ex - ingeniero aeronáutico<sup>243</sup>. Inicialmente, los hoteleros malinterpretaron el turismo electrónico – e-turismo – y las tecnologías de la información y la comunicación. Comenzó con la cadena suiza Mövenpick utilizando el Yield Management para vender, en el último momento, las habitaciones no reservadas; luego apareció la técnica del Revenue Management. Tanto los investigadores como los profesionales creen que esto es el resultado de una

---

<sup>241</sup><https://www.segittur.es/>

<sup>242</sup><https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/advanced%20electronics/our%20insights/how%20artificial%20intelligence%20can%20deliver%20real%20value%20to%20companies/mgi-artificial-intelligence-discussion-paper.ashx>

<sup>243</sup><https://www.ithotelero.com/home-2-3/>

cultura corporativa que recientemente ha asimilado la transformación digital, una especie de disfunción cognitiva probablemente debido a la formación y la educación de los líderes del turismo y la hospitalidad, que también se relacionan con su comprensión del cambio climático.

Entre las innovaciones que están cambiando el mundo del turismo, el asistente virtual Alexa Internet, fundada en 1996 en San Francisco y ahora propiedad del Grupo Amazon, proporciona estadísticas sobre el tráfico mundial de Internet. Amazon ha desarrollado una variante de Alexa para hoteles con la tecnología ECHO en cada habitación para que los huéspedes puedan hacer pedidos de servicios de habitaciones. La Inteligencia Artificial y sus aplicaciones de gestión digital en software, robótica, autonomía en el transporte y geolocalización permitirán experiencias turísticas altamente personalizadas. Desde principios de la década, el aprendizaje automático ha sido un método de análisis de datos que los vendedores de hoteles utilizan ampliamente para identificar patrones de comportamiento y tomar decisiones con intervenciones humanas mínimas para mejorar el rendimiento de una campaña promocional o de información a los clientes turísticos.

A finales de 2021, fue lanzado el concepto de METAVERSE por Mark Zuckerberg & Satya Nadella que puede cambiar completamente el comportamiento de los turistas<sup>244</sup>. En 2022, Fermin Carmona, nacido en Córdoba, viviendo en Palma de Mallorca, pudo crear la startup Hotelverse<sup>245</sup> que revoluciona todos los sistemas de información y de reservas turísticas, en primer lugar, en la industria hotelera.

#### d. El hotel inteligente

Un artículo de Leonidou y al. (2013) sobre el hotel *inteligente*<sup>246</sup> muestra cómo las innovaciones cubrirán toda la infraestructura y los equipamientos de cada habitación. Llama “*exploradores hoteleros*”, controles gracias a la multiplicación de sensores y asistentes de voz, mayordomas de aplicaciones y conserjes, a veces incluso en 3D desde la televisión de la habitación. Los clientes con Wifi ya pueden conectarse, en más numerosos hoteles, con todas sus herramientas, computadoras portátiles, tabletas, teléfonos inteligentes, relojes electrónicos.

---

<sup>244</sup> <https://www.wired.com/story/what-is-the-metaverse/>

<sup>245</sup> <https://www.hotelverse.tech/>

<sup>246</sup> Leonidou C. L., Constantinos N. L., Fotiadis Th. & Zeriti A. (April 2013). Resources and Capabilities as Drivers of Hotel Environmental Marketing Strategy: Implications for Competitive Advantage and Performance in Tourism Management 35:94-110. Elsevier, Amsterdam

Es hacia los robots que se dirigen varias cadenas hoteleras, según un estudio de 7ParkData<sup>247</sup>, consultor basado en Nueva York, como con el asistente virtual Alexa. El Aloft Cupertino Hotel en Silicon Valley ha instalado un robot mayordomo Botlr que los huéspedes pueden conducir a través de una pantalla táctil. El grupo de robótica Savioke ha diseñado un robot para el servicio de habitaciones que se llama Relay que sirve, entre otras cosas, el desayuno. El objetivo es mejorar el confort, la seguridad y la calidad de la experiencia de alojamiento como la supervisión de los establecimientos, el control del acceso a las habitaciones y la seguridad de la propiedad y de las personas.

Cadenas hoteleras como Hyatt y alojamientos de alquiler como Mama Shelter han adoptado tecnologías que transforman el televisor en un verdadero portal interactivo que combina funciones de entretenimiento y gestión de estancias (acceso a conserje en línea, pedido de servicio de habitaciones, seguimiento de facturas, etc.). La tecnología IMirror está surgiendo en hoteles de lujo con reconocimiento facial e interfaces táctiles. En los baños, los gadgets se multiplican para ajustar la luminosidad, la temperatura, etc. En unos hoteles de lujo, el color de la iluminación del agua se sincroniza con la temperatura del agua. La idea es reducir el uso de agua por sensores de movimiento, según el estudio Skyscanner, empresa que compara precios y servicios ofrecidos por aerolíneas, hoteles y alquileres de coches<sup>248</sup>.

Para el check-in y el check-out, el progreso es lo más extendido. El conserje virtual se instala en el vestíbulo de hoteles como la tecnología Monconcierge, incluyendo conexiones con redes sociales y proporcionando una serie de informaciones prácticas sobre el destino donde está localizado el hotel: entretenimiento y ocios, transporte, llegadas y salidas desde aeropuertos o estaciones de tren... En Nueva York, el robot Yobot del Yotel almacena el equipaje y los objetos de valor de los huéspedes en una caja fuerte.

Un muy completo artículo sobre el hotel inteligente fue la presentación de Nathalie Montargot al Simposio de la Swiss UMEF University sobre la sociedad post-COVID, el 19 de junio de 2021<sup>249</sup>.

e. Desintermediación y algoritmos: ¿un peligro a largo plazo?

---

<sup>247</sup> <https://www.7parkdata.com/technology/>

<sup>248</sup> [www.skyscanner.net](http://www.skyscanner.net)

<sup>249</sup> Montargot N. (2021). L'essor de l'intelligence artificielle dans le secteur hôtelier. In The Journal of Corporate Governance and International Relations. SARCEO Publication, Swiss UMEF University, Genève

Es cierto que la desintermediación no será lo que se predijo a principios del siglo XXI con el desarrollo del e-turismo. El aprendizaje automático conduce a una reorganización del sector turístico al introducir más complejidad en la cadena de valor entre el cliente y los servicios que utilizará, desde el transporte hasta sus actividades durante su estancia a través de las agencias de viajes. Esta evolución se acelera con la llegada de asistentes virtuales como, además de Alexa, OK Google (Android), Dis Siri (iOS) o Bonjour - Hello Cortana (Windows Phone).

El peligro proviene de los algoritmos de estos asistentes que se están convirtiendo más en prescriptores que en motores de búsqueda para el viajero pidiendo información. Por esto, los sistemas de reservas de hotel utilizan chatbots que permiten a un ordenador conversar con un cliente sobre una información simple o unas reservas. Allora, desde 2017, es una plataforma de reservas para hoteles y clientes, impulsada por la Inteligencia Artificial para optimizar la experiencia online. Quicktext quiere reinventar la relación con el cliente al servicio de la industria hotelera para que los clientes y establecimientos puedan mejorar su comunicación con herramientas de mensajería instantánea, chat en vivo y chatbot/chatterbot. Por ejemplo, los servicios de mensajería instantánea pueden hacer pagos a través del móvil, igualmente para comunicarse en vivo con el hotel o alojamiento, hacer preguntas prácticas o hacer cambios.

A nivel de mantenimiento de los alojamientos, los algoritmos proporcionan un conocimiento en tiempo real de las condiciones de la infraestructura, gestionan con más eficacia el consumo de energía y agua, optimizan la gestión de residuos y conducen a soluciones de ahorro circular hacia el reciclaje y la inclusión. Varias cadenas hoteleras empiezan a utilizar robots para tal fin, según el estudio de 7ParkData<sup>250</sup> citado anteriormente. El objetivo es mejorar el confort, la seguridad y la calidad de la experiencia en el alojamiento; la prioridad es la supervisión de los establecimientos, el control del acceso a las habitaciones y la seguridad de los bienes y las personas.

### **C. El papel de los satélites: GALILEO y GPS**

#### **a. Las Reuniones Nacionales sobre Turismo y Espacio de 2019**

Del mismo modo, es necesario analizar el papel de los satélites en el turismo. Un primer seminario, en mayo de 2019, las “Reuniones Nacionales

---

<sup>250</sup> <https://www.7parkdata.com/technology/>

sobre Turismo y Espacio” tuvo lugar en La Rochelle (Francia)<sup>251</sup> en asociación con el Open Tourism Lab (Paris) y La Rochelle Tourism and Hospitality School - Excelia Group. El tema: “*en el mar, en las montañas, en el campo o en la ciudad, las soluciones espaciales son directamente útiles para la economía turística y realzan el atractivo de los territorios*”. Por primera vez en el mundo, los actores del turismo y de la industria espacial se unieron para hablar de innovaciones y ver cómo el futuro podría desarrollarse con el uso de satélites, así como el proyecto Galileo a pesar de años difíciles según le Monde Diplomatique (Paris)<sup>252</sup>.

Lanquar (2019) explicó, en estas reuniones nacionales, cómo, desde la década de 1980, los satélites han proporcionado una mejor comprensión de los impactos en el turismo en los territorios, las costas y la orografía en general.

Ya en 1986, el Plan Azul del Mediterráneo, un centro regional de actividad del Plan de Acción Mediterráneo (MAP) situado en Sophia Antipolis y Marsella, utiliza las informaciones de los satélites para hacer las previsiones económicas y ecológicas, controlar los cambios que el turismo trajo a la costa mediterránea. Uso colores para mostrar que el mosaico de rojos, negros o azules de las zonas de vegetación activa o húmeda y acuática dio paso al verde, el de las zonas minerales, edificios, cemento, asfalto, con poca vegetación. Fue allí desde el caso de la Costa Azul que se ha visto como todo era hormigón. Lo mismo ocurrió en Iskenderun, en el corazón de Turquía, en Málaga en España, en Sfax en Túnez. Fue cuando los satélites mostraron irrefutablemente, inequívocamente, el escándalo de los lodos rojos, este despilfarro de alúmina vertida en el Parque Nacional de las Calanques cerca de Marsella.

#### b. El ejemplo de la Cuenca Mediterránea

Por primera vez en 1986, SPOT – 1, la primera generación del grupo de satélites franceses (y europeos) ha permitido observación de la Tierra y de la Cuenca Mediterránea. Las generaciones SPOT - 6 y 7 deberían operar hasta 2024. Existe además el programa europeo LACOAST - Corine Land Cover Images que mostraba, especialmente para Andalucía, las amenazas medioambientales. La base de imagen TERRASTAT indica la importancia y rapidez de la artificialización de la Costa andaluza, principalmente por el turismo. Esta base de datos muestra que algunas zonas se verán muy

---

<sup>251</sup> Rencontres nationales Tourisme & Spatial, 27 – 28 de mayo de 2019, La Rochelle, Espace Encan : <http://inspace-institute.com/actualites/evenements/tourisme-et-spatial/>

<sup>252</sup> <https://www.monde-diplomatique.fr/2019/05/PERRAGIN/59850>. La politique industrielle européenne n'aura pas lieu, Galileo, vingt ans de cafouillages pour le concurrent du GPS . Mayo 2019. Paris

afectadas por el cambio climático, especialmente durante los fenómenos meteorológicos extremos (las gotas frías) que se multiplican por el calentamiento y por la desertificación que se está extendiendo por todo el interior andaluz: datos científicos transparentes, irrefutables e inequívocos que los escépticos del clima no pueden negar.

El ejemplo mediterráneo no debe hacer olvidar lo que está sucediendo en otras partes del mundo y de los destinos turísticos: ciudades, montañas, zonas rurales, litorales. Las monografías sobre las costas y las islas del Atlántico, Pacífico e Índico muestran a partir de imágenes satelitales cómo evolucionan. Para la isla de Sylt, en el borde de la Reserva MAB del Mar de Wadden, cerca del Parque Nacional danés Vadehavet, las imágenes satelitales revelan la inevitabilidad de los cambios que se están produciendo y que se acelerarán en las próximas décadas, como lo demuestra una monografía preparada dentro del curso “Gestión del turismo litoral” de La Rochelle Hospitality and Tourism School<sup>253</sup>.

c. Prever el aumento de los niveles del mar: importancia de los datos satélites

El IPCC (expertos del clima), por muy cauteloso que sea, es muy conservador; pero habla de un aumento de los niveles del mar de al menos un metro y, en promedio, de un metro. Investigadores muy lúcidos estiman posibles 2 metros o más y la comunidad científica está empezando a pensar que esta hipótesis es razonable si el calentamiento global supera los 4°C.

Por lo tanto, la relación entre el turismo, el medio ambiente y los satélites es antigua y extremadamente importante. Los satélites proporcionan datos científicos muy precisos e inconfundibles sobre los cambios que el turismo aporta al medio ambiente. Lanquar (2019) pudo añadir, durante la conferencia de La Rochelle: *“No nos dejemos llevar por la idea de que el turismo será resiliente a cualquier evento, cualquier catástrofe ecológica, social o geopolítica. Ya sabemos que su huella de carbono sería al menos 3 veces mayor que las que muchos profesionales nos dicen. También sabemos que las aerolíneas no pagan impuestos sobre su queroseno, cuando su huella de carbono sería diez veces mayor que los trenes que pagan sus impuestos”*<sup>254</sup>.

---

<sup>253</sup> Lanquar R. (2017-2019). Coastal Tourism Management. 3rd year Bachelor Program. La Rochelle Hospitality and Tourism School, La Rochelle

<sup>254</sup> Rencontres nationales Tourisme & Spatial, 27 – 28 de mayo de 2019, La Rochelle, Espace Encan. <http://inspace-institute.com/actualites/evenements/tourisme-et-spatial/>

Los datos numéricos irrefutables proporcionados por los satélites deberían emplearse de manera más extensiva, incluidos los satélites europeos Pleiades, Copérnico y Galileo, que competirán con el Sistema de Posicionamiento Global (GPS) de los Estados Unidos, el Glonass ruso y el Beidou chino. Además, existe el sistema europeo EGNOS utilizado principalmente para la orientación de aeronaves.

¿Los datos satelitales nos permitirán reinventar el turismo responsable y sostenible que sea más consciente del medio ambiente? Los turistas serán más móviles gracias al programa europeo Galileo. El público en general podrá hacer uso, normalmente a partir de 2021, del sistema de geolocalización más eficiente del mundo. Se espera que cincuenta y dos de sus satélites estén operativos a finales de 2020. La precisión horizontal de Galileo a nivel del mar será de 1,8 metros y 2,9 metros en las montañas en comparación con 4,9 metros con el GPS americano. Mejor aún, esta precisión sería de unos pocos centímetros para aplicaciones específicas.

#### d. El mercado de la geolocalización

El mercado de geolocalización podría alcanzar casi 90.000 millones € en 2022. Entramos en la era del transporte inteligente con este nuevo sistema combinado con mapeo en línea y transmisión de datos por satélite. Por lo tanto, a través de dispositivos de señalización pública o directamente en un teléfono móvil, un ciclista, un excursionista o un automovilista ya lo sabe, y aún mejor a partir de 2022, su propio posicionamiento y tendrá cada vez más información sobre el territorio, la ciudad o el campo que visita. Otra aplicación es posible, el *carpooling dinámico* vinculado a la geolocalización que tendrá un efecto directo la fluidez del tráfico, facilitando el contacto entre las personas y reduciendo el número de coches en circulación.

### **D. La 5G**

La 5G es el estándar tecnológico de quinta generación para redes celulares, que las compañías de telefonía celular comenzaron a implementar en todo el mundo desde 2018- 2019. A pesar de los críticos que creen que la 5G tendrá un impacto negativo en el medio ambiente porque es muy intensiva en energía, otros creen que aumentará la presencia de China en los sistemas de telecomunicaciones, si no la posibilidad de que nos espíe, parece que el 5G prevalecerá antes de 2025 y que la crisis sanitaria acelerará este desarrollo.

Este es el punto de vista para el turismo inteligente de Rongqun Peng, Yingxi Lou, Michel Kadoch y Mohamed Cheriet en un artículo del Journal



of Electronics: *A Human-Guided Machine Learning Approach for 5G Smart Tourism IoT* <sup>255</sup>. El smart turismo “*tiene como objetivo utilizar el IoT para maximizar la comunicación de la información; es decir, la tecnología IoT se convertirá en un elemento importante para satisfacer las necesidades de una nueva generación de turistas*”. Los autores, chinos y canadienses proponen un método de clasificación de aprendizaje automático guiado por el hombre basado en el comportamiento de selección turística para ayudar a los turistas a tomar una decisión en la elección de un destino turístico utilizando su teléfono móvil.

### **E. Yield Management, Revenue Management**

Más allá, el turismo está empujando innovaciones muy avanzadas para su gestión. Para los alojamientos, el transporte y el alquiler de coches, toda gira en torno a la gestión del rendimiento y de los ingresos, o sea “Yield Management” y “Revenue Management”. Estas dos técnicas conciernen la mayoría de los subsectores turísticos, hasta la comercialización de los DMO (Organismos de gestión de los destinos), el precio de la restauración, las admisiones de las empresas de ocio o los sitios culturales, naturales, y el transporte local. Sin embargo, estos instrumentos se pueden utilizar para reducir las desigualdades entre los destinos, especialmente entre los clientes en el contexto de una economía circular y el turismo local. Es la misma idea quien ha surgido del turismo social, asociativo o popular hace más de 70 años. ¿A quién debemos ayudar, a los turistas con pocos recursos o a los gestores de equipamientos turísticos, según los promotores del turismo social en Francia<sup>256</sup>?

#### **a. Maximizar los ingresos**

El concepto de maximizar los ingresos en acuerdos negociados encontró su camino en la industria hotelera. La aplicación original, por la cadena suiza Mövenpick o de la americana Marriott, de gestión de ingresos se limitaba a reservas individuales, no a grupos u otras ofertas negociadas. El Yield management es una estrategia basada en la venta al cliente adecuado, en el momento adecuado, con un precio correcto. Por la industria hotelera, esto significa vender en el mejor momento posible, por la mayor cantidad con el fin de maximizar los ingresos obtenidos. Una habitación de hotel se puede

---

<sup>255</sup> Peng & al. (June 2020). *A Human-Guided Machine Learning Approach for 5G Smart Tourism IoT*. In *Electronics*, 9(6). MDPI, Basel

<sup>256</sup> Lanquar R. & Raynouard Y. (1978). *Le tourisme social et associatif*. Que Sais-je ? 5<sup>o</sup> éd. 1995. PUF, Paris

vender a dos clientes diferentes a precios completamente diferentes. El Yield Management comparte muchas similitudes con el concepto de Revenue Management, pero ha existido durante más tiempo, con un enfoque más limitado y se ocupa sólo del precio de venta y del volumen de ventas, de modo que se puede lograr el mejor rendimiento de ingresos posible.

El Revenue Management es según la definición de Wikipedia, “la aplicación de análisis disciplinados que predicen el comportamiento de los consumidores a nivel de micro mercado y optimizan la disponibilidad y el precio del producto para maximizar el crecimiento de los ingresos”. El progreso en la digitalización ha permitido utilizar, a finales de la década de 1990, esta herramienta, más sofisticada que el Yield Management.

## b. Startups

Muchos Startups se han creado sobre estos instrumentos. Podemos citar tres ejemplos:

- Beonline Marketing<sup>257</sup> ahora está operando en todo el mundo. Su lema es siempre buscar nuevas innovaciones: “las tendencias en marketing digital cambian rápidamente. Las nuevas tendencias y tecnologías surgen y mueren en cuestión de meses. Lo que fue popular la temporada pasada es una vieja noticia hoy”.
- Beonprice, su competidor, con ejecutivos formados en Córdoba, desarrolla una estrategia llamada en la plataforma Pace Revenue<sup>258</sup>, basada sobre cuatro pilares: 1) Data-driven Revenue Management o Revenue Optimización, 2) Pricing, 3) Analytics<sup>259</sup>, 4) Diagnósticos.

---

<sup>257</sup> <https://www.beonline.tech/>

<sup>258</sup> <https://www.paceup.com/>

<sup>259</sup> Para Beonprice, Analytics permite de visualizar datos relevantes para sus objetivos estratégicos. Puede configurar cualquier visualización, sobre cualquier dato, compartirlas con las partes interesadas y recibir actualizaciones en tiempo real.

- GrupoRMCse ha creado entre Málaga y Córdoba, en 2020 a pesar de la crisis sanitaria, con un crecimiento muy rápido. Propone sus servicios para lograr una mayor producción en la venta y distribución de apartamentos y habitaciones de hostales u hoteles, así como obtener una mayor rentabilidad y reducción de costes operativos, además de aportar más valor a la experiencia de los clientes. El GrupoRMC indica en su publicidad que *“hoy en día hay tanta competencia en Internet y la experiencia del cliente se ha convertido en algo tan importante, que la gestión de la comunidad online de su hotel, hostel o apartamentos en las redes sociales se ha convertido en un trabajo para profesionales cualificados, debidamente entrenados y que, al igual que el entorno online, están en una constante evolución y actualización. Además, para una correcta visibilidad y posicionamiento de su web en motores de búsqueda como Google, la gestión de redes sociales se ha transformado en una pieza fundamental de las acciones de marketing para el posicionamiento SEO”*<sup>260</sup>.

Estos Startups estiman que el Revenue Management requiere que una empresa reevalúa continuamente sus precios, productos y procesos para maximizar los ingresos. En un mercado dinámico, un sistema eficaz de gestión de ingresos reevalúa constantemente las variables implicadas para moverse dinámicamente con el mercado. A medida que los micro - mercados

---

<sup>260</sup> [www.grupo-rmc.com](http://www.grupo-rmc.com)

evolucionan, también deben ajustarse la estrategia y las tácticas de la gestión de los ingresos. Se habla de una *reevaluación dinámica*.

### c. El desarrollo y futuro del Revenue Management (RM)

Una extensión natural de la Gestión de Ingresos (Revenue Management) del hotel fue a las empresas de alquiler de automóviles, que experimentaron problemas similares de disponibilidad de descuentos y control de duración. En 1994, la Gestión de Ingresos salvó a National Car Rental de la bancarrota. En 2000, todas las principales aerolíneas, empresas hoteleras, líneas de cruceros y compañías de alquiler de automóviles habían implementado sistemas de gestión de ingresos para predecir la demanda de los clientes y optimizar el precio disponible. Desde el advenimiento de Internet, la red de distribución y el control se han convertido en una preocupación importante para los proveedores de servicios y los avances se aceleran con los blockchains y la inteligencia artificial.

Además, según una encuesta a unos 400 profesionales sobre el Revenue Management, la aplicación del RM de hotel se ha vuelto gradualmente más estratégica y centralizada, pero los cambios en las prácticas de RM han llegado más lentamente de lo esperado (Kimes, 2017)<sup>261</sup>. Este estudio habla de los retos futuros a los que se enfrenta RM así que otras áreas del hotel a las que se aplicarán el RM. Lo más notable de los resultados demuestra que la gestión de los ingresos necesitara en el futuro, habilidades específicas para los administradores del Revenue Management, lo que conducirá a otros tipos de formación más centradas sobre las matemáticas y la inteligencia artificial.

En el futuro, el Revenue Management no puede solamente servir la rentabilidad de una empresa. Unos investigadores piensan que puede ser utilizada para los destinos turísticos incluyendo la medida de factores en relación con la responsabilidad social y medioambiental de las empresas. Según Kimes (2017), Gabor Forgacs (2020) y MKG Group (2019)<sup>262</sup>, eso permite de crear plataformas de Inteligencia Empresarial (Business Intelligence),\_cada vez más integradas con el proceso de Revenue Management. Estas plataformas, impulsadas por procesos de data-mining,

---

<sup>261</sup> Kimes Sh.E. (2017). The Future of Hotel Revenue Management. The Scholarly Commons Center for Hospitality Research Publications, The Center for Hospitality Research (CHR) 1-13-2017. Cornell University School of Hotel Administration, Ithaca

<sup>262</sup> MKG Group's HotelCompSet performance indicators in Europe, April 2019, [https://www.hotelnewsresource.com/HNR-companyid-coid-10245-MKG\\_Hospitality.html](https://www.hotelnewsresource.com/HNR-companyid-coid-10245-MKG_Hospitality.html)

ofrecen un entorno de datos centralizado con inteligencia empresarial mediante la combinación de informes históricos y analíticos avanzados, para explicar y evaluar eventos pasados, ofrecer acciones recomendadas y, finalmente, optimizar la toma de decisiones. El Revenue Management, sin embargo, no es sinónimo de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM).

## **F. El Clúster Management**

Muchos profesionales estiman que el futuro se sitúa esencialmente con los blockchains y la 5G en un *clúster management*, es decir un instrumento para gestionar múltiples operaciones con una conectividad en tiempo real perfecta. La formación turística tendrá que posicionarse para que los profesionales sean adiestrados con capacitación y certificación en Revenue Management para cubrir todos esos puestos. Y los educadores deben saber que el Revenue Management sólo se puede estudiar en un nivel bastante avanzado, una vez que se han dominado algunos fundamentos en una variedad de disciplinas como finanzas, marketing, ciencia de datos y gestión de operaciones.

Es la principal conclusión de Kimes (2017) que agrega: *“es probable que el futuro del RM sea mayor que la gestión de ingresos, la generación de informes de mercado ultrarrápida o el ajuste individualizado de tarifas de habitación sobre la marcha. Si se encuentra el equilibrio fino entre la formulación de la estrategia humana, la toma de decisiones y la aplicación de la inteligencia artificial, es probable que sucedan cosas buenas”*.

## **V. ¿Qué concluir sobre el estado de la literatura en 2021?**

Leyendo una literatura académica, institucional y técnica- profesional muy abundante, hemos observado que el marco conceptual, teórico y epistemológico que nos permitirá imaginar el futuro del turismo es muy amplio, tanto que los puntos de vista académicos, así como de los profesionales, son muy diversos, sino contradictorios. En la era del Antropoceno, si no la del ultra - liberal Capitaloceno, el turismo verá una multiplicación de crisis y críticas, en el transporte, el alojamiento, la restauración y en el ocio. Muchos expertos apoyan esta idea: su futuro es incierto ante el cambio climático y el aumento de las desigualdades.

### **A. Hacia un turismo responsable e inteligente**

Podemos también concluir que el futuro probablemente no está en el turismo sostenible, un concepto que los hombres de marketing apoyan si

conocer su contenido real. Es más bien visto en el turismo responsable e inteligente. La blockchain garantizará una garantía total de seguridad. Los datos abiertos (Open Data) permitirán a todos acceder a información no manipulada para tomar las decisiones más adecuadas. El turismo inteligente – Smart turismo será una síntesis más allá del turismo sostenible, ya que reúne tres propiedades: conectividad, sostenibilidad y sobre todo la inclusión de las poblaciones residentes. Además, la buena coordinación que proporcionaran los algoritmos reducirá el consumo de energía, por lo que tiene una huella de carbono más razonable.

a. Alcanzar los objetivos del desarrollo sostenible (ODS)

La Organización Mundial del Turismo (OMT) considera que la innovación es la clave para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para 2030: “Impulsar *la digitalización del turismo, crear un ecosistema de innovación y emprendimiento que maximice el potencial del sector en términos de crecimiento económico, creación de empleo y desarrollo sostenible, y anticipar, abordar y superar los nuevos retos y tendencias del sector turístico*”<sup>263</sup>. La OMT estima que los retos son multitemáticos y pueden adaptarse a las necesidades y demandas prevalecientes del sector turístico.

Además en su “*Recapitulación del año 2020*”, la OMT ha enfatizado que los empresarios han proporcionado ideas y soluciones innovadoras para reiniciar el sector, especialmente orientadas a mitigar el impacto de la COVID19. En el concurso que ha desarrollado la OMT sobre la innovación en 2020 para relanzar el turismo, los Startups ganadores vinieron de todas las regiones del mundo, no obstante más de Europa y las Américas. Entre los participantes, el 27,8% eran Startups lideradas por mujeres, y el 41% de las ganadoras eran mujeres empresarias.

La OMT está convirtiendo el turismo inteligente en uno de los caminos del futuro y los lobbies profesionales están haciendo del smart turismo su caballo de batalla para conservar sus mercados y mejorar su competitividad. La OMT representa a los Estados, a pesar de que en su organización hay un Comité de Miembros Afiliados para un sector privado poderoso actuando como un lobby. La UNESCO es también una organización intergubernamental y no reacciona contra el sobreturismo creado por sus Listas del Patrimonio Mundial. El objetivo de la OCDE es desarrollar la economía. Mientras que los Estados quieren luchar contra el cambio

---

<sup>263</sup> <https://www.unwto.org/unwto-innovation-services-2020-a-year-in-review> (8 de Febrero de 2021)

climático o la corrupción, los ciclos electorales políticos restringen sus compromisos: “*mucho discurso, poco logro*”, dicen los ambientalistas.

La consulta y la cooperación con los profesionales del turismo se han centrado en los aspectos económicos del turismo y poco en la evaluación social de los proyectos turísticos (Lanquar 1995). Se da la prioridad principalmente a la creación de empleos, a la construcción de edificios, infraestructura y equipos. El impacto económico nos ha hecho olvidar que el turismo ha afectado profundamente las sociedades donde se ha asentado. Las empresas que quieren sobre todo maximizar los beneficios de sus accionistas olvidan que será necesario reducir las desigualdades sociales. Si no, ellas corren el riesgo de pérdidas mayores.

#### b. El gran riesgo del cambio climático

Jared Diamond en su último libro, en 2020, *Convulsión. Las naciones que se enfrentan a crisis y al cambio*<sup>264</sup>, repite que el colapso no vendrá de la pandemia que golpea duramente al turismo, el gran riesgo es el cambio climático. Su libro también puede ser leído como un tratado sobre la resiliencia de las Naciones y llevará a los colapsólogos al otro lado. Todo depende de la buena gobernanza de los Estados y de la conciencia de los pueblos y de sus empresas: no negar la realidad, reconocer la responsabilidad, aprender de modelos externos y de buenas prácticas. Jared Diamond pide flexibilidad, para estar lo más cerca posible de las realidades territoriales. Para él, comparar no es asimilar, está permitiendo entender situaciones complejas reduciéndolas a situaciones conocidas por todos.

Entonces, ¿qué hacer con la crisis de la COVID19? Diamond (2020) sabe que este problema “*que nos golpea motiva más que la perspectiva distante o el lento desarrollo de un problema igualmente grave*”. ¿Profecías auto - cumplidas? Si la situación después de 2021-2022 se convierte de nuevo en la situación que prevaleció para el turismo antes de 2020, no debemos olvidar las palabras de Hannah Arendt: “*la huida de las masas de la realidad es una condena del mundo en el que viven*”. Se trata de no negar la realidad, incluso para aquellos que creen plenamente en la resiliencia del turismo.

### **B. Reinventar el turismo**

---

<sup>264</sup> Diamond J. (2020). *Bouleversement. Les nations face aux crises et au changement*. Gallimard, coll. NRF Essais, Paris

Para imaginar escenarios sobre el futuro del turismo ante la creciente crisis del cambio climático, nos encontramos ante dilemas y confrontaciones. Cómo cuantificar los riesgos climáticos que se caracterizan por una incertidumbre radical, por un lado porque el riesgo se extiende durante décadas, incluso siglos. Entonces, ¿cómo podemos predecir este impacto económico, social y cultural con veinte, treinta o cincuenta años de antelación? Por otro lado, la evolución precisa del propio cambio climático es incierta. El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) presenta no menos de 222 escenarios consistentes con 2 grados de calentamiento y 189 escenarios más cálidos no deseados.

**¿Cómo entonces reinventar el turismo?** Los profesionales del turismo creen en la tecnología. Los gobiernos democráticos y conscientes del impacto negativo del cambio climático creen que se necesitan reformas en materia de transporte, con la promoción del ferrocarril y, en menor medida, del marítimo, frente al aéreo y el terrestre, en alojamientos energéticamente positivos, en una restauración para promover la cocina basada en lo local, en el ocio para fomentar la educación, la cultura, la innovación en las nuevas tecnologías. La sociedad civil, especialmente a través de las asociaciones, desea una mejor gobernanza y, sobre todo, fortalecer su “*soft power*”, su “*empowerment*” para combatir el cambio climático.

Se necesitarán deconstruir los modelos tradicionales del turismo para dar pistas a un futuro sostenible, conectado a la realidad tecnológica y digital, rechazando sus consecuencias sobre las desigualdades y favoreciendo la inclusión. Desgraciadamente, un asunto se aborda sólo marginalmente: la formación de decenas de miles de profesionales del turismo y de la hostelería que tendrán que utilizar estas tecnologías, así como la formación de sus formadores que deberán adaptarse a nuevos métodos de enseñanza, sin olvidar desarrollar el pensamiento crítico y la creatividad.

Sobre todos estos temas, hemos entrevistados a expertos en turismo para conocer sus puntos de vista, utilizando una escala Likert. A partir del análisis de los datos de esta encuesta, desarrollaremos nuestros escenarios para reinventar el turismo.





# **CAPITULO II**

## **METODOLOGIA**

## I. Elegir una metodología

En el Capítulo I, *Marco conceptual, teórico y epistemológico* se ha analizado los elementos y los signos fuertes o débiles para averiguar los posibles caminos que permitirán reinventar el turismo en los próximos años y décadas, quizás aprender a retroceder según la palabra del filósofo francés Bruno Latour. ¿Qué puntos de referencia tenemos para reorientar el turismo hacia una economía verde, conectada, inclusiva y, si es posible, circular? ¿Qué metodología elegir para responder a nuestra problemática e hipótesis principal y complementarias?

En resumen, para elaborar nuestra metodología, hemos visto que los académicos y preponderantemente, las instituciones públicas, nacionales e intergubernamentales han elaborado previsiones hasta 2030 y más allá, hasta 2050. Pero sus resultados tienen una parcialidad inicial, muy optimista, basada en la resiliencia del turismo con el hecho que, durante 70 años, no ha parado de crecer. Con la COVID19, eso puede y debe cambiar, así como la toma de consciencia de las situaciones catastróficas que el cambio climático llevara; quizás retroceder a niveles más sostenibles. ¿Cuál es la opinión de los expertos sobre estas previsiones?

Separadamente del concepto de turismo sostenible aparecido en 1988, gracias a nuestros trabajos en el Plan Azul del Mediterráneo, programa de los Mares regionales del PNUMA, los gobiernos y sus instituciones nacionales e internacionales, bajo la influencia de los lobbies profesionales, han minimizado el impacto del turismo y de su transporte sobre el cambio climático. El greenwashing del turismo ha sido sistemático y organizaciones como la OMT o la UNESCO no han visto el peligro del sobreturismo.

### A. Preguntas para elegir una metodología

¿Qué podemos opinar sobre este tema? ¿Qué preguntas hacerse para elegir una metodología que nos permitirá elaborar escenarios para el futuro del turismo?

1. La pandemia de la COVID19 tendrá un impacto sanitario sobre todos los futuros proyectos de desarrollo turístico. ¿Debemos incluir el impacto sanitario en los determinantes quiénes darán forma a las estructuras futuras del turismo?
2. ¿Qué prioridad dar al cambio climático (y el *Green Deal*) en todos los aspectos del desarrollo, gestión y formación al turismo?
3. Hemos visto que la movilidad condiciona el futuro del turismo. ¿Debemos aceptar las críticas a los transportes que tienen una

- importante huella de carbono como el transporte aéreo o por carretera?  
¿Qué pasara con los destinos de larga distancia?
4. ¿Cómo se gestionarán los cruceros, no solamente para reducir su huella de carbono en los puertos de escala, además para evitar que los excursionistas dañen la economía local y la vida de los residentes permanentes?
  5. ¿Cómo se desarrollará el turismo litoral y náutica con el aumento del nivel de los mares, la desaparición de muchas playas y de puertos náuticos?
  6. ¿Cómo los alojamientos evolucionaran con las tecnologías de la inteligencia artificial y la llegada de los robots en todas operaciones y actividades, desde el check-in hasta servir los desayunos y las comidas, hasta la información sobre el entorno, el entretenimiento en y fuera de la habitación y el check-out?
  7. ¿Cómo el catering y la gastronomía cambiarían con la demanda por una comida más orgánica, con productos locales de la permacultura y la perspectiva del slow food?
  8. ¿Cómo el ocio, cultural, deportivo o de juego, y el recreo en espacios abiertos o cerrados van a transformarse con la inteligencia artificial y una demanda cada vez más educada e informada?
  9. ¿Cómo el Patrimonio mundial puede acercarse a los pueblos y los destinos inscritos en las Listas de la UNESCO para evitar el sobre turismo y servir la educación cultural de las poblaciones residentes de estos destinos?
  10. ¿Cómo la educación y la formación al turismo deben modificarse para integrar de la mejor manera el impacto climático con la transición energética, la responsabilidad societal y medioambiental, la digitalización?
  11. ¿Qué prioridad debe dar al turismo de proximidad, en particular el turismo rural y ecológico?
  12. ¿Cómo integrar la economía circular a las actividades turísticas y de viaje?

Expertos predicen la llegada de un nuevo “super-ciclo” económico que los economistas de la Deutsche Bank llaman la “*Era del Desorden*”<sup>265</sup>, después de la segunda ola de la globalización. Sus características pueden ser una reforzada unión de Europa y una inflación que ayudara a reducir las deudas públicas con una reversión de las desigualdades inducida por las desordenes sociales que se multiplican con la crisis sanitaria y económica de la COVID19, principalmente contra las empresas tecnológicas y

---

<sup>265</sup> Jim Reid, Deutsche Bank, la Era del Desorden, 18 de septiembre de 2020, <https://www.economista.es/economia/noticias/10762037/09/20/Deutsche-Bank-anuncia-la-llegada-de-un-nuevo-superciclo-economico-asi-sera-la-Era-del-Desorden.html>

farmacéuticas cuyos propietarios se han beneficiado enormemente. Si la brecha intergeneracional se ensancha, si los jóvenes viven peor que sus padres y las generaciones anteriores, entonces tendremos que encontrar formas de turismo que respondan a las preguntas que hemos hecho anteriormente.

Estas inquietudes se reflejan en una carta abierta de veinte asociaciones profesionales turísticas europeas<sup>266</sup> a la Presidenta de la Comisión Europea que piden una actitud más colaborativa y coordinada para encontrar soluciones a la crisis económica que golpea con toda su fuerza 27 millones de trabajadores europeos en las “*aerolíneas, aeropuertos, ferrocarriles, receptivos, catering, minoristas de viajes, proveedores de servicios de navegación, operadores turísticos, hoteles, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, operadores de transporte por carretera y servicios logísticos, campamentos, parques vacacionales, operadores de taxis, juntas y autoridades turísticas y todas sus cadenas de suministro asociadas*”. Si no la “*raison d’être*”, el objetivo fundamental del proyecto europeo que son la libertad de movimiento y el principio de no-discriminación correrán un grave riesgo y el turismo sufrirá las consecuencias de esta situación.

## **B. El objetivo de la metodología elegida**

Debemos encontrar una metodología para confirmar o no nuestras hipótesis teniendo en cuenta que el turismo, especialmente el internacional, no podrá seguir el patrón de las tendencias que prevaleció hasta 2019, incluso después de 2024, cuando se espera que la economía mundial se recupere. Este es el punto de vista de muchos profesionales conscientes y responsables como los del transporte aéreo.

La metodología elegida tiene que permitir de conocer la opinión de expertos que conocen bien el turismo.

## **C. Una primera fase fallida y abortada**

En una primera fase, hemos enviado un cuestionario Delphi a 200 académicos, profesionales y responsables del turismo en el mundo **que conocíamos personalmente**. No fue posible conseguir más de 15% de respuestas y no hemos podido hacer una segunda ronda para realimentar la reflexión de los expertos.

---

<sup>266</sup> <https://eutraveltech.eu/wp-content/uploads/2020/09/Joint-Industry-Letter-to-EC-President-17-September-2020-FINAL.pdf>

Recordemos que la técnica de la encuesta de Delphi es un método subjetivo que apela a la intuición y al conocimiento experto. Sus principios son el anonimato, la retroalimentación y la simultaneidad de los datos. Su objetivo es obtener la opinión como sea posible consensuada sobre futuros acontecimientos a través de un proceso estructurado de comunicación para la producción, agregación y modificación de las opiniones de un grupo independiente de expertos en torno a los escenarios futuros posibles y deseables. Una de sus virtudes es la de formular mejor los problemas para que queden claramente expuestos.

¿Cómo era estructurado el cuestionario Delphi que hemos enviado en 2019? Antes de la COVID19, hemos preguntado si “*los cambios se aceleran, especialmente el clima y la tecnología, ¿cree que se harán realidad las proyecciones de las organizaciones internacionales?*”. Hemos pedido también “¿Qué sectores tienen más probabilidades de perturbar la industria del turismo?” y “¿La identificación de los riesgos medioambientales, climáticos, tecnológicos, geopolíticos y culturales puede obstaculizar el desarrollo del turismo en determinados destinos? ¿Está de acuerdo en que el turismo siempre mostrará la resiliencia de antaño?”. Además, teníamos una pregunta sobre “¿El smart tourism o turismo inteligente, es decir, de acuerdo con la definición extraída de la “ciudad inteligente”, conectado, sostenible e inclusivo, se considerará en los próximos años como el objetivo prioritario para los destinos turísticos? ¿El uso intensivo de las tecnologías del espacial y de los satélites puede acelerar esta evolución?”. Y “¿Qué regiones del mundo estarán obligadas a ofrecer nuevos tipos de turismo en las próximas décadas?”.

Pocos expertos han respondido a este largo cuestionario (9 páginas- Ver Anexo 1) en 2019. Pero, unos han pasado tiempo a dar respuestas muy valiosas como los veremos después, muchos han rechazado el escenario de un turismo de proximidad y de economía circular.

En resumen, para los que han respondido al cuestionario Delphi, en su primera ronda:

1. Sobre las proyecciones de las organizaciones internacionales, los expertos estaban “en acuerdo” con estas previsiones. No será lo mismo en 2021 con la pandemia.
2. Sobre el transporte aéreo, casi todos pensaban que, antes de 2030, este sector debe evolucionar, pero estiman que el low-cost seguirá el transporte mayoritario para el turismo; pocos dan más importancia al ferroviario. Eso también cambia a finales de 2020.

3. Sobre los alojamientos, normas serán necesarias según los expertos interrogados para evitar el sobre turismo en destinos muy atractivos. Pero, pocos ven la ola que inducirá la inteligencia artificial al sector hotelero (Revenue management y clúster management).
4. Sobre la alimentación y la gastronomía turística, nadie cree en un cambio radical hacia el veganismo (proteínas vegetales) y el slow food. Este punto de vista está cambiando
5. Sobre el ocio, la cultural, casi todos ven en la digitalización, la inteligencia artificial permitirá regular las colas de espera, visualizar la historia y la geografía a través de la realidad aumentada, dar más oportunidades al juego y deporte.
6. Las predicciones del Club de Roma sobre los límites del crecimiento no son aceptadas por los profesionales y responsables administrativos y políticos. Solo muy pocos académicos piensa que puede ocurrir con consecuencias impactantes para el turismo a partir de 2050.
7. Finalmente, los destinos inteligentes (smart turismo) se impondrán poco a poco. Unos expertos son más optimistas que otros, pero todos están de acuerdo que en 2030 serán la mayoría de los destinos que elegirán esta prioridad, excepto en regiones remotas y muy protegidas del mundo. La 5G será la norma a pesar de los riesgos que puede provocar.

A finales de 2020, de las 38 respuestas al cuestionario Delphi que hemos recibido, menos de 25 podían ser consideradas y parcialmente válidas. Es quizás un número insuficiente. Lo que ha sido un bien por un mal, porque entretanto la pandemia Por lo tanto, en lugar de hacer una segunda ronda, con los pocos resultados obtenidos, ha sido preferible enviar un cuestionario de tipo Likert a una lista más específica de expertos.

#### **D. La elección de un método más ligero: la Escala Likert**

¿Por qué un cuestionario Likert? Las Escalas Likert fueron desarrolladas para medir las actitudes de las personas a través de una encuesta.

Lanquar (2019)<sup>267</sup> lo utilizó para entender por qué los profesionales y responsables del turismo de Córdoba y su provincia eran a veces reacios a establecer un destino inteligente. ¿Cómo podría desarrollarse el proceso de transformación de Córdoba para convertirse en un destino inteligente?

---

<sup>267</sup> Lanquar R. (2019). Scenarios for Smart Tourism Destinations Transformation, the Case of Cordoba, Spain. In Cardoso P. & al, Smart Systems Design, Applications, and Challenges. IGI, Philadelphia

Treinta (30) partes interesadas (funcionarios locales y provinciales, sociedad civil y empresas, así como profesionales del turismo) fueron entrevistadas de septiembre a noviembre de 2017. Se construyó una Escala de Likert, escala de actitud que comprende una graduación de 5 grados que permitió a cada uno expresar su acuerdo o desacuerdo sobre dos decenas de elementos.

Las Escalas (también denominada Método de Evaluaciones Sumarias) fueron desarrolladas por el psicólogo americano Rensis Likert en 1932<sup>268</sup>. Se ha pedido a los participantes que clasifican su opinión con un conjunto de elementos en una escala que tenga un número limitado de posibles respuestas y se presenten en una graduación: fuertemente de acuerdo, de acuerdo, indecisos, en desacuerdo, fuertemente en desacuerdo. En Wikipedia, se da una definición: *“Es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación, principalmente en ciencias sociales. Al responder a una pregunta de un cuestionario elaborado con la técnica de Likert, se especifica el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración (elemento, ítem, reactivo, o también pregunta)”*<sup>269</sup>.

Como en el caso de Córdoba, Smart Desino Turístico, las preguntas permiten conocer el punto de vista de personas, funcionarios, académicos, periodistas o profesionales y el ranking que dan a sus respuestas.

Debido a las dificultades para recopilar un número suficiente de respuestas en la encuesta de Delphi de 2019 y con la pandemia COVID19, esta encuesta de tipo Likert fue más eficaz. Se eligieron dieciséis preguntas con una escala limitada a 5 niveles que abarcan todos los problemas que se plantearon y analizaron en la parte sobre el estado de la literatura académica, institucional y profesional.

### **E. Las preguntas seleccionadas**

Estas preguntas son mostradas a continuación con una sucinta introducción:

*“La COVID tiene un impacto desastroso en el turismo. Hace un año, le envié un cuestionario de tipo Delphi sobre el futuro del turismo y tomé en cuenta sus respuestas en la preparación de mi tesis doctoral española. Hoy, en octubre de 2020, se trata de ver cómo nuestro sector podría reaccionar y describir nuevos escenarios para su futuro. Estaré infinitamente agradecido*

---

<sup>268</sup> Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. Archives of Psychology, 22 - 140, Copernicus Publishing, Bethel Park, PA

<sup>269</sup> [https://es.wikipedia.org/wiki/Escala\\_Likert](https://es.wikipedia.org/wiki/Escala_Likert)



*de conocer sus opiniones en este breve cuestionario, basado en el método Likert.”*

1. ¿Transformará profundamente la COVID19 el comportamiento de los viajeros y, a continuación, las políticas y estrategias de los territorios y las empresas en materia de turismo?
2. ¿Veremos una aceleración en el desarrollo del turismo después de 2021?
3. ¿Se deberían reevaluar las perspectivas de la OMT, OCDE y Banco Mundial, teniendo mejor en cuenta el cambio climático?
4. ¿Se debería dar máxima prioridad al transporte no contaminante (eléctrico o hidrógeno) mediante una fiscalidad bonus-penalización significativa?
5. ¿Se deberían exigir alojamientos turísticos con estándares de alta calidad ambiental sobre el consumo de energía, el reciclaje y las zonas verdes?
6. ¿Se deberían controlar, de forma más exigente, los alquileres turísticos para evitar enfrentamientos sociales, disturbios nocturnos y desigualdades urbanas?
7. La domótica en la hostelería va a introducir cámaras y otros sensores que pueden ser demasiado **intrusivos** para la vida privada en las infraestructuras y los equipamientos turísticos. ¿Se debería prohibir?
8. ¿La comida y la gastronomía turísticas cambiarán radicalmente en favor del slow-food y de fórmulas más vegetarianas?
9. ¿Se generalizarán las prácticas del Revenue Management para la gestión del transporte, el alojamiento y las actividades turísticas?
10. ¿Se generalizarán las cadenas de bloques con criptomonedas en las empresas turísticas?
11. ¿Se automatizarán la mayoría de las actividades culturales, deportivas y de ocio, y los destinos promoverán principalmente el turismo virtual?
12. ¿Se deberían reducir drásticamente la contaminación lumínica y la acústica (ruido nocturno y ruidos de motor)?
13. ¿Debería la UNESCO incidir más en sus criterios de las Listas del Patrimonio Mundial, los efectos sociales negativos del desarrollo turístico?
14. ¿Deberían las organizaciones internacionales de turismo, profesionales o gubernamentales, luchar más contra los excesos del sobreturismo y los lobbies?
15. ¿Creen que las predicciones del Club de Roma sobre “Los límites al crecimiento” se aplicarán al turismo?

16. ¿Será el modelo “Destination Smart Tourism” el estándar general para la gestión de destinos y territorios antes de 2025?

## **F. La muestra**

Se tomó la decisión de enviar este cuestionario a 130 personas que llamamos “expertos” o sea académicos, profesionales, responsables territoriales e institucionales y periodistas, todos ellos especialistas reconocidos. Este número de personas es inferior al número de la encuesta Delphi de 2019, donde 200 académicos, formadores y funcionarios territoriales habían sido consultados.

La lista de octubre de 2020 para el cuestionario Likert incluye únicamente personas que conocen bien al doctorante durante relaciones laborales o asociativas a través de la AMFORT, la OMT, el PNUD, el PNUMA (Medio Ambiente de las Naciones Unidas), el Banco Mundial o diversas universidades europeas, africanas y norteamericanas.

## **II. ¿Porque una escala de Likert?**

El instrumento utilizado fue desarrollado basándose sobre un artículo de Prith Bhandari<sup>270</sup> que habla de la concepción y del análisis de las escalas de Likert para evaluar opiniones, actitudes o comportamientos. Esta metodología indica que, tanto declaraciones como preguntas, se utilizan a menudo en Escalas de Likert.

### **A. Limitaciones**

La autora, Prith Bhandari, pide que, al decidir cómo expresar preguntas y declaraciones, es importante asegurarse de que se entiendan fácilmente y de no sesgar a sus encuestados de una manera u otra.

La otra limitación se refiere a que la escala contenga una perspectiva positiva o negativa. Si todas las preguntas se hacen acerca de maneras socialmente deseables, los participantes pueden estar sesgados hacia estar de acuerdo con todos ellos para mostrarse en una luz positiva. Prith Bhandari pide, al final, evitar ambigüedades de parte de personas que no seleccionan elementos extremos o no están de acuerdo con las declaraciones para simular ser más “normales” o mostrarse en una posición favorable. Por otra parte, los encuestados pueden aburrirse y perder interés. Esto da como resultado

---

<sup>270</sup> Bhandari P. (2020). Designing and analyzing Likert scales: <https://www.scribbr.com/methodology/likert-scale/>

respuestas no válidas, muy a menudo porque no reflejan con precisión la realidad. Por eso, hemos presentado un cuestionario de solo dieciséis preguntas.

## **B. El nivel de respuestas**

El doctorante recibió entre el 20 de octubre de 2020 y el 25 de noviembre de 2020, 77 respuestas, entre ellas 15 residentes (nacionales o no nacionales) en España; 27 residentes en Francia; 7 residentes en otros países europeos; 13 de MENA (Oriente Medio/Norte de África); 6 del África subsahariana y 9 de América del Norte. Esto no refleja el turismo global, pero da una idea de dónde estas personas residen y quienes pueden influir en las políticas de sus países o en las organizaciones en las que trabajan.

Por ejemplo, no se recibieron respuestas de China, pero el doctorante entrevistó personalmente a cinco estudiantes chinas, cuyas memorias de Master él dirigió on-line entre mayo y noviembre de 2020. Esto refleja en particular una gran parte de la opinión de los países en los que el doctorante ha trabajado, como Francia, España, Bélgica, los países del Medio Oriente y África del Norte y algunos países subsaharianos como Níger, Costa de Marfil y Guinea Conakry, también de Senegal (aunque la única respuesta proviene de un profesor senegalés que ahora trabaja en Francia). Se han recibido unas respuestas de Canadá, Estados Unidos y México.

## **C. El tratamiento de las respuestas**

Los resultados han sido tratados como un método analizado, entre otros, en un artículo de Oscar Clavería (2018). Este artículo presenta una métrica de consenso para las escalas de tipo Likert. La medida da el nivel de acuerdo como porcentaje de consenso entre los encuestados. El marco propuesto permite “*diseñar un indicador posicional que da el grado de acuerdo para cada elemento y para cualquier número determinado de opciones de respuesta*”<sup>271</sup>. Los resultados obtenidos muestran la utilidad de las métricas basadas en el consenso.

Se ha creado una base de datos en una hoja de cálculo de Excel que incluye las 16 columnas correspondientes a las 16 preguntas formuladas, más una columna sobre el país o región de la que procede el experto encuestado y una penúltima de su profesión (1. Académicos; 2. Profesionales/empresarios; 3. Líderes o responsables territoriales o de

---

<sup>271</sup> Clavería O. (2018). A new metric of consensus for Likert scales”. Document de Treball 2018/21. Institut de Recerca en Economia Aplicada Regional i Pública, Barcelona

organismos; 4. Medios), la última columna es el ID que identifica a cada encuestado.

# **CAPITULO IV**

## **DATOS**

El nivel de respuestas al cuestionario Likert fue superior al 50%. Quizás la crisis del COVID19 empujó a estos expertos conocidos por el doctorando a responder.

## **I. ¿Datos significativos?**

En general, los datos son significativos. Muestran un amplio acuerdo sobre la necesidad de cambiar las políticas y estrategias turísticas, no sólo frente a la pandemia COVID19, sino especialmente sobre el cambio climático. Esto tendrá importantes implicaciones para los esfuerzos prospectivos de la OMT, el Banco Mundial y la OCDE, como veremos al analizar Pregunta 3.

Después de 2021, menos expertos creen que la recuperación del turismo se acelerará, ya que se repiten varios artículos de analistas y columnistas de periódicos profesionales como el Echo Touristique de Francia o Nexotur en España. Algunos ni siquiera creen en acelerar la recuperación y tres de ellos están totalmente en desacuerdo con esta idea. Por esta razón, se observa que algunos de ellos no piensan ni tienen idea de que las instituciones internacionales tendrán que revisar sus perspectivas de crecimiento para el turismo mundial (internacional y nacional).

Recordamos las 16 preguntas:

1. ¿Transformará profundamente la COVID19 el comportamiento de los viajeros y, a continuación, las políticas y estrategias de los territorios y las empresas en materia de turismo?
2. ¿Veremos una aceleración en el desarrollo del turismo después de 2021?
3. ¿Se deberían reevaluar las perspectivas de la OMT, OCDE y Banco Mundial, teniendo mejor en cuenta el cambio climático?
4. ¿Se debería dar máxima prioridad al transporte no contaminante (eléctrico o hidrógeno) mediante una fiscalidad bonus-penalización significativa?
5. ¿Se deberían exigir alojamientos turísticos con estándares de alta calidad ambiental sobre el consumo de energía, el reciclaje y las zonas verdes?
6. ¿Se deberían controlar, de forma más exigente, los alquileres turísticos para evitar enfrentamientos sociales, disturbios nocturnos y desigualdades urbanas?

7. La domótica en la hostelería va a introducir cámaras y otros sensores que pueden ser demasiado **intrusivos** para la vida privada en las infraestructuras y los equipamientos turísticos. ¿Se debería prohibir?
8. ¿La comida y la gastronomía turísticas cambiarán radicalmente en favor del slow-food y de fórmulas más vegetarianas?
9. ¿Se generalizarán las prácticas del Revenue Management para la gestión del transporte, el alojamiento y las actividades turísticas?
10. ¿Se generalizarán las cadenas de bloques con criptomonedas en las empresas turísticas?
11. ¿Se automatizarán la mayoría de las actividades culturales, deportivas y de ocio, y los destinos promoverán principalmente el turismo virtual?
12. ¿Se deberían reducir drásticamente la contaminación lumínica y la acústica (ruido nocturno y ruidos de motor)?
13. ¿Debería la UNESCO incidir más en sus criterios de las Listas del Patrimonio Mundial, los efectos sociales negativos del desarrollo turístico?
14. ¿Deberían las organizaciones internacionales de turismo, profesionales o gubernamentales, luchar más contra los excesos del sobreturismo y los lobbies?
15. ¿Creen que las predicciones del Club de Roma sobre “Los límites al crecimiento” se aplicarán al turismo?
16. ¿Será el modelo “Destination Smart Tourism” el estándar general para la gestión de destinos y territorios antes de 2025?

## **II. Datos globales**

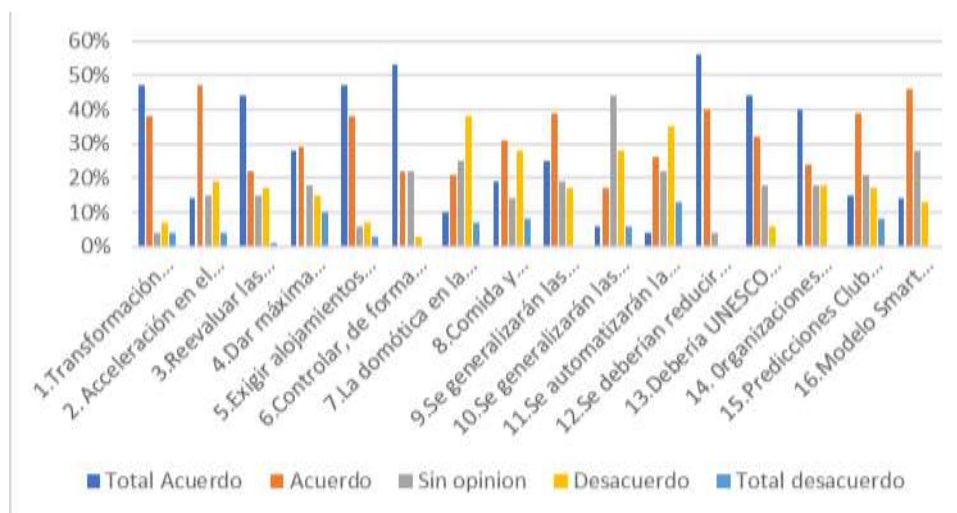
Los datos globales son presentados en la Tabla 2: EXPERTOS QUE HAN DADO SU OPINIÓN SOBRE LOS TEMAS DEFINIDOS EN LAS 16 PREGUNTAS, con el Gráfico 5: RESPUESTAS GLOBALES DE LOS EXPERTOS EN PORCENTAJE.

**TABLA 2**  
**DATOS GLOBALES DE LA ENCUESTA DE TIPO LIKERT:**  
**EXPERTOS QUE HAN DADO SU OPINIÓN SOBRE LOS TEMAS**  
**DEFINIDOS EN LAS 16 PREGUNTAS**

Preguntas	TOTAL DE ACUERDO		ACUERDO		SIN OPINION		DESACUERDO		TOTAL DESACUERDO		TOTAL RESPUESTAS	
1.Transformación políticas y estrategias	35	45%	29	38%	5	6%	5	6%	3	4%	77	100%
2. Aceleración en el desarrollo del turismo	10	13%	34	44%	14	18%	16	21%	3	4%	77	100%
3.Reevaluar las perspectivas OMT, OCDE, Banco Mundial	36	47%	17	22%	11	14%	12	16%	1	1%	77	100%
4.Dar máxima prioridad al transporte no contaminante	23	30%	22	29%	13	17%	11	14%	8	10%	77	100%
5.Exigir alojamientos turísticos con estándares alta calidad ambiental	34	44%	29	38%	4	5%	8	10%	2	3%	77	100%
6.Controlar, de forma más exigente, los alquileres turísticos	38	49%	19	25%	16	21%	2	3%	2	3%	77	100%
7.La domótica en la hostelería puede ser demasiado intrusiva	7	9%	15	19%	18	23%	27	35%	5	6%	72	94%
8.Comida y gastronomía en favor fórmulas slow/ más vegetarianas	14	18%	22	29%	10	13%	22	29%	9	12%	77	100%
9.Se generalizarán las prácticas del Revenue Management	19	25%	31	40%	15	19%	12	16%	0	0%	77	100%
10.Se generalizarán las cadenas de bloques con criptomonedas	4	5%	14	18%	35	45%	20	26%	4	5%	77	100%
11.Se automatizarán la mayoría de las actividades con turismo virtual	3	4%	19	25%	19	25%	27	35%	9	12%	77	100%
12.Se deberían reducir drásticamente la contaminación luminica y acústica	54	70%	17	22%	6	8%	0	0%	0	0%	77	100%
13.Debería UNESCO incidir más los efectos sociales negativos del desarrollo turístico	33	43%	24	31%	15	19%	5	6%	0	0%	77	100%
14.Organizaciones internacionales luchar contra excesos del sobreturismo y lobbies	30	39%	19	25%	14	18%	14	18%	0	0%	77	100%
15.Predicciones Club de Roma "Los límites al crecimiento" se aplicarán al turismo?	11	14%	28	36%	15	19%	14	18%	9	12%	77	100%
16.Será el modelo "Destination Smart Tourism" el estándar general	12	16%	34	44%	22	29%	9	12%	0	0%	77	100%



## GRÁFICO 4 RESPUESTAS GLOBALES DE LOS EXPERTOS EN PORCENTAJE



### A. Analysis de los datos globales

Si nos fijamos en la **Pregunta 1**, “¿Transformará profundamente la COVID19 el comportamiento de los viajeros y, a continuación, las políticas y estrategias de los territorios y las empresas en materia de turismo?”, más del 80% de los encuestados creen que se llevará a cabo y sólo el 15% no están de acuerdo o son sin opinión. Por lo tanto, hay un consenso general sobre este punto. Pero cuando relacionamos estas opiniones con las nacionalidades, veremos una ligera diferencia entre europeos, norteamericanos y africanos como aparece en la Tabla 2 **Datos globales de la encuesta de tipo Likert según países y regiones del mundo** que muestra los promedios de cada país o región; así como las tablas que desglosen cada pregunta de 1 a 16.

En cuanto a la **Pregunta 2**, “¿Veremos una aceleración en el desarrollo del turismo después de 2021?”, pocos lo dan por seguro (13% de total acuerdo), los demás lo aceptan (44% de los expertos) y muchos son sin opiniones (18%), en desacuerdo (21%) y 4% en total desacuerdo. Esto significa que existe una gran preocupación sobre el turismo pos-COVID, como se ve en los artículos de periódicos profesionales. La razón principal sería la capacidad de recuperarse de las pequeñas y medianas empresas que han tenido que limitar más tiempo que las empresas alimentarias o no alimentarias en cuanto a la ropa o la cultura. Son principalmente los bares, restaurantes y hoteles los que no habrán soportado el impacto del confinamiento. La cuestión es saber si el concepto de resiliencia puede

aplicarse a todos los subsectores del turismo. Ciertamente, la movilidad que está inscrita según los genetistas en el ADN humano. El turismo será un motor de la economía pos-COVID si puede adaptarse al cambio climático. Pero habrá afectados y arruinados.

El objetivo de la **Pregunta 3** es saber si “¿Se deberían reevaluar las perspectivas de la OMT, OCDE y Banco Mundial, teniendo mejor en cuenta el cambio climático?”. Casi el 70% de los encuestados (47% en total de acuerdo y 22% de acuerdo) apoyan esta propuesta. A pesar de esto, el 14% no tiene opinión y el 16% no está de acuerdo. La mayoría de las veces fueron aquellos que no creyeron en la recuperación acelerada del turismo después de 2021, quienes dieron las respuestas “sin opinión”, “desacuerdo” o “desacuerdo total”.

En vista de las próximas crisis debidas al cambio climático, las siguientes preguntas se centraron en cómo garantizar que el sector turístico, incluido el alojamiento y el transporte, tenga una huella de carbono menor. A la **Pregunta 4**, “¿Se debería dar máxima prioridad al transporte no contaminante (eléctrico o hidrógeno) mediante una fiscalidad bonos-penalización significativa?”, una mayoría cree que los gobiernos tendrán que tomar medidas para reducir el impacto ambiental del transporte turístico (30% con Total acuerdo y 29% con Acuerdo). Pero un 14% están en Desacuerdo y el 10% en Total Desacuerdo (o sea 24% en contra). Muchos piensan que el transporte aéreo tendrá que esperar al año 2024 para recuperarse de la crisis de la COVID y que no es necesario imponerle medidas drásticas. La mayoría piensa al contrario, que estas medidas favorecerán el transporte ferroviario y un transporte marítimo más sostenible, teniendo en cuenta que las máquinas de los buques de cruceros pueden ser renovadas a un coste mínimo para no contaminar mares y puertos.

En contraste, a la **Pregunta 5**, “¿Se deberían exigir alojamientos turísticos con estándares de alta calidad ambiental sobre el consumo de energía, el reciclaje y las zonas verdes?”, muchos menos están en Desacuerdo (10% en Desacuerdo y 3% en Total Desacuerdo); el 82% expresan su Acuerdo o Total Acuerdo. Cuando se examinan los desacuerdos, podemos observar que son los hoteleros y las empresas de alojamiento que lo hacen. Lo mismo puede ser confirmado con la **Pregunta 6**, “¿Se deberían controlar, de forma más exigente, los alquileres turísticos para evitar enfrentamientos sociales, disturbios nocturnos y desigualdades urbanas?”. Los que están en Total Acuerdo o Acuerdo (49% y 25%) son los académicos y los profesionales de medios de comunicación, pocos han sido los de Sin Opinión, como los responsables territoriales e institucionales (21%), muy

pocos los de en Desacuerdo o Total Desacuerdo. Eso fue constatado en la publicación sobre Overtourism (Lanquar, 2020).

La **Pregunta 8**, “*¿La comida y la gastronomía turísticas cambiarán radicalmente en favor del slow-food y de fórmulas más vegetarianas?*”, no tiene consenso. Las opiniones están muy divididas entre los que dan Total Acuerdo (18%) o Acuerdo (29%) y los que están en Desacuerdo (29%) y Total Desacuerdo (12%). Los que son favorables a este cambio son más bien los Académicos y los profesionales de Media de regiones como Europa, excepto Francia. Los que son desfavorables, se encuentran entre los profesionales de la hostelería y los responsables territoriales.

En cuanto a la **Pregunta 12**, “*¿Se deberían reducir drásticamente la contaminación lumínica y la acústica (ruido nocturno y ruidos de motor)?*”, que va en el mismo sentido de la calidad de la experiencia turística, el consenso es general: 70% están en Total Acuerdo, 22% con Acuerdo. Solo 8% son Sin Opinión y no hay ninguno en Desacuerdo o Total Desacuerdo.

Cuando se trata de aspectos tecnológicos, las opiniones de los expertos varían según las diferentes regiones del mundo, especialmente, como el Revenue Management, la domótica, el uso de las criptomonedas y de las blockchains, el turismo virtual en los destinos turísticos o la generalización del concepto de destino inteligente. Este alimenta la idea de que la digitalización del sector turístico tiene muchas reticencias, especialmente entre los profesionales y los responsables institucionales y territoriales como se ve en la **Tabla 3 Datos globales de la encuesta de tipo Likert según las profesiones de los expertos**. Lo mismo se ha constatado en 2018 en Córdoba<sup>272</sup>.

Volviendo a la **Pregunta 7**, “La domótica en la hostelería va a introducir cámaras y otros sensores que pueden ser demasiado intrusivos para la vida privada en las infraestructuras y los equipamientos turísticos. ¿Se debería prohibir?”, muy pocos lo aceptan: 9% con Total Acuerdo y 19% con Acuerdo. La mayoría es sin opinión (23%) o en desacuerdo (35%). Sin embargo, pocos están en Total Desacuerdo (6%), lo que quizás significa que son conscientes del peligro de tecnologías intrusivas en la privacidad de los clientes, pero piensan que los hoteleros y las empresas de alojamiento serán capaces de poner sistemas seguros para la privacidad de los éstos.

---

<sup>272</sup> Lanquar R. (2019). Scenarios for Smart Tourism Destinations Transformation: The Case of Cordoba. Op. mencionado

La **Pregunta 9**, “¿Se generalizarán las prácticas del Revenue Management para la gestión del transporte, el alojamiento y las actividades turísticas?”. Obtiene un amplio consenso con un 25% de Total Acuerdo y un 40% de Acuerdo. El 19% de Sin Opinión y el 16% en Desacuerdo (no hay respuesta en Total Desacuerdo) son, en general, personas no conscientes de la aceleración del proceso de digitalización, o sea como académicos y más como responsables tradicionales de territorios (municipios o comarcas y provincias). Eso significa que en los próximos años veremos generalizarse considerablemente el uso del Yield Management y de Revenue Management en el sector comercial del turismo, del viaje y del transporte; también indica que las técnicas del Yield Management y Revenue Management deberían ser un eje básico de la formación turística y hostelera.

En cuanto a la **Pregunta 10**, “¿Se generalizarán las cadenas de bloques con criptomonedas en las empresas turísticas?”, la casi mayoría es sin opinión (45%). Muy pocos están en Total Acuerdo (5%), lo mismo que en Total Desacuerdo (5%); 18% están de Acuerdo y 26% en Desacuerdo. A parte de los avances pioneros de GDS como Amadeus, el concepto de blockchains no ha alcanzado las profesiones turísticas y los responsables territoriales, el sector de la información (Media) lo saben, así como los Académicos. Lo mismo ocurre con la **Pregunta 11**, “¿Se automatizarán la mayoría de las actividades culturales, deportivas y de ocio, y los destinos promoverán principalmente el turismo virtual?”, muy pocos creen en el turismo virtual para combatir el cambio climático: 4% de Total Acuerdo y 14% con Acuerdo. Un cuarto (25%) son sin opiniones, 35% en Desacuerdo y 12% en Total Desacuerdo.

Aquí también hay una ignorancia del problema. El mundo de la cultura y de los museos ha tragado la crisis de la COVID19. Muchos museos y centros culturales se van a la quiebra si no tienen subvenciones y ayudas de los territorios (Municipios, Provincias, Estados) o del mecenazgo. Más, unos museos empiezan a unirse a empresas para promover sus marcas y el branding de ellas (co-branding). Los seminarios web se han disparado desde marzo de 2020. Creadores inventivos saben que se debe pasar a un uso amplio de las técnicas on-line para ver una exposición, escuchar un concierto, participar en un congreso o una conferencia. Ahora intentan proponer fórmulas muy innovadoras como en Singapur<sup>273</sup>. En un artículo de Tendance Hôtellerie del 1 de diciembre de 2020, el editor escribe cómo Singapur se reinventa: “*SingapoReimagine servirá como plataforma para una serie de eventos internacionales para compartir ideas sobre cómo*

---

<sup>273</sup> <https://www.tendancehotellerie.fr/articles-brevs/communique-de-presse/14603-article/singapour-reimagine-l-avenir-du-tourisme>

*revisar todo y revivir el turismo global*”. “Reimagine Travel in Singapur” es una serie de eventos culturales y no culturales, en línea o no, con representantes de comunidades locales y socios turísticos para estimular la renovación del turismo en Singapur para complementar la campaña nacional “SingapoRediscovered”, que actualmente alienta a los singapurenses a “redescubrir y reconectarse con las joyas y experiencias ocultas de la ciudad-estado”.

La **Pregunta 16**, la última del cuestionario, “¿Será el modelo “Destination Smart Tourism” el estándar general para la gestión de destinos antes de 2025?”, igualmente se refiere a los temas técnicos del futuro del turismo. La mayoría cree en esta generalización, pero si el 44% está Convencido, sólo el 16% está en Total Acuerdo. Por otro lado, el 29% sigue Sin Opinión y el 12% No lo Cree. Sin embargo, nadie ha mostrado su Total Desacuerdo.

Hay dos preguntas (13 y 14) que están en relación con el papel que tienen las organizaciones internacionales para la regulación y el desarrollo del turismo.

La **Pregunta 13**, “¿Debería la UNESCO incidir más en sus criterios de las Listas del Patrimonio Mundial, sobre los efectos sociales negativos del desarrollo turístico?”, ha sido ampliamente comentada: el 43% de las respuestas están Totalmente de Acuerdo con esta recomendación y el 31% De Acuerdo, o sea un total del 74%. Si el 19% de las opiniones son Neutrales, el 6% están en Desacuerdo y ninguno ha mostrado su Total Desacuerdo.

Pero la **Pregunta 14**, “¿Deberían las organizaciones internacionales de turismo, profesionales o gubernamentales, luchar más contra los excesos del sobreturismo y los lobbies?”, no tiene exactamente la misma adhesión: el 39% de las respuestas están Totalmente de Acuerdo con esta recomendación y el 25% de Acuerdo, o sea un total del 64%, diez puntos menos que con la pregunta sobre la UNESCO. Muchos profesionales quieren más turistas, pase lo que pase en su ciudad o territorio con la población local: un 18% son Sin Opinión y un 18% están en Desacuerdo.

Finalmente, la **Pregunta 15**, “¿Creen que las predicciones del Club de Roma sobre Los límites al crecimiento se aplicarán al turismo?”, muestra el optimismo de los profesionales y responsables del turismo; académicos y media parecen más lúcidos. Solamente el 14% de las respuestas están en Total Acuerdo, el 36% están De Acuerdo. Pero el 12% son en Total Desacuerdo, el 18% en Desacuerdo y el 19% Sin Opinión. Quizás muchos no conocen bien las predicciones del Club de Roma y no creen en un

apocalipsis turístico. Unos niegan los efectos desastrosos que el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y las migraciones climáticas pueden tener sobre un turismo no responsable. En el mismo tiempo, el Club de Roma no ha dicho que es el fin del turismo. Por lo tanto, tendremos que reinventar otro modelo de desarrollo, más inclusivo, responsable y sostenible, quizás retroceder, como se verá en el próximo capítulo sobre los escenarios futuros del turismo para no llegar a un colapso del sector.

## **B. Conclusión sobre los datos globales**

La conclusión es que en general los expertos ven con optimismo el futuro del turismo, unos con matices. Y veremos que eso depende de su origen geográfico o educativo.

## **III. Datos por país/región y por profesión**

Las Tablas siguientes presentan los datos por país/región del mundo y profesiones. Se hizo un desglose para cada pregunta dependiendo del país o región. España y Francia son los países con más respuestas. Las regiones son: Europa, MENA - Oriente Medio y el Norte de África, África Subsahariana y las Américas. El otro es de profesiones: los académicos, especialmente los franceses, son los más numerosos seguidos por profesionales, líderes empresariales o consultores, gerentes de territorios turísticos; gerentes en instituciones nacionales o internacionales, y finalmente periodistas en la prensa general y técnica, Internet, televisión o radio, bajo el nombre de media o medios de comunicación.

**Tabla 3**  
**Datos según países y regiones del mundo**

Paises y regiones	Promedio 1. Transformación políticas y estrategias	Promedio 2. Aceleración en el desarrollo del turismo	Promedio 3. Reevaluar las perspectivas OMT, OCDE, Banco Mundial	Promedio 4. Dar máxima prioridad al transporte no contaminante	Promedio 5. Exigir alojamientos turísticos con estándares alta calidad ambiental	Promedio 6. Controlar, de forma más exigente, los alquileres turísticos	Promedio 7. La domótica en la hostelería puede ser demasiado intrusiva	Promedio 8. Comida y gastronomía en favor fórmulas slow/ más vegetarianas	Promedio 9. Se generalizarán las prácticas del Revenue Management	Promedio 10. Se generalizarán las cadenas de bloques con criptomonedas 2	Promedio 11. Se automatizarán la mayoría de las actividades con turismo virtual	Promedio 12. Se deberían reducir drásticamente la contaminación lumínica y acústica	Promedio 13. Debería UNESCO incidir más los efectos sociales negativos del desarrollo turístico	Promedio 14. Organizaciones internacionales luchar contra excesos del sobreturismo y lobbies	Promedio 15. Predicciones Club de Roma "Los límites al crecimiento" se aplicarán al turismo?	Promedio 16. Será el modelo " Destination Smart Tourism" el estándar general
España	4,4	3,9	4,7	3,9	3,9	4,5	2,6	3,5	4,3	3,3	2,4	4,8	4,3	3,8	3,4	4,1
Francia	4,3	3,2	4,4	4,2	4,2	4,4	3,5	3,6	4,1	3,5	3,3	4,5	4,3	4,2	3,5	3,9
Europa	4,1	4,0	4,7	4,1	4,3	4,6	2,3	3,7	3,9	3,0	3,1	4,7	4,1	4,4	3,6	3,3
M.O./Afr. Norte	4,1	2,8	4,8	4,5	4,5	4,3	3,5	3,5	4,1	3,7	2,9	4,7	4,2	4,0	3,6	3,8
Africa subsaha.	4,4	3,3	4,6	3,1	3,7	3,6	2,9	3,0	3,3	2,9	2,1	4,0	4,7	3,6	4,0	2,6
América	4,6	3,9	4,3	4,1	4,1	3,0	3,2	4,2	4,1	3,2	2,4	4,6	4,6	4,4	4,3	3,6
<b>Total general</b>	<b>4,3</b>	<b>3,4</b>	<b>4,6</b>	<b>4,1</b>	<b>4,1</b>	<b>4,2</b>	<b>3,1</b>	<b>3,6</b>	<b>4,0</b>	<b>3,3</b>	<b>2,9</b>	<b>4,6</b>	<b>4,3</b>	<b>4,1</b>	<b>3,6</b>	<b>3,7</b>

**Tabla 4**  
**Datos según la profesión de los expertos**

Profesiones	Promedio 1. Transformación políticas y estrategias	Promedio 2. Aceleración en el desarrollo del turismo	Promedio 3. Reevaluar las perspectivas OMT, OCDE, Banco Mundial	Promedio 4. Dar máxima prioridad al transporte no contaminante	Promedio 5. Exigir alojamientos turísticos con estándares alta calidad ambiental	Promedio 6. Controlar, de forma más exigente, los alquileres turísticos	Promedio 7. La domótica en la hostelería puede ser demasiado intrusiva	Promedio 8. Comida y gastronomía en favor fórmulas slow/ más vegetarianas	Promedio 9. Se generalizarán las prácticas del Revenue Management	Promedio 10. Se generalizarán las cadenas de bloques con criptomonedas 2	Promedio 11. Se automatizarán la mayoría de las actividades con turismo virtual	Promedio 12. Se deberían reducir drásticamente la contaminación lumínica y acústica	Promedio 13. Debería UNESCO incidir más los efectos sociales negativos del desarrollo turístico	Promedio 14. Organizaciones internacionales luchar contra excesos del sobreturismo y lobbies	Promedio 15. Predicciones Club de Roma "Los límites al crecimiento" se aplicarán al turismo?	Promedio 16. Será el modelo "Destination Smart Tourism" el estándar general
Academicos	4,3	3,3	4,6	4,3	4,3	4,1	3,1	3,6	4,2	3,4	3,1	4,5	4,3	4,3	3,9	3,7
Pofesionales	4,3	3,4	4,5	3,7	3,9	4,4	3,3	3,6	4,0	3,3	2,7	4,6	4,3	3,7	3,1	3,7
Responsables	4,4	4,0	4,7	3,9	4,0	4,1	2,7	3,4	3,7	3,0	2,5	4,4	4,4	4,2	4,0	3,6
Media	4,0	3,5	4,5	4,1	4,3	4,0	3,4	3,6	4,1	3,8	2,5	4,9	4,5	4,1	3,4	3,6
<b>Total general</b>	<b>4,3</b>	<b>3,4</b>	<b>4,6</b>	<b>4,1</b>	<b>4,1</b>	<b>4,2</b>	<b>3,1</b>	<b>3,6</b>	<b>4,0</b>	<b>3,3</b>	<b>2,9</b>	<b>4,6</b>	<b>4,3</b>	<b>4,1</b>	<b>3,6</b>	<b>3,7</b>



## A. Datos y análisis por países y regiones

Las tablas que se presentan a continuación muestran cómo se ve el futuro del turismo en diferentes países y regiones del mundo. Son analizadas

**Tabla 5**  
**Transformación de las políticas y estrategias**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	40,00%	46,15%	14,29%	23,08%	42,86%	55,56%	38,96%
Acuerdo	60,00%	46,15%	85,71%	69,23%	57,14%	44,44%	57,14%
Sin opinión	0	0	0	0	0	0	0
Desacuerdo	0,00%	7,69%	0,00%	7,69%	0,00%	0,00%	3,90%
Total Desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Por la **Pregunta 1** “¿Transformará profundamente la COVID19 el comportamiento de los viajeros y, a continuación, las políticas y estrategias de los territorios y las empresas en materia de turismo?”, como vemos en las Tablas 4 y 5. Hay un consenso casi general sobre la necesidad de un cambio de políticas y estrategias, excepto en Francia y la región MENA – Medio Oriente & África del Norte, esencialmente de países como Argelia donde una respuesta presenta un conservatismo sobre la visión del turismo en este país. En Francia, solo un experto muestra una objeción sobre la validez de cambiar las políticas y estrategias para cuando se termine la pandemia y no quiere dar menos peso a la economía frente a los asuntos sociales y ecológicos.

**Tabla 6**  
**Aceleración en el desarrollo del turismo después de 2021**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	14,29%	11,11%	6,49%
Acuerdo	66,67%	50,00%	100,00%	23,08%	28,57%	77,78%	54,55%
Sin opinión	6,67%	19,23%	0,00%	38,46%	28,57%	0,00%	16,88%
Desacuerdo	0,00%	26,92%	0,00%	38,46%	28,57%	11,11%	19,48%
Total Desacuer.	6,67%	3,85%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,60%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Las respuestas de la **Pregunta 2** "¿Veremos una aceleración en el desarrollo del turismo después de 2021?", en la Tabla 6 revelan una visión dual entre optimistas y pesimistas. En España o en Francia, el grupo que alega que no tendremos una aceleración después de la pandemia, es el más importante, pero muy exiguo (6,67% en España y 3,85% en Francia). Al contrario, los que creen que el desarrollo turístico se acelerará, piensan que el ahorro hecho durante la pandemia se gastará en viajes y turismo.

**Tabla 7**  
**Reevaluar las perspectivas de la OMT, OCDE y Banco Mundial**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	73,33%	65,38%	71,43%	76,92%	57,14%	55,56%	67,53%
Acuerdo	20,00%	19,23%	28,57%	23,08%	42,86%	33,33%	24,68%
Sin opinión	6,67%	7,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,90%
Desacuerdo	0,00%	7,69%	0,00%	0,00%	0,00%	11,11%	3,90%
Total Desacu.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Sobre el tema presentado en la Tabla 7 por la **Pregunta 3** "¿Se deberían reevaluar las perspectivas de la OMT, OCDE y Banco Mundial, teniendo mejor en cuenta el cambio climático?", hay consenso casi unánime, excepto en América donde algunos expertos no creen mucho en el papel de las organizaciones internacionales. La Organización mundial del turismo tendrá, en relación con la División de Estadísticas de las Naciones Unidas,

que revisar sus modelos, quizás buscar nuevos indicadores para medir el turismo y su impacto sobre las sociedades y el medioambiente, como muchos expertos ya vienen pidiendo desde hace décadas (Lanquar, 2012). La OCDE y el Banco Mundial siguen las prescripciones de la OMT y de la División de Estadísticas de las Naciones Unidas.

**Tabla 8**  
**Dar máxima prioridad al transporte no contaminante**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	20,00%	53,85%	57,14%	53,85%	0,00%	55,56%	42,86%
Acuerdo	60,00%	26,92%	14,29%	38,46%	57,14%	22,22%	36,36%
Sin opinión	6,67%	7,69%	14,29%	7,69%	14,29%	0,00%	7,79%
Desacuerdo	13,33%	3,85%	14,29%	0,00%	14,29%	22,22%	9,09%
Total Desacuer.	0,00%	7,69%	0,00%	0,00%	14,29%	0,00%	3,90%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Con la **Pregunta 4** “¿Se debería dar máxima prioridad al transporte no contaminante (eléctrico o hidrógeno) mediante una fiscalidad bono-penalización significativa?”, en la Tabla 8, el tema del transporte turístico tiene una importancia fundamental para luchar contra el cambio climático. Algunos, en África o América, niegan el papel del transporte en el aumento del calentamiento global. La respuesta francesa de Total Desacuerdo es un experto que trabaja mucho con las compañías aéreas. Los Desacuerdos, en general, vienen de profesionales que tienen relaciones directas con el transporte aéreo.

**Tabla 9**  
**Alojamientos turísticos con estándares de alta calidad ambiental**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	26,67%	46,15%	57,14%	53,85%	28,57%	55,56%	44,16%
Acuerdo	53,33%	38,46%	28,57%	46,15%	42,86%	22,22%	40,26%
Sin opinión	0,00%	3,85%	0,00%	0,00%	14,29%	11,11%	3,90%
Desacuerdo	20,00%	11,54%	14,29%	0,00%	0,00%	0,00%	9,09%
Total Desacu.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	14,29%	11,11%	2,60%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En esta Tabla 9 sobre la alta calidad ambiental de los alojamientos turísticos (**Pregunta 5** “¿Se deberían exigir alojamientos turísticos con estándares de alta calidad ambiental sobre el consumo de energía, el reciclaje y las zonas verdes?”), observamos muchas respuestas “Sin Opinión” en el África subsahariana y América. Pero en España, Francia y Europa, se ve un Desacuerdo importante de parte de profesionales del alojamiento y de responsables territoriales. La razón principal que dan es el coste de la renovación energética de los inmuebles de alojamiento.

**Tabla 10**  
**Controlar, de forma más exigente, los alquileres turísticos**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	66,67%	50,00%	57,14%	53,85%	14,29%	0,00%	45,45%
Acuerdo	20,00%	42,31%	42,86%	30,77%	28,57%	44,44%	35,06%
Sin opinión	6,67%	7,69%	0,00%	7,69%	57,14%	22,22%	12,99%
Desacuerdo	6,67%	0,00%	0,00%	7,69%	0,00%	22,22%	5,19%
Total Desacuer.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,11%	1,30%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

La Tabla 10 concierne a la **Pregunta 6**: “Controlar, de forma exigente, los alquileres turísticos”. Si en Europa, en particular en España y Francia, con el sobreturismo de unos destinos urbanos, hay consciencia del impacto negativo que tienen los alquileres turísticos y de la necesidad de controlarlos, de forma exigente, para evitar la despoblación de los residentes permanentes en centros de ciudades, no hay la misma preocupación en el África Subsahariana y en América. En el futuro, deberán tomarse medidas severas en Europa y África del Norte, quizás en Latino América. Pero en América del norte, como Canadá y EE.UU., el modelo “AirBnb” no tiene el mismo peso en las ciudades. Se acepta más, como lo analizo en el estudio CBRE que se llevó a cabo en 59 ciudades norteamericanas <sup>274</sup>.

---

<sup>274</sup> Lane J. & Woodworth R.M (2016). The Sharing Economy Checks In: An Analysis of Airbnb in the United States, Implications on Traditional Hotel Development and Market Performance Going Forward. CBRE Hotels’ America Research, San Francisco.

**Tabla 11**  
**Evitar una domótica en la hostelería demasiado intrusiva**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	0,00%	19,23%	0,00%	23,08%	0,00%	22,22%	12,99%
Acuerdo	13,33%	34,62%	0,00%	23,08%	42,86%	22,22%	24,68%
Sin opinión	33,33%	23,08%	28,57%	38,46%	14,29%	22,22%	27,27%
Desacuerdo	53,33%	19,23%	71,43%	15,38%	28,57%	22,22%	31,17%
Total Desacuer.	0,00%	3,85%	0,00%	0,00%	14,29%	11,11%	3,90%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

La Tabla 11 corresponde a la **Pregunta 7:** “Evitar una domótica en la hostelería demasiado intrusiva”. Uno de los asuntos más polémicos sobre la domótica en los alojamientos turísticos, especialmente en los hoteles de 3 y más estrellas. La domótica definida en Wikipedia como el “conjunto de técnicas orientadas a automatizar una vivienda, que integran la tecnología en los sistemas de seguridad, gestión energética, bienestar o comunicaciones” va a tener un papel muy importante en la gestión de la clientela. El riesgo es la intrusión en la vida privada con datos psicosociológicos más y más numerosos. Los hoteleros no creen en este riesgo y, excepto en Medio Oriente y Norte de África, tienen una opinión positiva sobre la domótica hotelera.

**Tabla 12**  
**La comida y la gastronomía turísticas cambiarán radicalmente**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	0,00%	15,38%	14,29%	15,38%	28,57%	33,33%	15,58%
Acuerdo	66,67%	57,69%	57,14%	38,46%	14,29%	55,56%	51,95%
Sin opinión	13,33%	7,69%	14,29%	30,77%	14,29%	11,11%	14,29%
Desacuerdo	20,00%	11,54%	14,29%	7,69%	14,29%	0,00%	11,69%
Total Desacuer.	0,00%	7,69%	0,00%	7,69%	28,57%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Con la **Pregunta 8**, “¿La comida y la gastronomía turísticas cambiarán radicalmente en favor del slow-food y de fórmulas más vegetarianas?”, en la Tabla 12, se trata de saber si la comida y la

gastronomía cambiarán radicalmente” después de la pandemia de 2020. El concepto de slow food es ampliamente reconocido en todo el mundo, excepto en el África Subsahariana. En esta región del continente africano, muchos creen que la comida africana sigue circuitos cortos y que la relación con los agricultores locales puede ser buena. Además, muchos operadores turísticos como Voyageurs du Monde o Le Club Mediterráneo siguen las recomendaciones de proyectos como la iniciativa europea TRES -Turismo responsable y solidario que ha elaborado la Declaración de Córdoba sobre este objetivo.

Por último, muchas empresas empiezan a seguir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015-2030) de las Naciones Unidas, especialmente el Objetivo 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible y el Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

**Tabla 13**  
**Se generalizarán las prácticas del Revenue Management**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	46,67%	34,62%	0,00%	23,08%	0,00%	33,33%	28,57%
Acuerdo	40,00%	42,31%	85,71%	61,54%	42,86%	44,44%	49,35%
Sin opinión	13,33%	19,23%	14,29%	15,38%	42,86%	22,22%	19,48%
Desacuerdo	0,00%	3,85%	0,00%	0,00%	14,29%	0,00%	2,60%
Total Desacuer.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

La Tabla 13 se ha construida sobre la **Pregunta 9**: “¿Se generalizarán las prácticas del Revenue Management para la gestión del transporte, el alojamiento y las actividades turísticas?”. Yield y Revenue Management, según el sitio de [www.leshoteliers.com/yield-revenue-management](http://www.leshoteliers.com/yield-revenue-management), son aplicaciones de analítica para predecir el comportamiento de los consumidores, optimizar la disponibilidad y los precios de las habitaciones.

Recordamos que el Revenue Management (RM) se aplica específicamente a la gestión de los ingresos para maximizar los beneficios de una empresa. Más del 80% están De Acuerdo o Total Acuerdo en Europa, incluyendo España y Francia, también América, aunque queden dudas. Pero sus dudas son más importantes en la región de MENA y en el África

subsahariana. En los próximos años, parece que el consenso será generalizado en todo el mundo.

**Tabla 14**  
**Se generalizarán los blockchains con criptomonedas**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	13,33%	19,23%	0,00%	23,08%	0,00%	11,11%	14,29%
Acuerdo	20,00%	26,92%	14,29%	30,77%	28,57%	22,22%	24,68%
Sin opinión	46,67%	34,62%	71,43%	38,46%	28,57%	44,44%	41,56%
Desacuerdo	20,00%	19,23%	14,29%	7,69%	42,86%	22,22%	19,48%
Total Desacuer.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Con la Tabla 14, se pregunta si se generalizarán blockchains y criptomonedas (**Pregunta 10** “¿Se generalizarán las cadenas de bloques con criptomonedas en las empresas turísticas?”). No hay consenso sobre la generalización de las blockchains (cadenas de bloques) y de las criptomonedas por las empresas turísticas, a pesar de los esfuerzos de grupos como Amadeus, como hemos señalado anteriormente, o de analistas que piensan que las blockchains de las compañías aéreas podrán substituir a los GDS (Global Distribution Systems).

Los más reticentes son en la región MENA, en el África Subsahariana y en América, países como Canadá y México. Nadie está en Total Desacuerdo, lo que hace recapacitar sobre los datos. Muchos de los respondedores han expresado un “Sin Opinión”. Lo veremos después, analizando las respuestas según la profesión (Tablas 5), tenemos que mirar a los que saben o no saben mucho sobre estos temas. Sin embargo, desde que Elon Musk, el co-creador de PayPal y de los automóviles Tesla ha decidido fundar su gestión sobre el Bitcoin, la opinión pública está cambiando. En 2022 y después, parece que muchos profesionales aceptaran los blockchains y las criptomonedas.

**Tabla 15**  
**Se automatizarán las actividades con el turismo virtual**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	6,67%	11,54%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,19%
Acuerdo	13,33%	38,46%	42,86%	38,46%	14,29%	22,22%	29,87%
Sin opinión	13,33%	23,08%	28,57%	23,08%	0,00%	11,11%	18,18%
Desacuerdo	46,67%	26,92%	28,57%	30,77%	71,43%	55,56%	38,96%
Total Desacuer.	20,00%	0,00%	0,00%	7,69%	14,29%	11,11%	7,79%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Como se ve en la Tabla 15 sobre la **Pregunta 11** “¿Se automatizarán la mayoría de las actividades culturales, deportivas y de ocio, y los destinos promoverán principalmente el turismo virtual?”, la idea de un desarrollo del turismo virtual ha sido lo más rechazado. En Europa, solamente el 42,86% están De Acuerdo con esta proposición, y entre ellos no se encuentran los responsables territoriales. En África, el desacuerdo ha sido de alrededor del 85%; en América de más de los dos tercios. Las respuestas han llegado durante la segunda ola de la pandemia, entre finales de octubre y en noviembre de 2020. Pocas consideraciones se han elaborado sobre el futuro de los museos, monumentos o sitios históricos y parajes naturales, que necesitan una interpretación después de la pandemia con el incremento acelerado de la digitalización.

En diciembre de 2020, en Francia, durante una serie de emisiones radiofónicas de France Culture, expertos y conocedores como Alain Damasio, escritor francés especialista de la ciencia ficción, interrogan los imaginarios del futuro que pasarán por más de un extenso uso de la virtualidad las descripciones históricas o naturales. Muchas películas de tipo Hollywood lo habían hecho desde el principio del cinema a finales del siglo XIX. Los efectos especiales prevalecen: “*aquellos elementos que se utilizan en el cine o en la televisión para generar personajes, ambientes, situaciones o realidades que no pueden suceder en la vida real y que deben ser agregados a la filmación tradicional*<sup>275</sup>”.

<sup>275</sup> <https://www.definicionabc.com/ciencia/efectos-especiales.php>



**Tabla 16**  
**Reducir drásticamente la contaminación lumínica y acústica**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	80,00%	65,38%	71,43%	76,92%	28,57%	66,67%	67,53%
Acuerdo	20,00%	26,92%	28,57%	15,38%	57,14%	22,22%	25,97%
Sin opinión	0,00%	3,85%	0,00%	7,69%	0,00%	11,11%	3,90%
Desacuerdo	0,00%	3,85%	0,00%	0,00%	14,29%	0,00%	2,60%
Total Desacuer.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Esta Tabla 16 sobre la **Pregunta 12** “¿Se deberían reducir drásticamente la contaminación lumínica y la acústica (ruido nocturno y ruidos de motor)?” muestra un consenso casi unánime de cerca del 95%, excepto en el África subsahariana, donde la contaminación lumínica no es tan destacada como en otros continentes. En cuanto a la contaminación acústica, durante las semanas de confinamiento, se ha apreciado la tranquilidad de muchos lugares y destinos, sin el ruido de los coches. Además, hemos visto, durante estas semanas, animales normalmente salvajes, acercarse y transitar por entornos urbanos.

**Tabla 17**  
**Incluir en las Listas del Patrimonio mundial los efectos sociales y medioambientales**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	33,33%	46,15%	28,57%	53,85%	71,43%	55,56%	46,75%
Acuerdo	60,00%	38,46%	57,14%	23,08%	28,57%	44,44%	41,56%
Sin opinión	6,67%	11,54%	14,29%	7,69%	0,00%	0,00%	7,79%
Desacuerdo	0,00%	3,85%	0,00%	15,38%	0,00%	0,00%	3,90%
Total Desacuer.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Hemos visto, en el capítulo sobre el Estado de la Literatura, que las inscripciones en las Listas Material o Inmaterial de Patrimonio de la

Humanidad pueden conducir al desarrollo de un sobreturismo que tiene impactos sociales y medioambientales negativos. La idea es que, en el futuro, la UNESCO tendrá que incluir en sus criterios, la previsión de efectos sociales o medioambientales que pueden ocurrir. Las respuestas a la **Pregunta 13**: “¿Debería la UNESCO incidir más en sus criterios de las Listas del Patrimonio Mundial, sobre los efectos sociales negativos del desarrollo turístico?” (Tabla 17) son manifiestas por todo el mundo, sobrepasando el 90% de Total Acuerdo o Acuerdo, en Europa, África y también en América; pero, en la región MENA- Medio Oriente y África del Norte, se ve más aceptación del modelo actual implantado por la UNESCO. En Argelia, el debate sobre la Casba de Argel revela que las autoridades locales piden una intervención mínima de los expertos extranjeros sobre todos los criterios de la UNESCO. Hay que subrayar también el ejemplo de Córdoba con la inscripción de la Mezquita sobre la Lista del Patrimonio al principio, pero en 1984, con la presión de la Iglesia, para evitar conflictos, esta inscripción se ha ampliado al casco histórico.

**Tabla 18**  
**Luchar más contra los excesos del sobreturismo y los lobbies**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	26,67%	50,00%	42,86%	38,46%	28,57%	77,78%	44,16%
Acuerdo	40,00%	26,92%	57,14%	38,46%	28,57%	0,00%	31,17%
Sin opinión	20,00%	15,38%	0,00%	7,69%	14,29%	11,11%	12,99%
Desacuerdo	13,33%	7,69%	0,00%	15,38%	28,57%	11,11%	11,69%
Total Desacuer.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

No es insólito que casi el 25% del total de las respuestas de la **Pregunta 14** “¿Deberían las organizaciones internacionales de turismo, profesionales o gubernamentales, luchar más contra los excesos del sobreturismo y los lobbies?” Tabla 18, son “Sin Opinión” o “en Desacuerdo”, y así en todo el mundo. Se darán explicaciones más detalladas en el análisis de las profesiones de los respondedores (Tablas 5), especialmente cuando se trata de los lobbies. En España como en la región MENA y en el África Subsahariana, vemos las cifras más elevadas de “Desacuerdo” o de “Sin Opinión”. La noticia positiva es que nadie está en “Total Desacuerdo” en esta cuestión.

**Tabla 19**  
**Predicciones del Club de Roma aplicadas al turismo**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	20,00%	15,38%	14,29%	15,38%	28,57%	55,56%	22,08%
Acuerdo	20,00%	46,15%	42,86%	38,46%	42,86%	22,22%	36,36%
Sin opinión	40,00%	15,38%	28,57%	38,46%	28,57%	22,22%	27,27%
Desacuerdo	20,00%	15,38%	14,29%	7,69%	0,00%	0,00%	11,69%
Total Desacuer.	0,00%	7,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,60%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Con la **Pregunta 15** “¿Creen que las predicciones del Club de Roma sobre Los límites al crecimiento se aplicarán al turismo?”, con las respuestas presentadas en la Tabla 19, se puede observar que las predicciones del Club de Roma son insuficientemente conocidas en el sector del turismo, del viaje, transporte y alojamiento, excepto en la educación, las universidades y las escuelas de formación.

Muchos rechazan los elementos y principios expresados en 1972 por la pareja, el Profesor y la Señora Meadows y que son considerados en 2020, plausibles. Es en América que la opinión “Total Acuerdo” es la más expresada. En el África Subsahariana, ninguno lo rechaza. Es en Europa, y particularmente en España y Francia, donde el turismo es esencial en la economía y que ha llegado a un cierto nivel de madurez, que son más numerosos los “Sin Opinión”, “En Desacuerdo” o “Total Desacuerdo”. Estas respuestas van a influir en la elaboración de los escenarios para el futuro del turismo.

**Tabla 20**  
**El modelo Destination Smart Tourism, estándar general**

Opinión	España	Francia	Europa	MENA	África sub.	América	Total
Total Acuerdo	20,00%	23,08%	0,00%	7,69%	0,00%	11,11%	14,29%
Acuerdo	66,67%	46,15%	57,14%	61,54%	28,57%	44,44%	51,95%
Sin opinión	13,33%	26,92%	14,29%	30,77%	14,29%	33,33%	23,38%
Desacuerdo	0,00%	3,85%	28,57%	0,00%	42,86%	11,11%	9,09%
Total Desacuer.	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	14,29%	0,00%	1,30%

TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
-------	------	------	------	------	------	------	------

Para finalizar, la **Pregunta 16** “¿Será el modelo “*Destination Smart Tourism*” el estándar general para la gestión de destinos antes de 2025” sobre la generalización del modelo de “Smart Destino Turístico” (Tabla 20) demuestra que el “Smart Tourism” es un concepto reciente.

Sí en Asia – y desgraciadamente no tenemos respuestas de este continente-, parece que este tipo de turismo es el objetivo de la mayoría de los destinos o territorios.

En el África Subsahariana, el 42,86% de las respuestas y el 28,57% en Europa son “En Desacuerdo”. Tenemos que preguntarnos por qué el 13,33% en España son “Sin Opinión”, separadamente de los avances de SEGITTUR. Una respuesta puede venir de lo que hemos visto en Córdoba con su reticencia hasta el año 2018 de transformar la Capital y su Provincia en destino inteligente (Lanquar, 2019).

## B. Las opiniones según las profesiones

Las respuestas de las personas interrogadas según su profesión son presentadas a nivel global en las Tablas 5. El desglose se ha hecho de tal manera que no tenga más que cuatro categorías:

1. Los **Académicos**, universitarios o profesores de escuelas de turismo o hostelería
2. Los **Profesionales** que vienen de todos los sectores del turismo y viaje, alojamiento de tipo hotel o no, transporte aéreo, marítimo, ferroviario o autocares, tour operadores y agentes de viaje y consultores
3. Los **Responsables** turísticos de destinos territoriales, municipios, provincias, funcionarios de empresas estatales y funcionarios o expertos de organizaciones internacionales, OMT, OCDE, Banco mundial
4. Los periodistas de varios medios (**Media**), periódicos turísticos o no, televisiones, redes sociales.

**Tabla 21**  
**Opiniones sobre la transformación de las políticas y estrategias**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	40,00%	40,91%	41,67%	25,00%	38,96%
Acuerdo	57,14%	54,55%	58,33%	62,50%	57,14%
Sin opinión	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Desacuerdo	2,86%	4,55%	0,00%	12,50%	3,90%
Total Desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

La Tabla 21 presenta según estas profesiones, las respuestas a la Pregunta 1: *Transformación de las políticas y estrategia*. Es en la 4º columna *Media* (periodistas e influencers-bloggers) que observamos cierto desacuerdo. Hemos interrogado a estos respondedores que, si bien no son del sector turístico, tienen una visión más amplia del desarrollo económico. Piensan que, si queremos más desarrollo turístico, tendremos que seguir las mismas políticas de promoción e inversión. Lo mismo ocurre con algunos académicos y profesionales. Sucede lo contrario con los responsables territoriales o de instituciones internacionales que están al 100%, en Total Acuerdo o Acuerdo.

**Tabla 22**  
**Opiniones sobre aceleración desarrollo del turismo después 2021**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	0,00%	0,00%	33,33%	12,50%	6,49%
Acuerdo	57,14%	59,09%	41,67%	50,00%	54,55%
Sin opinión	17,14%	18,18%	16,67%	12,50%	16,88%
Desacuerdo	20,00%	22,73%	8,33%	25,00%	19,48%
Total Desacuerdo	5,71%	0,00%	0,00%	0,00%	2,60%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

La Tabla 22 reúne las respuestas de la **Pregunta 2:** "Aceleración en el desarrollo del turismo después de 2021". Los responsables territoriales son los más optimistas, no así los funcionarios de organizaciones internacionales, cuando se analiza en profundidad a los respondientes a esta pregunta. Son los representantes de medios de comunicación que

manifiestan el 25% de opiniones en Desacuerdo. Algunos académicos, (5,71%) son los únicos que opinan con Total Desacuerdo. El hecho que no hay Total Acuerdo entre académicos y profesionales, debe ser tomado en cuenta porque tienen una visión más clara de lo que se puede producir después de la pandemia de la COVID19.

**Tabla 23**  
**Opiniones sobre las perspectivas de la OMT, OCDE y Banco Mundial**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	68,57%	68,18%	66,67%	62,50%	67,53%
Acuerdo	25,71%	18,18%	33,33%	25,00%	24,68%
Sin opinión	2,86%	4,55%	0,00%	12,50%	3,90%
Desacuerdo	2,86%	9,09%	0,00%	0,00%	3,90%
Total Desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

El consenso es amplio en los datos de la Tabla 23 sobre la **Pregunta 3**: “*Reevaluar las perspectivas de la OMT, OCDE y Banco Mundial*”, lo que concuerda con lo que hemos visto con la Tabla 7.

La pregunta adicional que se ha hecho durante las entrevistas informales es saber cómo se elaboraran los nuevos estudios sobre las perspectivas del turismo. Muchos piden de no utilizar solamente las medidas y los índices tradicionales, sino índices que reflejen los nuevos desafíos del turismo frente al cambio climático.

**Tabla 24**  
**Opiniones sobre la prioridad a dar al transporte no contaminante**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	54,29%	27,27%	25,00%	62,50%	42,86%
Acuerdo	31,43%	40,91%	58,33%	12,50%	36,36%
Sin opinión	2,86%	18,18%	8,33%	0,00%	7,79%
Desacuerdo	11,43%	4,55%	0,00%	25,00%	9,09%
Total Desacuerdo	0,00%	9,09%	8,33%	0,00%	3,90%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Sí hay un vasto consenso para dar máxima prioridad al transporte no contaminante, como vemos en la Tabla 24 sobre la **Pregunta 4**, *Para dar*

*máxima prioridad al transporte non contaminante*, se pueden observar ciertos matices. Académicos y medios de comunicación son los que más opinan con un Total Acuerdo. Profesionales y responsables reducen sus opiniones un nivel, hasta Acuerdo y muchos son Sin Opinión. Los Desacuerdos han sido analizados después de entrevistas informales con algunos de los respondientes: esencialmente profesionales del sector aéreo (los que están en Total Desacuerdo) y periodistas que escriben sobre compañías aéreas y que piensan que unas normas más exigentes tendrán un efecto desastroso sobre el uso del transporte aéreo.

**Tabla 25**  
**Opiniones sobre estándares alojamientos de alta calidad ambiental**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	51,43%	45,45%	25,00%	37,50%	44,16%
Acuerdo	40,00%	22,73%	66,67%	50,00%	40,26%
Sin opinión	2,86%	4,55%	0,00%	12,50%	3,90%
Desacuerdo	2,86%	27,27%	0,00%	0,00%	9,09%
Total Desacuerdo	2,86%	0,00%	8,33%	0,00%	2,60%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

La Tabla 25 sobre la **Pregunta 5**: “¿Se deberían exigir alojamientos turísticos con estándares de alta calidad ambiental sobre el consumo de energía, el reciclaje y las zonas verdes?”, tiene un cuadro de respuestas similar a la Tabla 5-4. Son los profesionales, esencialmente hoteleros o gerentes de alquileres turísticos quienes muestran su Desacuerdo (27,27%); también, pero un bajo porcentaje (el 2,86% en Desacuerdo y el 2,86% en Total Desacuerdo), algunos académicos que imparten formación sobre la gestión de los alojamientos.

**Tabla 26**  
**Opiniones sobre el control de los alquileres turísticos**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	42,86%	59,09%	41,67%	25,00%	45,45%
Acuerdo	42,86%	18,18%	33,33%	50,00%	35,06%
Sin opinión	2,86%	22,73%	16,67%	25,00%	12,99%
Desacuerdo	8,57%	0,00%	8,33%	0,00%	5,19%
Total Desacuerdo	2,86%	0,00%	0,00%	0,00%	1,30%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

El corporativismo de los profesionales y de los responsables territoriales se observa de nuevo con los datos de la Tabla 26 sobre la **Pregunta 6:** “¿Se deberían controlar, de forma más exigente, los alquileres turísticos para evitar enfrentamientos sociales, disturbios nocturnos y desigualdades urbanas?”. Es indiscutible que todos quieren evitar enfrentamientos sociales, disturbios nocturnos y desigualdades urbanas. En una reunión organizada por el Ayuntamiento de Córdoba en 2016, en el marco del Patrimonio de la Humanidad, varias ciudades españolas han empezado a ser consciente del impacto negativo de no controlar el crecimiento de los alquileres turísticos. Sin embargo, muchos profesionales opinan que no es tan importante, que lo importante es el crecimiento turístico de un destino.

**Tabla 27**  
**Opiniones sobre la domótica en la hostelería demasiado intrusiva**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	11,43%	13,64%	0,00%	37,50%	12,99%
Acuerdo	22,86%	36,36%	16,67%	12,50%	24,68%
Sin opinión	31,43%	18,18%	41,67%	12,50%	27,27%
Desacuerdo	34,29%	27,27%	33,33%	25,00%	31,17%
Total Desacuerdo	0,00%	4,55%	8,33%	12,50%	3,90%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

La Tabla 27 sobre la **Pregunta 7:** “La domótica en la hostelería va a introducir cámaras y otros sensores que pueden ser demasiado intrusivos para la vida privada en las infraestructuras y los equipamientos turísticos. ¿Se debería prohibir?” ve opiniones divididas. Los partidarios de avances tecnológicos están en desacuerdo con esta proposición en todas las categorías de profesión. No obstante, una tercera parte de los académicos, profesionales, responsables (en particular en las organizaciones internacionales) y, en particular los del sector “Media” (con la mitad de las opiniones Total Acuerdo y Acuerdo) creen que será preferible de prohibir una domótica intrusiva en los alojamientos turísticos.



**Tabla 28**  
**Opiniones sobre los cambios de la comida y la gastronomía turísticas**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	14,29%	18,18%	16,67%	12,50%	15,58%
Acuerdo	51,43%	54,55%	50,00%	50,00%	51,95%
Sin opinión	17,14%	9,09%	8,33%	25,00%	14,29%
Desacuerdo	14,29%	9,09%	8,33%	12,50%	11,69%
Total Desacuerdo	2,86%	9,09%	16,67%	0,00%	6,49%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

La cuestión de la comida en el futuro está tratada en la Tabla 28 con la **Pregunta 8**: “¿La comida y la gastronomía turísticas cambiarán radicalmente en favor del slow-food y de fórmulas más vegetarianas?”. Las respuestas son muy heterogéneas con más de dos tercios en favor del cambio, en todas las profesiones. Eso significa que las categorías socio - profesionales no tienen una influencia directa sobre la cuestión, sí desde el origen geográfica como esta explicado en la Tabla 28.

**Tabla 29**  
**Opiniones sobre la generalización del Revenue Management**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	28,57%	31,82%	16,67%	37,50%	28,57%
Acuerdo	62,86%	36,36%	41,67%	37,50%	49,35%
Sin opinión	5,71%	31,82%	33,33%	25,00%	19,48%
Desacuerdo	2,86%	0,00%	8,33%	0,00%	2,60%
Total Desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

**Tabla 30**  
**Opiniones sobre la generalización de las blockchains y criptomonedas**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	14,29%	18,18%	0,00%	25,00%	14,29%
Acuerdo	25,71%	22,73%	16,67%	37,50%	24,68%
Sin opinión	45,71%	27,27%	66,67%	25,00%	41,56%
Desacuerdo	14,29%	14,29%	14,29%	14,29%	14,29%
Total Desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Los asuntos tecnológicos no son bien destacados y entendidos por todos. Sin embargo, con la Tabla 29 que presenta los datos resultantes de la **Pregunta 9:**” *¿Se generalizarán las prácticas del Revenue Management para la gestión del transporte, el alojamiento y las actividades turísticas?*”, se ve un amplio consenso sobre la generalización de las prácticas de Revenue Management, lo mismo para el Yield Management, como las entrevistas informales lo han confirmado. Pero, se constata un alto porcentaje de sin opinión – un tercio – entre los profesionales y los responsables territoriales.

Al contrario, para la **Pregunta 10:**” *¿Se generalizarán las cadenas de bloques con criptomonedas en las empresas turísticas?*” como se ve en la Tabla 30, los ‘Sin opinión’ son los muy altos, hasta 66,67% y los que responden “Total Acuerdo” o “Acuerdo2 son en total menos de 40%. La blockchain, como instrumento para asegurar las transacciones, en particular las criptomonedas, no es bien conocida. Muchas falsas informaciones caen sobre el uso del Bitcoin.

Poco a poco, el sector del turismo y transporte empieza a conocer y utilizar estos instrumentos tecnológicos. Académicos y profesionales son pioneros. La formación turística empieza a integrarlos y en los próximos años, podremos ver un más alto grado de confianza en ellos.

**Tabla 31**  
**Opiniones sobre la automatización de actividades y el turismo virtual**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	5,71%	4,55%	8,33%	0,00%	5,19%
Acuerdo	40,00%	22,73%	16,67%	25,00%	29,87%
Sin opinión	20,00%	18,18%	8,33%	25,00%	18,18%
Desacuerdo	31,43%	50,00%	50,00%	25,00%	38,96%
Total Desacuerdo	2,86%	4,55%	16,67%	25,00%	7,79%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Con la Tabla 31, tenemos las respuestas a la **Pregunta 11:**” ¿Se automatizarán la mayoría de las actividades culturales, deportivas y de ocio, y los destinos promoverán principalmente el turismo virtual?”. El “Total Acuerdo” es la opinión de un mínimo: 5,19%, con los Responsables territoriales (8,33%) y de los Académicos (5,71%), a pesar de que a nivel territorial, el uso de la virtualidad puede ser de una gran ayuda promocional y para interpretar la historia, la cultura y la naturaleza. Muchos Responsables institucionales territoriales no son todavía convencidos por la digitalización que rechazan las soluciones virtuales con más de 66% de desacuerdo o total desacuerdo. El futuro de las actividades culturales, deportivas o de ocio dependerá de la formación de los profesionales y responsables de los destinos. Y se puede ver una relación con los que han respondido a la última pregunta sobre el smart turismo – turismo inteligente y su generalización.

**Tabla 32**  
**Opiniones sobre la reducción de la contaminación lumínica y acústica**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	65,71%	68,18%	58,33%	87,50%	67,53%
Acuerdo	25,71%	27,27%	33,33%	12,50%	25,97%
Sin opinión	5,71%	4,55%	0,00%	0,00%	3,90%
Desacuerdo	2,86%	0,00%	8,33%	0,00%	2,60%
Total Desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

El consenso es casi unánime sobre la **Pregunta 12** ¿Se deberían reducir drásticamente la contaminación lumínica y la acústica (ruido

*nocturno y ruidos de motor*)? (Tabla 32). Lo inconveniente es que 8,33% de los Responsables (esencialmente de territorios urbanos) están en desacuerdo. ¿Entonces, cómo se aplicarán en todos los territorios naturales, rurales y urbanos, las mismas normas para luchar contra estas contaminaciones?

**Tabla 33**  
**Opiniones sobre el patrimonio mundial y sus efectos sociales**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	48,57%	45,45%	41,67%	50,00%	46,75%
Acuerdo	37,14%	36,36%	58,33%	50,00%	41,56%
Sin opinión	5,71%	18,18%	0,00%	0,00%	7,79%
Desacuerdo	8,57%	0,00%	0,00%	0,00%	3,90%
Total Desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

La **Pregunta 13** “¿Debería la UNESCO incidir más en sus criterios de las Listas del Patrimonio Mundial, los efectos sociales negativos del desarrollo turístico?” (Tabla 33) es aceptada por casi todos los respondientes con pocos matices. Quizás unos Académicos (8,57%) expresan dudas sobre la necesidad de ampliar las normas de inscripción de un patrimonio en las dos Listas, la del Patrimonio material y la del Patrimonio inmaterial. Estos Académicos son esencialmente de Africa del Norte. Cuando hemos interrogado por teléfono unos de estos expertos, sus respuestas fueron que ampliar las normas ayudara más los países ricos y desarrollados que los países en vía de desarrollo.

**Tabla 34**  
**Opiniones sobre los excesos del sobreturismo y los lobbies**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	51,43%	22,73%	50,00%	62,50%	44,16%
Acuerdo	31,43%	40,91%	25,00%	12,50%	31,17%
Sin opinión	8,57%	22,73%	16,67%	0,00%	12,99%
Desacuerdo	8,57%	13,64%	8,33%	25,00%	11,69%
Total Desacuerdo	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Con la **Pregunta 14** ” ¿Deberían las organizaciones internacionales de turismo, profesionales o gubernamentales, luchar más contra los excesos del sobreturismo y los lobbies?” (Tabla 34), vemos que más de un tercio de

‘Profesionales’ son ‘Sin opinión’ (22,73%) o ‘En desacuerdo’ (13,64%). Una razón es que muchos de ellos participan activamente a estos lobbies y consideran que el sobreturismo es bueno para los negocios. Unos responsables territoriales también lo piensan así que un cuarto de los respondientes de la categoría ‘Media’.

**Tabla 35**  
**Opiniones sobre las predicciones del Club de Roma aplicadas al turismo**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	25,71%	13,64%	33,33%	12,50%	22,08%
Acuerdo	48,57%	18,18%	33,33%	37,50%	36,36%
Sin opinión	14,29%	45,45%	33,33%	25,00%	27,27%
Desacuerdo	11,43%	13,64%	0,00%	25,00%	11,69%
Total Desacuerdo	0,00%	9,09%	0,00%	0,00%	2,60%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Con la Tabla 35 que presentan los datos de la **Pregunta 15** *¿Creen que las predicciones del Club de Roma sobre “Los límites al crecimiento” se aplicarán al turismo?*, vemos que son los respondientes de la categoría “Profesionales” quienes son “Sin Opinión” (45,45%), en “Desacuerdo” (13,64%) y “Total Desacuerdo” (9,09%). Es la categoría que no conoce muy bien el contenido de las predicciones del Club de Roma.

A contrario, la categoría “Académicos” está a casi 75% en “Total Acuerdo” o “Acuerdo” con estas predicciones. En la categoría “Responsables” son en particular los que representan instituciones internacionales que son en “Total Acuerdo” (33,33%) o “Acuerdo” (33,3%), los que representan territorios son más inclinados a responder “Sin Opinión”.

Finalmente, en la categoría “Media”, los que manifiestan su “Sin opinión” (25%) o “Desacuerdo” (25%) vienen de España, de Francia o de Africa del Norte.

**Tabla 36**  
**Opiniones sobre el modelo “Destination Smart Tourism” como estándar**

Opinión	Académicos	Profesionales	Responsables	Media	Total
Total Acuerdo	11,43%	22,73%	8,33%	12,50%	14,29%
Acuerdo	60,00%	40,91%	58,33%	37,50%	51,95%
Sin opinión	20,00%	18,18%	25,00%	50,00%	23,38%
Desacuerdo	8,57%	18,18%	0,00%	0,00%	9,09%
Total Desacuerdo	0,00%	0,00%	8,33%	0,00%	1,30%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Con la Tabla 36 elaborada con los datos de la **Pregunta 16**: “¿Será el modelo “Destination Smart Tourism” el estándar general para la gestión de destinos y territorios antes de 2025?”, vemos un consenso por venir en los próximos años cuando será generalizada la formación de los directivos a los desafíos de mañana. No obstante, es turbador ver que 8,57% de los respondientes de la categoría “Académicos” están “En desacuerdo” y que 50% de los periodistas o de la categoría “Media” son “Sin opinión”.

#### **IV. Conclusiones**

Las Escalas Likert son un buen instrumento de análisis y nos permitirá elaborar escenarios cuando ha fallado otros métodos como el Método Delphi. No obstante las pocas respuestas a la “Delphi” nos han permitido ver patrones de una inteligencia colectiva, la de los expertos o especialistas de la economía o del turismo que creen en un futuro resiliente.

## CAPITULO IV

# RESULTADOS: SCENARIOS PARA EL FUTURO DEL TURISMO

*Los hombres sólo tuvieron en cuenta el punto de partida y el punto de llegada y olvidaron el camino que pasa entre los dos.*

Yann Apperry<sup>276</sup>

*A nadie le gusta que el mensajero lleve malas noticias*

Sophocle

*“Get Your Sunglasses, the Future of Tourism Will be Bright”*

*“Ponte tus gafas de sol, el futuro del turismo será brillante”*

WFTGA Presidente<sup>277</sup>

---

<sup>276</sup> [https://dicocitations.lemonde.fr/auteur/8843/Yann\\_Apperry.php](https://dicocitations.lemonde.fr/auteur/8843/Yann_Apperry.php)

<sup>277</sup> Señalado por Juergen T. Steinmetz el 17 de febrero de 2021 en [travelnews@eturbonews.com](mailto:travelnews@eturbonews.com). WFTGA es la Federación Mundial de Asociaciones de Guías Turísticas, ONG que tiene por partenariados a miembros de asociaciones nacionales, institutos de enseñanza en turismo, oficinas de convenciones y visitantes, y miembros afiliados que tienen una conexión directa o indirecta con los guías turísticos.

## I . Resultados de los datos

¿Qué concluir de los datos de las dieciséis preguntas y las 35 tablas que recopilan nuestra encuesta sobre las opiniones de los expertos de varios países o regiones del mundo y de cuatro categorías de profesión (Académicos, Profesionales – empresarios, Responsables de territorios o funcionarios de Organizaciones internacionales conectadas con el turismo, y Personas trabajando en medios de comunicación – Media (periodistas e influencers)?

Para empezar, hay un consenso de que el futuro del turismo después de la crisis de la COVID19 será diferente, pero los caminos que tomaran países, regiones, territorios pueden ser muy diversos. La mayoría cree en la resiliencia del turismo, no en la necesidad de un decrecimiento. Muchos opinan que el modelo como el americano que genera más crecimiento, no obstante con más desigualdades y un fuerte impacto climático negativo, no debe ser aceptado.

Nuestra hipótesis principal y las hipótesis complementarias son ampliamente confirmadas. Lo que nos conduce a varias conclusiones et nos permitirá construir escenarios para el futuro del turismo por las próximas décadas:

- 1- Las perspectivas futuras deben ser examinadas con otras finalidades por la OMT, la OCDE y el Banco Mundial.
- 2- Muchos empiezan a creer que la UNESCO debe ver más allá de los criterios actuales sobre la inscripción en las Listas del Patrimonio mundial, para evitar un sobreturismo, ayudar los países en vía de desarrollo y considerar más los derechos de las poblaciones residentes.
- 3- Muchos más piensan que las organizaciones internacionales intergubernamentales o no gubernamentales, desde la Comisión Europea a la OCDE y la OMT, deben evitar el *lobbying* de los grupos de presión profesionales que sean del transporte, de los tours operadores o del sector del alojamiento.
- 4- Por último, la referencia al Club de Roma y sus límites del crecimiento, debe tenerse en cuenta, espacialmente en Europa, Medio Oriente y Africa del Norte, con la Mar Mediterráneo en grave peligro con el cambio climático.



- 5- Otras normas deben ser realmente aplicadas, normas urgentes y exigentes sobre el transporte, en particular el transporte aéreo, los aislantes térmicos de los alojamientos y la definición de una alta calidad medioambiental, la comida y la gastronomía que deben ser más “slow” y local, los alquileres que destruyen las redes sociales urbanas tradicionales.
- 6- También se debe aplicar normas para reducir drásticamente la contaminación acústica y la contaminación lumínica nocturna en los destinos turísticos.
- 7- El cambio climático nos llevará a un futuro más sobrio y a unas vacaciones más sociales y solidarias. Observamos una “desaceleración” de la globalización, una “slowbalización”.
- 8- Una nueva era puede haber comenzado, a medida que los ingredientes de la hiperglobalización comienzan a debilitarse<sup>278</sup>, con el despliegue de Internet, y una renegociación de los acuerdos de libre comercio en todo el mundo con el reforzamiento del multilateralismo.
- 9- Finalmente, las personas especialistas/expertas interrogadas no tienen el mismo entusiasmo frente a los avances tecnológicos como hace unas décadas. No obstante, todos empiezan a tener una consciencia crítica positiva a lo que se puede pasar en el turismo.
- 10- La domótica es apreciable si evitamos el intrusismo de sensores y otros aparatos que consiguen controlar la vida privada del cliente. Si hay un rechazo mayoritario para automatizar las actividades culturales, deportivas y de ocio, muchos saben que la digitalización ayudara los destinos a tener operaciones y promociones más eficaces, en particular gracias al turismo virtual.
- 11- Si hay acuerdo generalizado para utilizar las técnicas modernas de gestión con el Yield Management y el Revenue Management, muchos todavía no están al corriente de la importancia que tomaran las cadenas de bloque (blockchains) y las criptomonedas en el turismo de mañana.
- 12- Como epítome ideal o paradigmático, con el Smart Turismo generalizado y sistematizado, esperamos ver un consenso por venir

---

<sup>278</sup> Marie Charrel, Le Monde, 18 décembre 2020, Paris

cuando será generalizada la formación de los directivos a los desafíos de mañana.

- 13- La formación turística, desde ahora, tendrá que tomar en cuenta todas estas ideas expresadas en las opiniones de los expertos y especialistas, de cuatro continentes, que han respondido a la Encuesta Likert, cualquiera que sea el escenario que el turismo seguirá, un primero, el Business as Usual (lo de siempre), un segundo, el de un turismo esencialmente sostenible, pero con un riesgo elitista, un tercero y último, más de proximidad, de economía circular e inclusiva.
- 14- Por último, esta encuesta muestra que, a pesar de la falta de pruebas, el debate es animado en la comunidad turística. Algunos, pero muy pocos, han tomado posiciones de autoridad y han formado sus opiniones sin examinar realmente las preguntas formuladas, sin tomarse el tiempo para leer la literatura, especialmente sobre la aportación de las organizaciones internacionales como la UNESCO, sobre los Límites del Crecimiento (Informe Meadows), y sobre el papel, los progresos y el impacto de la digitalización.

A partir de la validación de nuestra hipótesis principal y de las dos hipótesis complementarias, es decir:

- A pesar de los avances tecnológicos debidos a la digitalización y adaptación al cambio climático, el turismo será la apuesta de grandes debates sociales que deberían llevar a repensarlo en el contexto de sociedades más solidarias y menos desigualdades.
- El turismo ya no puede desarrollarse solo sobre la sostenibilidad como propugnan las instituciones intergubernamentales con el apoyo de lobbies profesionales.
- Es hacia el turismo local (así como la comida y los alojamientos locales) y en el contexto de una economía circular, que el turismo se debe desarrollar.

## **II. Construir escenarios**

¿Entonces podemos construir escenarios, es decir, imágenes del futuro del turismo a medio y largo plazo, a 5 años, 10 años y 20 años? ¿Podemos referirse a las opiniones de los expertos analizados en la Capítulo III.

El punto de partida no es 2019, sino 2021 - 2022, cuando la pandemia empieza a resorberse. Los puntos de llegada son varios, un futuro que nos conduce al colapso, aunque se centra en el interés de los consumidores - turistas y la reducción de los costes, un segundo escenario que acentúa las inequidades en nombre de la sostenibilidad y la calidad, un último escenario que permite construir un turismo más responsable, más solidario, con una huella ecológica mínima y una conectividad óptima.

Lo importante es ver qué camino tomaremos para llegar a estos tres futuros imaginados, es decir, describir el funcionamiento de una transformación en condiciones diferentes. ¿Por fin, cuáles son los motores que permitirán llegar a los objetivos definidos en estos escenarios?

#### A. El escenario como herramienta de prospectiva

Por lo tanto, el análisis de escenarios es una herramienta que se puede utilizar para apoyar la toma de decisiones en lugar de un método para producir perspectivas precisas. Debe acompañarse de otras herramientas como el análisis DAFO o los instrumentos desarrollados para la planificación estratégica y el análisis estructural. En cualquier caso, la elección de los métodos no sólo está condicionada por la naturaleza de los problemas, pero también por los medios (financieros, humanos) que se pueden manejar, sin mencionar que la limitación del tiempo es sin duda el más limitante.

El francés Michel Godet (1989), uno de los precursores de la prospectiva, muestra cómo las empresas y los territorios pueden utilizar el enfoque prospectivo como un instrumento de inteligencia estratégica y, por lo tanto, de identificación de oportunidades y amenazas, y cómo, al mismo tiempo, se han desarrollado métodos de evaluación interna de las fortalezas y debilidades de una empresa, organización o territorio. Godet muestra que los dos enfoques de previsión y estrategia se complementan entre sí para definir un proyecto y asegurar la movilización colectiva esencial para su realización<sup>279</sup>.

Con Jacques Lesourne<sup>280</sup>, Godet Piense que el método de escenario tiene el mérito de imponer rigor intelectual: análisis cualitativo y tendencias cuantitativas, retrospectiva de los juegos (políticas y estrategias) de actores (empresas o destinos), evidencia de semillas de cambio, tensiones y conflictos. Eso permite la construcción de escenarios coherentes y completos (rutas e imágenes futuro). Para ellos, la palabra escenario se está utilizando

---

<sup>279</sup> Godet M. (1989). *Prospective et stratégie : approches intégrées*. In *Futuribles*, 137-1, Nov. 1989, Paris

<sup>280</sup> Jacques Lesourne fue el consejero principal de la OCDE para la prospectiva en las décadas 1970 y 1980 y uno de los vice-presidentes del Plan Azul para el Mediterráneo (1986-1996).

cada vez más erróneamente: se califica cualquier conjunto de hipótesis sin verificar su relevancia, su coherencia, o preocuparse por su probabilidad (probabilidad).

Otra confusión común es tomar deseos (objetivos) como realidades, para mezclar lo exploratorio y lo normativo. Otra crítica, que viene de Marc Giget<sup>281</sup> (2018), es ver un escenario como un árbol de competencias que tienen raíces (las competencias técnicas et el saber-hacer) y un tronco (capacidad de poner en marcha las recomendaciones), que son también importantes que las ramas (líneas de actuaciones).

## **B.Las etapas del método de escenario**

Giget recordó las tres etapas del método de escenario:

1. Identificar variables clave, foco del análisis estructural;
2. Entender el pasado y analizar el juego de los actores con el fin de hacer preguntas clave para el futuro;
3. Reducir la incertidumbre sobre preguntas clave e identificar los escenarios más probables.

Se trata de reducir la incertidumbre sobre cuestiones clave para el futuro. Los métodos utilizan finalmente encuesta de expertos para destacar tendencias con riesgos de perturbación y, por último, de claros y más probables escenarios, como lo hemos hecho con la Encuesta Likert y sus datos presentados en el Capítulo III. También se trata de identificar proyectos coherentes, es decir, opciones estratégicas compatibles tanto con la identidad de las empresas o los destinos. Un último paso está dedicado enteramente a la implementación del plan de acción. Eso implica contratos de objetivos (negociados o implícitos) y el establecimiento de un sistema de coordinación y seguimiento del desarrollo.

Por último, la transición de la visión de futuro a la acción estratégica requiere la propiedad de las partes interesadas pertinentes en todo momento. Esto significa que los políticos, los técnicos de turismo y la población local en el caso de los destinos deben participar en la medida de lo posible sin alterar el carácter necesariamente confidencial de ciertas opciones estratégicas. Para tener éxito en el acto de reflexión a la acción, es necesario una apropiación por los actores cual sea su nivel político o administrativo.

---

<sup>281</sup> Giget M. (2018). Les nouvelles stratégies d'innovation 2018 - 2020: vision prospective 2030. French Edition. Les Editions du Net, St Ouen

¿Cómo podemos desarrollar capacidades de anticipación y de alerta que permitan a las empresas y los territorios turísticos estar preparados para la transformación de su entorno, ya sea lento o brutal? ¿Cómo podemos desarrollar dispositivos de vigilancia y pensamiento prospectivos que puedan articularse a corto, medio y largo plazo?

La crisis de la COVID- 19 hace aún más evidente que las empresas y organizaciones como los destinos y territorios turísticos necesitan implementar una función de monitoreo, anticipación y alerta que esté bien integrada en los procesos de toma de decisiones. Pero al mismo tiempo, se tratará de distinguir qué es la inteligencia interna, la inteligencia competitiva, el seguimiento del entorno estratégico de las organizaciones y empresas así que la identificación de las principales áreas de transformación. Esto es posible gracias a los escenarios presentados en este capítulo, a la vez que se gestiona una paradoja: apuntar a los elementos clave y estar abierto a sorpresas.

### **C. Del cliente rey al planeta reina**

Sin embargo, estamos experimentando una crisis sanitaria que podría cambiar nuestra visión del mundo. Como señaló Patrick Artus<sup>282</sup> (2020), la mayoría de las estrategias económicas ultra-liberales, especialmente en Europa y América del Norte, se han centrado en el interés del consumidor. Debemos aplicarlo al turismo. Europa, y después otras regiones del mundo, han establecido normas estrictas de competencia, destinadas a impedir el surgimiento de posiciones dominantes que permitan a determinadas empresas aumentar sus beneficios.

Patrick Artus también cita las deslocalizaciones a los países emergentes y en desarrollo para la producción industrial, que también es transferible al turismo y que podemos comparar a un dumping industrial, donde el costo de los países en desarrollo, gracias en particular a bajos salarios y pocos beneficios sociales, ha sido uno de los principales factores en el desarrollo del turismo. Finalmente, Patrick Artus considera que el último componente de la estrategia favorable al consumidor es el uso de combustibles fósiles baratos para aviones, cruceros, autobuses y automóviles: un trayecto de 100km en autobús vale, en toda Europa, aproximadamente la mitad de un billete normal de tren, pero el tren es un transporte mucho más ecológico. Por lo tanto, es necesario establecer otros objetivos para el turismo.

---

<sup>282</sup> Arthus P. (2020). Du client roi à la planète reine. Chronique, Le Monde du 19 décembre 2020, Paris

En una sociedad centrada en el consumo y la reducción de los costes de producción, la tiranía del corto plazo impide ver posibles futuros y pensar a largo plazo. No podremos aceptar la tendencia común a seguir el curso simple de la vida. Hemos citado la anécdota de la rana sumergida en un frasco de agua fría que calentaremos, la rana no se mueve con el aumento en la temperatura del agua y será escaldada.

¿Por qué tanta ceguera? El periodista Sébastien Bohler (2019) da una respuesta sorprendente: el ser humano sigue consumiendo frenéticamente, y así degradar el planeta, porque no sabe hacer lo contrario! Una pequeña estructura nerviosa, situada en la unión del cerebro y la médula espinal, constantemente la empuja allí. Es el estriado<sup>283</sup>. Henri Labori, renombrado biólogo (1914-1995), lo había explicado de manera más sencilla desde los años 1960 y señaló que la educación podría marcar la diferencia. Esto es lo que es probable que le ocurre a la humanidad en la era del Antropoceno.

Tendremos que aprender a vivir con riesgos extremos debido al calentamiento global, la pérdida de biodiversidad, la disminución de la influencia de las principales corrientes oceánicas como la Corriente del Golfo y la proliferación de eventos extremos - sequías, huracanes, tormentas, inundaciones, igualmente erupciones volcánicas y terremotos que el manto de hielo que cubre el ártico, Groenlandia o la Antártida estaba en parte asfixiando. También debemos pensar ahora en los riesgos y crisis que vendrán de la digitalización, la digitalización, las grandes interrupciones, los ciberataques...

Por último, como señala David Beasley del Programa Mundial de Alimentos (2020)<sup>284</sup>, la crisis de la COVID19 amenaza con desencadenar otra crisis, la del hambre, en muchos países del mundo y para los trabajadores y pequeños empresarios de muchos sectores como el turismo y los viajes: 279 millones de personas corren el riesgo de padecer hambre extrema en 2021.

## **D. La crisis y la Peste**

### **a. Entender la palabra “crisis”**

La palabra “**crisis**” no significa lo que creemos. Su etimología proviene del griego antiguo “KRISIS”, que combina dos conceptos, el del juicio y el de la toma de decisiones, con el fin de lograr un objetivo entre tendencias a

---

<sup>283</sup> Bohler S. (2019). Le Bug humain. Robert Laffont, Paris

<sup>284</sup> Beasley D. (2020). Vers une crise de la faim (Hacia una crisis del hambre). Le Monde, Paris

veces opuestas. Por lo tanto, en torno a estos dos términos, debemos reflexionar sobre las crisis turísticas y su gestión para alcanzar el concepto de resiliencia:

- . Primero, **Juzgar** después de analizar y diagnosticar situaciones. ¿Qué juzgar? ¿Por qué juzgar? ¿Cómo juzgar?
- . Luego, **Decidir** optimizando las acciones a tomar, los objetivos a alcanzar.

Sin embargo, se necesita un requisito previo: hay que imaginar un nuevo contexto y entorno.

Los Estados, territorios, organizaciones y empresas, grandes o muy pequeñas, deben adoptar una nueva cultura de riesgo, con doble visión: una a largo plazo, la otra para la ocurrencia de crisis. Es también en este marco que la cuestión de la inteligencia artificial y los datos de los algoritmos basados en datos estadísticos deben ser abordados, definiendo escenarios de gobernanza para reducir el impacto de las crisis, adaptarse y evitar el capitalismo de vigilancia (*surveillance capitalism*). Esto implica una racionalidad determinada por los datos abiertos, mejor, más transparente, más democrático, más económico que el Big Data controlado por las grandes empresas de la Red.

Pensar no es calcular, dice Raja Chatila (2020), especialista en robótica, inteligencia artificial y ética... No hay que creer que en algún tiempo los sistemas basados en inteligencia artificial igualen o incluso superen las capacidades humanas: *“La Máquina Turing sólo es capaz de desenrollar algoritmos, es decir, cálculos sistemáticos que se detienen cuando se alcanza el resultado. Si la función no era computable, el equipo podría calcular indefinidamente y nunca detenerse”*<sup>285</sup>.

Por lo tanto, debemos alejarnos de los algoritmos y del análisis cuantitativo, para pensar de manera diferente que la racionalidad lógica y contable para hacer frente a las crisis: *“Detrás de la reducción del pensamiento humano al simple cálculo se cierne la reducción del ser humano a una máquina, y por lo tanto la pérdida de su dignidad y autonomía. Es en este sentido que no se trata sólo de una cuestión científica, sino de un debate sobre el humanismo”* (Chatila, 2020), o sea dar rienda suelta a la imaginación que aporta soluciones creativas para el futuro.

---

<sup>285</sup> Chatila R. (2020). Penser n'est pas calculer. Le Monde, Paris

Esto significa, como han opinado muchos expertos entrevistados en nuestro cuestionario, que no podemos basarse en las previsiones de la OMT, utilizadas y seguidas por la OCDE y el Banco Mundial. Tendremos que revisar nuestros criterios e índices de medición, índices más sociales y medio ambientales. Del mismo modo, con respecto al Patrimonio Mundial de las propiedades y sitios materiales e intangibles, será necesario revisar, y muchos expertos desean, los elementos de evaluación para dar más espacio a los criterios sociales y ecológicos.

#### b. Una referencia literaria “ La Peste”

La primera referencia literaria que se puede presentar sobre la crisis es la “Peste”, el libro de Albert Camus (1947) que ocurre en el norte de Africa, en Orán. Camus nos da una serie de reflexiones que provienen no sólo de su personaje principal, Bernard Rieux, un médico que lucha contra la plaga a lo largo de la novela, sino de su vecino filósofo, Jean Tarrou, ajeno a la ciudad de Orán, más lúcido con una moralidad única, la comprensión. Su frase clave: *la mayoría de los que defienden sus propios intereses inmediatos no ven venir la catástrofe que tendrá un impacto mucho más grave a largo plazo.*

Hoy en día, el desafío inmediato es global, se refiere a toda la humanidad. Este tema es diferente de las crisis de antaño. Ya no es un problema de jerarquía, ni de gobierno o de administraciones, por lo demás es un problema de comportamiento personal, de responsabilidad personal.

No es un problema de nacionalismo, de patriotismo. Es un desafío internacional y multilateral. No es la palabra “*guerra*” la que debe ser utilizada, vocablo que se utiliza cuando hay enfrentamientos directos entre estados o grupos políticos. La seguridad global no es la seguridad que los gobiernos autocráticos abogan, es la seguridad frente al cambio climático, la pérdida de biodiversidad, la intrusión cibernética, y no se trata de poner excesiva exageración en la salud.

La respuesta de Albert Camus: dialogar y profundizar para entender los problemas y encontrar soluciones, para juzgar la situación, para no incriminar un grupo de manera discriminatoria. Pero esto es lo que se hace con la Administración, con una gran **A**, entidad impersonal, y especialmente los políticos. Con la COVID19, no se ha culpado a Europa. Por el contrario, la elogiamos a pesar de algunos contratiempos, nos impedirá una terrible ola de quiebras y desastres sociales. Y Europa lanzó el Green Deal que podría reducir los riesgos futuros del cambio climático.



La pandemia del coronavirus aceleró el cambio hacia un mundo más digital y desencadenó cambios en la forma en que el BERD (Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo) proporciona su apoyo a las pequeñas y medianas empresas (PYME)<sup>286</sup>. El BERD realizó un rápido ajuste para ofrecer servicios destinados al desarrollo de aptitudes y capacidades para propietarios y gerentes de pequeñas empresas, empleados y consultores que utilizan una infraestructura digital.

c. ¿Cómo realizar una transición digital más eficaz?

La transición digital es una de las principales prioridades establecidas en la nueva estrategia quinquenal del BERD. Al liberar el poder de la tecnología, el Banco tiene como objetivo promover la inclusión, integración y resiliencia de las empresas en las 30 economías en las que lleva a cabo programas centrados en las PYME, muchos de ellos en el turismo, los ocios, la cultura y el transporte.

Por lo tanto, debemos reinventar el futuro del turismo, ser conscientes de que las crisis que podrían ocurrir no son las que esperamos, quizás aceptar retroceder para imposibilitar las catástrofes. Hace medio siglo, Hannah Arendt dijo: “*La huida de la realidad es una condena del mundo en el que las masas viven*”<sup>287</sup>. Es la cuestión de la negación: negación del cambio climático, negación de los peligros cibernéticos, negación de la peligrosidad de la COVID19, negación de la pérdida de biodiversidad<sup>288</sup>.

Pero también debemos recordar que la Unión Europea ya había decidido en directivas sobre gestión de riesgos y crisis, como la Directiva Seveso II de 9 de diciembre de 1996, relativa al control de los peligros asociados a accidentes graves que afectan a sustancias peligrosas, que lleva el nombre de la ciudad italiana, en la que se produjo una importante liberación accidental de dioxina en 1976.

¿Existen buenas soluciones para prepararse para el futuro y anticiparse a las crisis? La gestión de crisis se convierte en un arte de la gestión y se comenzó seriamente a estudiar en las Escuelas de Negocios, así como en Harvard con William Uri, quien fundó el Programa de Harvard sobre Negociación y luego la Red de Negociación Internacional con el Presidente Jimmy Carter. William Uri también creó un verdadero circuito “*Tourism for Peace*”, el programa “*Abraham Paths*”.

---

<sup>286</sup> <https://www.ebrd.com/what-we-do/coronavirus>

<sup>287</sup> <https://www.philosophica.info/voces/arendt/Arendt.html>

<sup>288</sup> El WWF (Fondo Mundial para la Naturaleza) afirmó en 2021 que el 68% de las poblaciones de vertebrados desaparecieron entre 1970 y 2016

¿Deberíamos seguir creyendo en el neoliberalismo, nacido de las cenizas de los Chicago Boys, bajo Milton Friedman y Arnold Harberger, que llevaron a un país a una dictadura como el Chile con la era Pinochet y traerán muchas crisis en América Latina?

El camino más importante sería entonces la comunicación y la preparación estratégica para dar más credibilidad al discurso público, especialmente al discurso científico, como señala Bertrand Badie, profesor de Sciences - Po Paris. Por lo tanto, “*Gestionar la crisis*” es desde un cierto punto de vista una contradicción en términos: uno no maneja el tormento, el desorden; otro trata de evitar que suceda, minimizar sus efectos, o restaurar el orden previo.

#### d. La Comisión Europea y la postcrisis

El 16 de diciembre de 2020, la Comisión Europea propuso un seminario on-line para imaginar la postcrisis: los participantes eran sobre todo representantes del sector comercial como HOTREC, la asociación paraguas de hoteles, restaurantes, cafés y establecimientos similares en Europa. Robert Lanquar era el único experto dudando de la política europea hasta 2020. Hablaban de buenas prácticas, según el lema de los lobbies profesionales. Sin embargo, la noción de retroalimentación ha acreditado gradualmente la idea que un cuerpo de buenas prácticas no puede ayudar directamente en la gestión de conflictos y de crisis.

Esta reunión fue una de las varias sesiones de trabajo para preparar un proyecto de resolución sobre el turismo en el Parlamento Europeo quien ha señalado que el brote de la COVID19 ha paralizado el sector turístico de la UE, que “*emplea a 27 millones de personas (lo que representa alrededor del 10 % del PIB de la UE), con 6 millones de puestos de trabajo actualmente en riesgo*”<sup>289</sup>.

El proyecto de resolución sobre el establecimiento de una estrategia de la UE para el turismo sostenible, aprobado por el Comité de Transportes y Turismo, insta a los países de la UE a incluir al sector turístico en sus planes de recuperación y considerar la posibilidad de reducir temporalmente el IVA de estos servicios. El proyecto de resolución también insta a la Comisión a que introduzca el sello de certificación de higiene de la UE, que podría autenticar normas mínimas de prevención y de control del virus y ayudar a

---

<sup>289</sup> <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20210219IPR98210/tourism-meps-advocate-common-criteria-for-safe-and-clean-travel>

restablecer la confianza de los consumidores. El punto más positivo es que los eurodiputados abogan por la necesidad de mirar más allá de la pandemia y sustituir la estrategia de 2010 sobre el turismo de la UE para mantener la posición de Europa como destino líder.

Al cabo, el texto insta a la Comisión a crear una **Agencia Europea de Turismo**. La resolución sobre el establecimiento de una estrategia de la Unión Europea para el turismo sostenible fue votada en marzo 2021 por el pleno del Parlamento.

e. La importancia de las interacciones sociales y de la educación

Para futuras crisis, se podría ver el rechazo por parte de estas poblaciones locales del sobreturismo y la gentrificación de los sitios más notorios y codiciados. Es una cuestión de gobernanza, dignidad y eficiencia. Como lo subraya Olivier Babeau, Presidente del Instituto Sapiens, es necesario que las interacciones sociales sean de mayor importancia: es también una cuestión de educación y formación.

La crisis a veces parece ser por cierto el momento de buscar nuevos métodos de gestión eficaz. Por ejemplo, Claude Rochet y Olivier Keramidis (2009)<sup>290</sup> explican que hay oportunidades reales en la gestión de crisis y consideran que “*la gestión de crisis es un vehículo para el cambio organizativo en las organizaciones públicas*”. Por su parte, el economista ruso Kondratiev consideró que las crisis pueden ser un medio para “purgar” el sistema económico y prepararlo para una nueva fase de crecimiento. Fue ejecutado por orden de Stalin en 1938.

¿Cuáles son los puntos en común para las crisis del siglo XXI? Básicamente, la incertidumbre, la dimensión ecológica local y mundial (como causas y consecuencias); los riesgos para la infraestructura estructural; un aumento de la gravedad de las consecuencias de las acciones maliciosas (virus informáticos que circulan en Internet, ciberataques, bioterrorismo, medios opresivos...).

El atemorizador evento que John Beddington anuncia con un alto riesgo alrededor de 2030, “*es la crisis mayor y definitiva (colapso global), incluido un colapso ecológico o una guerra mundial, que podría, por ejemplo, ser inducida por la combinación de varios factores y que surgiría de la conjunción temporal de una crisis social, una crisis financiera y/o*

---

<sup>290</sup> Rochet Cl. & al. (2009). Crisis as Change Strategy in Public Organizations. In International Review of Administrative Sciences, Vol. 74, No. 1, 15 Sep 2009. Sage, Los Angeles

*económica y una crisis ambiental (ecológica o climática), superando ciertos umbrales de irreversibilidad (escala de tiempo definitiva o humana) en términos de sobreexplotación de los recursos naturales y/o del cambio climático. Se ha demostrado que las crisis ambientales y las crisis socioeconómicas, lejos de ser independientes, pueden influir entre sí*<sup>291</sup>.

Pierre-Noël Giraud cree que después de la crisis COVID19, las principales instituciones del poder, pero también las grandes empresas, deben desarrollar una “cultura de riesgo” que consiste, por un lado, en el desarrollo y revisión permanente de una visión estratégica más allá del financiero excesivamente “corto plazo”, y por otro lado el establecimiento de organizaciones especiales de gestión de crisis. Giraud añade que *“la crisis de salud también ha demostrado que es poco probable que una organización eficaz en tiempos normales sea eficaz en tiempos de crisis”*<sup>292</sup>.

Las megatendencias reflejan los cambios sociales, económicos, políticos, ambientales y tecnológicos a largo plazo. Por lo general, están trabajando durante décadas y, por lo tanto, pueden cambiar y perturbar fundamentalmente los diversos sectores de actividad, incluido el turismo, en todo el mundo. Esta visión neoliberal o ultra-liberal es muy similar a la de los profesionales del turismo.

Como El Mundo Diplomático de junio de 2019 mencionó en el análisis del libro de Jean-François Simonin (2018) sobre la crisis del futuro<sup>293</sup>, *“hay una preocupación colectiva sobre el futuro y la tendencia común a seguir el simple curso de la vida”*. El largo plazo debe impregnar nuestras formas de pensar y vivir. Y una advertencia: *“El neoliberalismo habría fomentado un punto de inflexión epistemológico: el futuro ya no es objeto de debate filosófico y político, sino los datos de proyecciones basadas en datos estadísticos”*.

¿Pertenería el futuro sólo a los algoritmos? Aplicando esto al turismo, se lleva a definir escenarios que favorezcan el sistema de “destino inteligente” y decisiones de gobernanza que implican una racionalidad determinada por el Big Data.

---

<sup>291</sup> <https://www.theguardian.com/science/2009/mar/18/perfect-storm-john-beddington-energy-food-climate>.

<sup>292</sup> [https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/07/10/gestion-des-risques-de-l-insouciance-generalisee-nous-passons-a-l-angoisse-mortifere\\_6045849\\_3232.html](https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/07/10/gestion-des-risques-de-l-insouciance-generalisee-nous-passons-a-l-angoisse-mortifere_6045849_3232.html). Pierre-Noel Giraud es profesor de economía en la Escuela Mines-Paris Tech, la Universidad Dauphine PSL y la Universidad Politécnica Mohammed VI

<sup>293</sup> Simonin J.F. (2018). La tyrannie du court terme. Quels futurs possibles à l’heure de l’anthropocène ?. Éditions Utopia, Paris

De hecho, después de la COVID19, será necesario partir sobre otras bases, entre otras las del Club de Roma, fundaciones que están cada vez más justificadas cincuenta años después. En 1972, los investigadores del Club de Roma alertaron a la opinión pública sobre la necesidad de limitar el crecimiento económico para salvar los recursos del planeta.

Dieciocho años después, el GIEC (Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático) ha repetido esta alarma: si no se toman medidas para limitar la emisión de gases de efecto invernadero, explican estos científicos, las temperaturas aumentarán gradualmente un 3° Celsius o más de media para la superficie de la tierra, lo que conducirá a un desastre ecológico. A lo largo de la historia, los denunciantes han recibido una recepción escéptica, incluso hostil, especialmente cuando sus predicciones eran ciertas. No obstante, con mucha humildad, es posible de mostrar los caminos que nos conducirán a sea al colapso turístico, o sea ecológico, social y al final económico, u otros caminos que favorecerán un turismo sostenible, sustentable, responsable y al alcance de todas las clases sociales.

### **III. Los escenarios**

La metodología usual utilizada por Futuribles International, como se ha analizado en la Introducción general, es construir escenarios prospectivos para estructurar sus imágenes del futuro en una situación de incertidumbre en función de hipótesis.

A partir de nuestra hipótesis principal, tres escenarios expresan posibles futuros para el turismo:

**Escenario 1:** BaU - Negocio como de costumbre

**Escenario 2:** Sostenibilidad o transición ecológica

**Escenario 3:** Turismo inteligente en una economía circular.

Los escenarios dependen de motores (“*drivers*”) a determinar para cada uno y se pueden analizar en una matriz DAFO para horizontes imaginables a 2050.

#### **A. El escenario 1: Negocio como de costumbre (Business as Usual)**

a. Olvidar (o refutar) el cambio climático y las desigualdades

Tenemos aquí un turismo que está olvidando el cambio climático y la solidaridad social y económica. A primero de marzo de 2020, justo antes de la contención debida al estallido de la pandemia, la OCDE<sup>294</sup> presentó una imagen bastante halagadora del turismo que, según los autores del informe, se esperaba que siguiera creciendo.

Es sobre esta base que podemos construir el primer escenario y ver según las regiones del mundo mediante el análisis de caminos que serán acelerados por la digitalización y se centrarán en:

- Demografía general y por regiones del mundo;
- Medición y control del turismo;
- Información y promoción;
- La creación de nuevos productos y distribuciones (incluyendo blockchains y criptomonedas) ;
- Transporte y transición energética;
- Instalaciones de alojamiento y ocio, nuevas y futuras, en relación con dos elementos: la robótica e inteligencia artificial, y por otro lado, el aislamiento térmico de alta calidad ambiental;
- El impacto económico: las perspectivas para las llegadas internacionales y nacionales en 2025, 2035 y 2050 en relación con las consecuencias de la variación de la temperatura mundial media, o sea 1,5° C a no sobrepasar como lo recomendada el Acuerdo de Paris de 2015, o 2,5° C cómo ocurrirá posiblemente en 2050, o más hasta 4°C si nada está hecho para combatir el cambio climático. Ciertas regiones no podrán ser destinos confortables para viajar;
- Los impactos sociales y geopolíticos, quizás los que pueden tener un papel prioritario debido a los cambios en el comportamiento de los turistas – consumidores.

Las prioridades políticas que preconice la OCDE (2020) tienen como objetivo un crecimiento sostenido de un turismo dinámico y “*maximizar los beneficios económicos, ambientales y sociales que el turismo puede aportar, al tiempo que se reducen las presiones que surgen cuando este crecimiento no está planificado y no se administra*”. Por ejemplo, se han hecho esfuerzos para evitar sobreturismo en destinos populares, difundir los beneficios económicos y de otro tipo a las áreas que atraen menos visitantes, desarrollar nuevos productos para ampliar la temporada, y fomentar una mayor productividad, uso de los recursos y un empleo más estable.

---

<sup>294</sup> OECD (March 2020). OECD Tourism Trends and Policies 2020. OECD, Paris

Para asegurarse de que estas políticas están teniendo realmente los países están fortaleciendo los mecanismos de coordinación y aplicación, reformando el destino prácticas de gestión, modernización de reglamentos, adopción de soluciones digitales, fortalecimiento del diálogo con la sociedad civil y la participación del sector privado en la formulación de políticas. La OCDE pide también que las políticas territoriales juegan un papel importante en la creación de las condiciones adecuadas para que todas las empresas participen en la transformación digital del turismo y que las comunidades locales pueden beneficiarse más equitativamente del turismo.

Los mensajes políticos claves de la OCDE son:

- Abogar por políticas turísticas integradas y con visión de futuro:
  - Desarrollar enfoques coherentes y con visión de futuro para el diseño de políticas y programas de turismo, apoyados por estrategias a largo plazo y planes de acción flexibles.
  - Fortalecer los mecanismos de coordinación y las estructuras de ejecución para garantizar que las políticas acordadas a nivel nacional se cumplan de manera consistente a nivel subnacional, e involucren a las comunidades y
  - para garantizar que los destinos locales puedan compartir plenamente los beneficios de una economía turística dinámica.
- Preparar a las empresas turísticas para el futuro digital.
- Abogar activamente por la transformación digital del turismo, promoviendo una mentalidad digital, modernizando los marcos regulatorios y fortaleciendo la capacidad de las PYME para participar en los ecosistemas digitales.
- Fomentar la adopción e inversión en nuevas tecnologías, habilidades e innovación y apoyar a las PYME turísticas existentes a aprovechar los beneficios de la transformación digital y promover el desarrollo de destinos turísticos inteligentes.
- Fomentar modelos de negocio turísticos mejorados digitalmente, cadenas de valor y ecosistemas, mediante la adopción de análisis de datos y otras tecnologías habilitados, la optimización de las prácticas empresariales y la expansión de infraestructuras, herramientas y soluciones digitales accesibles.

Si se siguen las megatendencias, de la misma manera que la OCDE, se puede ver en 2025, una normalización a los niveles de antes de 2020. Puede ser que en 2035 aparezca otra crisis (energía o pandemia) y que para 2050, el desarrollo del turismo ya no pueda controlarse. Entonces estaríamos en una situación de colapso.

#### b. Motores del Escenario 1

Los motores de primer escenario están directamente conectados a lo que se preconcebía por los profesionales y muchos destinos antes de 2019, o sea:

- Toma de conciencia superficial del cambio climático (o bien, en unos casos, negarlo).
- Creencia absoluta en la tecnología que dará soluciones a todos nuestros problemas medioambientales, climáticos, sociales, culturales.
- Fe en un neo o ultra-liberalismo con una apertura amplia de las fronteras y pocas normas y regulaciones, excepto para migrantes económicos y medioambientales.
- Fe en la resiliencia total del turismo.
- El turismo vuelve a la situación anterior a 2019 a partir de 2023 y crece con fuerza hacia 2030.
- A partir de 2035, gracias a la transición energética y las nuevas tecnologías del transporte aéreo, las compañías low-cost dominan el mercado aéreo.
- A partir de 2035, el turismo será la mayor actividad de los países asiáticos. Empezará a emerger el turismo africano.
- En 2050, el turismo será el primer sector de actividad en el mundo.

Así podemos inventariar los principales motores del primer escenario:

- Tecnologías contra el cambio climático (geoingeniería).
- Globalización liberal para los movimientos de turistas y viajeros legales.
- Inversiones nacionales e internacionales.
- Marketing y las técnicas de Revenue y de Clúster Management.

¿Son válidas estas ideas deliberadas que unos expertos, principalmente profesionales y responsables de destinos, apuntan en sus opiniones como lo hemos visto en los datos?



### c. El caso de Córdoba

Una situación similar puede ocurrir a nivel local. Es el caso de Córdoba y de su estrategia actual municipal que parece mucho seguir los caminos del Escenario 1. En “Córdoba y su provincia: ¿cómo conciliar la gestión responsable y sostenible con la digitalización de la economía turística?”, publicado en la primavera de 2021 en el blog ADEITUR: “*Organizaciones de gestión de destinos (OGD): Estrategias y prácticas para la gestión responsable y sostenible de áreas turísticas*” y traducción desde el francés (Lanquar y Ramos, 2021<sup>295</sup>).

Con la crisis de la COVID19, IMTUR reaccionó, a finales de marzo de 2020, lanzando una campaña promocional en las redes sociales para vender la ciudad como destino turístico tras la crisis del coronavirus y para dar esperanza al sector, por lo que anunció su apoyo al turismo seguro, basado en el estado sanitario de la ciudad, incluido en territorios rurales y que no se ha visto tan afectado como en grandes metrópolis españolas o europeas. “*Haz tu sueño realidad. Te esperamos*” son las últimas palabras del vídeo de esta campaña: te invitamos a venir o volver a Córdoba, una vez normalizada la situación sanitaria. Nada se ha dicho sobre lo que se puede hacer de manera sostenible para otras formas de turismo responsable, solidario y capaz de dar respuestas en la lucha contra el cambio climático.

Después de la COVID19, las estrategias de IMTUR deben reformularse. En Córdoba, los turistas de junio a septiembre de 2020 fueron más numerosos, ya que la ciudad se consideraba más segura que otros destinos. A partir del 24 de abril de 2020, las asociaciones de empresarios del turismo, en particular la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), declararon que el año 2020 estaría perdido. El 2 de junio de 2020 se organizó un encuentro on-line a instancias de la Asociación para el Desarrollo del Turismo del Valle del Guadalquivir, en relación con el Grupo de Desarrollo Rural del Medio Guadalquivir, sobre el tema de *turismo de confianza*, para ayudar a los profesionales a reorganizarse para optimizar sus recursos y ofrecer nuevos productos y

---

<sup>295</sup> Lanquar R. & Ramos Pemán A. (2021). Cordoue et sa Province : comment concilier un management responsable et durable avec la digitalisation de l'économie touristique ? . In Organismes de gestion de destination (OGD) : Stratégies et pratiques pour un management responsable et durable des territoires touristiques. L'Harmattan, Paris

servicios que respeten su entorno como parte de un turismo responsable y sostenible.

Córdoba es una ciudad andaluza de tamaño medio que se ha centrado principalmente en su patrimonio histórico y cultural. Sus autoridades no pretendían desarrollar una política turística a largo plazo, ni un vínculo real y sólido con los territorios de su Provincia, una de las más agrícolas de España. Después de cada cambio de gobierno local, las estructuras turísticas locales cambian y los nuevos equipos municipales desarrollan estrategias a corto y mediano plazo, no más de cinco años y que reflejan los conflictos políticos, religiosos y sociales de la ciudad. Esta actitud es cada vez más criticada por profesionales “progresistas” del turismo y aquellos que quieren conciliar la gestión responsable y sostenible con la digitalización de la economía turística. Sus propuestas se desprenden del discurso institucional y comienzan a unir a quienes quieren un turismo pos-COVID19 más responsable, inclusivo, conectado, seguro y unido, turismo de confianza a través de nuevas organizaciones como EMCOTUR y #TurismoReset.

Esto requerirá el desarrollo e implementación de un plan a largo plazo, resultado de una estrecha colaboración entre la Ciudad y su Provincia. Esta podría ser una oportunidad para crear una organización de gestión de destinos proactiva e innovadora para la era posterior a la COVID19. Fue bajo la autoridad del Consorcio de Turismo que, a partir de 2013, se desarrolló el Plan Estratégico de Turismo de Córdoba 2015-2019 (PETC 2015). El mismo Plan permanece vigente en 2020 y si bien apenas describe el papel de los dispositivos móviles (teléfonos inteligentes y tabletas), ignora por completo los avances en inteligencia artificial y blockchains y no menciona el término “destino inteligente”. También falta el objetivo de implementar una política para el desarrollo sostenible del turismo. Impulsado por la Fundación EOI y el Ayuntamiento de Córdoba, financiado por el FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo Regional), da prioridad al desarrollo de los recursos turísticos de la ciudad y al impulso de su competitividad.

El diagnóstico que hizo el organismo encargado del turismo en Córdoba, unos años después de la crisis financiera de 2008, parece haber surgido de un programa “liberal” centrado principalmente en el desarrollo del sector privado. En primer lugar, en línea con las conclusiones sobre el posicionamiento de Córdoba en ese momento, muestra que sería fundamental trabajar en una propuesta unificada que aglutine todo el portafolio de productos del destino. El desafío es que los diferentes actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística de la ciudad conozcan y comprendan las potencialidades de Córdoba como destino y, sobre todo, que debe ser conocido por los residentes permanentes de la ciudad.

Eso explica por qué se ha dado prioridad a una orientación en la promoción e la investigación de productos concretos que buscan los mercados, a veces con un enfoque experimental y con un potencial comercial real, según los canales de distribución adecuados: *“la configuración de estos productos debe resaltar las características propias de Córdoba y contar con estos recursos únicos que la diferenciarán de otros destinos”* (PSTC 2015). Será cuestión de ofrecer al visitante la posibilidad de realizar múltiples actividades, durante su estancia, que se pueden realizar durante todo el año.

Esta estrategia conducirá en los años 2030 y más allá a situaciones quizás más trágicas que en 2020- 2021 por el impacto del cambio climático y de la falta de innovaciones radicales en favor de la sostenibilidad y de las reducciones de las desigualdades.

#### d. Los datos de la encuesta internacional de los expertos franceses

Este marco presentado en el Escenario 1, es incluso lo que resalta de los miembros de la Asociación Nacional de Expertos Científicos turísticos que lanzaron una encuesta en 23 países de marzo a septiembre de 2020. Estos expertos son bastante optimistas y creen en la resiliencia después de 2022<sup>296</sup>.

La encuesta explica que, en el contexto de la crisis sanitaria, los Estados han tenido que hacer arbitrajes entre la salud física de sus ciudadanos y la salud económica de sus empresas. El turismo ha sido visto como uno de los principales factores de la expansión de la pandemia a través de las fronteras y las reuniones que se generan en restaurantes y alojamientos. Según el estudio, parece que los países han tomado medidas muy similares para salvaguardar los puestos de trabajo y evitar quiebras, lo que esencialmente significaba asegurar el flujo de caja de las empresas a corto plazo, incluso aquellas llamadas “zombies” porque, antes de la COVID19, ya estaban experimentando serias dificultades.

En todos los países analizados, se constató que la deficiencia más visible era la debilidad de las intervenciones públicas en empresas con menos de diez empleados, autónomos o microempresas. La otra conclusión es que después de 2022, el turismo tendrá un grave problema de deuda, más o menos solvente. Pero, los profesionales creen firmemente que tendremos un rebote a partir de finales de 2021. Estos actores de la pandemia han ideado soluciones innovadoras para no verse obligados a cerrar y generalmente han

---

<sup>296</sup> Viceriat P. & Origet du Cluzeau Cl. (2021). Les impacts de la pandémie sur le tourisme mondiale à court, moyen et long terme. In Dossier : Comment rebondir dans le monde post COVID- 19 ?. Espaces, Paris

operado con gestos de barrera muy escrupulosos (mascarillas y gel hidroalcohólico...) y por reservas anticipadas.

La encuesta de AIEST muestra que en los 23 países que respondieron al cuestionario de los expertos, se ofrecieron procedimientos flexibles para dar alojamiento a los clientes, utilizándolos como lugares para pasar cuarentenas o para cuidadores sanitarios, como en Francia con la Campaña promocional “Descanso para nuestros héroes”. Desafortunadamente, las agencias de viajes y los operadores turísticos han estado viviendo en todas partes en “modo supervivencia”, sin casi ninguna venta desde el comienzo del confinamiento. Lo más grave fue, en todas partes, para los lugares culturales, centros de exposiciones y convenciones.

No obstante, la mayoría de los profesionales y funcionarios territoriales de los 23 países encuestados creen que serán necesarios cambios para adaptar el turismo, aunque la mayoría piensa que *“si no se alteran los fundamentos económicos de nuestra existencia, tampoco lo es la visión de las vacaciones. El turismo también seguirá siendo un mecanismo de redistribución entre los países ricos y los países menos ricos, para el mayor bien de la actividad turística”* (Viceriat & Origet de Cluzeau, 2021).

#### e. DAFO del Escenario 1

El escenario Business as Usual puede representarse en una tabla DAFO con sus fortalezas, sus debilidades, sus oportunidades y sus amenazas como lo vemos en la Tabla 37. Simplificaremos la DAFO para reducir las respuestas a los puntos más importantes para cada cuadro.

**Tabla 37**  
**El DAFO del escenario business as usual**

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Neoliberalismo dominante</li> <li>- Fuerte creencia en el crecimiento del turismo hacia 2035, un poco menos entre 2035 y 2050</li> <li>- Profesionales muy motivados</li> <li>- Fuerte apoyo político a nivel territorial, estatal, supranacional (Europa p.ej.)</li> <li>- Fuerte solidaridad profesional y territorial</li> <li>- R&amp;D muy importante para resolver asuntos sanitarios</li> <li>- Tecnología para reducir el consumo energético</li> <li>- Inversiones en grandes proyectos (infraestructura y equipamientos)</li> <li>- Dominio de los blockchains y criptomonedas</li> <li>- Dominación de los smart destinos</li> <li>- Sin controles fronterizos como en el Espacio Schengen.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Turismo ártico alrededor de Groenlandia, Noruega, Canadá, Alaska y Rusia</li> <li>- Turismo espacial para una minoría que puede pagar varios centenares de miles €</li> <li>- Uso extensivo de la Inteligencia Artificial</li> <li>- Robots en los hoteles y restaurantes</li> <li>- Coches híbridos y eléctricos, la norma a seguir en 2025, la gran mayoría en 2040</li> <li>- Uso del hidrogeno para los aviones y los cruceros</li> <li>- Nuevos centros de exposiciones y ferias completamente automatizas</li> <li>- Mejor utilización de las redes sociales</li> <li>- Nuevos modos de consumo de los grupos de las generaciones más jóvenes.</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gentrificación de los centros urbanos más famosos</li> <li>- Aumento de los precios de alquiler y de los bienes de consumo en destinos turísticos famosos</li> <li>- Sobreturismo</li> <li>- Los hotspots pierden su encanto y son rechazados por los turistas</li> <li>- Tiranía de las políticas de crecimiento vs políticas medioambientales</li> <li>- Falta de planificación a medio y largo plazo</li> <li>- Negación del cambio climático, nada está hecho para combatirlo a nivel de los destinos</li> <li>- Abandono de los territorios rurales y naturales</li> <li>- Geolocalización débil en unos territorios</li> <li>- Problemas de salud debido al uso de la 5G y otras tecnologías.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechazo social de residentes permanentes</li> <li>- Factores psicológicos</li> <li>- Rechazo de unos grupos políticos (ultraizquierda o ultraderecha)</li> <li>- Terrorismo en países desarrollados y no desarrollados</li> <li>- Nacionalismo</li> <li>- Aceleración del cambio climático</li> <li>- Falta de recursos naturales a partir de 2030</li> <li>- Nuevas pandemias</li> <li>- Problemas de higiene global</li> <li>- Plásticos y otras basuras</li> <li>- Competición intensa entre destinos, especialmente en la Cuenca Mediterránea</li> <li>- Turismo de nicho en unos mercados como el turismo de salud similar</li> <li>- Techlash.</li> </ul>

Fuente: *Elaboración propia*

f. ¿Normalidad en 2023?

El Director General de la OMS (Organización Mundial de la Salud), Tedros Adhanom Ghebreyesus, dijo en un vídeo del 27 de diciembre de 2020 que es hora de aprender de la pandemia COVID19: *“Durante demasiado tiempo, el mundo ha operado un ciclo de pánico y abandono. Tiramos dinero durante una epidemia y, cuando se termina, lo olvidamos y no hacemos nada para evitar la siguiente”*. Como se puede aplicar en un escenario que no da importancia a los cambios que presenciamos y continúa las tendencias hasta 2019, paradas solamente por el incidente de la COVID19.

A partir de 2021, cuando más de la mitad de la población de los principales países emisores de turismo será vacunada, con el ahorro que se ha hecho en 2020 y durante los primeros meses de 2021, el turismo pronto volverá a los niveles de 2019 y muchos profesionales, como se ve en la encuesta de Likert, esperan que sus niveles se alcancen en 2023, o a más tarde, en 2024 -2025.

Es cierto que, según la OCDE, justo antes de que la OMS declaraba la pandemia, el turismo *“después de seis décadas de crecimiento constante”* estaba involucrado en el desarrollo del mundo. Cada 1 US\$ de los gastos de los turistas internacionales en los países de la OCDE genera en promedio unos 89 centavos US\$ de valor añadido interno, en comparación con los 81 centavos US\$ para las exportaciones totales. A nivel mundial, el turismo seguía teniendo un rendimiento por delante de las previsiones de crecimiento a largo plazo, con un récord de 1.500 millones de llegadas de turistas internacionales en 2019. Además de los beneficios del turismo internacional, el turismo nacional es el pilar de este sector, en la mayoría de los países de la OCDE, sabiendo, en promedio, que los residentes son responsables del 75% del gasto turístico.

**Tabla 38**  
**Previsiones de las llegadas turísticas después de la COVID19 siguiendo el Escenario 1**

Llegadas internacionales	2023 (año de recuperación)	2035	2050
Incremento de 3%	1.500 millones	2.016 millones	3.141 millones
Incremento de 2%	1.500 millones	1.828 millones	2.461 millones
Diferencial		188 millones	680 millones

Fuente: *Estimaciones provisionales propias del autor*

Esto significa que, en 2024, se asume que el turismo puede sobrepasar los 1.500 millones de llegadas internacionales y, con un crecimiento del 3% anual, a 2.016 millones de llegadas internacionales en 2035; con un crecimiento del 2%, se elevará a 1.828 millones de llegadas internacionales. Para el horizonte 2050, tendremos 3.141 millones de llegadas internacionales con un 3% de crecimiento anual o sea 109,38% más que en 2025 y 2.461 millones con un 2% de crecimiento anual; o sea 64,06% más que en 2025. La pregunta es si estas previsiones son realistas con la transición ecológica y los cambios que estamos viendo en el comportamiento de los consumidores, en particular si consideramos la demografía mundial, su envejecimiento y el nuevo papel de potencias como India o el continente africano.

g. La demografía mundial y por regiones

i. ¿Qué conseguir de las previsiones demográficas

El 1 de julio de 2020, las Naciones Unidas censaban 7.794 millones de habitantes en el mundo con una tasa de fecundidad de 2,27 hijos por mujer. Se estima que el 61% de la población mundial vive en Asia (4.700 millones de personas), el 17% en África (1.300 millones), el 10% en Europa (750 millones de personas), el 8% en América Latina y el Caribe (650 millones) y el 5% restante en América del Norte (370 millones) y Oceanía (43 millones).

Esta población sería de 8.180 millones en 2025, 8.890 millones en 2035 y 9.700 millones en 2050. Estas previsiones se hicieron en 2019 sobre tendencias que no tuvieron en cuenta los cambios en el comportamiento o la crisis sanitaria, especialmente en África, donde la población podría alcanzar los 2.500 millones de habitantes en 2050. En este escenario, este continente podría ser la fuente del turismo interior, pero también transfronterizo, como ya vemos en África Central y Sudáfrica. Una hipótesis más conservadora estima que para 2050, la población mundial no superará los 8.900 millones de personas. Otras fuentes, en los primeros meses 2021, estiman que la población mundial no llegara a 8.500 millones<sup>297</sup>, debido a una rápida caída en la fertilidad según índices que han surgido en 2020.

---

<sup>297</sup> <https://www.cairn.info/revue-population-et-societes-2020-1-page-1.htm>

¿Qué conclusión se puede conseguir de las previsiones demográficas? Utilizando los datos del Cuadro 1 (Capítulo II), que muestra el porcentaje de llegadas de turistas internacionales en relación con la población mundial, este porcentaje sería del 18% en 2025 y, en 2035, del 22,6% debido al crecimiento medio del 3% o al 20,5% con un crecimiento medio anual del 2%. Y en 2050, el 36,9% con un crecimiento promedio del 3% y el 28,9% para el 2%, según la hipótesis más baja de crecimiento de la población mundial, que alcanzaría sólo los 8.500 millones.

Sin embargo, ¿es el índice de llegadas turísticas internacionales, utilizado por UIOOT y luego el OMT, desde comienzos de la década de 1950 (Recomendación del Comité ejecutivo de Dublín de agosto de 1950), un buen indicador de cómo llegar a una imagen de 2050 que seguiría las tendencias de crecimiento del turismo entre 1950 y 2019? Por lo tanto, se trata de idear en cómo evolucionará la medición y el control del turismo internacional.

Ahí es donde está el problema. ¿Cómo medir y controlar el desarrollo del turismo en un escenario que no considera la crisis sanitaria y del cambio climático en lugar de poner un mayor énfasis en los pilares ambientales y socioculturales de la sostenibilidad, para ofrecer beneficios netos a las comunidades locales y contribuir a lograr los ODS? Muchos responsables territoriales pretenden asegurar que los esfuerzos para hacer crecer el turismo se persigan en el contexto más amplio de las estrategias urbanas, regionales o nacionales y en estrecha cooperación con la industria y la sociedad civil. Pero más y más quieren tomar medidas para incorporar la sostenibilidad en las políticas turísticas y prácticas de la industria, para apoyar mejor la transición a una economía turística verde, de bajas emisiones y garantizar el acceso a datos comparables para informarse sobre la toma de decisiones apropiadas para los destinos turísticos.

## ii. El techlash

También debemos considerar otro fenómeno que asciende, el *techlash*. A finales de 2018, el Financial Times<sup>298</sup> revela la nueva palabra del año: el **techlash**, una contracción de tecnología y reacción, que se refiere a la creciente animosidad de una gran parte de la población hacia las empresas tecnológicas más grandes del mundo y sus poderes intimidantes. Eso asimismo tiene una repercusión sobre el turismo, la intrusión en la privacidad, el hecho de pasar por máquinas para informarse, hacer reservas,

---

<sup>298</sup> <https://www.ft.com/content/76578fba-fca1-11e8-ac00-57a2a826423e>



utilizar medios de transporte autónomos o alojamientos sin contactos humanos.

Como subraya el Financial Times, es difícil culpar la opinión pública: en pocos años, muchas innovaciones tecnológicas, vendidas como revolucionarias y dedicadas al bien común, acompañaron la elección de Donald Trump y su retórica racista y retrógrada; Google ha tratado silenciosamente de desarrollar un motor de búsqueda censurado, el proyecto *Dragonfly*, hecho a medida para satisfacer los requisitos del gobierno chino; Amazon ha negado cualquier progreso en la legislación laboral para mantener el ritmo en sus enormes almacenes necesarios para las ventas en línea. No faltan ejemplos. El golpe de gracia fue dado por Cambridge Analytica. El lanzador de alerta, Christopher Wylie agregó: “*Ahora Cambridge Analytica se ha cerrado, pero sus tácticas no han desaparecido y ni tampoco sus métodos como herramienta de guerra psicológica*”.

Para concluir, creemos que el Escenario 1 tendrá pocas posibilidades de realizarse por razones psicológicas, sociales y políticas, incluso si estas políticas hacen poco caso al medio ambiente y creen que la salvación vendrá de la tecnología.

## **B. El segundo escenario: ¿sostenibilidad o transición ecológica?**

### a. Cuestionar la sostenibilidad del turismo

En su Informe de marzo 2020, la OCDE añade también que hay que repensar las políticas para llegar a un turismo sostenible, lo que conduce a un segundo escenario, el del turismo sostenible.

El camino va a ser difícil con la transición ecológica y energética. Ya en 2030, el primer escenario que hemos presentado tendrá que ser abandonado. Se sabe que entre 1885 y 2020, con menos del 7% de las emisiones de carbono en 2020, la temperatura media aumentó en 1,28°C: “*La temperatura global promedio en 2020 se establece en aproximadamente 1,2°C por encima del nivel preindustrial (1850-1900). Existe al menos un 20% de posibilidad de que supere temporalmente los 1,5°C para 2024*”, según dijo el secretario general de la OMM, Petteri Taalas, en diciembre de 2020. Es muy posible que pasemos los 2,5°C antes de 2050, lo que tendrá un impacto directo sobre los destinos turísticos.

¿Es el turismo sostenible la solución? Cuando en 1988 hemos sido entre los primeros a utilizar este concepto en el marco del Plan Azul

(PNUMA), la idea no era luchar contra el cambio climático, sino proteger la naturaleza e innovar para encontrar tipos de turismo que propicien combatir las desigualdades, ayudar los países en desarrollo a encontrar vías de modernización y divisas para reducir el déficit de sus balanzas de pagos.

Pero muy rápidamente, nos dimos cuenta de que condujeron al desarrollo del turismo sostenible y su corolario, el ecoturismo. Erlet Cater (1993) explica que, en tanto que sector de más rápido crecimiento del ecoturismo de la industria turística, el ecoturismo ofrece a las empresas turísticas y a los destinos del Tercer Mundo la perspectiva de capitalizar la ventaja comparativa de estas naciones en términos de entornos naturales vírgenes. *“Por definición, este desarrollo debería beneficiar más a los destinos en términos de participación local a pequeña escala con menos impactos adversos. No se puede negar la oportunidad de que estos países mejoren su potencial de desarrollo aprovechando sus recursos naturales sin, al mismo tiempo, destruirlos. Lo esencial, sin embargo, es el reconocimiento de que, sin una comprensión adecuada de los factores subyacentes y una planificación y gestión cuidadosas, el ecoturismo puede incluir aspectos insostenibles”*<sup>299</sup>.

Después, en 2002, Yiorgos Apostolopoulos y Dennis John Gayle han analizado lo que está pasando en las islas y en las experiencias del Caribe, Pacífico y Mediterráneo<sup>300</sup>. Llegan a las mismas conclusiones: el turismo sostenible tiene más consecuencias negativas que lo previsto.

Tenemos que buscar en la literatura sobre el turismo en países avanzados como Francia o España para encontrar serios análisis positivos. Para destinos maduros en declive, el turismo sostenible fue la tabla de salvación como se discutí en 2003 en Pontevedra durante el VIII Congreso de la AECIT bajo el título *“Nuevos segmentos y destinos turísticos”*<sup>301</sup>. La misma observación fue hecha por Agnieszka Niezgodá (2004)<sup>302</sup> de la Poznań University of Economics en un artículo sobre los problemas que ocurren para la implementación del turismo sostenible en Polonia. Niezgodá

---

<sup>299</sup> Carter E. (1993). Ecotourism in the third world: problems for sustainable tourism development. In *Tourism Management* Volume 14, Issue 2, April 1993. Elsevier, Amsterdam

<sup>300</sup> Apostolopoulos & al. (2002). *Island Tourism and Sustainable Development: Caribbean, Pacific, and Mediterranean Experiences*. Praeger, Westport, Connecticut

<sup>301</sup> “Organizado en colaboración con la Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo y la Consellería de Educación de la Xunta de Galicia, la Universidad de Vigo, la Cámara de Comercio de Pontevedra, el Concello de Pontevedra y el patronato Provincial de turismo (Diputación de Pontevedra). Pontevedra, 2, 3 y 4 octubre de 2003”.

<sup>302</sup> Niezgodá A. (2004). Problems of implementing sustainable tourism in Poland. In *Economics and Business Review*, Volume 4, Number 1. Citeseer, Princeton

expone que no hay acuerdo sobre la definición del turismo sostenible que puede tener muchos significados y casi disputas o discusiones por lo menos:

- Turismo verde (Green tourism),
- Turismo suave o leve (Soft tourism),
- Turismo responsable,
- Amigable para el medio ambiente,
- Agroturismo,
- Turismo alternativo,
- Ecoturismo,
- Sustentable a largo plazo.

Niezgoda (2004), utilizando los trabajos de varios investigadores como Zareba o Żabińska, explica que el desarrollo sostenible debe ser entendido como un “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para cumplir con sus propias necesidades”. Lo que ha conducido que la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobase la designación de 2017 como el “Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo” con la Organización Mundial del Turismo como Agencia de ejecución.

La importancia y popularidad del desarrollo sostenible surge de la preocupación por preservar los entornos biológicos, culturales y sociales de la Tierra. En Polonia, la descripción del desarrollo sostenible tal como se ha expresado en la Ley de Protección y Desarrollo del Medio Ambiente, modificada el 29 de agosto de 1997: “un desarrollo socioeconómico en el que los ciudadanos, tanto las generaciones presentes como las futuras, tienen el mismo acceso al medio ambiente, se inicia un proceso de integración de los esfuerzos políticos, económicos y sociales para garantizar la preservación de los equilibrios naturales y la permanencia de los procesos biológicos” (Niezgoda 2004).

También, en Turquía se cuestiona la relación entre pobreza, medio ambiente y sostenibilidad: Kübra Dilek AZMAN (2007)<sup>303</sup> intenta explicar la interacción entre ellos. Con los efectos negativos de la globalización, el aumento de la pobreza y la problemática del medio ambiente se han convertido en fenómenos transnacionales. No sólo en los países menos desarrollados y en desarrollo, sino también los países desarrollados experimentan los efectos negativos de la pobreza y de los problemas ambientales. Para el autor, la solución de este problema requiere una

---

<sup>303</sup> Azman K. D. (2007). Interaction Between Poverty, Environment and Sustainability. Journal Civilacademy, Winter 2007. Fatih University, Istanbul

cooperación internacional. Ningún gobierno individual puede hacer frente a la pobreza y los problemas ambientales por sí solo.

- b. ¿No sería preferible utilizar las palabras “**Turismo solidario y sostenible**”?

Desde 2009, las preguntas sobre el turismo sostenible se multiplicaron. En Córdoba, con el Programa europeo TRES citado anteriormente, se hablaba de turismo responsable y solidario. El mismo año, Richard Sharpley<sup>304</sup> publicó su libro “Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? - ¿Desarrollo turístico and el Medio ambiente: más allá de la sostenibilidad?

En la descripción del libro, la editorial Routledge explica que Richard Sharpley, de la Universidad Central Lancashire, muestra los retos del paradigma de un desarrollo turístico sostenible que ha llegado a dominar enfoques teóricos y prácticos desde 1990. Amplía el debate sobre el turismo sostenible más allá del “plan” gestor y el enfoque centrado en el destino que sigue caracterizando incluso la agenda de “sostenibilidad” más reciente dentro del desarrollo turístico. *“Repasando la evolución del concepto de desarrollo turístico sostenible, sus manifestaciones contemporáneas en la literatura académica y los desarrollos y procesos políticos, el autor compara sus limitaciones con los contextos político-económicos, socioculturales y ambientales prevalecientes. A continuación, propone enfoques alternativos al desarrollo turístico que, sin embargo, mantienen la sostenibilidad ambiental como requisito previo para el desarrollo turístico”*<sup>305</sup>.

- c. El impacto real de la COVID19 sobre el turismo sostenible

Doce años más tarde de la publicación de este libro, en 2021, el análisis queda lo mismo y, además, se debe añadir varios otros impactos más que el sobreturismo y la crisis sanitaria nos traen. Además con la pandemia, unos académicos de la Cornell University se reunieron el 21 de Febrero de 2021 en una mesa redonda para discutir el impacto real de la COVID19 sobre el turismo sostenible<sup>306</sup>.

Para los participantes de la reunión de Cornell, la sostenibilidad con la pandemia esta analizada tanto con efectos positivos como negativos:

---

<sup>304</sup> Sharpley R. (2009). Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?. Routledge, Earthscan, London

<sup>305</sup><https://www.routledge.com/Tourism-Development-and-the-Environment-Beyond-Sustainability/Sharpley/p/book/9781844077335>

<sup>306</sup><https://business.cornell.edu/hub/2021/02/22/roundtable-recap-sustainability-in-the-era-of-COVID19>

Entre los positivos,

- Reducción significativa de las emisiones de carbono debido a la reducción de los viajes de larga distancia y los desplazamientos locales,
- Reducciones adicionales de carbono observadas debido a las bajas ocupaciones de grandes edificios comerciales,
- Reducciones de residuos de servicios públicos, tales como obtener una mejor sensación de uso de la utilidad de línea base para futuros puntos de referencia, identificar y reparar fugas de agua, mantener equipos de difícil acceso cuando los edificios están altamente ocupados, reducción del uso de productos químicos para ingeniería y limpieza,
- Aumento de las tecnologías sin contacto (cerraduras de habitaciones, máquinas de refresco sin contacto, check-in remoto),
- Reentrenamiento a medida que los empleados regresan al trabajo,
- Iniciativas contra la trata de personas que siguen vigentes, en particular en el segmento de grupos de clientes hoteleros,
- Mayor enfoque en el apoyo a la economía local y las empresas.

y los negativos,

- Devastadora pérdida de estabilidad económica en la industria hotelera,
- Pérdida significativa de empleos locales,
- Multiplicación de las reuniones virtuales para uso corporativo y personal que amenaza la salud económica actual y futura y los empleos en la industria,
- Aumento dramático en el uso de utensilios desechables, envases, etc.,
- Muchos restaurantes tienen el mandato de ofrecer comidas solo para llevar utensilios o desechables considerados más sanitarios, incluso para el consumo in situ,
- Buffets ahora potencialmente inseguros,
- Escasez de suministro para envases de un solo uso y otros suministros de saneamiento (más mascarillas),
- Uso de productos químicos más fuertes y tóxicos para la limpieza,

- Incluso si un hotel está cerrado, todavía requiere mantenimiento, servicios públicos y procesos especiales para mantener el equipo funcional y el medio ambiente seguro,
- Gestión de la satisfacción de los huéspedes debido a la reducción de servicios y comodidades (cierre de gimnasios y piscinas, comida sin servicio de habitaciones, ofertas reducidas de desayuno gratuito, etc.),
- Los miembros del equipo de sostenibilidad se han reducido/eliminado y las iniciativas de sostenibilidad se han reducido/cancelado,
- Algunas iniciativas de sostenibilidad (por ejemplo, la conservación del agua), particularmente en el segmento hotelero de lujo, pueden ser percibidas como un compromiso por los huéspedes. ¿Qué oportunidades existen para iniciativas de “no compromiso”?
- A menudo, las iniciativas de sostenibilidad “sin compromiso” son altamente intensivas en capital (por ejemplo, energía limpia), y eso plantea un desafío significativo después de la pandemia,
- Otro tema es que la pandemia ha obligado a muchos propietarios y operadores a centrarse en mantenerse a flote, y por lo tanto, algunas nuevas iniciativas de sostenibilidad han sido de- priorizadas en el corto plazo,
- No obstante, ¿Se puede priorizar la higiene y la sostenibilidad por igual y simultáneamente?

Esta lista está más enfocada al alojamiento y la restauración. Se pueden añadir otros efectos para los destinos turísticos, en particular el alivio de los residentes como en Venecia o Lisboa que vieron en la COVID19 la mejor manera de deshacerse de la gentrificación, y del creciente coste de masificación - sobreturismo. Las declaraciones de residentes de estos destinos acrecentaron a finales de 2020 y principios de 2021, lo que pidió reducir los flujos turísticos a los destinos más concurridos, aumentar los precios de los hoteles y apartamentos turísticos para ver reducida la demanda.

#### d. Del desarrollo sostenible a la transición ecologista

En general, el concepto de turismo sostenible se está desafiando primero porque el desarrollo sostenible se ha convertido en la “transición ecológica”, lo que marcaría un deseo más radical de cambio, incluso si el origen del uso del término “transición” para hablar de cambio medio - ambiental sigue

siendo bastante oscuro según Catherine Larrère, profesora emérita de filosofía en la Universidad de París 1 Panthéon-Sorbona.

Según Larrère (2021)<sup>307</sup>, desde 1992, las desigualdades sociales y económicas han aumentado en todo el mundo, mientras que los datos de la lucha contra el deterioro de la situación ecológica son incluso más que decepcionantes. Pero la palabra “transición” es polisémica: ¿de qué se trata? Tal vez queremos ser capaces de rechazar la transición a diferentes niveles y diferentes sectores: ¿transición ecológica?, ¿transición energética?, ¿transición del modelo turístico? Pero ¿cómo pensamos en la unidad de todas estas transiciones? ¿Y qué indica el uso de la transición desde el punto de vista del cambio ecológico y social para el turismo, los viajes, el ocio y la cultura?

Además, según Larrère, el Presidente estadounidense Jimmy Carter, consciente a finales de la década de 1970 de que la crisis energética requería un cambio profundo en la sociedad estadounidense, habría preferido el término transición al de crisis, porque lo consideraba con menos miedo, y probablemente vinculado al futuro con una planificación y gestión racional. Por lo tanto, el término transición es transdisciplinario y permite, pasando de un campo a otro, superar la dualidad de lo natural y lo artificial, como el de lo natural y lo social.

Algunos expertos hablan también de desigualdades intergeneracionales y del desarrollo sostenible. La crisis de la COVID19 condujo a una aceleración de muchas tendencias que ya se habían notado antes, incluido el agravamiento de las desigualdades entre generaciones. ¿Cómo se traducirá esto para la sostenibilidad del turismo? Las desigualdades que sufren los adultos mayores, pero especialmente las desigualdades que sufren los jóvenes en comparación con sus mayores, y cuyos síntomas de malestar son legión, *especialmente* durante su difícil integración social y profesional, e incluso en sus carreras. Aparte de la innegable pero desigual solidaridad familiar, ¿qué puede pasar y qué podemos hacer?

¿Cómo el turismo? ¿Determinando los motores del escenario puede darnos unas pistas para esta transición?

#### e. Motores del Escenario 2

---

<sup>307</sup> <https://www.20minutes.fr/planete/2982379-20210226-pourquoi-developpement-durable-devenu-transition-ecologique>

Los motores (drivers) del segundo escenario son relacionados con los aspectos positivos y negativos del turismo sostenible y lo serán más en la era de la post COVID19:

1. Cambio climático con subida de temperaturas en zonas turísticas, aumento de eventos climáticos extremos... y Emulación en la lucha contra el cambio climático (multiplicación de iniciativas privadas – ONG);
2. Sobreturismo de unos destinos como los de las Listas del Patrimonio Mundial de la UNESCO;
3. Gentrificación de los centros urbanos más notorios;
4. Digitalización con Big u Open Data;
5. Sensibilización e información pública (también las empresas turísticas pueden hacer de la sostenibilidad una parte genuina de la experiencia hotelera y utilizarla como una oportunidad para educar a los huéspedes y generar interés);
6. Gobernanza y Transparencia de las acciones públicas;
7. Certificación/ Etiquetado en sostenibilidad: Puede haber un papel para la certificación en sostenibilidad para las PYME turísticas.

El precio no es el principal motor entre todos los consumidores. Algunos segmentos buscan marcas con una historia que contar que se alinee con sus valores personales.

Los expertos que han respondido al cuestionario Likert no han visto que pasamos de una visión hacia un desarrollo sostenible en el marco de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) a un proceso para poner en marcha la transición energética y ecológica hacia una sociedad des-carbonizada.

#### f. El DAFO Escenario 2: la sostenibilidad, factor de desigualdades

Sin embargo, debido a los acontecimientos de los años 2020 y 2021, y en particular a la pandemia, una serie de nuevos temas en sostenibilidad también han surgido como oportunidades y desafíos potenciales como lo veremos en la tabla DAFO simplificada del Escenario 2 con sus fortalezas, sus debilidades, sus oportunidades y sus amenazas.

En este escenario, una perspectiva gerencial, fomentada por el enfoque sistémico de las cuestiones transitorias, no puede ser suficiente para dar cuenta de un cambio lo suficientemente profundo como para pedir una



transformación de las formas de vida, que no se enseña ni se controla, sino que necesariamente implica iniciativas de la sociedad civil y basadas en competencias políticas democráticas.

Pero al final, las iniciativas en favor del desarrollo turístico sostenible deben tener una prioridad para después de la pandemia de la COVID19.

En lo que se refiere a las iniciativas del ESG, al menos persistirán algunos recortes temporales después de la pandemia en los recursos que apoyan las iniciativas de sostenibilidad. ¿Cómo utilizar factores ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) para evaluar a las empresas y países sobre la sostenibilidad turística? **¿Debemos hablar del turismo sostenible o de la sostenibilidad del turismo después de la pandemia?** Sin embargo, la sostenibilidad conservará su lugar como pilar en las estrategias de los territorios, propietarios, marcas, operadores y clientes de la industria turística.

**Tabla 39**  
**DAFO del escenario 2: la sostenibilidad, factor de desigualdades**

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entornos urbanos o naturales sostenibles, limpios (sin contaminación)</li> <li>- Dominación de los smart destinos</li> <li>- Co- gobernanza y participación de la ciudadana</li> <li>- Reducción de la huella de carbono</li> <li>- Interés de los grupos ecológicos que no ve la industria turística como una industria de depredadores</li> <li>- Media y redes en favor de las iniciativas sostenibles</li> <li>- Menos controles fronterizos como en el Espacio Schengen</li> <li>- Más empleos</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- European Green Deal</li> <li>- Finanza sostenible</li> <li>- Nuevos modos de consumo de los grupos de las generaciones más jóvenes</li> <li>- Comida conectada a una agricultura artesanal y local (permacultura)</li> <li>- Mas integración con la ciudadana (inclusión social)</li> <li>- Lucha contra los plásticos y los desechos</li> <li>- Utilizar el turismo como instrumento para los derechos humanos, animales y de la naturaleza</li> <li>- Ethical Traveler</li> <li>- Fondos europeos</li> <li>- Modelo que se puede exportar en países del Mediterráneo, de América latina, del Caribe y de África</li> <li>- Mejor utilización de las redes sociales</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sobreturismo y Gentrificación de los centros urbanos más famosos</li> <li>- Aumento de los precios de alquiler y de los bienes de consumo en destinos turísticos famosos</li> <li>- No claridad en la visión del desarrollo sostenible</li> <li>- Lentitud de la aplicación de la reglamentación y de la creación de estándares en favor del turismo sostenible</li> <li>- Turismo de largo alcance hacia destinos exóticos que tiene una posición paradójica sobre su huella ecológica</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechazo social de residentes permanentes</li> <li>- Factores psicológicos</li> <li>- Rechazo de unos grupos políticos (ultraizquierda o ultraderecha)</li> <li>- Falta de agilidad para aplicar la transición energética y ecológica</li> <li>- Falta de financiación a nivel de los territorios</li> </ul>

Fuente: *Elaboración propia*

En resumen, este turismo sin duda tendrá una menor huella de carbono, hará un uso extensivo de las nuevas tecnologías, estará más inclinado a proteger la biodiversidad y con una dieta orgánica flexitariana,

seguirá creando desigualdades debido a la gentrificación de los destinos más notorios y los costes adicionales de inversión y promoción a favor de tal turismo. El rechazo de las poblaciones locales se incrementará considerablemente.

### **C. El tercer escenario: un turismo inteligente en una economía circular**

#### a. El marco teórico

##### i. Hacia una economía descarbonizada

¿Cuál es la utilidad de la supervisión y la previsión como instrumento para explorar posibles futuros (anticipación) en beneficio de la decisión y la acción, y por lo tanto en el desarrollo de políticas y estrategias a corto, mediano y largo plazo? El tercer escenario propone, según nuestras hipótesis, un futuro más llevadero y sostenible en una sociedad descarbonizada. Porque no todo va a reiniciarse como antes, especialmente los comportamientos turísticos.

Los expertos que han respondido a la encuesta Likert han sido pocos en ver los caminos hacia esta sociedad descarbonizada. Se han quedado con el concepto de turismo sostenible como lo más priorizado. Solo algunos académicos y profesionales vieron otro futuro y eligen vías innovadoras. Hay más conservatismo en los organismos institucionales, quizás porque están directamente conectados a responsables políticos que no han hecho su “revolución intelectual” hacia una sociedad descarbonizada como podemos ver en Córdoba, por ejemplo, (Lanquar & Ramos, 2021). Muy pocos de estos expertos ven en los modelos presentados por Meadows y su equipo caminos para el futuro del turismo.

Al contrario, el francés Jean-Marc Jancovici que se convirtió en una figura de la ecología durante la pandemia, manifiesta la necesidad de examinar más de cerca “Los Límites al Crecimiento” de Meadows & al. y de hacer una revolución intelectual. Para este ingeniero, subestimamos el papel desempeñado por los combustibles fósiles en el desarrollo del crecimiento mundial desde el siglo XIX, como ha demostrado Sir Angus Stewart Deaton (2015)<sup>308</sup>, que fue galardonado con el Premio Nobel de Economía en 2015

---

<sup>308</sup> Deaton A. (2013). *The Great Escape: Health, Wealth, and the Origins of Inequality*. Princeton University Press, Princeton. En español, *El gran escape*, México, FCE, 2015. En francés, *La Grande Evasion*, PUF, Paris, 2015

por su trabajo sobre el extraordinario enriquecimiento de Occidente en el siglo XIX.

Después de haber pasado el pico del petróleo y vivir bajo la amenaza constante del cambio climático, tendremos más problemas con cada vez menos medios para prosperar... Según él, no debemos limitarnos a las frías estadísticas conectadas al PIB, sino mostrar cómo “*el efecto de la pobreza afecta fundamentalmente a la vida emocional social y psicológica de sus víctimas, privadas de los medios para protegerse de las anomalías de la vida. De ahí la explosión en las tasas de suicidio, las muertes por alcoholismo y sobredosis de drogas y opioides*”. Como vemos con los hombres blancos en los Estados Unidos.

Pero, lo que más ha marcado las mentes en Europa son las palabras de Deaton muy críticas con los periodistas y los políticos. Esto se encuentra en las respuestas de la encuesta Likert sobre el futuro del turismo que muestra cierta ambigüedad por parte de los medios de comunicación y de los representantes institucionales.

## ii. Vías a considerar

Si el turismo ha tenido la mayor crisis de su historia en 2020 – 2021, se debe intentar encontrar nuevas fórmulas, productos y servicios que no sólo promoverán su resiliencia (¿y podemos preguntar si es exacto a largo plazo?), que le permitirán adaptarse al cambio climático y reducir su impacto ambiental.

Además, si las prácticas turísticas actuales refuerzan las desigualdades, ¿cuáles son las soluciones para reducir esta creciente brecha que amenaza el equilibrio de nuestras sociedades tal como demostró Thomas Piketty (2014) en *El Capital en el siglo XXI*<sup>309</sup>?

Dos vías deben ser consideradas:

- 1- la del turismo inteligente utilizando la digitalización y la inteligencia artificial que optimizará las operaciones de información, reserva y pago, también del transporte, como la optimización del tráfico por carretera, el uso apropiado de los aparcamientos, la predicción y facilitación del mantenimiento y reparación de edificios y equipos - esta lista no es exhaustiva;

---

<sup>309</sup> Piketty Th. (2014). *El Capital en el siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica, Madrid

- 2- la de la economía circular para “*superar el modelo económico lineal de extracción, fabricación, consumo y descarte mediante la convocatoria de un consumo sobrio y responsable de los recursos naturales y materias primas primarias, así como, por orden de prioridad, la prevención de la producción de residuos*” (Definición Google) que podemos aplicar al turismo.

Estos objetivos están actualmente en el centro de los debates sobre el turismo pos-COVID19. Par ejemplo, el 3 de marzo de 2021, la Comunitat Valenciana ha organizado una Jornada Virtual sobre Casos de Uso de Inteligencia Artificial y Ética<sup>310</sup> “con la intención de aproximar los principales conceptos y funciones al sector turístico así como mostrar casos de uso de empresas que ofrecen soluciones con Inteligencia Artificial”.

El 4 de marzo de 2021, con la conferencia “Nuevos paradigmas competitivos en los destinos de Sol y Playa”, Exceltur, la Alianza española para la Excelencia Turística, ha presentado los resultados del informe SOLYTUR en el marco de los Fondos Next Generation de la Unión Europea. Para evitar una recuperación lenta y volátil, su Director Ejecutivo José Luis Zoreda, pide una hoja de ruta por el uso de los fondos europeos y no solamente en los sectores donde hay más competición, sino en temas que muestran caminos del futuro como la digitalización y según unos territorios, en relación con la economía circular, insistiendo sobre la necesidad de más flexibilidad para asegurar la transformación.

### iii. Entrar en una nueva era

A nivel mundial, el turismo debe entrar en una nueva era, con la cultura de la solidaridad o del cuidado según la expresión que utiliza el Papa Francisco<sup>311</sup>.

A nivel más local, varios ejemplos muestran la creación de productos y servicios dedicados a reducir la huella de carbono del turismo. En Córdoba y varias ciudades españolas desde 2016-2017, el Metrominuto, mapa sinóptico que mide distancias y tiempos caminando entre diferentes sitios de cada localidad<sup>312</sup>, pide a los turistas de caminar con su propia energía. Más allá de un turismo accesible, la idea es que debemos prepararnos para un

---

<sup>310</sup> <https://www.invattur.es/event/casos-de-uso-de-inteligencia-artificial-y-etica-en-el-sector-turistico/>

<sup>311</sup> “We need of culture of care”: <https://vaticannews.va/en/Vatican-city/news/2020-12/cardinal-parolin-after-paris-agreement-we-need-a-culture-of-c.html>

<sup>312</sup> movilidad.cordoba.es>metrominuto; <https://www.cordobapie.es/>

turismo urbano sin coches. El turismo urbano puede convertirse en un laboratorio para la transición ecológica y energética en el transporte.

En Francia, ahora el término demasiado usado “metro, trabajo, dormir” (“métró, boulot, dodo”) parece irrelevante cuando sabemos que 3 de cada 4 franceses utilizan un coche para ir a su lugar de trabajo. Es el mismo patrón que observamos en las grandes ciudades españolas y no sólo en Madrid, Barcelona, Sevilla o Valencia. Por supuesto, las ciudades no van a sacar coches de sus centros, pero todo el mundo tiene interés en prepararse para mejorar la calidad de vida en el trabajo, el bienestar de los ciudadanos y la imagen y el atractivo de un destino turístico.

Tal vez la medida más estructurante será la implementación de una contabilidad ambiental que tenga en cuenta las externalidades negativas de los viajes turísticos. Haría inmediatamente visibles estas cuestiones y daría un valor concreto a los esfuerzos de las empresas, de las organizaciones y de los territorios. Sin embargo, varios estudios muestran en Europa y América del Norte que el coche es responsable de sólo el 25% de las concentraciones de óxido de nitrógeno (Nox) y que las partículas finas se han dividido por 3 en los últimos treinta años. ¿Es necesario apoyar plenamente la idea de que la retirada del coche en el centro de la ciudad eliminará la contaminación?

Olivier Bessy (2021)<sup>313</sup> cree que la pandemia puede ser un detonante para iniciar un cambio real en la forma en que practicamos el turismo. Ahora debemos pensar cualitativamente en lugar de simplemente comparar el número de turistas que han cruzado fronteras. Para él, es necesario “reinventar lo ordinario”, precisamente lo que propone el turismo inteligente.

Por otro lado, si tomamos el ejemplo de Francia según Jean Pinard<sup>314</sup>, sabemos que el 10% de su población concentra gran parte de los presupuestos de comunicación de las organizaciones de turismo institucional. Sin embargo, la gran mayoría de los franceses que se van de vacaciones se alojan cada verano en alojamientos no comerciales y no muy lejos de su residencia principal, utilizando el tren (bonos vacacionales subvencionados por el Estado) o el coche familiar. Por lo tanto, las apuestas de crecimiento de la economía turística no deben basarse en la búsqueda de nuevas clientes en nuevos mercados, sino en un mayor consumo de actividades de ocio por parte de la población de proximidad. La ausencia de clientes extranjeros el verano 2020 puso de relieve este error de estrategia de

---

<sup>313</sup> Bessy O. (2021). Pourquoi il est temps de réinventer le tourisme. In *Tourisme en transition*, 19 janvier 2021, Atémia, Saint-Baldoph – Chambéry

<sup>314</sup> Pinard J. (2021). La crise du COVID19 : conjoncturelle ou structurelle ?. In *Revue Espaces* n°358 - Janvier 2021, Paris

marketing en un momento en que el potencial de los clientes locales es inmenso.

#### iv. Las críticas hacia la OMT

Jean Pinard es un profesional, director general del CRTL (Comité Regional de Turismo y Recreación de Occitania) que desarrolló la tarjeta OCC'ygène (oxígeno) desplegado por la Región de Occitania y el CRTL para la población de su región. Pinard estima que “la OMT no entendió nada”. Para él, hablar de “nuevo turismo” no es el ángulo adecuado para la reflexión, el término “nuevo” en marketing es demasiado publicitario. Ya no son nuevos los turistas que nuestra economía necesita, y si queremos nuevos turistas vamos a necesitar nuevas estrategias y eso es lo más difícil porque va a requerir muchos actores, sobre todo institucionales, para salir de su zona de confort. “*La Organización Mundial del Turismo (OMT) es uno de esos actores que no han entendido nada. Su única producción es calcular el momento de la vuelta a la normalidad de la economía turística*”<sup>315</sup>.

¿Qué es la normalidad para la OMT? ¿Pretender que esta crisis no conduciría a otros? ¿Ignorar el rechazo del turismo por parte de los residentes permanentes como en Venecia, Brujas, Ámsterdam y pronto Barcelona? La OMT, al igual que muchos actores institucionales, se beneficiaría de identificar variables clave del futuro, reducir las incertidumbres y detectar los escenarios más probables, posicionarse estratégicamente, evaluar las posibles opciones disponibles para el turismo mundial y cada destino y, sobre todo, evitar el diagnóstico erróneo y la toma de decisiones.

La respuesta de la OMT es frágil. Con ocasión de la en la ITB Berlín de marzo 2021 la OMT insta a un futuro más equitativo y sostenible para el turismo bajo el lema “*Menos residuos, más oportunidades*”. La OMT, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Fundación Ellen MacArthur organizaron conjuntamente el evento titulado «Eliminar. Innovar. Circular: Estrategia de la Iniciativa Mundial sobre Turismo y Plásticos» en el que se presentó información esencial sobre los sectores público y privado. La contaminación por plásticos dentro del turismo es solo un aspecto del impacto del turismo y la OMT como el PNUMA proponen solamente una utopía tecnológica para resolverlo y crean un mundo distópico, “perfecto” como en las obras de George Orwell (1984), de Aldous Huxley (Un mundo feliz) o de Ray Bradbury (Fahrenheit 451). ¿Así no sería mejor utilizar el lema de “Small is beautiful” de E. F. Schumacher?

---

<sup>315</sup> Pinard J. (2021), ídem

## v. La posición del Parlamento Europeo

Por su parte, el Parlamento Europeo ha publicado en Febrero de 2021, las conclusiones de su comité TRAN “*Relaunching transport and tourism in the EU after COVID19*”<sup>316</sup>. Fueron las siguientes:

- 1- Los desplazamientos y los hábitos de compra en las zonas urbanas han cambiado con el aumento del andar, del ciclismo, de los viajes en coche y de las compras online, en detrimento del uso del transporte público. Los viajes de larga distancia han disminuido significativamente, lo que ha dado lugar a la pérdida de ingresos y puestos de trabajo en los sectores del transporte y del turismo y en los que dependen de ellos (por ejemplo, los sectores industriales y minoristas).
- 2- El principal desafío operativo al que se enfrenta la industria del transporte y el turismo ha sido garantizar la salud del personal y los pasajeros, garantizando al mismo tiempo una adecuada prestación de servicios.
- 3- La Unión Europea está prestando una asistencia crucial a los ciudadanos, los gobiernos y la industria del transporte y el turismo para que puedan lograr la sostenibilidad y la resiliencia después de la crisis actual.
- 4- La Unión Europea ha proporcionado directrices, legislación y apoyo financiero para mitigar la propagación del virus, mantener los servicios transfronterizos esenciales y proteger el mercado único.
- 5- La recuperación del turismo se basa en el éxito de la campaña de vacunación y en el apoyo financiero y las acciones políticas que ayudarán a la industria a adaptarse a la situación económica.

### b. Basarse en los conceptos de la economía circular

Tomando en consideración estos análisis, el tercer Escenario está esencialmente basado sobre los conceptos de la economía circular que podría fundarse sobre tres principios:

---

<sup>316</sup> Rodrigues M. & al. (2021). Research for TRAN Committee – Relaunching transport and tourism in the EU after COVID19. Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Directorate-General for Internal Policies. Parlamento europeo, Luxemburgo



- 1- No desperdicios: lo que significa que los productos y servicios turísticos deben ser diseñados y optimizados para un continuo ciclo de desensamblado y reutilización al final de su vida útil.
- 2- Una cuidadosa gestión de los flujos de materiales, o sea en primer lugar de los nutrientes biológicos, diseñados para reincorporarse a los ecosistemas naturales y de los “nutrientes tecnológicos”, que deben ser diseñados para reincorporarse sin pérdida de valor al sistema industrial.
- 3- Uso exclusivo de energías renovables.

Se estima que más empresas y emprendedores pueden contribuir a la economía circular utilizando diferentes modelos de negocio en el turismo y transporte de personas. Las buenas prácticas se multiplican desde unos años en todo el mundo, no solamente desarrollado<sup>317</sup>, sino en Africa, Oriente Medio, América Latina y Caribes.

#### i. El papel esencial de las empresas

También hay empresas que contribuyen a la economía circular prolongando la vida útil de sus productos y evitando la obsolescencia programada o las empresas de plataformas de uso compartido como Blablacar (para coches); es asimismo el ejemplo de CIWY<sup>318</sup> en París, una plataforma que surgió del movimiento alternativo y colaborativo, que propone conectar lugareños y viajeros; además es una aplicación que recopila el conocimiento de su comunidad por sus habitantes con el fin de facilitar la estancia de los viajeros y hacerles vivir una experiencia auténtica. El no mercantil es el valor fundacional del proyecto. Sin olvidar las empresas que operan bajo el modelo de negocio de producto como servicio, dejando el modelo lineal y eliminando los intermediarios como los agentes de viaje.

Al mismo tiempo, según Marine Loisy (2017)<sup>319</sup>, el habitante se convierte en el eslabón esencial en el sistema turístico. Ya no es sólo una cuestión de profesionales. La recepción por parte del habitante ya no es una forma marginal de suministro, destinada a una clientela igualmente marginal. Muchos destinos sitúan al habitante en el centro de su estrategia de desarrollo

---

<sup>317</sup> En 2018 por ejemplo para la Región báltica: [https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/cirtoinno-handbook\\_eng-rev.-4.pdf](https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/cirtoinno-handbook_eng-rev.-4.pdf)

<sup>318</sup> Banget-Mossaz P. (2017). Ciwy remet le citoyen au cœur du tourisme collaboratif. In *Revue Espaces tourisme & loisirs*, n°335, Mars 2017, Paris

<sup>319</sup> Loisy M. (2017). L’habitant, maillon essentiel du système touristique. In *Revue Espaces tourisme & loisirs*, n°335, Mars 2017, Paris

turístico, mientras que los operadores destacan el hecho de “vivir como un local”. Dentro del sistema turístico, el habitante juega un papel esencial. Como proveedor, cliente o promotor del destino, también es un componente de la oferta. ¡Pero cuidado con la ambigüedad del alquiler de los apartamentos turísticos que rechazan residentes permanentes (en particular los pensionistas) fuera de los centros urbanos! No obstante, pocos estudios se han centrado en el establecimiento de una economía circular en el sector turístico.

Carlos Rodríguez Robaina, Carmen Florido y Marta Jacob han publicado en febrero de 2021 una reflexión sobre este tema para las islas Canarias<sup>320</sup>. Ellos explican que la economía actual, una economía lineal “*usar y tirar*” genera una cantidad de residuos asombrosa. Si en Europa solo el 12 % de los recursos materiales utilizados provienen del reciclaje y de la recuperación, el 88 % restante se pierde a pesar del Plan para la Economía Circular europeo, vigente desde 2015, y en España la Estrategia nacional de Economía Circular<sup>321</sup> aprobada por el Gobierno español en junio de 2020. Los autores revelan en particular que Canarias lideran, con Baleares, el ranking de comunidades autónomas en cuanto a generación de residuos per cápita. Por eso “*se hace indispensable la transición a modelos de producción de economía circular en el turismo*”.

## ii. La actitud de los turistas

Los autores explican que la actitud de los turistas es clave en la economía circular, pero también otros actores relevantes: organizaciones gestoras del destino, población residente, y empresas hosteleras y turísticas, sino los esfuerzos realizados por hoteleros y administraciones no serán del todo útiles.

Sus principales conclusiones fueron las siguientes, conclusiones parecidas a los de la OMT y del PNUMA en marzo de 2021 en el ITB de Berlín:

*“- Los turistas mayores y las mujeres tienen una actitud y un comportamiento más circular.*

*“- La actitud de los turistas hacia las prácticas circulares varía según el perfil sociodemográfico. Los turistas alemanes y suecos, y aquellos con*

---

<sup>320</sup> Hacia una economía circular en el sector turístico, 21 febrero 2021, <https://theconversation.com/hacia-una-economia-circular-en-el-sector-turistico-155160>

<sup>321</sup> [https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/espanacircular\\_2030\\_executivesummary\\_en\\_tcm30-510578.pdf](https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/espanacircular_2030_executivesummary_en_tcm30-510578.pdf)

*mayor nivel educativo, son los que muestran una actitud más proactiva respecto a las prácticas ambientales que llevan a cabo los hoteles.*

*“- Las prácticas circulares más comunes son el uso de papeleras de reciclaje y la reutilización de toallas. Por contra, las menos realizadas son: mantener el aire acondicionado por encima de los 22°C y usar el tanque de descarga parcial en los lavabos”.*

Los autores también revelan que *“el 86,5% de los turistas realizan las mismas prácticas de economía circular durante sus vacaciones en la isla que en su lugar de residencia y solo existen diferencias significativas según la edad del turista en la frecuencia de realizar las mismas prácticas circulares en casa que cuando viaja. Los turistas mayores de 55 años realizan con mayor frecuencia que los turistas más jóvenes las mismas prácticas circulares en casa que cuando viajan”.*

¿Puede ser la solución, el turismo circular, utilizando los recursos de las tecnologías de la inteligencia artificial y de la digitalización para aumentar la competitividad de la industria del turismo? Carlos Rodríguez Robaina & al. (2021) concluyen que *“la industria turística debe centrarse en invertir en formación, innovación e investigación, y en dotar de recursos para lograr la transición a un modelo de economía circular en el sector”.*

Debido a la crisis sanitaria de 2020- 2021, se multiplican las iniciativas prometedoras para mitigar la crisis del transporte. Son iniciativas que se han centrado en herramientas digitales, análisis de datos innovadores, automatización, soluciones sin contacto en las operaciones transfronterizas, la venta de billetes y los pagos. Algunas soluciones han tenido por objeto proporcionar una mejor información a los viajeros y operadores, como mostrar la ocupación en tiempo real de los trenes y los planificadores de rutas que integran retrasos transfronterizos (por ejemplo, Truck Route Planner).

En resumen, la transición desde el actual sistema económico lineal hacia una economía circular permitiría compatibilizar el desarrollo y bienestar económico de la población mundial con la capacidad natural del planeta para soportarlo. Expertos estiman que podría generar un valor próximo a 4,5 billones de dólares en 2030, al tiempo que abundantes oportunidades de empleo y una mayor innovación.

¿Cómo aplicarlo al turismo? Según Javier Carrillo Hermosilla (2020)<sup>322</sup>, este proceso puede ser largo, lento, costoso y probablemente

---

<sup>322</sup>Carillo Hermosilla J. (2020). Economía circular: una oportunidad para la recuperación sostenible. The Conversation, 15 de julio de 2020 <http://www.ipsnoticias.net/2020/07/economia-circular-una-oportunidad-la-recuperacion-sostenible/>

frustrante en el corto plazo. Quizás no muchos países y empresas puedan permitirse liderar esta transición. Lo que parece evidente es que pocos podrán mantenerse al margen de ella.

Finalmente, se deberían tener presente los conflictos de generaciones y de géneros. La Revista francesa *Futuribles* ha dedicado su número 441 del año 2021 a este tema. Para Hugues de Jouvenel<sup>323</sup> si la crisis de la COVID19 está acelerando muchas de las tendencias, incluido el empeoramiento de las desigualdades sociales, incluso entre personas cualificadas y no calificadas, quizás lo más preocupante son las desigualdades intergeneracionales.

Demasiado interés ha sido puesto en las personas mayores, menos en los jóvenes, los estudiantes que, según las palabras del Presidente francés Macron “*se encuentran en situaciones alarmantes, y que algunos en tal depresión, toman la decisión de suicidarse*”. Hugues de Jouvenel subraya la capacidad de las personas mayores (60 años o más) que son privilegiados en términos de ingresos y nivel de vida, y más aún porque tienen una proporción cada vez mayor de la riqueza, principalmente invertidos en activos de bajo riesgo y no en inversiones futuras. La desigualdad está creciendo peligrosamente y hay una necesidad urgente de abordarlos.

También sobre las desigualdades de género: el Banco Mundial, por su parte, según su nuevo informe 2021<sup>324</sup>, ha confirmado que los países continúan avanzando lentamente hacia una mayor equidad de género; sin embargo, las mujeres en todo el mundo se enfrentan a leyes y regulaciones que limitan sus oportunidades económicas, especialmente frente a los nuevos desafíos causados por la pandemia de COVID19 en materia de salud, seguridad, y protección económica.

Entonces, ¿qué adviene con el concepto de resiliencia que muestra el turismo? El neuropsicólogo francés Boris Cyrulnik, considerado el mejor experto europeo sobre la resiliencia, intervino durante la crisis de la COVID19 sobre la influencia del medio natural en nuestro propio modelo de desarrollo. En su libro publicado en el primer trimestre de 2021, *Des âmes et des saisons, Psycho-écologie*<sup>325</sup>, Cyrulnik cree que tendremos que cambiar rápidamente y repensar toda la civilización, porque según él, acabamos de entender que “*el hombre no está por encima de la naturaleza, está en la naturaleza... Nos estamos moviendo demasiado y demasiado rápido. Fueron*

---

<sup>323</sup> Jouvenel H. (Fév. 2021). Editorial. *Revue Futuribles* n° 441, Paris

<sup>324</sup> Banco Mundial (2021). *Mujer, Empresa y el Derecho 2021*. World Bank, Washington <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2021/02/23/laws-still-restrict-womens-economic-opportunities-despite-progress-study-finds>

<sup>325</sup> Cyrulnik B.(2021). *Des âmes et des saisons, Psycho-écologie*. Odile Jacob, Paris

*los aviones los que llevaron el virus, antes del siglo XX fueran los barcos... Fuimos tan lejos que olvidamos que éramos sólo un pedazo de naturaleza, que dependíamos de la naturaleza y que si dañamos la naturaleza, nos dañaríamos con ella”.*

Por otro lado, Boris Cyrulnik estima que necesitamos los otros para construirse y que viajar, por ejemplo, tiene un impacto positivo en la salud mental.

La naturaleza constituye los bienes comunes (“*commons*”). Es alrededor de estos bienes comunes que se construye este último escenario para un turismo inteligente utilizando todas las herramientas de la economía circular.

La primera mujer en recibir un Premio Nobel de Economía en 2009, Elinor Ostrom, fue galardonada por su análisis de la gobernanza económica, particularmente el impacto de los bienes comunes sobre la acción colectiva, la gestión de los bienes comunes y bienes públicos, centrados en la investigación transversal entre la economía y las otras ciencias sociales. La forma en que los territorios y las comunidades son capaces de hacerse cargo de la gestión y explotación sostenibles de los recursos naturales permite comprender los profundos vínculos entre lo social y lo ambiental. Según Ostrom<sup>326</sup>, no hay una sola solución para manejar un problema, pero a menudo diversas soluciones que dependen de las condiciones e instituciones locales.

Estos bienes comunes van más allá de la naturaleza y del medio ambiente, también se refieren a los productos como podrían ser las vacunas, o el intercambio de datos (Open Data). Esto no quiere decir que estas soluciones sólo provendrán de los Estados centralizados como en la China Popular. La gobernanza de los recursos naturales utilizados por muchos individuos en común es un tema de creciente preocupación para los analistas de políticas. Tanto el control estatal como la privatización de los recursos son válidos, pero ni el Estado ni el mercado han tenido un éxito uniforme en la solución de problemas de recursos comunes. Estos a veces son resueltos por organizaciones voluntarias en lugar de por un Estado coercitivo.

¿Cómo se aplica al futuro del turismo? ¿Se necesitará sobre todo una voluntad política y decisiones judiciales para poner fin a estas desigualdades, lograr una verdadera resiliencia del turismo y permitir un verdadero

---

<sup>326</sup> Ostrom E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action* (Political Economy of Institutions and Decisions). Cambridge University Press, Cambridge

desarrollo local de los territorios para que el turismo recupere su capacidad de crear bienestar y progreso?

c. Motores del 3<sup>er</sup> Escenario

Los motores de tercer escenario tienen una conexión directa con los motores de desarrollo de un smart turismo y de la economía circular en el uso de los bienes comunes que son el patrimonio cultural y natural, los territorios:

- 1- Digitalización acelerada de las empresas, de los organismos de gestión de destinos turísticos, sus promociones, su marketing, su gestión en favor de un smart turismo con introducción acelerada de Inteligencia Artificial en los productos y los servicios turísticos.
- 2- Legislación, reglamentación y normas en favor de un turismo de proximidad e incentivos a un turismo rural, de naturaleza: lo que incluyen facilitar modos activos, como caminar y andar en bicicleta, en trabajo flexible.
- 3- Reducir las cargas administrativas transfronterizas, promover soluciones sin contacto y digitalización de la industria.
- 4- Legislación y reglamentación a favor del rail, de la navegación (marítima o fluvial), de los combustibles limpios.
- 5- Legislación y normas en favor de la economía circular (plataformas, sistemas colaborativos, reciclaje y reducción de los desechos...) y ordenación del territorio que da prioridad a la economía circular.
- 6- Impuestos y tasas al transporte turístico en función de su huella de carbono.
- 7- Incentivos y promoción del patrimonio cultural y urbano de proximidad.
- 8- Reglamentación en favor de la lucha contra el cambio climático.
- 9- Reglamentación en favor de una permacultura y de productos agrícolas locales.

¿Podemos definir unos posibles objetivos cuantitativos para este escenario?

**Tabla 40**  
**Estimaciones del turismo mundial para los escenarios 2 y 3**

<b>Escenarios</b>	<b>Llegadas nacionales .000s</b>	<b>Llegadas internacionales .000s</b>	<b>Total mundial .000s</b>
<b>2 - Turismo Sostenible</b>			
2019	4.000.000	1.500.000	5.500.000
2030	3.500.000	1.700.000	5.200.000
2050	3.000.000	1.900.000	4.900.000
<b>3- Economía circular y digitalización</b>			
2019	4.000.000	1.500.000	5.500.000
2030	5.000.000	1.300.000	6.300.000
2050	6.000.000	1.100.000	7.100.000

Fuente: *Estimaciones provisionales propias del autor*

Al contrario del Escenario 2, las llegadas del turismo internacional del Escenario 3 bajarán, las del turismo nacional subirán mucho. Por el Escenario 2, el crecimiento de las llegadas internacionales subirá de menos 2% por año hasta 2030 y 1% entre 2030 y 2050, excepto el periodo 2020-2023; al contrario, el turismo nacional puede perder más de 3% cada año de la base admitida por la OMT aproximativamente de 4.000 millones de desplazamientos.

Por el Escenario 3, el crecimiento de las llegadas internacionales puede decrecer de 4% hasta 2050 y no llegar a 1.100 billones. Al contrario, el turismo nacional puede subir de más de 3% hasta 2050. El total mundial subirá a 7.100 billones en 2050 en frente a 4.900 billones con las estimaciones del Escenario 2 que muestra las desigualdades y el aumento de la pobreza de las poblaciones en el mundo. Al contrario, en el contexto del Escenario 3, el número de personas que tomaran vacaciones crecerá y podemos llegar a 7.100 billones de llegadas turísticas en el mundo.

d. El DAFO del tercer escenario

El tercer Escenario: *Un turismo inteligente en una economía circular* se representa en una tabla DAFO con sus fortalezas, sus debilidades, sus oportunidades y sus amenazas como lo vemos en la Tabla 41. Este Escenario

muestra unas características que encontramos en los dos anteriores escenarios, en particular el Escenario 2 sobre el turismo sostenible.



**Tabla 41**  
**DAFO del escenario 3 “un turismo inteligente en una economía circular”**

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reducción de las desigualdades</li> <li>- Reducción de las huellas de carbono</li> <li>- Aumento del ratio de salida de vacaciones de las poblaciones</li> <li>- Aumento del empleo local y de la creación de empresas territoriales</li> <li>- Utilizado más racional de los instrumentos de la digitalización y de la Inteligencia Artificial</li> <li>- Mas importancia dada a los aspectos de seguridad sanitaria</li> <li>- Reducción del turismo de lujo</li> <li>- Reducción de los desechos, del uso de plásticos</li> <li>- Utilización de energías renovables</li> <li>- Importancia dada al turismo de familias, discapacitados, minorías, LGTB</li> <li>- Importancia dada a la cultura local (historia, tradiciones, gastronomía)</li> <li>- Artesanía local y shopping de productos locales</li> <li>- Importancia de la Gobernanza (políticas provincial, autonómica y nacional)</li> <li>- Precios ligeramente superiores a turismo de masa.</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyos políticos internacionales, europeos, nacionales y locales</li> <li>- European Green Deal</li> <li>- Nuevas posturas federales norteamericanas</li> <li>- políticas chinas en favor del turismo rural (y otras similares a las del Escenario 2)</li> <li>- Finanza sostenible</li> <li>- Nuevos modos de consumo de los grupos de las generaciones más jóvenes</li> <li>- Comida conectada a una agricultura artesanal y local (permacultura)</li> <li>- Mas integración con la ciudadana (inclusión social)</li> <li>- Ethical Traveler</li> <li>- Fondos europeos</li> <li>- Modelo que se puede exportar en países del Mediterráneo, de América latina, del Caribe y de Africa</li> <li>- Utilización de las redes sociales en favor de la “igualdad turística”</li> <li>- Fidelización</li> <li>- Alargar estancia media.</li> <li>- Menos estacionalidad.</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menos turistas extranjeros</li> <li>- Menos promoción</li> <li>- Menos inversiones importantes en las infraestructuras y los equipamientos turísticos</li> <li>- Modelo urbanístico periférico.</li> <li>- Excursionistas.</li> <li>- Reducción de la REVPAR (menor rentabilidad)</li> <li>- Valoración negativa del viaje (limpieza, alquiler de coche, señalización turística, autobuses).</li> </ul> <p><i>Fuente: Elaboración propia</i></p>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Papel de organismos internacionales como la OMT, el Banco Mundial, OMPI (propiedad intelectual)</li> <li>- Negación de parte de las empresas de transporte, en particular sobre impacto del turismo sobre el cambio climático</li> <li>- Falta masa crítica hotelera (plazas insuficientes) y poca inversión en hoteles estándares.</li> <li>- Poca innovación en nuevos productos/servicios</li> <li>- Población envejecida y decreciente.</li> <li>- Éxodo rural</li> <li>- Presupuestos menguantes (promoción e inversiones públicas).</li> </ul>

Tenemos un Escenario 3, esta vez disruptivo, que puede dar el único visón de un turismo que nos permitirá adaptarnos al cambio climático, integrar los aspectos positivos de la digitalización y de los avances de la Inteligencia Artificial y sobre todo ser un instrumento para reducir las desigualdades permitiendo a mucho más personas tomar vacaciones. Pero ¿qué camino tomar para que en 2030 y más allá en 2050 conseguimos estos objetivos? Dar de nuevo importancia a la legislación nacional, sino supranacional (p.ej. Europa); reducir el papel de los lobbies profesionales; explicar mejor a los media lo que puede pasar con los dos otros escenarios presentados en este capítulo- concientizarlos; dar más soft poder a la sociedad civil, a los colectivos de ciudadanos; estimular la economía circular.

Es en este sentido que podremos concluir esta tesis y definir algunas vías para una verdadera resiliencia del turismo en el contexto de relaciones sociales menos desiguales y la lucha contra el cambio climático.



# CONCLUSIONES

## EL TURISMO, ESTABILIZADOR SOCIAL Y ECONÓMICO

*“Para ver el futuro, tienes que mirar detrás de ti”*

Profeta Isaí

*“El futuro fue creado para ser cambiado”*

Paulo Coelho

## **El turismo no solo está cambiando, cambiara.**

He tenido la oportunidad de preparar esta tesis doctoral justo antes y durante la crisis sanitaria de 2020-2021. He tratado principalmente de analizar el turismo en un contexto que no es económico ni estadístico, si no y sobre todo -ya que esta Tesis en la Facultad de Filosofía y Letras de la UCO-, haciendo hincapié en los aspectos de la geopolítica, de la sociología y de sus implicaciones antropológicas y medioambientales.

Mi sorpresa llegó con el análisis la encuesta Likert con 77 respuestas de personas que tienen un buen conocimiento del turismo como académicos, profesionales, líderes institucionales o medios de comunicación especializados.

La encuesta Likert se realizó en noviembre de 2020, al comienzo del segundo brote de la COVID19 cuando algunas de las poblaciones de los países desarrollados fueron vacunadas. Numerosos expertos vieron que el turismo cambiaría, pero muchos mantienen la idea de que su resiliencia le permitirá de 2022 a 2024 volver a las mismas tendencias que antes de marzo de 2020.

El turismo ya no puede desarrollarse solo sobre la sostenibilidad como propugnan las instituciones intergubernamentales con el apoyo de lobbies profesionales. Este turismo sin duda tendrá una menor huella de carbono, hará un uso extensivo de las nuevas tecnologías, estará más inclinado a proteger la biodiversidad y con una dieta orgánica flexitariana, seguirá creando desigualdades debido a la gentrificación de los destinos más notorios y los costes adicionales de inversión y promoción a favor de tal turismo. El rechazo de las poblaciones locales se incrementará considerablemente.

Es hacia el turismo local (así como la comida- cocina y los alojamientos locales) y en el contexto de una economía circular, que el turismo se debe desarrollar. Ya, las ciudades y territorios han optado por una economía circular, como París, en preparación para los Juegos Olímpicos de 1924. Entonces, ¿cuáles serían las políticas nacionales, la coordinación internacional y las medidas y reglamentos que se tomarían a nivel de ciudad y territorio? ¿Cuál sería el papel de las tecnologías en el fomento del desarrollo de destinos inteligentes en torno a la conectividad, la sostenibilidad y la inclusión de la sociedad civil local en el marco general de una economía circular?

**Creo que he respondido a mi problemática y confirmado mis hipótesis.**

## I. El turismo como estabilizador de nuestras sociedades y economías

No obstante, artículos o blogs muy recientes escritos en el segundo semestre de 2020 y a principios de 2021 muestran nuevas visiones y vías innovadoras para el futuro. Quizás el profesional que ha sido más sincero, según la literatura que hemos analizado, es Jean Pinard, Director general del CRTL (Comité Regional de Turismo y Recreación de Occitania). Para Pinard (2021), la Organización Mundial del Turismo (OMT) se equivoca cuando su única preocupación es calcular el momento de la vuelta a la normalidad de la economía turística.

He podido comprobar ampliamente en la literatura académica, institucional y profesional, sobre fundamentos sociológicos, antropológicos y filosóficos, que el turismo está vinculado a la movilidad de la especie humana, su sed de conocimiento, su curiosidad, pero también su instinto de supervivencia en ecosistemas que no siempre son favorables. Esta investigación me dio pistas sobre cuál podría ser el futuro del turismo y de los viajes que hemos esbozado en tres posibles futuros escenarios. Los dos primeros nos llevan a situaciones insostenibles a largo plazo, ya sea por falta de recursos y notables molestias, o por el aumento de las desigualdades y conflictos que esto generará.

Llegué a la hipótesis de que el tercer escenario, hacia **un turismo inteligente y una economía circular**, me pareció el menos arriesgado a grandes crisis, y que conciliaría la reducción de la desigualdad y la lucha contra el cambio climático. Además, el turismo, en términos económicos, debe convertirse en un **estabilizador automático**, es decir, en un mecanismo con una actividad regulatoria, pasiva y anti-cíclica como son los impuestos y las prestaciones sociales. Algunas ayudas al turismo, como en Francia el bono de vacaciones, pueden considerarse estabilizadores sociales. En los Escenarios 1 y 2, este estabilizador ha sido modificado y perturbado en el ultraliberalismo y la globalización de la economía y las finanzas. En el tercer escenario, podría desempeñar todo su papel a nivel local y nacional, e incluso a nivel internacional, si el turismo se integra en áreas regionales como la Unión Europea que sería un elemento que acerca a los pueblos y las naciones y conduce a la paz y la prosperidad. El turismo visto de esta manera amortiguaría y eliminaría las fluctuaciones transitorias que no requieren ajuste estructural.

Algunos países lo entendieron cuando vieron colapsar su turismo internacional después de una crisis del petróleo o seguridad como en 1973 o 2001: este es el ejemplo de España, o de Marruecos, el país vecino. Es en el

verano de 2020, lo que ha permitido retener algunos turistas europeos en España o Italia. Sin embargo, las respuestas multilaterales han sido escasas, casi inexistentes para el turismo, lo que ha llevado a su peor crisis desde el final de la Segunda Guerra Mundial.

Paradójicamente, nunca los círculos académicos y empresariales habían cooperado antes y comunicado tanto a través de las redes sociales y las herramientas digitalizadas. Este flujo de información ha ayudado a encontrar los manantiales de una posible resiliencia de nuestras economías, pero no del turismo antes de la crisis sanitaria. ¿Es esta advertencia un requisito previo para lo que podría suceder con la aceleración del cambio climático y el aumento de las desigualdades? Los éxitos llegaron a aquellos que entendían lo que podía suceder y decidieron transformarse.

Un año antes de la Cumbre Mundial del Clima en San Francisco, escribí para la Asociación Internacional R20 – Regiones para la acción climatológica: “¿Antes de la catástrofe climática, caos social?”. Que la transición energética podría ser la respuesta a tres desafíos a los que nos enfrentamos ahora: el desafío climático, el desafío digital (entornos territoriales inteligentes y ciudades) y el desafío de la descentralización con la inclusión democrática de las poblaciones locales. He participado en la Cumbre de San Francisco de 2018 donde muchos conferenciantes y activistas del clima han repetido el mismo lema: antes de la catástrofe climática, podríamos observar un caos social con contaminaciones que multiplican las enfermedades graves -cánceres, bronquitis, intoxicación, mortalidad de personas frágiles durante las olas de calor, etc., sequías que reducen drásticamente las cosechas y conducen a hambrunas, especialmente en nuestras regiones mediterráneas, inundaciones desastrosas con costes crecientes, aumento del nivel del mar y los océanos, pérdida de biodiversidad terrestre y marina, refugiados climáticos que podrían ascender a varios cientos de millones ya en 2030...

## **II. La clave: la formación de futuros líderes, hombres y mujeres**

En el corazón del debate sobre el futuro del mundo está la formación de hombres y mujeres. Se trata de reinventarlo para los futuros líderes de un turismo transformado. Más bien, se basaría en soft skills - poderes blandos, bases de datos poderosas y afines. Incluso si la internacionalización productiva organizada por las multinacionales parece estar dando un paso adelante, la globalización de los datos pone de relieve a las empresas que han confiado en su éxito en revoluciones innovadoras, a menudo ideas presentadas por personas visionarias y genios.

¿Cómo implantar estas ideas, estas irrupciones innovadoras en el turismo? ¿Cómo se puede concienciar a las empresas y a los destinos turísticos de que será necesario reclutar hombres y mujeres capaces de entender el mundo, reaccionando a las crisis, especialmente el clima, la responsabilidad social, la democracia y la solidaridad frente a las crecientes desigualdades, hablando varios idiomas, conociendo varias culturas, llevando sus proyectos al éxito a través del diálogo y la plena transparencia?

Presentamos pistas y caminos en los tres análisis DAFO relacionados con los tres Escenarios. Son oportunidades, a pesar de las amenazas que también analizamos. Debemos volver a los principios que permitieron el desarrollo de vacaciones pagadas en virtud de los convenios internacionales de la OIT ya en 1936, pero especialmente después de la Segunda Guerra Mundial. Las iniciativas turísticas sociales, populares y asociativas se multiplicaron hasta la década de 1980. Luego se dio prioridad al sector comercial privado después del Consenso de Washington a partir de 1989 y con la omnipresencia liberal, estas iniciativas han ido a declive.

Ha habido un intento de encontrar soluciones intermedias y aplaudir los elogios de los partenariados público-privados. A veces funcionan, pero son objetos de negociación donde los lobbies profesionales tienen, con demasiada frecuencia, posiciones dominantes, poniendo énfasis en los intereses privados en el uso de bienes comunes, aquellos que deben ser administrados solamente por toda la comunidad y las instituciones públicas.

No se trata sólo de imponer normas AENOR o certificaciones de tipo EMAS europeo. Esta estrategia es el arte de un sistema liberal que, sin duda, tiene sus propias cualidades a la hora de negociar y encontrar soluciones consensuadas. Parece que serán más eficaces y productivas la elaboración de leyes y de reglamentos para combatir el sobreturismo, para subvencionar el turismo popular y reducir las tasas e impuestos a las formas de turismo circular, de proximidad, ecológico o cultural para dominar un turismo de lujo a quien se debe imponer tasas e impuestos más altos. Se deben establecer regulaciones para volver al turismo social, popular, o de proximidad, regional o nacional. Directivas deben ser promulgadas a nivel supranacional como en Europa para ayudar productos y servicios que siguen estos objetivos y fomentar este tipo de flujos transfronterizos.

### **III. El mundo desarrollado**

Esta tesis cita muchos ejemplos y estudios elaborados en España, Francia y Europa. Ciertamente Europa representaba, hasta 2019, más de la mitad de las llegadas del turismo mundial. No obstante, más allá, tendremos



que ver cómo se “hará” el futuro del turismo en otros continentes. Si en América del Norte, es decir, Canadá y los Estados Unidos, podemos ver tendencias similares a las europeas, con, por supuesto, diferencias relacionadas con las leyes sociales sobre vacaciones pagadas y el sistema federal de estos dos países. Sin embargo, ciudades y comarcas americanas, especialmente a través de la Red de Parques y Servicios Recreativos urbanos, cantonales y estatales (a nivel de los Estados americanos o de las Provincias canadienses), están multiplicando acciones a favor del turismo local de bajo coste para las familias y desarrollando iniciativas para concientizar a sus ciudadanos sobre la importancia de combatir el cambio climático. Otras actividades provienen del mecenazgo privado. No obstante, aparte de Warren Buffet, Marc Zuckerberg, Bill Gates y algunos otros, la teoría neoliberal del chorreo (*trickle down economics*) no funciona. Los Estados ya no pueden permitir el enriquecimiento de los más acomodados para que, virtualmente, reinyecten sus ingresos crecientes en el sistema económico a través del ahorro o el consumo (esencialmente de lujo).

Japón sigue patrones similares a los de Europa y América del Norte. Así se espera que el turismo nacional en Japón se beneficiará considerablemente de los Juegos Olímpicos de 2021.

#### **IV. Otros países**

¿Qué está pasando en Asia? China es en 2021 el primer país turístico del mundo. China registró el mayor número de salidas de turistas internacionales en 2019. En el mismo tiempo, su turismo nacional ha crecido exponencialmente. Las autoridades chinas saben ahora que, con la desaceleración de la globalización, el turismo está ayudando a crear actividades y empleos en todo el país, especialmente en las zonas rurales donde todavía hay focos de pobreza. Pero sobre todo saben que el turismo es un elemento estabilizador de la sociedad china. Varios estudios muestran que la productividad del país está ligada a la productividad del turismo, especialmente del turismo nacional.

El turismo rural en China ha experimentado un rápido desarrollo en las últimas tres décadas. Es un catalizador emergente y eficaz que promueve la reestructuración industrial, el desarrollo agrícola y la mejora de las zonas rurales. Sin embargo, pasar por alto la ruralidad como un tema esencial en el turismo rural puede conducir al desarrollo a una dirección equivocada, lo que podría poner en peligro la sostenibilidad de la industria. Los chinos, incluso en el turismo y en la cultura, quieren demostrar, de forma prioritaria, que su modelo autoritario de tecno-dictadura con control absoluto de sus poblaciones es la única manera de desarrollar de forma sostenible el turismo.

Sin embargo, Taiwán o Corea del Sur (el cuarto país más afectado por la epidemia, pero donde la propagación del virus ha sido particularmente limitada) pueden marcar la alternativa al autoritarismo chino. Sus métodos son democráticos: información del público y llamamiento a la participación de todos, como en Singapur, aunque más intervencionista. Este método también se aplica para promover el turismo nacional local con un bajo impacto ecológico.

En la India, en 2019, se realizaron más de 2.300 millones de visitas turísticas nacionales, un aumento exponencial de las visitas turísticas locales en todo el país. En 2021, el gobierno de Narendra Modi, aunque considerado como un populista nacionalista valorizando el hinduismo, lanza un nuevo impulso a los viajes nacionales para reactivar la industria turística después de la pandemia con promociones bajo el lema “*Ve tu país*”.

Vietnam ha sufrido mucho por la falta de visitantes internacionales. Con el fin de hacer frente a la situación y a la crisis sanitaria, las empresas turísticas vietnamitas han comenzado a promover el turismo nacional. Se prevé que esta tendencia continúe con fuerza después de 2021.

Las medias consideran que la vida turística está volviendo lentamente a la normalidad en Filipinas, con cada vez más islas abiertas al turismo local. Eso favorecerá el turismo nacional a largo plazo. Al mismo tiempo, la infraestructura y los equipos serán mantenidos y los empleados conservarán sus prácticas de trabajo.

En el Medio Oriente y en África del Norte, el turismo nacional es una solución que los gobiernos han elegido en Marruecos y Túnez. En África, las respuestas son modestas; sin embargo, las administraciones de turismo empiezan a creer que el turismo nacional permite evitar el cierre de unas instalaciones turísticas y sirven de estabilizadores sociales. Las campañas de promoción de estos países, como en Costa de Marfil, son también dirigidas a las poblaciones residentes, más allá de las clases altas o de los expatriados como los diplomáticos. El lema “*Conoce tu país*” tiene un alcance político, reforzar la cohesión nacional.

## **V. Los Juegos olímpicos y paralímpicos de Paris: primeros juegos de la economía circular**

En conclusión, sería importante ir adelante hasta 2024: el Comité de la candidatura olímpica de Paris tenía la ambición de proponer los Primeros Juegos de la Economía Circular y, los organizadores de los Juegos Olímpicos

y Paralímpicos de París quieren celebrar los *Primeros Juegos Sostenibles, Inclusivos y Solidarios*. Para ellos, han desarrollado sus propias estrategias y herramientas para que las empresas locales puedan posicionarse en los mercados públicos de los Juegos Olímpicos.

Sin embargo, poco se ha dicho sobre lo que podría permitir a los francilianos, habitantes de la región Isla-de-Francia y de París, disfrutar una prioridad como espectadores. Esta ambigüedad se ha planteado en parte desde la pandemia de la COVID19 y, aunque se espera una inmunidad colectiva para 2022 después de la vacunación masiva, un largo trabajo espera a las autoridades de París para dar la prioridad a sus conciudadanos, un número creciente de colectivos y asociaciones de la sociedad civil parisina y franciliana están pidiendo que los parisinos y francilianos sean los primeros beneficiarios y que toda una legislación con decretos de aplicación se elabore y aplique para este fin.

## VI. La libertad oprime, la ley libera

*“Entre los fuertes y los débiles, entre los ricos y los  
los pobres, entre el maestro y el siervo,  
es la libertad la que oprime y la ley que libera.”*

Henri LACORDAIRE

Sermón en el pulpito de Notre-Dame de Paris (1848)

Por lo tanto, es hacia un Estado más social que debemos orientarnos para permitir que el turismo no se convierta en la exclusividad de las clases altas, incluso con los low-costs. El turismo circular, local, responsable y solidario con productos y servicios sosteniendo un impacto climático bajo o inexistente, debería convertirse en este **estabilizador social y económico** tan necesario para evitar el caos que la pandemia de la COVID19 reveló en 2020 y 2021 y que podría ser la norma cuando el cambio climático se acelere. También será el fin del ultraliberalismo en el turismo o del modelo chino que se puede ver tal vez sólo como una victoria pírrica. No obstante, continuará la lenta metamorfosis de nuestro estado de bienestar en un estado de vigilancia que propone regular nuestras existencias.

Hay formas de turismo que nos llevarán a más democracia, a más lugares libres, lugares de ocio, de cultura o de recreación, donde lo importante será proteger la naturaleza y su biodiversidad, respetar la *Pachamama*, siempre para aprender más sobre su cultura, su patrimonio y de sus vecinos como el turismo de proximidad, el turismo circular, el ecoturismo, el turismo responsable y solidario. La digitalización y la

Inteligencia Artificial serán sus instrumentos; instrumentos que cada uno puede controlar para evitar intrusiones en su privacidad.

**El futuro del turismo dependerá de ello.**



# CONCLUSIONS

## LE TOURISME STABILISATEUR SOCIAL ET ECONOMIQUE

*« Pour voir l'avenir, il faut regarder derrière toi »*

Prophète Isaïe

*« L'avenir a été créé pour être changé »*

Paulo Coelho

## **Le tourisme non seulement est en train de changer, il changera.**

J'ai préparé cette thèse de doctorat juste avant et pendant la crise sanitaire de 2020-2021. J'ai surtout essayé d'analyser le tourisme dans un contexte qui n'est ni économique ni statistique, sinon et surtout – inscrit à la Faculté de philosophie et de lettres de l'UCO - en mettant l'accent sur ses aspects géopolitiques, sociologiques et ses implications anthropologiques et environnementales.

Ma surprise est venue de l'analyse de l'enquête Likert sur 77 réponses de personnes connaissant bien le tourisme, telles que des universitaires, des professionnels, des dirigeants institutionnels ou de médias spécialisés. L'enquête a été menée en novembre 2020, au début de la deuxième flambée de la Covid19 qui a duré jusqu'en avril-mai 2021, lorsqu'une partie des populations des pays développés ont été vaccinées. De nombreux experts ont vu que le tourisme allait changer, mais beaucoup soutenaient l'idée que sa résilience lui permettra dès 2022/2023 de revenir aux mêmes tendances qu'avant mars 2020.

Le tourisme ne peut plus se développer uniquement sur la durabilité telle que préconisée par les institutions intergouvernementales avec le soutien des lobbies professionnels. Ce tourisme aura sans aucun doute une empreinte carbone plus faible, fera un usage intensif des nouvelles technologies, sera plus enclin à protéger la biodiversité et avec un régime biologique flexitarien, continuera à créer des inégalités en raison de la gentrification des destinations les plus notoires et des coûts supplémentaires d'investissement et de promotion en faveur d'un tel tourisme. Le rejet des populations locales augmentera considérablement.

C'est vers le tourisme local (ainsi que la gastronomie-cuisine et l'hébergement local) et dans le cadre d'une économie circulaire, qu'il faut développer le tourisme. Déjà, des villes et territoires ont opté pour une économie circulaire, comme Paris, en préparation des Jeux Olympiques de 2024. Alors, quelles seraient les politiques nationales, la coordination internationale, les mesures et les règlements qui seraient pris au niveau des territoires? Quel serait le rôle des technologies dans la promotion du développement de destinations intelligentes autour de la connectivité, de la durabilité et de l'inclusion de la société civile locale dans le cadre global d'une économie circulaire ?

**Je pense ainsi avoir répondu à ma problématique et confirmer mes hypothèses.**

## I. Le tourisme comme stabilisateur de nos sociétés et de nos économies

Cependant, des articles ou blogs très récents écrits au second semestre 2020 et début 2021 montrent de nouvelles visions et des pistes innovantes pour l'avenir. Peut-être le professionnel qui a été le plus sincère, selon la littérature que nous avons analysée, a été Jean Pinard, directeur général du CRTL (Comité régional du tourisme et des loisirs d'Occitanie). Pour Pinard (2021), l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) a tort lorsque sa seule préoccupation est de calculer le moment du retour à la normale de l'économie touristique.

J'ai pu constater dans la littérature académique, institutionnelle et professionnelle, sur des bases sociologiques, anthropologiques et philosophiques, que le tourisme est lié à la mobilité de l'espèce humaine, à sa soif de connaissance, à sa curiosité, mais aussi à son instinct de survie dans des écosystèmes qui ne sont pas toujours favorables. Cette recherche m'a donné des indications sur l'avenir possible du tourisme et des voyages que nous avons décrites dans trois scénarios futurs. Les deux premiers nous conduisent à des situations insoutenables à long terme, soit par manque de ressources et par des impacts négatifs importants, soit par l'augmentation des inégalités et des conflits que cela engendrera.

J'en suis venu à l'hypothèse que le troisième Scénario, vers un tourisme intelligent et une économie circulaire, me semblait le moins risqué pour les crises majeures, et qu'il concilierait la réduction des inégalités et la lutte contre le changement climatique. En outre, ce tourisme, en termes économiques, doit devenir un **stabilisateur automatique**, c'est-à-dire un mécanisme avec une activité réglementaire, passive et anticyclique telle que les impôts et les prestations sociales. Certaines aides touristiques, comme le chèque-vacances en France, peuvent être considérées comme des stabilisateurs sociaux.

Dans les Scénarios 1 et 2, ce stabilisateur a été modifié et perturbé par l'ultralibéralisme et la mondialisation de l'économie et de la finance. Dans le troisième scénario, le tourisme pourrait jouer pleinement son rôle aux niveaux local et national, et même au niveau international, s'il était intégré dans des zones comme l'Union européenne, ce qui serait un élément pour rapprocher peuples et nations et les menait à la paix et à la prospérité. Le tourisme de cette manière atténuerait et éliminerait les fluctuations transitoires qui ne nécessitent pas d'ajustement structurel.



Certains pays l'ont compris lorsqu'ils ont vu leur tourisme international s'effondrer après une crise pétrolière ou sécuritaire comme en 1973 ou en 2001 : c'est l'exemple de l'Espagne, ou du Maroc, notre voisin. Et à l'été 2020, cela a permis de retenir certains touristes européens en Espagne ou en Italie. Cependant, les réponses multilatérales ont été rares, presque inexistantes pour le tourisme, conduisant à sa pire crise depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale.

Paradoxalement, les milieux universitaires et d'affaires n'avaient jamais autant coopéré auparavant et communiqué à la fois par le biais des médias sociaux et des outils numérisés. Ce flux d'informations a contribué à trouver les ressorts d'une éventuelle résilience de nos économies, mais pas d'un tourisme similaire à celui d'avant la crise sanitaire. Cet avertissement est-il une condition préalable à ce qui pourrait arriver avec l'accélération du changement climatique et l'accroissement des inégalités ? Les succès ont atteint ceux qui comprenaient ce qui pouvait arriver et ont décidé de se transformer.

Un an avant le Sommet mondial sur le climat à San Francisco, j'ai écrit pour la *R20 International Association of Regions for Climate Action* : «Avant la catastrophe climatique, le chaos social ? ». Sans nul doute, la transition énergétique pourrait être la réponse à trois défis auxquels nous sommes confrontés aujourd'hui : le défi climatique, le défi numérique (environnements territoriaux intelligents et villes) et le défi de la décentralisation avec l'inclusion démocratique des populations locales. J'ai participé au Sommet de San Francisco 2018 où de nombreux orateurs et militants du climat ont répété la même devise : avant la catastrophe climatique, nous pourrions voir un chaos social avec une pollution qui multiplie les maladies graves - cancers, bronchites, intoxications, haute mortalité des personnes fragiles pendant les vagues de chaleur, etc., sécheresses qui réduisent drastiquement les récoltes et conduisent à des famines, en particulier dans nos régions méditerranéennes, inondations désastreuses avec des coûts croissants, élévation du niveau de la mer et des océans, perte de biodiversité terrestre et marine, réfugiés climatiques qui pourraient s'élever à plusieurs centaines de millions à partir de 2030...

## **II . L'importance de la formation des futurs leaders, hommes et femmes**

La formation des hommes et des femmes est au cœur du débat sur l'avenir du monde. Il s'agit de la réinventer pour les futurs leaders du tourisme transformé. La formation touristique devrait être basée sur les compétences douces, des soft powers, des bases de données puissantes et

connexes. Même si l'internationalisation productive organisée par les multinationales semble faire un pas en avant en faveur de la responsabilité sociétale et environnementale, la mondialisation des données met en lumière les entreprises qui ont compté sur leur succès dans des révolutions innovantes, souvent des idées présentées par des hommes et des femmes visionnaires et des génies.

Comment mettre en œuvre ces idées, ces avancées innovantes dans le tourisme ? Comment faire prendre conscience aux entreprises et aux destinations touristiques qu'il faudra recruter des hommes et des femmes capables de comprendre le monde, de réagir aux crises, notamment climatiques, sociales, démocratiques et solidaires face aux inégalités croissantes, de parler plusieurs langues, de connaître différentes cultures, de réussir leurs projets par le dialogue et la transparence totale ?

Nous présentons des indices et des chemins dans les trois analyses SWOT liées aux trois scénarios. Ce sont des opportunités, malgré les menaces que nous avons également analysées. Nous devons revenir aux principes qui ont permis l'élaboration de congés payés en vertu des conventions internationales du BIT dès 1936, mais surtout après la Seconde Guerre mondiale. Les initiatives touristiques sociales, populaires et associatives se sont multipliées jusque dans les années 1980. Ensuite, la priorité a été donnée au secteur commercial privé après le Consensus de Washington depuis 1989 et avec l'omniprésence libérale, ces initiatives sont en déclin.

On a tenté de trouver des solutions intermédiaires et d'applaudir les éloges des partenariats public-privé. Parfois, ils fonctionnent, mais ce sont des objets de négociation où les lobbies professionnels ont trop souvent des positions dominantes, mettant l'accent sur les intérêts privés dans l'utilisation des biens communs, ceux qui ne doivent être administrés que par l'ensemble de la communauté et des institutions publiques.

Il ne s'agit pas seulement d'imposer des normes AENOR ou des certifications européennes de type EMAS. Cette stratégie est un outil de l'art d'un système libéral qui a sans aucun doute ses propres qualités lorsqu'il s'agit de négocier et de trouver des solutions consensuelles. Il semble que l'élaboration de lois et de règlements pour lutter contre le surtourisme, subventionner le tourisme populaire et réduire les taxes et les impôts sur les formes de tourisme circulaire, de proximité, écologique ou culturel pour dominer le tourisme de luxe auquel des taxes et des taxes plus élevées devraient être imposées, sera plus efficace et productive. Des règlements devraient être établis pour revenir au tourisme social, populaire ou de

proximités régionales ou nationales. Des directives devraient être adoptées au niveau supranational comme en Europe pour aider les produits et services qui suivent ces objectifs et favoriser ce type de flux transfrontaliers.

### **III. Le monde occidental**

Cette thèse cite de nombreux exemples et études développés en Espagne, en France et en Europe. Jusqu'en 2019, l'Europe représentait plus de la moitié des arrivées touristiques mondiales. Toutefois, au-delà, nous devons voir comment l'avenir du tourisme se fera sur d'autres continents. Si, en Amérique du Nord, c'est-à-dire au Canada et aux États-Unis, nous aurons des tendances similaires à celles de l'Europe, avec, bien sûr, des différences liées aux lois sociales sur les congés payés et au système fédéral de ces deux derniers pays. Cependant, villes et comtés nord-américains, en particulier par l'entremise du Réseau des parcs et services récréatifs urbains, régionaux et celui des États américains ou des Provinces canadiennes, multiplient les actions en matière de tourisme local à faible coût pour les familles et développent des initiatives visant à sensibiliser le public à l'importance de la lutte contre les changements climatiques. D'autres activités proviennent du mécénat privé. Cependant, en dehors de Warren Buffet, Marc Zuckerberg, Bill Gates et quelques autres, la théorie néolibérale du ruissèlement (*trickle down economics*) ne fonctionne pas. Les États ne peuvent plus permettre l'enrichissement des plus riches qui pensent réinjecter virtuellement leurs revenus croissants dans le système économique par l'épargne ou la consommation (de luxe surtout).

Le Japon suit des modèles similaires à ceux de l'Europe et de l'Amérique du Nord. On s'attend à ce que le tourisme intérieur au Japon bénéficie considérablement des Jeux olympiques de 2021.

### **IV. En dehors du monde occidental**

Que se passe-t-il en Asie ? La Chine est en 2021 le premier pays touristique au monde. La Chine a enregistré le plus grand nombre de départs touristiques internationaux en 2019. Dans le même temps, son tourisme national a connu une croissance exponentielle. Les autorités chinoises savent maintenant qu'avec le ralentissement de la mondialisation, le tourisme contribuera à créer des activités et des emplois dans tout le pays, en particulier dans les zones rurales où il y a encore des poches de pauvreté. Mais surtout, ils savent que le tourisme est un élément stabilisateur de la société chinoise. Plusieurs études montrent que la productivité du pays est liée à la productivité du tourisme, en particulier au tourisme national.

Le tourisme rural en Chine a connu un développement rapide au cours des trois dernières décennies. C'est un catalyseur émergent et efficace qui favorise la restructuration industrielle, le développement agricole et l'amélioration des zones rurales.

Toutefois, négliger la ruralité comme une question essentielle dans le tourisme rural peut conduire à un développement dans la mauvaise direction, ce qui pourrait compromettre la durabilité de l'industrie. Les Chinois, même dans le tourisme et la culture, veulent démontrer, en priorité, que leur modèle autoritaire de techno-dictature avec le plein contrôle de leurs populations est le seul moyen de développer durablement notre secteur.

Cependant Taïwan ou la Corée du Sud (le quatrième pays touché par l'épidémie, mais où la propagation du virus a été particulièrement limitée) peuvent marquer l'alternative à l'autoritarisme chinois. Ses méthodes sont démocratiques : l'information du public et un appel à la participation de tous, comme à Singapour, bien que plus interventionniste. Cette méthode est également appliquée pour promouvoir le tourisme national local avec un faible impact écologique.

En Inde, en 2019, plus de 2,3 milliards de visites touristiques nationales ont été effectuées, soit une augmentation exponentielle du nombre de visites locales dans tout le pays. En 2021, le gouvernement de Narendra Modi, bien que considéré comme un nationaliste populiste essentiellement hindouisme, a lancé un nouvel élan aux voyages intérieurs pour relancer l'industrie du tourisme après la pandémie avec des promotions sous le slogan « *Va voir ton pays* ».

Le Vietnam a beaucoup souffert du manque de visiteurs internationaux. Afin de faire face à la situation et à la crise sanitaire, les entreprises touristiques vietnamiennes ont commencé à promouvoir le tourisme national. Cette tendance devrait se poursuivre fortement après 2021.

Les médias estiment que la vie touristique revient lentement à la normale aux Philippines, avec de plus en plus d'îles ouvertes au tourisme local. Cela favorisera le tourisme national à long terme. En même temps, l'infrastructure et l'équipement seront entretenus et les employés conserveront leurs pratiques de travail.

Au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, le tourisme national est une solution que les gouvernements ont choisie au Maroc et en Tunisie. En Afrique, les réponses sont modestes ; cependant, les administrations

touristiques commencent à croire que le tourisme national vous permet d'éviter la fermeture d'installations touristiques et de servir de stabilisateurs sociaux. Les campagnes de promotion de ces pays, comme en Côte d'Ivoire, s'adressent également aux populations résidentes, au-delà des classes supérieures ou des expatriés tels que les diplomates. La devise « Connaissez votre pays » a une portée politique, renforçant la cohésion nationale.

## **V. Jeux olympiques et paralympiques de Paris, premiers jeux de l'économie circulaire**

En conclusion, il serait important d'aller de l'avant jusqu'en 2024 : le Comité de candidature olympique de Paris a l'ambition de proposer les Premiers Jeux de l'Économie Circulaire et, les organisateurs des Jeux olympiques et paralympiques de Paris veulent organiser les Premiers Jeux Durables, Inclusifs et Solidaires. Pour cela, ils ont développé leurs propres stratégies et outils afin que les entreprises locales puissent se positionner sur les marchés publics des Jeux olympiques.

Cependant, peu de choses ont été dites sur ce qui pourrait permettre aux Franciliens, habitants de la région Ile-de-France et de Paris, de jouir d'une priorité en tant que spectateurs. Cette ambiguïté a été levée en partie depuis la pandémie de la COVID19 et, bien que l'immunité collective soit attendue pour 2022 après la vaccination de masse, de longs travaux attendent des autorités parisiennes afin qu'elles donnent la priorité à leurs concitoyens. Un nombre croissant de groupes et d'associations de la société civile parisienne et Français appellent les Parisiens et les Franciliens à être les premiers bénéficiaires et à ce que la législation avec des décrets d'application soit élaborée et s'applique à cette fin.

## **VI . La liberté opprime, la loi libère**

*« Entre les forts et les faibles, entre les riches et les  
les pauvres, entre le maître et le serviteur,  
c'est la liberté qui opprime et la loi qu'elle libère. »*

Henri LACORDAIRE

Sermon depuis la chaire de Notre-Dame de Paris (1848)

C'est donc vers un État plus social que nous devons être orientés pour permettre au tourisme de ne pas devenir l'exclusivité des classes supérieures, même avec les low-costs. Le tourisme circulaire, local, responsable et solidaire, avec des produits et des services qui maintiennent un impact climatique faible ou inexistant, devrait devenir ce stabilisateur social

indispensable pour éviter le chaos que la pandémie covid19 a révélé en 2020 et 2021 et qui pourrait être la norme lorsque le changement climatique s'accélère. Ce sera aussi la fin de l'ultralibéralisme dans le tourisme ou le modèle chinois qui ne peut être considéré peut-être que comme une victoire à la Pyrrhus. Toutefois, la lente métamorphose de notre État-providence se poursuivra vers un Etat de vigilance/surveillance qui propose de réguler nos existences.

Il y a des formes de tourisme qui nous mèneront à plus de démocratie, vers plus de lieux de liberté, des lieux de loisirs, de culture ou de récréation, où l'important sera de protéger la nature et sa biodiversité, de respecter le *Pachamama*, et toujours d'apprendre davantage sur sa culture, son patrimoine et ses voisins tels que le tourisme de proximité, le tourisme circulaire, l'écotourisme, le tourisme responsable et solidaire. La numérisation et l'intelligence artificielle en seront les instruments ; outils que chacun pourra contrôler pour prévenir les intrusions dans sa vie privée.

**L'avenir du tourisme en dépendra.**



# CONCLUSIONS

## TOURISM, A SOCIAL AND ECONOMIC STABILIZER

*“To see the future, you have to look behind you”*  
Prophet Isai

*“The future was created to be changed”*  
Paulo Coelho



## **Tourism, not only is changing, it will change.**

I had the opportunity to prepare this doctoral thesis just before and during the 2020-2021 health crisis. I have mainly tried to analyze tourism in a context that is not economic or statistical, if not and above all - since this doctoral dissertation is done in the Faculty of Philosophy and Letters of UCO - emphasizing the aspects of geopolitics, sociology and its anthropological and environmental implications.

My surprise came with the analysis of the Likert survey with 77 responses from people who have a good knowledge of tourism such as academics, professionals, institutional leaders, or specialized media. The survey was conducted in November 2020, at the beginning of the second COVID19 outbreak that lasted until April-May 2021, when a large part of the developed countries' populations was vaccinated. Numerous experts saw that tourism would change, but many maintain the idea that its resilience will allow from 2022 to 2023 to return to the same trends as before March 2020.

Tourism can no longer develop specially on sustainability as advocated by intergovernmental institutions with the support of professional lobbies. This tourism will undoubtedly have a lower carbon footprint, will make intensive use of new technologies, will be more inclined to protect biodiversity and with a flexitarian organic regime, will continue to create inequalities due to the gentrification of the most notorious destinations and the additional costs of investment and promotion in favor of such tourism. The rejection of local populations will increase considerably.

It is towards a local tourism (as well as gastronomy-cuisine and local accommodation) and within the framework of a circular economy, that tourism must be developed. Already, cities and territories have opted for a circular economy, such as Paris, in preparation for the 1924 Olympic Games. So what would be the national policies, international coordination, measures and regulations that would be taken at the city and territorial level? What would be the role of technologies in promoting the development of smart destinations around connectivity, sustainability and the inclusion of local civil society in the overall framework of a circular economy?

**I think I have answered my problematic and confirm my hypotheses.**

## I. The tourism, a social and economic stabilizer

However, very recent articles or blogs written in the second half of 2020 and early 2021 show new visions and innovative avenues for the future. Perhaps the professional who has been the sincerest, according to the literature we have analyzed, is Jean Pinard, Director General of the CRTL (Occitania Regional Committee for Tourism and Recreation). For Pinard (2021), the World Tourism Organization (UNWTO) is wrong when its only concern is to calculate the time when the tourism economy will return to normality.

I was able to see extensively in academic, institutional and professional literature, on sociological, anthropological and philosophical foundations, that tourism is linked to the mobility of the human species, its thirst for knowledge, its curiosity, but also its survival instinct in ecosystems that are not always favorable. This research gave me clues as to what might be the future of tourism and travel that we have outlined in three possible future scenarios. The first two lead us to unsustainable situations in the long term, either due to lack of resources and significant inconvenience, or by the increase in inequalities and conflicts that this will generate.

I came to the hypothesis that the third scenario, **Towards smart tourism and a circular economy**, seemed to me to be the least risky to major crises, and that it would reconcile the reduction of inequality and the fight against climate change. In addition, tourism, in economic terms, must become an automatic stabilizer, that is, a mechanism with a regulatory, passive, and countercyclical activity such as taxes and social benefits. Some tourism aids, such as the holiday voucher in France, can be considered **social and economic stabilizers**. In Scenarios 1 and 2, this stabilizer has been modified and disrupted by the ultra-liberalism and globalization of the economy and finance. In the third scenario, it could play its full role at the local and national levels, and even at the international level, if tourism is integrated into regional areas such as the European Union which would be an element that brings peoples and nations closer together and leads to peace and prosperity. Tourism seen in this way would dampen and eliminate transient fluctuations that do not require structural adjustment.

Some countries understood this when they saw their international tourism collapse after an oil or security crisis as in 1973 or 2001: this is the example of Spain, or Morocco, its neighboring country. In the summer of 2020, this accent has allowed to retain some European tourists in Spain or

Italy. However, multilateral responses have been scarce, almost non-existent for tourism, leading to its worst crisis since the end of World War II.

Paradoxically, academic and business circles had never so much cooperated before and communicated through both social media and digitized tools. This flow of information has helped to find the springs of a possible resilience of our economies, but not for a tourism before the health crisis. Is this warning a prerequisite for what could happen with accelerating climate change and increasing inequalities? The successes reached those who understood what could happen and decided to transform.

A year before the World Climate Summit in San Francisco, I wrote for the R20 International Association – Regions for Climate Action: “Before the climate catastrophe, social chaos?” The energy transition could be the answer to three challenges we face now: the climate challenge, the digital challenge (smart territorial environments and cities) and the challenge of decentralization with the democratic inclusion of local populations. I have participated in the 2018 San Francisco Summit where many climate speakers and activists have repeated the same motto: before the climate catastrophe, we could see social chaos with pollution that multiplies serious diseases - cancers, bronchitis, intoxication, mortality of fragile people during heat waves, etc., droughts that drastically reduce crops and bring to famines, especially in our Mediterranean regions , disastrous flooding with rising costs, rising sea and ocean levels, loss of land and marine biodiversity, climate refugees that could amount to several hundred million as of 2030...

## **II. The importance of training future leaders, men and women**

At the heart of the debate about the future of the world is the training of men and women. It's about reinventing education and training for future leaders of a metamorphosed tourism. Rather, this education would be based on soft skills, soft powers, prevailing and related databases. Even if productive internationalization organized by multinationals seems to be taking a step forward, the globalization of data highlights companies that have relied on their success in innovative revolutions, often ideas presented by visionary men and women and geniuses.

How to implement these ideas, these innovative breakthroughs in tourism? How can companies and tourist destinations be made aware that it will be necessary to recruit men and women capable of understanding the world, reacting to crises, especially on climate, social responsibility, democracy and solidarity in the face of growing inequalities, speaking

several languages, knowing various cultures, bringing their projects to success through dialogue and full transparency?

We present clues and paths in the three SWOT analyses related to the three Scenarios. These are opportunities, despite the threats we also analyzed. We must return to the principles that enabled the development of paid leaves under ILO international conventions as early as 1936, but especially after World War II. Social, popular, and associative tourism initiatives multiplied until the 1980s. Then priority was given to the private commercial sector after the Washington Consensus since 1989 and with this liberal omnipresence, these initiatives have been in decline.

There has been an attempt to find intermediate solutions and applaud the praise of public-private partnerships. Sometimes they work, but they are objects of negotiation where professional lobbies too often have dominant positions, emphasizing private interests in the use of common goods, those that must be administered only by the whole community and public institutions.

It is not just about imposing Spanish AENOR standards or European EMAS type certifications. This strategy is an art of a liberal system that undoubtedly has its own qualities when it comes to negotiating and finding consensual solutions. It seems that the development of laws and regulations to combat overtourism, to subsidize popular tourism and reduce taxes and fees on circular, proximity, ecological or cultural tourism, but decreasing luxury tourism to which higher taxes and fees must be imposed, will be more effective and productive. Regulations should be established to return to social, popular, or proximity, regional or national tourism. Directives should be enacted at supranational level as in Europe to assist products and services that follow these objectives and encourage this type of cross-border flows.

### **III. The Western World**

This dissertation cites many examples and studies developed in Spain, France, and Europe. Until 2019, Europe accounted for more than half of the world's tourism arrivals. However, beyond that, we will have to see how the future of tourism will be "made" on other continents. If in North America, that is, Canada and the United States, we can see similar trends to European ones, with, of course, differences related to the social laws on paid leave and the federal system of these two countries. However, American cities and counties, especially through the Urban, Regional and State Parks and Recreational Services Network (at the level of American States or Canadian Provinces), are multiplying actions for low-cost local tourism for families

and developing initiatives to raise awareness of the importance of combating climate change. Other activities come from private patronage.

However, apart from Warren Buffet, Marc Zuckerberg, Bill Gates and a few others, the neoliberal theory of *trickledown economics* does not work. States can no longer allow the enrichment of the most affluent individuals to virtually re-inject their rising income into the economic system through savings or consumption.

Japan follows patterns similar to those of Europe and North America. This is expected that domestic tourism in Japan will benefit considerably from the 2021 Olympic Games.

## **I. Outside the Western World**

What's going on in Asia? China is in 2021 the first tourist country in the world. China recorded the highest number of international tourist departures in 2019. At the same time, its national tourism has grown exponentially. Today the Chinese authorities know, with the slowdown in globalization, tourism is helping to create activities and jobs across the country, especially in rural areas where there are still pockets of poverty. But above all they know that tourism is a stabilizing element of the Chinese society. Several studies show that the country's productivity is linked to tourism productivity, especially national tourism.

Rural tourism in China has undergone rapid development over the past three decades. It is an emerging and effective catalyst that promotes industrial restructuring, agricultural development, and the improvement of rural areas. Nevertheless, overlooking rurality as an essential issue in rural tourism, can lead to a wrong direction, which could jeopardize the sustainability of the industry. But the Chinese, even in tourism and culture, want to demonstrate, as a matter of priority, that their authoritarian model of techno-dictatorship with full control of their populations is the only way to sustainably develop tourism.

However, Taiwan or South Korea (the fourth country affected by the epidemic, but where the spread of the virus has been particularly limited) may mark the alternative to Chinese authoritarianism. Their methods are democratic: public information and a call for the participation of all, as in Singapore, although more interventionist. This method is also applied to promote local national tourism with a low ecological impact.

In India, in 2019, more than 2.3 billion national sightseeing tours were made, an exponential increase in local sightseeing throughout the country. In 2021, Narendra Modi's government, while regarded as a nationalist populist based on Hinduism, launched a new boost to domestic travel to revive the tourism industry after the pandemic with promotions under the slogan "*See your country*".

Vietnam has suffered greatly from the lack of international visitors. In order to deal with the situation and the health crisis, Vietnamese tourism companies have begun to promote national tourism. This trend is expected to continue strongly after 2021.

The media believe that tourist life is slowly returning to normal in the Philippines, with more and more islands open to local tourism. This will promote long-term national tourism. At the same time, infrastructure and equipment will be maintained and employees will remember their work practices.

In the Middle East and North Africa, national tourism is a solution that governments have chosen in Morocco and Tunisia. In Africa, the answers are modest; however, tourism administrations are beginning to believe that national tourism allows you to avoid the closure of tourist facilities and serve as social stabilizers. The promotion campaigns of these countries, as in Ivory Coast, are also aimed at resident populations, beyond the upper classes or expats such as diplomats. The motto "Know your country" has a political scope, reinforcing national cohesion.

## **V. The Paris Olympic and Paralympic Games: first circular economy games**

In conclusion, it would be important to move forward until 2024: the Committee of the Olympic Candidacy of Paris had the ambition to propose the *First Games of the Circular Economy* and the organizers of the Olympic and Paralympic Games in Paris want to hold the *First Sustainable, Inclusive and Solidarity Games*. For them, they have developed their own strategies and tools so that local businesses can position themselves in the public markets of the Olympic Games.

However, little has been said about what could allow Francilians, inhabitants of the Isle-de-France region and Paris, to enjoy a priority as spectators. This ambiguity has been raised in part since the COVID19 pandemic and, although collective immunity is expected for 2022 after mass vaccination, long work awaits the Parisian authorities to give priority to their

fellow citizens, a growing number of Parisian and French civil society groups and associations are calling for Parisians and Francilians to be the first beneficiaries and that a legislation with implementing decrees be developed and apply for this purpose.

## **VI. Freedom oppresses, law liberates**

*“Between the strong and the weak, between the rich and the  
the poor, between the master and the servant,  
it is freedom that oppresses and the law which liberates.”*

Henri LACORDAIRE

Sermon at the Notre-Dame de Paris’ Chair (1848)

It is therefore towards a more social State that we must be oriented to allow tourism not to become the exclusivity of the upper classes, even with low-cost transportation. Circular, local, responsible, and supportive tourism with products and services sustaining a low or non-existent climate impact should become this **much-needed social** and economic stabilizer to avoid the chaos that the COVID19 pandemic revealed in 2020 and 2021 and that could be the norm when climate change accelerates. It will also be the end of ultra-liberalism in tourism or of the Chinese model that can be seen perhaps only as a Pyrrhic victory. However, the slow metamorphosis of our welfare State will continue in a State of surveillance that proposes to regulate our lives.

There are forms of tourism that will lead us to more democracy, more free places, places of leisure, culture or recreation, where the important thing will be to protect nature and its biodiversity, *respect the Pachamama*, always to learn more about culture, heritage and neighbors such as proximity tourism, circular tourism, ecotourism, responsible and solidarity tourism. Digitization and artificial intelligence will be your instruments; instruments that everyone can control to prevent intrusions into our privacy.

**The future of tourism depends on it.**

# **BIBLIOGRAFIA**



Acemoglu D. & Robinson J. (2012). *Por qué fracasan los países: Los orígenes del poder, la prosperidad y la pobreza*. Deusto, Bilbao

ACI and IATA (May 2020). *Outline Roadmap for Aviation Industry Restart*. IATA, Geneva

Acs, Z. J., & al (1988). *Innovation in Large and Small Firms: An Empirical Analysis*. *American Economic Review*, 78(4). American Economic Association, Pittsburgh

Ahn, J. A. & Seo, S. (2018). *Consumer responses to interactive restaurant self-service technology (IRSST): The role of gadget-loving propensity*. *International Journal of Hospitality Management*, 74. Elsevier, Amsterdam

Airaksinen M. (2015). *Smart Cities Business in built environment Smart city*. Oulu Smart City Seminar. Forum Virium, Helsinki

Aldebert, B., Dang, R. J., & Longhi, C. (2011). *Innovation in the tourism industry: The case of Tourism*. *Tourism Management*, 32(5). Elsevier, Amsterdam

Amirou R. (1995). *Imaginaire touristique et sociabilité du voyage*. Presses universitaires de France, Paris

Andersen M. S. (2006). *An introductory note on the environmental economics of the circular economy*. *Sustainability Science volume 2*. Springer Journal, Heidelberg

Apostolopoulos & al. (2002). *Island Tourism and Sustainable Development: Caribbean, Pacific, and Mediterranean Experiences*. Praeger, Westport, Connecticut

Arthus P. (2020). *Du client roi à la planète reine*. *Chronique in Le Monde* du 19 décembre 2020, Paris

Attali J. (2006). *Une brève histoire du futur*. Fayard, Paris

Aureli, S. & Forlani, F. (2015). *The effects of formal networks on territorial tourism offers. Current usage of network contracts in Italy*. *European Journal of Tourism Research*, 10. Varna University of Management, Bulgaria

Azman K. D. (2007). Interaction between Poverty, Environment and Sustainability. Journal Civil Academy, Winter 2007. Fatih University, Istanbul

Baggio, R. (2017). Network science and tourism - the state of the art. Tourism Review, 72(1). Emerald, Bingley

Baggio, R., & Cooper, C. (2010). Knowledge transfer in a tourism destination: the effects of a network structure. The Service Industries Journal, 30(8). Taylor & Francis online, London

Baggio, R. & al. (2010a). Improving tourism destination governance: a complexity science approach. Tourism Review, 65(4). Emerald, Bingley

Baggio, R. & al. (2010b). Network Science: a Review focused on Tourism. Annals of Tourism Research, 37(3). Elsevier, Amsterdam

Banco Mundial (2021). Mujer, Empresa y el Derecho 2021. World Bank, Washington

Banget-Mossaz P. (2017). Ciwy remet le citoyen au cœur du tourisme collaborative. Espaces Tourisme & Loisirs, n°335, Mars 2017, Paris

Banerjee, S., & Chua, A. Y. (2016). In search of patterns among travelers' hotel ratings in TripAdvisor. Tourism Management, 53. Elsevier, Amsterdam

Beasley D. (2020). Vers une crise de la faim. Le Monde, Paris

Bessy O. (2021). Pourquoi il est temps de réinventer le tourisme. Tourisme en transition, 19 janvier 2021. Atémia, Saint-Baldoph – Chambéry

Bohler S. (2019). Le Bug humain. Robert Laffont, Paris

Bonneuil C - Fressoz J.B. (2016). The Shock of the Anthropocene, The Earth, History and Us. Verso, Nueva York

Barrera, E. (2006). Turismo rural: Nueva ruralidad y empleo rural no agrícola. Cinterfor-OIT, Montevideo

Bellini N. & Pasquinelli C. (2017). Tourism in the city, Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism. Springer, Heidelberg

Benedetto, C.A. y Bojanic, D.C. (1993). Tourism Area Life Cycle extensions. *Annals of Tourism Research*, 20(3). Elsevier, Amsterdam

Blue Plan – Plan Azul (2005). Regional Workshop Indicators for Sustainable Development Strategies and Policies in the Mediterranean Region. Plan Bleu, Nice – Sophia Antipolis

Bos K. & al. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 2 no. 2. Emerald, Bingley

Bosello F. & Eboli F. (2013). Impacts économiques du Changement Climatique dans le Sud de la Méditerranée. Rapport technique. MEDPRO-CEPS, Bruxelles

Breda, Z. & al. (2006). Do clusters and networks make small places beautiful? The case of Caramulo (Portugal). In L. Lazzeretti & C. S. Petrillo (Eds.). *Tourism Local Systems and Networking*. Elsevier, Amsterdam

Brundtland G.H. (1987). Informe Brundtland (Our Common Future). Oxford University Press, Oxford

Brunet M. & al. (2009). Generación de escenarios regionalizados de cambio climático para España. Agencia Estatal de Meteorología, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Madrid

Buhalis D. & Amarangana A. (2013). Smart Tourism Destinations In Z. Xiang and I. Tussyadiah (eds.). *ICT in Tourism 2014*. Springer, Heidelberg

Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for the management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1). John Wiley & Sons, Inc., Toronto

Butler, R.W. (2006). The concept of a Tourist Area Cycle Evolution: Implications for Management Resources. In R.W. Butler (Ed.), *The Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications*. Channel View Publications, London

Cahen Ph. (20113). Les Secrets de la prospective par les signaux faibles. Analyse de 10 ans de signaux faibles. Editions Kawa, France

Carillo Herмосilla J. (2020). Economía circular: una oportunidad para la recuperación sostenible. The Conversation, Melbourne (Spanish Edition)

Carter E. (1993). Ecotourism in the third world: problems for sustainable tourism development. Tourism Management Volume 14, Issue 2. Elsevier, Amsterdam

Cazes G. & Lanquar R. (2001). L'aménagement touristique et le développement durable. PUF, Paris

Ceriani G. et al. (2005). Le tourisme et la rencontre de l'autre. Voyage au pays des idées reçues. L'Autre - Critiques, cultures et sociétés, Vol. 6. La Pensée sauvage, Paris

Chatila R. (2020). Penser n'est pas calculer. Le Monde, Paris

Chengpeng W. & al. (2017). Resilience in transportation systems: a systematic review and future directions. Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review. Elsevier, Amsterdam

Chui, M. & al. (2010). The Internet of things. McKinsey, Simon & Shuster, New York

Clastres G. (2019). Patrimoine Mondial de l'UNESCO, les effets inattendus d'un label, Le cadeau empoisonné du tourisme culturel. Le Monde diplomatique, Paris

Clavería O. (2018). A new metric of consensus for Likert scales. Institut de Recerca en Economia Aplicada Regional i Pública Document de Treball 2018/21, Barcelona

Clivaz Ch. & Loloum T. (2020). Réponses politiques au COVID19 : en Suisse, pas de transition écologique en perspective. Espaces Tourisme et Loisirs n°355, Paris

Constantin M., Saxon S. & Yu J. (2020). Travel, Logistics & Transport Infrastructure Practice - Reimagining the \$9 trillion tourism economy—what will it take?. McKinsey & Company, Chicago

Colonomos A. (2014). La politique des oracles – Raconter le futur aujourd'hui. Albin Michel, Paris

Consejería de Medio Ambiente (2012). Estudio Básico de Adaptación al Cambio Climático. Sector Industria Turística, Junta de Andalucía, Sevilla

Cooke, P., & Morgan, K. (1998). The associational economy: firms, regions, and innovation. Oxford University Press, Oxford

Costa, C. (1996). Towards the Improvement of the Efficiency and Effectiveness of Tourism Planning and Development at the Regional Level: Planning, Organisations and Networks. The Case of Portugal. Ph.D. Thesis. University of Surrey, Surrey

Costa, C. & al. (2008). The Benefits of Networks for Small and Medium Sized Tourism Enterprises. In N. Scott, R. Baggio, & C. Cooper (Eds.), Network Analysis and Tourism: From Theory to Practice (pp. 96-114). Channel View Publications, Clevedon

Coutinho L. (2015). Determinants of Growth in SEMC. In Rym Ayadi & others (Eds.). Economic and Social Development of the Southern and Eastern Mediterranean Countries. Springer, Heidelberg

Cromer G. (2015). Transition énergétique : impliquer le touriste pour agir sur la demande. Espaces Tourisme et Loisirs, Paris

Cusumano, M. A. (2018). The Sharing Economy Meets Reality. Communications of the ACM (Association for Computing Machinery), Vol. 61 No. 1, New York

Cyrulnik B. (2021). Des âmes et des saisons, Psycho-écologie. Odile Jacob, Paris

Dardot P. & Laval Ch. (2015). Commun: Essai sur la révolution au XXI<sup>e</sup> siècle. La Découverte, Paris

Darwin Ch. (1859). El origen de las especies por medio de la selección natural, o la preservación de las razas favorecidas en la lucha por la vida. John Murray, London

Deaton A. (2013). The Great Escape: Health, Wealth, and the Origins of Inequality. Princeton University Press, Princeton (en español, El gran escape, Mexico: FCE, 2015; en francés, La Grande Evasion, PUF, Paris, 2015)

Dekhili, S. et Hallem Y. (2016). Un touriste co-créateur est-il un touriste heureux ? Étude de l'impact de la co-création sur le bien-être du consommateur. *Management & Avenir*, vol. 85 n° 3. Cairn, Paris

De Montbrial Th. (2020). *Prévoir le monde de demain* (Paul Dahan & al.). Editions CNRS, Paris

Désaunay C. & de Jouvenel F. (2019). *Rapport Vigie 2018. Futuribles*, Paris

Deleuze G. (2005). *Derrames: entre el capitalismo y la esquizofrenia*. Ed. Cactus, Buenos Aires

Diamond J. (2009). *Effondrement : Comment les sociétés décident de leur disparition ou de leur survie*. Gallimard Folio, Paris

Diamond J. (2020). *Bouleversement. Les nations face aux crises et au changement*. Gallimard NRF Essais, Paris

Dion C. (2018). *Petit Manuel de résistance contemporaine Actes Sud*, Arles

Ducos G. (1983). *Delphi et l'analyse de l'interaction*. Futuribles, Paris

Dumazedier J. (1962). *Vers une civilisation du loisir ?*. Seuil, Paris

Dumazedier J. (1988) *Révolution culturelle du temps libre, 1968-1988*. Méridiens Klingstieck, France

Egger, R. (2013). The impact of near field communication on tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, IV(2).Emerald, Bingley

Euromonitor (2018). *Megatrends Shaping the Future of Travel*. Research and Markets Guinness Centre. Taylors Lane, Dublin

European Commission (2019). Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries, Unit A4: Economic Analysis, Markets, and Impact Assessment. *The Blue Economy Report 2019*. European Union, Luxembourg

European Parliament (2014). *Mapping Smart Cities in the EU*. Directorate – general for Internal Policies, European Union, Brussels

European Union (2014). *A European Strategy for more Growth and Jobs in Coastal and Maritime Tourism*. European Union communication, Luxembourg

Favre-Bonté V. & al. (2016). Inter-organizational network configurations for ski areas innovations. *European Journal of Innovation Management*, 19(1). Emerald, Bingley

Fayos-Sola E. & Cooper Ch. (2018). *The future of tourism: Innovations and Sustainability*. Springer, Heidelberg

Flahaut F. (2012). *Où est passé le bien commun ?*. Fayard - Mille et une nuits, Paris

Fluxa J. (2016). *El cambio de paradigma en el turismo vacacional: transición de un modelo basado en la demanda hacia otro fundamentado en la oferta*. Disertación doctoral. Universitat Abat Oliba, CEU, Barcelona

Fluxa M. (2020). *La hora del esfuerzo común*. Tribuna del 27 de Agosto de 2020. Reportur, México

Foucault M. (1979). *Microfísica del poder*. Ediciones de La Piqueta, Madrid

Friedman Y. (2014). *Villes imaginaires*. Editions de l'Éclat, Paris

Fuzier A. et al. (2020). *Profitons de la crise pour inventer le tourisme de demain !*. *Espaces Tourisme et Loisirs*, n°355, Paris

García Hernández, M. (2007). *Entidades de planificación y gestión turística a escala local*. In *El caso de las ciudades patrimonio de la humanidad de España*. Cuadernos de Turismo, n°20, Universidad de Murcia, Murcia

Garrod, B. y Fyall, A. (2000). *Managing heritage tourism*. *Annals of Tourism Research*, n° 27(3). Elsevier, Amsterdam

Getz, D. (1992). *Tourism planning and destination life cycle*. *Annals of Tourism Research*, 19(4). Elsevier, Amsterdam

Gibson, L. & al. (2005). *The local destination tourism network: Development issues*. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 2(2). Taylor & Francis Group, Abingdon

Giffinger R. (2015). *Smart City Indicators meanings of indicators in a place-based understanding*. TU Wien Centre of Regional Science, Vienna

Giget M. (2018). Les nouvelles stratégies d'innovation 2018 - 2020 : vision prospective 2030 (French Edition). Les Editions du Net, St Ouen

Godet M. (1989) Prospective et stratégie : approches intégrées. Futuribles, 137-1, Paris

Godet, M. (2004). Manuel de prospective stratégique - Tome 1 : Une indiscipline intellectuelle. Dunod, Paris

Godet, M. (2004), Manuel de prospective stratégique - Tome 2 : Problèmes et méthodes. Dunod, Paris

Gombault A. (2020). La crise COVID19, un changement stratégique pour le tourisme ? L'analyse de la recherche internationale. Espaces Tourisme Loisirs, Paris

Gomezelj, D. O. (2016). A systematic review of research on innovation in hospitality and tourism. International Journal of Contemporary Hospitality Management, n° 28(3). Emerald, Bingley

Granovetter, M. (1983). The Strength of Weak Ties: a Network Theory Revisited. Sociological Theory, n°1. Sage, Los Angeles

Gravari- Barbas M. & Guinand S. (2017-1). Tourism and Gentrification. In Contemporary Metropolises International Perspectives. Routledge, London

Gravari-Barbas M. (2017-2). Tourisme de marges, marges du tourisme. Lieux ordinaires et « no-go zones » à l'épreuve du tourisme. Bulletin de l'Association de Géographes français, n°94-3, Paris

Gretzel, U. (2012). Introduction to the section on Web 2.0 and travellers' behaviour. In M. Sigala & al (Eds.). Social media in travel, tourism, and hospitality: Theory, practice, and cases. Ashgate, Surrey

Gretzel, U. (2011). Intelligent systems in tourism: A social science perspective. Annals of Tourism Research, 38(3), 757-779. Elsevier, Amsterdam

Greziak L. (2011). Scenarios for the Mediterranean Region. Forum Économique Mondial, Genève



Guyon C. (2015). *Changer le tourisme pour changer le climat. Escapade nature sans voiture dans les Grands Sites de France*. Espaces Tourisme et Loisirs, Paris

Guillou Cl. (2020). *Tourisme, la pause est finie*. Le Monde, Paris

Halme, M. (2001). *Learning for sustainable development in tourism networks*. *Business Strategy and the Environment*, n° 10(2). John Wiley & sons, Toronto

Hamel G. (1986). *Evolution d'une entreprise vouée à la communication et aux nouvelles technologies*, Walt Disney Productions. IMAC, Université de Paris XIII, polycopia, Paris

Hamilton C. & al. (2015). *The Anthropocene and the Global Environment Crisis: Rethinking Modernity in a new Epoch*. London, Routledge

Harari Y. N. (2014). *Sapiens: A Brief History of Humankind*. Harper, New York (*Sapiens: De animales a dioses: Una breve historia de la humanidad*. Debate, Barcelona)

Harari Y. N. (2016). *Homo Deus: A Brief History of Tomorrow - Homo Deus: Breve historia del mañana*. Debate, Barcelona

Harari Y.N. (2018). *21 Lessons for the 21st Century- 21 lecciones para el siglo XXI*. Debate, Barcelona

Helms, M. & Nixon, J. (2010). *Exploring SWOT analysis – where are we now? A review of academic research from the last decade*. *Journal of Strategy and Management*. Emerald, Bingley

Heeley, J. (2011). *Public: Private partnership and best practice in urban destination marketing*. *Tourism and Hospitality Research*, 11(3). Sage Publications, Los Angeles

Helliwell J., Layard R. & Sachs J. (Eds.) (2012). *World Happiness Report*. The Earth Institute, Columbia University, New York

Hérait J.-A. et al. (1997). *Méthode Delphi : une étude de cas sur les technologies du futur*. Futuribles, Paris

Helpert J. (2012). *Judaism and Climate Change*. Series on Climate and Major Religions. Yale Climate Connections. Yale School of the Environment, New Haven, Connecticut

Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, n° 31(1). Elsevier, Amsterdam

Hjalager, A. M. (2014). Disruptive and sustaining innovation: the case of rural tourism. In G. A. Alsos, D. & al. (Eds.) *Handbook of Research on Innovation in Tourism Industries*. Edward Elgar, Cheltenham

Hobsbawm E. (2007). *Globalization, Democracy and Terrorism*. Little, Brown, London

Hotz-Hart, B. (2000). Innovation Networks, Regions and Globalization, in G. L. Clark, M. P. Feldman, & M. S. Gertler (Eds.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford University Press, Oxford

Huang, X.-k., Yuan, J.-z., & Shi, M.-y. (2012). Condition and key issues analysis on the smarter tourism construction. In China, in *Multimedia and signal processing*. Springer, Heidelberg

Huyghe, F-B. (1996). *Les Experts ou l'art de se tromper. De Jules Verne à Bill Gates*. Plon, Paris

ISO (2014). *ISO 37120:2014, Sustainable development of communities – Indicators for city services and quality of life*. ISO, Geneva

Ivanov S. (2019). Ultimate transformation: How will automation technologies disrupt the travel, tourism, and hospitality industries? *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft* 11. De Gruyter, Oldenburg

Jameson F. (2003). *Future City*. *New Left Review*, n° 21. NLR, London

de Jouvenel H. (2004). *Invitation à la prospective - An Invitation to Foresight*. Coll. Perspectives, Futuribles, Paris

de Jouvenel H. (2021). Editorial. *Futuribles* n° 441, Paris

Kalbaska N. et al. (2017). When Digital Government Matters for Tourism: A Stakeholder Analysis. *Information Technology & Tourism* 17(5). Springer, Heidelberg

Kaushik, A. K. & al. (2015). Tourist behaviour towards self-service hotel technology adoption: Trust and subjective norm as key antecedents. *Tourism Management Perspectives*, n° 16. Elsevier, Amsterdam

Kester J. & Croce V. (2012). Tourism development in advanced and emerging economies: what does the travel and tourism competitiveness index tell us?. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. World Economic Forum, Geneva

Kim, M., & Qu, H. (2014). Travelers' behavioral intention toward hotel self-service kiosks usage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(2). Emerald, Bingley

Kimes Sh.E. (2017). *The Future of Hotel Revenue Management*. The Scholarly Commons Center for Hospitality Research Publications. Cornell University School of Hotel Administration, Ithaca

Krackhardt, D., & Stern, R. N. (1988). Informal networks and organizational crisis: an experimental simulation. *Social Psychology Quarterly*, n° 51. Sage, Los Angeles

Lamblin V. (Mars 2018). *Prospective and Strategic Foresight Toolbox*. In *L'analyse morphologique : Une méthode pour construire des scénarios prospectifs*. Futuribles, Paris

Lamsfus, C., & Alzua-Sorzabal, A. (2013). Theoretical framework for a tourism internet of things: Smart destinations. *Journal of Tourism and Human Mobility*, 0.2. Elsevier, Amsterdam

Lane J. & Woodworth R.M (2016). *The Sharing Economy Checks In: An Analysis of Airbnb in the United States, Implications on Traditional Hotel Development and Market Performance Going Forward*. CBRE Hotels' America Research, San Francisco

Lanquar R. (1995, 1<sup>er</sup> éd. 1977). *Le tourisme international*. PUF, Paris

Lanquar R. & Raynouard Y. (1978, 1995). *Le tourisme social et associatif*. PUF, Paris

Lanquar R. & Hollier R. (1981- 6<sup>o</sup> ed.2001). *Le marketing touristique*. PUF, Paris

Lanquar R. (1991). *Les Parcs de Loisirs*. PUF, Paris

- Lanquar R. (1992, 1997-2<sup>o</sup> éd). L'Empire Disney. PUF, Paris
- Lanquar R. (1993). Articuler le couple tourisme-culture. Espaces Tourisme et Loisirs, Paris
- Lanquar R. (1993). Au-delà de l'an 2000 : perspectives. Espaces Tourisme et Loisirs, Paris
- Lanquar R. (1994). Sociologie du tourisme et des voyages. PUF, Paris
- Lanquar R. (1996). Est-il urgent de redéfinir le tourisme social ? . Espaces Tourisme et Loisirs, Paris
- Lanquar R. (2007). Le tourisme religieux, acteur d'un dialogue pour la paix. Espaces Tourisme et Loisirs, Paris
- Lanquar R. (2008). Conférence sur la multi-modalité. Amistades franco-españolas - Amitiés franco-espagnoles, Madrid
- Lanquar R. (2009). Le tourisme, les diasporas et le co-développement en Méditerranée. In The Role of Binational Entrepreneurs as Social and Economic Bridge Builders Between Europe and North Africa. NATO Science for Peace and Security Series - E: Human and Societal Dynamics. Ed. Fatima Lahnaït, London
- Lanquar R. (2009). Écomobilité : le tourisme au futur. Espaces Tourisme et Loisirs, Paris
- Lanquar R. (2010). Tourisme à Cordoue. Passer du multiculturel à l'interculturel. Espaces Tourisme et Loisirs, Paris
- Lanquar R. & al. (2011). L'avenir de l'Afrique de l'Ouest passe aussi par le tourisme ! . Espaces Tourisme et Loisirs, Paris
- Lanquar R. (2012). Le tourisme fait-il le bonheur des nations ? . Espaces Tourisme et Loisirs, Paris
- Lanquar R. (2012). 2060 : Passez vos vacances en Méditerranée, investissez en Asie. L'Economiste, Edition N°3927, Casablanca
- Lanquar, R. (2013). Tourism in the Mediterranean: Scenarios up to 2030. MEDPRO Report No. 1/July 2011- 3<sup>rd</sup> Revision. CEPS, Brussels

- Lanquar R. (2013). *Tourism in the Mediterranean In Economic and Social Development of the Southern and Eastern Mediterranean countries*, Rym Ayadi, Marek Dabrowski & Luc De Wulf (Eds.). Springer, Heidelberg
- Lanquar R. (2014). *One hundred years of tourism – from past to future?. Tourism & Management Studies*, Faro - Algarve
- Lanquar R. (2015). *MEDCOP21 : Les Méditerranéens prennent en main leur destin climatique. Espaces Tourisme et Loisirs*, n° 325, Paris
- Lanquar R. (2016). *Urban coastal tourism and climate change: indicators for a Mediterranean prospective. In Tourism in the City: Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism, L'Aquila Conference of June 2015*. Springer, Heidelberg
- Lanquar R. (2019). *A San Francisco, la société civile accentue son leadership. Revue R20*, Paris-Genève
- Lanquar R. (2019). *Scenarios for Smart Tourism Destinations Transformation, the Case of Cordoba, Spain. In Cardoso P. & al. Smart Systems Design, Applications, and Challenges*. IGI, Philadelphia
- Lanquar R. (2020). *La COP25, et après? : de l'impuissance climatique dénoncée!. L'Economiste*, Edition N°5675, Casablanca
- Lanquar R. (2020). *Overtourism: How the International Organizations are dealing with it? . Palgrave - MacMillan*, London
- Lanquar R. (2020). *Tourisme hivernal de la Sierra Nevada et changement climatique In Le tourisme hivernal, Clé du succès et de développement pour les collectivités de montagne ? ouvrage collectif. L'Harmattan*, Paris
- Lanquar R. (2020). *Tourisme et intelligence artificielle : jusqu'où irons-nous? . Groupe Excelia*, La Rochelle
- Lanquar R. & Gibas G. (2021) *Sport et environnement : de Tokyo 2020 à Paris 2024. Revue R20*, Paris
- Latour B. (2004). *Politics of nature: How to Bring the Sciences into Democracy*. Harvard University Press, Cambridge, MA

Lazzeretti, L., & Petrillo, C. S. (Eds.) (2006). *Tourism Local Systems and Networking*. Elsevier, Amsterdam

Leonidou C. L. & al. (April 2013). *Resources and Capabilities as Drivers of Hotel Environmental Marketing Strategy: Implications for Competitive Advantage and Performance*. *Tourism Management* n° 35. Elsevier, Amsterdam

Lévy J. (2021). *L'Humanité : un commencement - Le tournant éthique et la Société-Monde*. Odile Jacob, Paris

Likert, R. (1932). *A technique for the measurement of attitudes*. *Archives of Psychology*, 22. Bethel Park, Pennsylvania

Liogier R. (2020). *La société industrielle est morte. Vive la société post-industrielle*. *Espaces Tourisme et Loisirs*, n°355, Paris

Loisy M. (2017). *L'habitant, maillon essentiel du système touristique*. *Espaces Tourisme et Loisirs*, n°335, Paris

Lui K (2016). *Watch the world's first commercial pizza delivery by drone*, *Fortune*, New York

Maddison A. (2001). *L'économie mondiale, une perspective millénaire*. Centre de Développement, OCDE, Paris

Maffessoli M. (2020). *Le tourisme moderne est mort. Vive le tourisme postmoderne !*. *Espaces Tourisme et Loisirs*, Paris

Malm A. (2017). *L'Anthropocène contre l'histoire*. La Fabrique, Paris

Mankiw G & al. (1992). *A contribution to the empirics of economic growth*. *The Quarterly Journal of Economics*. Harvard University, Boston

Mansouri A., Lee H & Aluko O. (2015). *Multi-objective decision support to enhance environmental sustainability in maritime shipping: A review and future directions*. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*. Elsevier, Amsterdam

Marchena J. (1990). *El método Delphi*. *Documentación Administrativa*, n° 223. Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), Madrid

Meadows D. & al. (2004). *The Limits to Growth: The 30-year update*. Chelsea Green Pub. Co., White River Junction, Vermont

Meda D. (2018). *Une autre voie est possible*. Flammarion, Paris

Mendes L. (2020). Bye- bye Lisboa, Airbnb, gentrificación turística y crisis de vivienda. *Crítica Urbana* nº.10. *Revista de Estudios Urbanos y Territoriales*, La Coruña

Michael, E. J. &al. (2007). *Micro-clusters and Networks: The Growth of Tourism*. Elsevier, Amsterdam

Mongin Ph. (2006). *Value Judgments and Value Neutrality in Economics*. Economica , Paris

Montargot N. (2022). L'essor de l'intelligence artificielle dans le secteur hôtelier. *The Journal of Corporate Governance and International Relations*, pp. 142-156, Symposium SARCEO. Swiss UMEF University, Genève

Morales E. & Lanquar R. (2014). El futuro turístico de una ciudad patrimonio de la humanidad: Córdoba 2031 - Touristic future of a world heritage city: Cordoba 2031. *Tourism & Management Studies*, vol.10 no.2, Faro (Best Paper T&MS)

Morin E. (1975). *L'Esprit du temps*. Grasset, Paris

Niezgoda A. (2004). Problems of implementing sustainable tourism in Poland. *Economics and Business Review*, Volume 4, Number 1. Citeseer, Princeton

Noone, B. & al (2011). Social media meets hotel revenue management: Opportunities, issues, and unanswered questions. *Journal of Revenue and Pricing Management*, 10(4). Palgrave McMillan, London

Nooteboom, B. (2004). *Inter-firm Collaboration, Learning and Networks: An integrated approach*. Routledge, London

North D. & Thomas R. (1973). *The Rise of the Western World: A New Economic History*. Cambridge University Press, Cambridge

Novelli, M. & al. (2006). Networks, clusters, and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, nº 27(6). Elsevier, Amsterdam

- OCDE (2018). Analizando megatendencias para mejorar la forma del futuro del turismo. Estudios de la OCDE sobre turismo, 2018/02. OCDE, París
- OECD (2016). OECD Trends and Policies 2016. OECD, Paris
- OECD (2018). Tourism Trends and Policies 2018. OECD, Paris
- OECD (2018). Global Material Resources, Outlook to 2060, Economic Drivers and Environmental Consequences. OECD, Paris
- OECD (2020). OECD Tourism Trends and Policies 2020. OECD, Paris
- Paget, E., Dimanche, F., & Mounet, J.-P. (2010). A tourism innovation case: An Actor-Network Approach. *Annals of Tourism Research*, 37(3). Elsevier, Amsterdam
- Peng & al. (2020). A Human-Guided Machine Learning Approach for 5G Smart Tourism IoT. *Electronics*, 9(6). MDPI, Basel
- Peypoch N. & Spindler J. Eds (2019). *Le tourisme hivernal, Clé du succès et de développement pour les collectivités de montagne*. L'Harmattan, Paris
- Piketty Th. (2013). *Capital in the 21st Century*. Seuil, Paris – en español (2014). *El Capital en el siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica, Madrid
- Pinard J. (2021). *La crise du COVID19 : conjoncturelle ou structurelle ?*. *Espaces Tourisme et Loisirs* n°358, Paris
- Presenza, A., & Cipollina, M. (2010). Analysing tourism stakeholders networks. *Tourism Review*, 65(4). Emerald, Bingley
- Quigley, C. (1979). *Evolution of Civilizations*. Liberty Fund Inc. , Indianapolis, Indiana
- Qayyum M. (June 2014). *Smarter' Cities in North Africa*. The Huntington Post, HPMG News, USA
- Ramos C., Henriques Cl. & Lanquar R. (2016). *Augmented reality for smart tourism in religious heritage itineraries*, *Tourism Experience in the Technological Age*. IGI Global E-Editorial Discovery, Philadelphia



Ribalaygua J. Del Carre M. y Torres L. (2008). Generación de Escenarios Climáticos Regionalizados en España mediante una Metodología Estadística de Análogos en dos Pasos. Fundación para la Investigación del Clima. Ponencia en las XXX Jornadas Científicas de la Asociación Meteorológica Española, Zaragoza

Rochet Cl. & al. (2008). Crisis as Change Strategy in Public Organizations. *International Review of Administrative Sciences*, Vol. 74, No. 1. Sage Publications, Los Angeles

Rodrigues M. & al. (2021). Research for TRAN Committee – Relaunching transport and tourism in the EU after COVID19. Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Directorate-General for Internal Policies. Parlamento europeo, PE 652.235, Luxemburgo

Rohrbeck, R. (2010). *Corporate Foresight: Towards a Maturity Model for the Future Orientation of a Firm*. Contributions to Management Science, Springer Series, Heidelberg

Rothwell, R. (1994). Towards the Fifth-generation Innovation Process. *International Marketing Review*, 11(1), 7-3,.Emerald, Bingley

Russo, A.P. (2002). The “vicious circle” of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 29(1). Elsevier, Amsterdam

Russo, A.P. (2006), A Re-foundation of the TALC for Heritage Cities, in R.W. Butler (Ed.), *The Tourism Area Life Cycle: Applications and Modifications* (139-161), Channel View Publications, UK

Saxena, G. (2005), Relationships, networks, and the learning regions: Case evidence from the Peak District National Park. *Tourism Management*, n° 26. Elsevier, Amsterdam

Saxena, G., & Ilbery, B. (2008). Integrated rural tourism: A border case study. *Annals of Tourism Research*, n° 35(1). Elsevier, Amsterdam

Scott, J. (2000). *Social Network Analysis: A Handbook*. Sage, London

Scott, N. et al (2008). *Network Analysis and Tourism: From Theory to Practice*. Channel View Publications, Clevedon, England

Segui Llinás M. (2020). Les destinations à forte dépendance touristique vont devoir se réinventer. *Espaces Tourisme et Loisirs*, n°355, Paris

Seldon C. (2012). *Measuring National Wellbeing- What we do?* . Office of National Statistics, London

Servigne P. & Stevens R. (2015). *Comment tout peut s'effondrer. Petit manuel de collapsologie à l'usage des générations présentes.* Seuil, Paris

Servigne P., Stevens R. & Chapelle G. (2018). *Une autre fin du monde est possible (Anthropocène).* Seuil, Paris

Shackelford P. (2020). *A History of the World Tourism Organization.* Emerald, Bingley

Sharpley R. (2009). *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* . Routledge, Earthscan, London

Simonin J.F. (2018). *La tyrannie du court terme. Quels futurs possibles à l'heure de l'anthropocène ?* . Editions Utopia, Paris

Smil V. (2008). *Global Catastrophes and Trends: The Next 50 Years.* MIT Press, Boston

SOCAP International (2013). *Now arriving: Big data in the hospitality, travel, and tourism sector.* SOCAP – Association for Customer Care, Alexandria

Solow R. (1956). *A contribution to the theory of economic growth.* Quarterly Journal of Economics, vol. 708/1. Oxford University Press for Harvard University, Oxford

Sørensen, F. (2007). *The Geographies of Social Networks and Innovation in Tourism.* Tourism Geographies, 9(1), 22-48. Routledge, Abingdon, UK

Soteriades, M. (2012). *Tourism destination marketing: Approaches improving effectiveness and efficiency.* Journal of Hospitality and Tourism Technology, 3(2). Emerald, Bingley

Stiglitz J., Sen A. et Fitoussi J.-P. (2009). *Mesure des performances économiques et du progrès social réexaminée – Réflexions et vue d'ensemble des questions abordées.* Commission sur la mesure de la performance économique et du progrès social, Conseil Economique, Social et environnemental, Paris

Sverre St. F. (2018). Snow for the Future – Phase 1, Final report. SINTEF Energy Research, Trondheim

Tinsley, R. & Lynch, P. (2001). Small Tourism Business Networks and Destination Development. *International Journal of Hospitality Management*, nº 20. Elsevier, Amsterdam

Toledo Monsonis D. (2017). Lisboa pelea contra la gentrificación. CTXT – Contexto y Acción, Lisboa

Townsend, P. (2017). *The Dark Side of Technology*. Oxford University Press, Oxford

Troitiño Vinuesa, M.A. et al. (2011). Las actividades turístico-recreativas en los planes de gestión de los sitios patrimonio mundial, El caso de Aranjuez, paisaje cultural de la humanidad. *Cuadernos de Turismo*, 27, Universidad de Murcia, Murcia

Turco Angelo (2003). Altérité. In Lévy Jacques et Lussault Michel. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*. Bélin, Paris

Tussyadiah, I.P. & al. (2018). Embodiment of wearable augmented reality technology in tourism experiences. *Journal of Travel Research*, Vol. 57 nº 5. Sage, Los Angeles

Ügur L. (2017). Mind the gap: Reconceptualising Inclusive Development in support of integrated Urban Planning and Tourism Development. In Bellini N. & Pasquinelli C., *Tourism in the City – Towards an Integrative Agenda on Urban Tourism*. Gran Sasso Science Institute. Springer, Heidelberg

UIT-T Y.2060 (2012). Sector de normalización de las telecomunicaciones (06/2012). Serie Y: infraestructura mundial de la información, aspectos del protocolo internet y redes de la próxima generación Redes de la próxima generación – Marcos y modelos arquitecturales funcionales, Descripción general de Internet de los objetos. R - UIT-T Y.2060, Geneva

UNSD, EUROSTAT, OECD, & UNWTO (2008). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*. UNWTO, Madrid

UNWTO (2011-1). *Practical Guide for the Development of Biodiversity-based Tourism Products*. UNWTO, Madrid

UNWTO (2011-2). *Tourism Towards 2030*. UNWTO, Madrid

UNWTO (2012). Global Report on City Tourism. AM Reports: Volume six. UNWTO, Madrid

Urbain J.D. (2020). La crise ne va pas tuer l'imaginaire du tourisme. Espaces Tourisme et Loisirs, n°355, Paris

Van der Borg, J. & al. (1996). Tourism in European Heritage Cities. Annals of Tourism Research, 23(2). Elsevier, Amsterdam

Viceriat P. & Origet du Cluzeau Cl. (2021). Les impacts de la pandémie sur le tourisme mondial à court, moyen et long terme. Espaces Tourisme et Loisirs n° 358, Paris

Vidal C. y Magdalena M. (2020). L'economia circular ha arribat per a quedar-se: eina transcendental per a reduir les externalitats turístiques i generar valor. UIB, Palma de Mallorca

Vincent J. & Evanno J.M. (2019). Turismo y Gran Guerra. Viajar en un frente histórico poco conocido (1914-2019). Codex Editions, Paris

Vittori J-M. (2020). Quand les chiffres deviennent fous. Chronique, Les Echos du 14 Août 2020, Paris

Weidenfeld, A. (2013). Tourism and cross border regional innovation systems. Annals of Tourism Research, n° 42. Elsevier, Amsterdam

Weidenfeld, A., & Hall, C. M. (2014) Tourism in the development of regional and sectoral innovation systems. In A. A. Lew, C. M. Hall, & A. M. Williams (Eds.). The Wiley Blackwell Companion to Tourism. Wiley Blackwell, Chichester

World Economic Forum (2020/1). The Travel and Tourism Competitiveness Report 2020. WEF, Geneva

World Economic Forum (2020/2). Global Future Council on Mobility. WEF, Geneva

WTTC & JLL (2018). Destination 2030 Global Cities' Readiness For Tourism Growth. WTTC, London

Wosnitza J. (2018). Pourquoi tout va s'effondrer ?. Les liens qui libèrent, Paris

Xiang, Z & Fesenmaier, D. R. (2016). Analytics in Smart Tourism Design. Concepts and Methods. Springer, Heidelberg

Yeoman I (2008). Tomorrow's Tourist: Scenarios & Trends. Butterworth Heinemann, Oxford

Zach, F. (2016). Collaboration for Innovation in Tourism Organizations. Journal of Hospitality & Tourism Research, n° 40(3). Emerald, Bingley

Zach, F. J. & Hill, T. L. (2017). Network, knowledge and relationship impacts on innovation in tourism destinations. Tourism Management, n° 62 (Supplement C). Elsevier, Amsterdam

Ziqin S. (2015). Key Performance Indicators for Smart Sustainable Cities. ITU Forum on Smart Sustainable Cities, Abu Dhabi

# ANEXOS

# **ANEXO 1**

## **EL CUESTIONARIO DELPHI 2019 (ESPAÑOL)**

## **Estimad@s colegas:**

Hace 50 años, abordé el turismo. Residente en Córdoba, Andalucía, estoy trabajando en una tesis para obtener un doctorado español en la UCO. El tema se enfoca sobre el turismo hacia 2030 y 2050. Le agradeceré que participe en una encuesta Delphi que se realizará en tres pasos.

La técnica de la encuesta de Delphi es un método subjetivo que apela a la intuición y al conocimiento experto. Sus principios son el anonimato, la retroalimentación y la simultaneidad de los datos. Su objetivo es obtener la opinión como sea posible consensuada sobre futuros acontecimientos a través de un proceso estructurado de comunicación para la producción, agregación y modificación de las opiniones de un grupo independiente de expertos en torno a los escenarios futuros posibles y deseables. Una de sus virtudes es la de formular mejor los problemas para que queden claramente expuestos.

He esbozado tres escenarios para el turismo por 2040 y 2050. El marco fue fijado por la OCDE que esbozó sus méгатrends para el turismo así que los del World Economic Forum, pero también el informe del Club de Roma de 1972 sobre los “límites del crecimiento”, revisado por el equipo de Meadows en 2002 y 2012. Aquí presentamos sucintamente nuestros tres escenarios:

**S1:** El primero es la continuación de las tendencias actuales y podría llevarnos a situaciones incontrolables.

**S2:** El segundo escenario es más virtuoso, es el del turismo sostenible. Pero de nuevo este tipo de turismo lleva a una gentrificación de los destinos que crea rechazos como vemos con el sobreturismo de unos destinos.

**S3:** El tercer escenario es el del turismo inteligente (smart tourism) vinculado a una economía circular, poniendo prioridad a la proximidad para que todas las poblaciones puedan beneficiarse. Responde a las amenazas del cambio climático, del proteccionismo y del nacionalismo, de las desigualdades y, por último, algunos aspectos negativos de las nuevas tecnologías.

Gracias por su ayuda. Enviaré esta encuesta en español, francés e inglés a cincuenta expertos que conozco. Tan pronto como tenga un número suficiente de respuestas, las sintetizaré, centrándose en encontrar un consenso medio entre las respuestas, y luego le enviaré mi resumen para averiguar su posición. Lo repetiré por una tercera etapa. Luego desarrollaré mis hipótesis y presentaré mi tesis doctoral de la que seré encantado de ofrecerle una copia a finales de este año. Gracias de nuevo.

Robert Lanquar

[robert.lanquar@gmail.com](mailto:robert.lanquar@gmail.com) +34 639241785



## Cuestionario

Según las previsiones de la OMT, las llegadas de turistas internacionales se duplicarían entre 2010 y 2030 para alcanzar 1 809 millones, representando una tasa de crecimiento anual del 3,8% hasta 2020, para pasar a 2,9% de 2020 a 2030. Pero si las tendencias recientes continúan, podríamos llegar a más de 2 mil millones llegadas en 2030. En 2018, la OMT contó más de 1,4 mil millones llegadas, un 8% más que en 2017, un año con un crecimiento récord de + 7% en comparación con 2016. Y este turismo, según varios estudios científicos, tendría una huella de carbono mucho más alta (2 a 3 veces más) que la que evalúan los profesionales del sector.

1. Si los cambios se aceleran, especialmente el clima y la tecnología, ¿cree que se harán realidad las proyecciones de las organizaciones internacionales?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

2. ¿Qué sectores tienen más probabilidades de perturbar la industria del turismo?

**a) Transporte:** La transición energética cambiará la naturaleza del transporte turístico. La aviación en particular se verá muy presionada para reducir su participación en el transporte y su huella de carbono:

2030

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

2050

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

--

**b) Alojamiento:** Plataformas (tipo Airbnb), inteligencia artificial y robots, blockchains revolucionarán los modos y operaciones de alojamiento turístico. Las políticas de las ciudades y de los territorios multiplicarán los estándares y certificaciones para controlarlo y frenar su hiperdesarrollo:

2030

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

2050

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

--

**Con la subida del nivel del mar, ¿debemos imaginar desde ahora otros alojamientos y formas de turismo para las costas?**

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

¿Qué formas?

--

- c) **Restauración:** La tendencia orgánica, el veganismo y el vegetarianismo, así como los movimientos contra el sufrimiento de los animales, se impondrán en la restauración turística:

2030

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

2050

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

--

¿Qué creeréis que pasará?

- Reducción significativa del consumo de carne de animales \_/
- Consumo de insectos \_/
- Sustituto de comida de tipo Herbalife \_/
- Otro \_/ comentario

- d) **Atracciones y ocio:** La organización de peregrinaciones, eventos musicales, culturales, deportivos, la visita de sitios y monumentos de

la lista del patrimonio mundial... estarán fuertemente influenciados por los blockchains, la robótica y la inteligencia artificial.

2030

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

2050

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

¿Cómo?

- Por la realidad virtual \_/
- Por automatización \_/
- Por el Internet de los objetos y sistemas de control y seguridad \_/

**Comentario:**

--

3. La identificación de los riesgos medioambientales, climáticos, tecnológicos, geopolíticos y culturales puede obstaculizar el desarrollo del turismo en determinados destinos. ¿Está de acuerdo en que el turismo siempre mostrará la resiliencia de antaño?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

--

4. ¿Puede el turismo sostenible concentrar la mayoría de los productos y servicios de las próximas décadas?

2030

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

2050

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

--

5. ¿Puede el turismo sostenible consolidar las desigualdades de las sociedades y acelerar la gentrificación de los destinos más de moda?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

6. ¿Las blockchains y las criptomonedas revolucionarán el funcionamiento de las operaciones turísticas antes de 2030?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

7. ¿El “greenwashing” y la promoción del turismo sostenible podrían generar “fake news- noticias falsas” sobre la realidad ecológica de los destinos, productos y servicios?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

8. ¿El smart tourism o turismo inteligente, es decir, de acuerdo con la definición extraída de la “ciudad inteligente”, conectado, sostenible e inclusivo, se considerará en los próximos años como el objetivo prioritario para los destinos turísticos? ¿El uso intensivo de las tecnologías del espacial y de los satélites puede acelerar esta evolución?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

**9. ¿La economía circular debería influir en el futuro del turismo para hacerlo más responsable y solidario?**

2030

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

2050

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

--

10. ¿Teniendo en cuenta que al menos el 70% de los oficios turísticos en 2030 todavía no existen y, según algunos expertos, será más del 85% en 2050, la formación turística debe ser más transversal y soportar, no en una acumulación de competencias, sino en la capacidad de responder a cambios climáticos, geopolíticos y sociales?

Antes de 2030

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

Antes de 2050

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario:**

--

11. ¿Qué escenario tendría la mayor probabilidad de lograrlo?

**Escenario 1- BaU - Negocio como de costumbre: ¿Qué probabilidad le atribuye?**

2030

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

2050

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

¿Cree usted que este escenario traerá más inseguridad en el empleo? **Si** \_/ **No** \_/

**Comentario :**

--

**Escenario 2: Turismo sostenible: ¿Qué probabilidad le atribuye?**

2030

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

2050

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

**Escenario 3- Turismo inteligente en una economía circular: ¿Qué probabilidad le atribuye?**

2030

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

2050

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

**12 ¿Qué procesos deben iniciarse ahora mismo para abordar el Escenario 3, Turismo inteligente?**

- ¿Una gobernanza en torno a una economía circular?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

- ¿Una estrategia transversal de innovación que afecte a sectores directa o indirectamente vinculados al turismo?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

**Comentario :**

--



### **América latina y Caribe**

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

### **Africa**

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

### **Europa**

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Indeciso _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	-------------	------------------	-----------------------------

### **Comentario:**

--

**Muchas gracias**

**Robert Lanquar**

[robert.lanquar@gmail.com](mailto:robert.lanquar@gmail.com)

**Mayo de 2019**



## QUESTIONNAIRE DELPHI 2019 (FRANÇAIS)

**Chèr(e)s collègues,**

Voilà 50 ans, je débutais dans le tourisme. Vivant à Cordoue, en Andalousie, je travaille sur une thèse doctorale à l'UCO – Université de Cordoue. Le sujet porte sur le tourisme des prochaines décennies. Pour cela, je serai heureux de vous demander de participer à une enquête Delphi qui se fera en trois étapes.

La technique Delphi est une méthode subjective qui fait appel à l'intuition et aux connaissances d'experts internationaux. Ses principes sont l'anonymat, la rétroaction et la simultanéité des données. Elle vise à obtenir un avis aussi consensuel que possible sur des événements futurs grâce à un processus structuré de communication organisant la production, l'agrégation et la modification des opinions d'un groupe indépendant d'experts autour de scénarios futurs. Une de ses vertus est de mieux formuler les problèmes de manière qu'ils soient clairement exposés.

Nous avons énoncé trois scénarios pour le tourisme d'ici à 2030 et 2050. Le cadre a été fixé par l'OCDE qui a exposé ses Mégatrends pour le tourisme ainsi que ceux du Forum Economique Mondial (WEF), mais aussi le Rapport du Club de Rome de 1972 sur les « Limites de la croissance », révisé par l'équipe Meadows en 2002 et 2012.

Voici mes trois scénarios :

**S1** : Le premier est la continuation des tendances actuelles qui pourraient conduire à des situations incontrôlables.

**S2** : Le second scénario est plus vertueux, c'est celui du tourisme durable. Mais, ce type de tourisme entraîne une gentrification des destinations et crée des rejets comme nous le voyons sur certaines destinations très fréquentées.

**S3** : Le troisième scénario est celui d'un tourisme intelligent lié à une économie circulaire, mettant la priorité sur la proximité afin de toutes les populations puissent en bénéficier. Il répond ainsi aux menaces du changement climatique, du protectionnisme et nationalisme, de la montée des inégalités, enfin de certains aspects négatifs des technologies nouvelles.

Je vous remercie pour vos réponses. Dès que j'aurais un nombre suffisant de réponses, j'en ferai la synthèse. Je vous enverrai cette synthèse pour mieux connaître votre position par rapport à la médiane des opinions. Alors, je

développerai mes hypothèses et présenterai ma thèse doctorale dont je serai heureux de vous offrir une copie en espagnol, en français ou en anglais.

Merci encore.

## Questionnaire

Selon les prévisions de l'OMT, le nombre d'arrivées de touristes internationaux doublerait entre 2010 et 2030 pour atteindre 1.809 millions d'arrivées, soit un rythme de croissance annuelle de 3.8% jusqu'à 2020, puis de 2.9% de 2020 à 2030. Mais si les tendances récentes se poursuivent, on pourrait atteindre plus de 2 milliards d'arrivées en 2030. En 2018, l'OMT a dénombré plus de 1,4 milliards d'arrivées, soit 8% de plus qu'en 2017, année qui avait connu un record avec +7% de croissance par rapport à 2016. Et le tourisme, selon diverses études scientifiques, aurait une empreinte carbone beaucoup plus élevée (2 à 3 fois plus) que celle que les lobbies professionnels évaluent.

1. Si les changements s'accélèrent, en particulier climatiques et technologiques, pensez-vous que les projections des organisations internationales se réaliseront ?

Tout à fait d'accord _/	D'accord /	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	------------	------------	-----------------	----------------------------

2. Quelles seraient les secteurs qui bouleverseront le plus l'industrie du tourisme ?

- a) **Transports** : la transition énergétique va changer la nature des transports touristiques. L'aérien en particulier subira de très fortes pressions pour réduire sa part dans les transports et son empreinte carbone :

2030

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

2050

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Commentaire :

--

b) **Hébergement** : les plateformes (type Airbnb), l'intelligence artificielle et les robots, les blockchains vont révolutionner les modes et les opérations de l'hébergement touristique. Les politiques des villes et des territoires seront obligés de multiplier normes et certifications pour le contrôler et freiner son hyper - développement :

2030

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

2050

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

**Commentaire :**

--

Avec la montée du niveau des mers, doit-on imaginer dès maintenant d'autres hébergements et formes de tourisme pour le littoral ?

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Lesquels selon vous ?

--

c) **Restauration** : la tendance bio, le véganisme et le végétarisme ainsi que les mouvements contre la souffrance animale vont s'imposer en restauration touristique ?

Dès 2030

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Avant 2050

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Comment selon vous ?

- Réduction importante de consommation de viande animale \_/
- Consommation d'insectes \_/
- Substitut repas genre Herbalife \_/
- Autre commentaire \_/

d) **Attractions et loisirs** : l'organisation de pèlerinages, évènements musicaux, culturels, sportifs, la visite de sites et monuments de la liste du patrimoine mondial ... sera fortement influencée par les blockchains, la robotique et l'intelligence artificielle ?

2030

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

2050

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Comment selon vous ?

- Par la réalité virtuelle \_/
- Par des automatismes \_/
- Par l'Internet des objets et des systèmes de contrôle et de sécurité \_/

Bref commentaire :

3. L'identification des risques environnementaux, climatiques, technologiques, géopolitiques et culturels pourrait freiner le développement du tourisme sur certaines destinations. Etes-vous d'accord pour affirmer que le tourisme montrera toujours la résilience d'antan ?

Tout à fait d'accord _/	D'accord	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	----------	------------	-----------------	----------------------------

	_/			
--	----	--	--	--

Bref commentaire :

--

4. Le tourisme durable pourrait concentrer l'essentiel des produits et services des prochaines décennies ?

Dès 2030

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Avant 2050

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Commentaire :

--

5. Le tourisme durable pourrait consolider les inégalités des sociétés et accélérer la gentrification des destinations les plus en vogue ?

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Commentaire :

--

6. Les blockchains et les crypto-monnaies vont révolutionner le fonctionnement des opérations touristiques avant 2030 ?

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Commentaire :

--

7. Le greenwashing et la promotion du tourisme durable pourraient engendrer des « fake news » sur la réalité écologique des destinations, produits et services ?

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Commentaire :

--

8. Le smart tourisme ou tourisme intelligent, c'est-à-dire selon la définition tirée de la « Smart City », connecté, durable et inclusif, sera-t-il considéré dans les prochaines années comme l'objectif prioritaire des destinations touristiques ? Les technologies innovantes du spatial et des satellites vont – elles accélérer cela ?

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Commentaire :

--

9. L'économie circulaire devrait influencer le futur du tourisme pour le rendre plus responsable et plus solidaire ?

Avant 2030

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Avant 2050

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Pourquoi et comment selon vous ?

--

10. Sachant qu'au moins 70% des emplois de 2030 n'existent pas encore aujourd'hui et selon certains experts plus de 85% en 2050, la formation touristique devrait-elle être plus transversale et porter, non sur une accumulation de compétences, mais sur la capacité de réagir aux changements climatiques, géopolitiques et sociaux ?

Avant 2030

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Avant 2050

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

11. Quel scénario aurait la plus grande probabilité de se réaliser ?

**Scénario 1 - Business as usual : quelle probabilité lui attribuez-vous ?**

2030

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

2050

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

**Pensez-vous que ce scénario amènera plus de précarité dans l'emploi**

**Oui \_/ Non \_/**

Commentaire :

--

**Scénario 2 - Tourisme durable : quelle probabilité lui attribueriez-vous ?**

2030

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

2050

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

**Scénario 3 - Tourisme intelligent (smart) dans une économie circulaire : quelle probabilité ?**

2030

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

2050

100% _/	75% _/	50% _/	25% _/	0% _/
---------	--------	--------	--------	-------

12. Quels processus devrions-nous initier dès maintenant pour s'approcher du Scénario 3 ?

Une gouvernance autour de l'économie circulaire ?

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Une stratégie d'innovation transversale touchant les secteurs liés directement ou indirectement au tourisme ?

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Autres?

--

13. En 1972, le Club de Rome publiait « Halte à la croissance ». Le Rapport Meadows sur « Les Limites de la croissance » avec son modèle World3 estimait que vers 2030, nos sociétés basées sur les énergies non renouvelables pourraient connaître un effondrement, pensez-vous que cela pourrait arriver au tourisme ?

Avant 2030

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Vers 2050

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Commentaire :

--



14. Quelles sont les destinations et régions touristiques qui selon vous seront le plus affectées par le changement climatique en 2030 ?

Littoral            oui \_/                      non \_/  
 Urbain            oui \_/                      non \_/  
 Péri-urbain      oui \_/                      non \_/  
 Rural              oui \_/                      non \_/

Commentaire :

--

15. Quelles sont les régions du monde qui seront obliger d'offrir de nouveaux types de tourisme dans les prochaines décennies ?

a) Asie et Pacifique

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

b) Amérique du nord

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

c) Amérique du sud et Caraïbes

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

d) Afrique

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

e) Europe

Tout à fait d'accord _/	D'accord _/	Indécis _/	En désaccord _/	Totalement en désaccord _/
-------------------------	-------------	------------	-----------------	----------------------------

Commentaire :

--

Merci

[robert.lanquar@gmail.com](mailto:robert.lanquar@gmail.com)

Mai 2019

## DELPHI SURVEY 2019 (ENGLISH)

**Dear colleagues,**

Fifty years ago, I started to study tourism. Residing in Cordoba, Andalusia, I prepared a doctoral dissertation at UCO – University of Cordoba. The topic is about tourism in the coming decades. For this, I would be happy to ask you to participate in a Delphi survey with three steps.

Delphi is a subjective method that uses the intuition and knowledge of experts. Its principles are anonymity, feedback and simultaneity of data. It aims to obtain an opinion as consensual as possible on future events through a structured communication process that organizes the production, aggregation and modification of the opinions of an independent group of experts around future scenarios. One of its virtues is to better formulate the problems so that they will be clearly exposed.

We have particularized three scenarios for tourism by 2030 and 2050. The framework was set by the OECD which exposed its "Megatrends for Tourism" as well as those of the World Economic Forum (WEF), but also the Report of the Club of Rome of 1972 on the "Limits of growth", revised by Meadows team in 2002 and 2012.

Here are my three scenarios:

S1: The first *Business as usual* is the continuation of current trends that could lead to uncontrollable situations.

S2: The second scenario is more virtuous; it is that of *Sustainable Tourism*. But, this type of tourism leads to a gentrification of destinations and creates rebuffs as we see on some highly frequented destinations.

S3: The third scenario is that of *Smart Tourism linked to Circular Economy*, putting priority on proximity so that all populations can benefit from it. It responds to the threats of climate change, protectionism and nationalism, the rise of inequalities, and finally some negative aspects of the new technologies.

As soon as I have enough answers, I will synthesize them. I will send you a summary to know your position in relation to the median of opinions. Then I will develop my assumptions and present my dissertation which I would be happy to offer you a copy in English, French or Spanish.

Thank you.

## Survey

According to UNWTO forecasts, international tourist arrivals would double between 2010 and 2030 to reach 1.809 billion, an annual growth rate of 3.8% to 2020, and 2.9% from 2020 to 2030. But if recent trends continue, we could reach more than 2 billion arrivals in 2030. In 2018, UNWTO counted more than 1.4 billion arrivals, 8% more than in 2017, a year with a record growth of + 7% compared to 2016. And this tourism, according to various scientific studies, would have a much higher carbon footprint (2 to 3 times more) than the one that professional lobbies evaluate.

1. If the changes accelerate, especially climate and technology, do you think that the projections of international organizations will be realized?

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

2. What sectors would be the most likely to disrupt the tourism industry?

- f) **Transport:** the energy transition will change the nature of tourism transportation; aviation pressured to reduce its share in transportation and its carbon footprint:

### 2030

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

### 2050

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

Comment :

--

- g) **Accommodation:** platforms (Airbnb type), artificial intelligence and robots, blockchains will revolutionize the modes and operations of tourist accommodation. The policies of cities and territories will be obliged to multiply standards and certifications to control it and curb its hyper-development:

2030

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

2050

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

Comment:

With the rise of sea level, should we imagine from now other accommodation and forms of tourism for the coastline?

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

What do you think about sea level rise linked to climate change in relation with coastal tourism?

- h) **Catering:** the organic, veganism and vegetarianism trends as well as movements against animal suffering will be imposed in tourist catering, cuisine and gastronomy

From 2030

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

Before 2050

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

How ?

- Significant reduction in consumption of animal meat      \_/
- Insect/Bug consumption      \_/

- Substitute meal type Herbalife \_/\_
- Others \_/\_

i) **Attractions and leisure:** the organization of pilgrimages, musical, cultural, sporting events, the visit of sites and monuments of the World Heritage List... will be heavily influenced by blockchains, robotics and artificial intelligence

2030

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

2050

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

How do you think?

- By virtual reality \_/\_
- By Automation \_/\_
- Through the Internet of Things and systems of monitoring and security  
\_/\_

Comment:

3. The identification of environmental, climatic, technological, geopolitical and cultural risks could hinder the development of tourism on some destinations. Do you agree that tourism will always show resilience as before 2020?

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

Comment :

4. Sustainable tourism could focus most of the products and services of the next few decades?

From 2030

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

Before 2050

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

Comment:

--

5. Sustainable tourism could consolidate the inequalities of our societies and accelerate the gentrification of the most fashionable destinations?

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

Comment :

--

6. Blockchains and cryptocurrencies will revolutionize the operation of tourist operations before 2030?

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

Comment:

--

7. Greenwashing and the promotion of sustainable tourism could generate “fake news” concerning the ecological authenticity of destinations, products and services?

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	--------------------------

Comment :

8. Smart tourism, that is, consistent with the definition of the “Smart City”, connected, sustainable and inclusive, will it be considered in the coming years the priority for destinations? Do you think that innovative technologies from satellites & aerospace may accelerate this?

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	--------------------------

Comment :

9. Circular economy should influence the future of tourism to make it more responsible and more supportive?

Before 2030

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	--------------------------

Before 2050

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	--------------------------

Why and how?

10. Knowing that at least 60 to 70% of the jobs in 2030 do not exist yet and according to some experts more than 85% in 2050, should tourism training be more transversal and carry, not on an accumulation of skills, but



on the capacity of respond to climate, technological, geopolitical & social changes?

Before 2030

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

Before 2050

Strongly agree _/_	Agree _/_	Neither agree nor disagree _/_	Disagree _/_	Strongly disagree _/_
-----------------------	--------------	--------------------------------------	-----------------	-----------------------------

11. Which scenario would have the greatest probability?

**Scenario 1 - Business as usual:** what probability do you assign it?

2030

100% _/_	75% _/_	50% _/_	25% _/_	0% _/_
----------	---------	---------	---------	--------

2050

100% _/_	75% _/_	50% _/_	25% _/_	0% _/_
----------	---------	---------	---------	--------

**Do you think that this scenario will bring more insecurity in tourism employment Yes\_/\_ No\_/\_**

Comment :

--

**Scenario 2- Sustainable tourism:** what probability would you attribute to it?

2030

100% _/_	75% _/_	50% _/_	25% _/_	0% _/_
----------	---------	---------	---------	--------

2050

100% _/_	75% _/_	50% _/_	25% _/_	0% _/_
----------	---------	---------	---------	--------

**Scenario 3 - Smart tourism in a circular economy:** what probability?

2030

100% _/_	75% _/_	50% _/_	25% _/_	0% _/_
----------	---------	---------	---------	--------

2050

100% <input type="checkbox"/>	75% <input type="checkbox"/>	50% <input type="checkbox"/>	25% <input type="checkbox"/>	0% <input type="checkbox"/>
-------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	-----------------------------

12. What processes should we initiate now to reach the objectives of Scenario 3?

- Governance around the circular economy?

Strongly agree <input type="checkbox"/>	Agree <input type="checkbox"/>	Neither agree nor disagree <input type="checkbox"/>	Disagree <input type="checkbox"/>	Strongly disagree <input type="checkbox"/>
---	--------------------------------	---	-----------------------------------	--

- A transversal innovation strategy affecting sectors directly or indirectly linked to tourism ?

Strongly agree <input type="checkbox"/>	Agree <input type="checkbox"/>	Neither agree nor disagree <input type="checkbox"/>	Disagree <input type="checkbox"/>	Strongly disagree <input type="checkbox"/>
---	--------------------------------	---	-----------------------------------	--

**Other processes you may propose?**

--

13. In 1972, the Club of Rome published “The Limits to Growth”. The Meadows Report with its Model World3 estimated that around 2030, non-renewable energy use could experience a collapse, do you think this could happen to tourism?

Around 2030

Strongly agree <input type="checkbox"/>	Agree <input type="checkbox"/>	Neither agree nor disagree <input type="checkbox"/>	Disagree <input type="checkbox"/>	Strongly disagree <input type="checkbox"/>
---	--------------------------------	---	-----------------------------------	--

Around 2050

Strongly agree <input type="checkbox"/>	Agree <input type="checkbox"/>	Neither agree nor disagree <input type="checkbox"/>	Disagree <input type="checkbox"/>	Strongly disagree <input type="checkbox"/>
---	--------------------------------	---	-----------------------------------	--

Comment :

--

14. What are the destinations and tourist regions that you think will be most affected by climate change in 2030?

Coastline	yes	_/	no	_/
Urban	yes	_/	no	_/
Peri-urban	yes	_/	no	_/
Rural	yes	_/	no	_/
Natural Parks & Reserves	yes	_/	no	_/

Comment :

--

15. Which regions of the world be obliged to offer new types of tourism in the coming decades?

a) Asia and the Pacific

Strongly agree _/	Agree _/	Neither agree nor disagree _	Disagree _/	Strongly disagree _/
----------------------	-------------	---------------------------------	----------------	-------------------------

b) South America and the Caribbean

Strongly agree _/	Agree _/	Neither agree nor disagree _	Disagree _/	Strongly disagree _/
----------------------	-------------	---------------------------------	----------------	-------------------------

c) Africa

Strongly agree _/	Agree _/	Neither agree nor disagree _	Disagree _/	Strongly disagree _/
----------------------	-------------	---------------------------------	----------------	-------------------------

d) Europe

Strongly agree _/	Agree _/	Neither agree nor disagree _	Disagree _/	Strongly disagree _/
----------------------	-------------	---------------------------------	----------------	-------------------------

Comment :

--

**Many thanks and best regards**

Robert Lanquar

[robert.lanquar@gmail.com](mailto:robert.lanquar@gmail.com)

May 2019

## ANEXO 2

# EL CUESTIONARIO LIKERT 2020 (Español)

**Estimad@ colega:**

La COVID tiene un impacto desastroso en el turismo. Hace un año, le envié un cuestionario de tipo Delphi sobre el futuro del turismo y tomé en cuenta sus respuestas en la preparación de mi tesis doctoral española. Hoy, en octubre de 2020, se trata de ver cómo nuestro sector podría reaccionar y describir nuevos escenarios para su futuro. Estaré infinitamente agradecido de conocer sus opiniones en este breve cuestionario, basado en el método Likert.

1.

¿  
T  
r  
a  
n  
s  
f  
o  
r  
m  
a  
r  
á  
p  
r  
o  
f  
u  
n  
d  
a  
m  
e

n  
t  
e  
l  
a  
C  
O  
V  
I  
D  
1  
9  
e  
l  
c  
o  
m  
p  
o  
r  
t  
a  
m  
i  
e  
n  
t  
o  
d  
e  
l  
o  
s  
v  
i  
a  
j  
e  
r  
o  
s  
y  
,

a  
c  
o  
n  
t  
i  
n  
u  
a  
c  
i  
ó  
n  
,  
l  
a  
s  
p  
o  
l  
í  
t  
i  
c  
a  
s  
y  
e  
s  
t  
r  
a  
t  
e  
g  
i  
a  
s  
d  
e  
l  
o  
s

t  
e  
r  
r  
i  
t  
o  
r  
i  
o  
s  
y  
l  
a  
s  
e  
m  
p  
r  
e  
s  
a  
s  
e  
n  
m  
a  
t  
e  
r  
i  
a  
d  
e  
t  
u  
r  
i  
s  
m  
o  
?



Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo _/	Sin opinión _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	---------------	----------------	------------------	-----------------------------

2.

¿  
V  
e  
r  
e  
m  
o  
s  
u  
n  
a  
a  
c  
e  
l  
e  
r  
a  
c  
i  
ó  
n  
e  
n  
e  
l  
d  
e  
s  
a  
r  
r  
o  
l  
l  
o  
d  
e

l  
t  
u  
r  
i  
s  
m  
o  
d  
e  
s  
p  
u  
é  
s  
d  
e  
2  
0  
2  
1  
?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo	Sin opinión _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	------------	----------------	------------------	-----------------------------

3.

¿  
S  
e  
d  
e  
b  
e  
r  
í  
a  
n  
r  
e  
e  
v  
a

l  
u  
a  
r  
l  
a  
s  
p  
e  
r  
s  
p  
e  
c  
t  
i  
v  
a  
s  
d  
e  
l  
a  
O  
M  
T  
,  
O  
C  
D  
E  
y  
B  
a  
n  
c  
o  
M  
u  
n  
d  
i  
a

l  
,  
t  
e  
n  
i  
e  
n  
d  
o  
m  
e  
j  
o  
r  
e  
n  
c  
u  
e  
n  
t  
a  
e  
l  
c  
a  
m  
b  
i  
o  
c  
l  
i  
m  
á  
t  
i  
c  
o  
?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo	Sin opinión _/	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	------------	----------------	-----------------	-----------------------------

4.

¿  
S  
e  
d  
e  
b  
e  
r  
í  
a  
d  
a  
r  
m  
á  
x  
i  
m  
a  
p  
r  
i  
o  
r  
i  
d  
a  
d  
a  
l  
t  
r  
a  
n  
s  
p  
o  
r  
t  
e

n  
o  
c  
o  
n  
t  
a  
m  
i  
n  
a  
n  
t  
e  
(  
e  
l  
é  
c  
t  
r  
i  
c  
o  
o  
h  
i  
d  
r  
ó  
g  
e  
n  
o  
)  
m  
e  
d  
i  
a  
n  
t  
e

u  
n  
a  
f  
i  
s  
c  
a  
l  
i  
d  
a  
d  
b  
o  
n  
u  
s  
-  
p  
e  
n  
a  
l  
i  
z  
a  
c  
i  
ó  
n  
s  
i  
g  
n  
i  
f  
i  
c  
a  
t  
i  
v

a  
?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo	Sin opinión _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	------------	----------------	------------------	-----------------------------

5.

¿  
S  
e  
d  
e  
b  
e  
r  
í  
a  
n  
e  
x  
i  
g  
i  
r  
a  
l  
o  
j  
a  
m  
i  
e  
n  
t  
o  
s  
t  
u  
r  
í  
s  
t  
i



c  
o  
s  
c  
o  
n  
e  
s  
t  
á  
n  
d  
a  
r  
e  
s  
d  
e  
a  
l  
t  
a  
c  
a  
l  
i  
d  
a  
d  
a  
m  
b  
i  
e  
n  
t  
a  
l  
s  
o  
b  
r  
e

e  
l  
c  
o  
n  
s  
u  
m  
o  
d  
e  
e  
n  
e  
r  
g  
í  
a  
,  
e  
l  
r  
e  
c  
i  
c  
l  
a  
j  
e  
y  
l  
a  
s  
z  
o  
n  
a  
s  
v  
e  
r  
d

e  
s  
?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo	Sin opinión _/	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	------------	----------------	-----------------	-----------------------------

6.

¿  
S  
e  
d  
e  
b  
e  
r  
í  
a  
n  
c  
o  
n  
t  
r  
o  
l  
a  
r  
,  
d  
e  
f  
o  
r  
m  
a  
m  
á  
s  
e  
x  
i  
g  
e

n  
t  
e  
,  
l  
o  
s  
a  
l  
q  
u  
i  
l  
e  
r  
e  
s  
t  
u  
r  
í  
s  
t  
i  
c  
o  
s  
p  
a  
r  
a  
e  
v  
i  
t  
a  
r  
e  
n  
f  
r  
e  
n

t  
a  
m  
i  
e  
n  
t  
o  
s  
s  
o  
c  
i  
a  
l  
e  
s  
,  
d  
i  
s  
t  
u  
r  
b  
i  
o  
s  
n  
o  
c  
t  
u  
r  
n  
o  
s  
y  
d  
e  
s  
i  
g

u  
a  
l  
d  
a  
d  
e  
s  
u  
r  
b  
a  
n  
a  
s  
?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo	Sin opinión _/	En desacuerdo _/	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	------------	----------------	------------------	-----------------------------

7.

L  
a  
d  
o  
m  
ó  
t  
i  
c  
a  
e  
n  
l  
a  
h  
o  
s  
t  
e  
l  
e  
r

í  
a  
v  
a  
a  
i  
n  
t  
r  
o  
d  
u  
c  
i  
r  
c  
á  
m  
a  
r  
a  
s  
y  
o  
t  
r  
o  
s  
s  
e  
n  
s  
o  
r  
e  
s  
q  
u  
e  
p  
u  
e  
d

e  
n  
s  
e  
r  
d  
e  
m  
a  
s  
i  
a  
d  
o  
i  
n  
t  
r  
u  
s  
i  
v  
o  
s  
p  
a  
r  
a  
l  
a  
v  
i  
d  
a  
p  
r  
i  
v  
a  
d  
a  
e  
n



l  
a  
s  
i  
n  
f  
r  
a  
e  
s  
t  
r  
u  
c  
t  
u  
r  
a  
s  
y  
l  
o  
s  
e  
q  
u  
i  
p  
a  
m  
i  
e  
n  
t  
o  
s  
t  
u  
r  
í  
s  
t  
i

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo	Sin opinión _/	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	------------	----------------	-----------------	-----------------------------

8. ¿La comida y la gastronomía turísticas cambiarán radicalmente en favor del slow-food y de fórmulas más vegetarianas?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo	Sin opinión _/	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	------------	----------------	-----------------	-----------------------------

9. ¿Se generalizarán las prácticas del Revenue Management para la gestión del transporte, el alojamiento y las actividades turísticas?

Totalmente de acuerdo _/	De acuerdo	Sin opinión _/	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/
--------------------------	------------	----------------	-----------------	-----------------------------

10. ¿Se generalizarán las cadenas de bloques con criptomonedas en las empresas turísticas?

Totalmente de acuerdo _/_	De acuerdo	Sin opinión _/_	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/_
------------------------------	------------	--------------------	-----------------	---------------------------------

10.¿Se automatizarán la mayoría de las actividades culturales, deportivas y de ocio, y los destinos promoverán principalmente el turismo virtual?

Totalmente de acuerdo _/_	De acuerdo	Sin opinión _/_	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/_
------------------------------	------------	--------------------	-----------------	---------------------------------

11.¿Se deberían reducir drásticamente la contaminación lumínica y la acústica (ruido nocturno y ruidos de motor)?

Totalmente de acuerdo _/_	De acuerdo	Sin opinión _/_	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/_
------------------------------	------------	--------------------	-----------------	---------------------------------

12.¿Debería la UNESCO incidir más en sus criterios de las Listas del Patrimonio Mundial, los efectos sociales negativos del desarrollo turístico?

Totalmente de acuerdo _/_	De acuerdo	Sin opinión _/_	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/_
------------------------------	------------	--------------------	-----------------	---------------------------------

13.¿Deberían las organizaciones internacionales de turismo, profesionales o gubernamentales, luchar más contra los excesos del sobreturismo y los lobbies?

Totalmente de acuerdo _/_	De acuerdo	Sin opinión _/_	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/_
------------------------------	------------	--------------------	-----------------	---------------------------------

14.¿Creen que las predicciones del Club de Roma sobre “Los límites al crecimiento” se aplicarán al turismo?

Totalmente de acuerdo _/_	De acuerdo	Sin opinión _/_	En desacuerdo /	Totalmente en desacuerdo _/_
------------------------------	------------	--------------------	-----------------	---------------------------------

15.¿Será el modelo “Destination Smart Tourism” el estándar general para la gestión de destinos y territorios antes de 2025?

Totalmente de acuerdo _/_	De acuerdo	Sin opinión _/_	En desacuerdo _/_	Totalmente en desacuerdo _/_
------------------------------	------------	--------------------	----------------------	---------------------------------

**Por favor reenvíe este cuestionario a [robert.lanquar@gmail.com](mailto:robert.lanquar@gmail.com)  
Gracias. Si lo desea, le enviaré copia de mi resumen. Hágamelo saber.  
Córdoba, España, 11 de octubre de 2020**

# QUESTIONNAIRE LIKERT 2020

## (FRANÇAIS)

**Che-è -r-e collègue,**

Le COVID19 a eu un désastreux impact sur le tourisme. Il y a un an, je vous ai envoyé un questionnaire Delphi sur le futur du tourisme. Une quarantaine de réponses ont été prises en compte dans ma thèse doctorale espagnole et je remercie leurs auteurs. Aujourd'hui, en octobre 2020, il s'agit de savoir comment notre secteur devrait réagir aux prochaines crises. Afin d'élaborer de nouveaux scénarios pour le futur du tourisme, je vous saurai gré et infiniment reconnaissant de me donner vos opinions à partir de ce questionnaire basé sur la méthode Likert.

1. Le COVID19 va transformer profondément le comportement des voyageurs, puis les politiques et stratégies des territoires sur le tourisme :

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

2. Nous allons voir une accélération du développement du tourisme de 2021 :

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

3. Les projections de l'OMT, OCDE et Banque mondiale devront être réévaluées en raison de l'accélération du changement climatique :

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

4. Doit-t-on donner la priorité absolue aux transports non polluants (électrique ou hydrogène) par des taxations bonus-malus significatives ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

5. Doit-on obliger les hébergements touristiques à suivre des normes strictes sur la consommation énergétique, le recyclage, les espaces verts ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

6. Doit-on mieux contrôler les locations touristiques urbaines afin d'éviter affrontements sociaux, tapages nocturnes et inégalités ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

7. La domotique va-t-elle truffer de senseurs, caméras et autres systèmes **intrusifs** dans les hébergements touristiques et équipements de loisirs ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

8. L'alimentation et la gastronomie devront-elles, d'ici 2030-2040, changer en faveur du slow-food et des formules moins carnées ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

9. Les pratiques de Revenue Management vont-elles être généralisées pour la gestion des transports, hébergements et activités touristiques ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

10. Les blockchains et les crypto-monnaies vont-elles se généraliser dans le tourisme ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

11. Va-t-on mieux automatiser les activités culturelles, sportives et de loisirs en donnant une priorité au tourisme virtuel ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

12. Doit-on définir des normes pour réduire drastiquement la pollution lumineuse et sonore (tapage nocturne et bruits de moteurs) ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

13.L'UNESCO doit-elle inclure dans ses critères pour les Listes du patrimoine mondial, de manière plus marquée les effets sociaux du tourisme?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

14.Les organisations internationales gouvernementales ou professionnelles de tourisme doivent-elles lutter davantage contre les excès du surtourisme ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

15.Pensez-vous que les prédictions du Club de Rome qui prévoit des limites à la croissance vont s'appliquer au tourisme ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/_	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	---------------------	--------------------

16. Le modèle « Destination Smart Tourisme » sera – t – il la norme avant 2025 avec la digitalisation des destinations et des territoires ?

En total accord _/_	D'accord _/	Sans opinion _/_	En désaccord _/	Total désaccord _/
------------------------	-------------	---------------------	-----------------	--------------------

**Renvoyez SVP ce questionnaire à : [robert.lanquar@gmail.com](mailto:robert.lanquar@gmail.com)**

**MERCI**

**Si vous le désirez, je vous enverrai copie de ma synthèse.**

**Faites-le moi savoir.**

**Cordoue, Espagne, 11 Octobre 2020**



# SURVEY LIKERT 2020

## (ENGLISH)

Dear colleague,

The COVID pandemic has a disastrous impact on tourism. A year ago, I sent you a Delphi questionnaire and I took your answers into account in the preparation of my Spanish doctoral dissertation. Today, in October 2019, the question is how our sector could react and what new scenarios for its future may be described. I will be infinitely grateful to know your opinions on the following questions, based on the Likert method.

1. Will the COVID19 profoundly transform the behaviour of travelers, and then the policies and strategies of the territories and the tourism businesses?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

2. Are we going to see an acceleration in the development of tourism after 2021?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

3. Should UNWTO, OECD and World Bank's forecasts be reassessed in the face of the pandemic, taking climate change more seriously?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

4. Should non-polluting transport (electric or hydrogen) be given top priority by significant bonus-malus taxes by 2030?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

5. Shouldn't tourist accommodations be required to follow HEQ (high environmental quality) standards on energy consumption, recycling practices, common areas?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------



6. Shouldn't tourist rentals be better controlled in order to avoid social clashes, night-time disturbances and urban inequalities?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

7. Would home automation (robots - breakfasts, artificial intelligence and automation, information/bookings, check-in/check-out...) be used with sensors, cameras and other systems that are intrusive to privacy, in tourist accommodation and leisure facilities?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

8. Will food and gastronomy radically change in favour of slow-food and more vegetarian formulas?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

9. Will Revenue Management practices be globally accepted for transportation, accommodation, and tourism activities' management?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

10. Will blockchains with cryptocurrencies become widespread in tourism companies?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

11. Will most cultural, sports and leisure activities be automated by promoting virtual tourism?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

12. Should light and noise pollution (night noise and engine noise) be drastically reduced?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	---------------------

13. Should UNESCO include more in its criteria on the World Heritage Lists, the social effects of an excessive development of tourism?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	------------------------

14. Should international governmental or professional tourism organizations be more fighting the excesses of overtourism?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	------------------------

15. Do you think that the Rome Club's predictions on the Limits to growth will apply to tourism?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	------------------------

16. Will the "Smart Tourism Destination " model be the generalized standard of management before 2025 with the digitalization of destinations and territories?

Agree totally _/	Agree _/	Without opinion _/	At variance _/	Totally disagree _/
------------------	----------	-----------------------	-------------------	------------------------

**Please send this questionnaire back to [robert.lanquar@gmail.com](mailto:robert.lanquar@gmail.com)**

**Thank you. If you wish, I will send you my summary. Let me know**

**Cordoba, Spain, 11 October 2020**