

Programa de Formación para el desarrollo de capacidades en cambio climático con enfoque en Adaptación basada en Ecosistemas para el sector turismo en México

1. Módulo introductorio: Turismo, cambio climático y soluciones naturales

Lección 1.1: Tendencias del turismo y competitividad

RESUMEN

El turismo es una de las actividades económicas más importantes a nivel global: es la tercera industria en exportaciones solo detrás de petróleo y la industria de productos químicos; genera alrededor del 10% del Producto Interno Bruto (PIB) global, produce 1 de cada 11 empleos y representa 7% de las exportaciones globales y hasta el 29% de exportaciones específicamente en el sector servicios .

En más de 60 países el turismo está considerado como la principal industria exportadora y en 150 países figura entre las primeras cinco; también representa la mayor fuente de divisas para un tercio de las economías en desarrollo y para la mitad de los países considerados menos desarrollados.

A pesar de la pausa generada por la pandemia de COVID – 19 y otros problemas globales, el crecimiento continuo de esta actividad es claro. En el año 2012 se superó la cifra de 1,000 millones de turistas viajando a nivel internacional y, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo, en 2019 las llegadas de turistas internacionales crecieron 4% para llegar a la cifra de mil quinientos millones.

Entender las dinámicas que llevan a esta actividad a ser muy relevante, pero también a ser muy vulnerable ante los efectos cambiantes de un mundo cada vez más complejo, es vital para lograr avanzar en la búsqueda de un turismo competitivo, sustentable y más justo.

Hoy vivimos en un mundo convulso, un mundo que ha cambiado (y que sin duda como humanidad hemos cambiado) y que se vuelve mucho más difícil de gestionar que antes, a pesar de los avances tecnológicos y la información que tenemos para tratar de entender fenómenos complejos.

Especialistas han conceptualizado a este momento en el que vivimos como un entorno VUCA, que son las siglas (en inglés) de Volatility, Uncertainty, Complexity y Ambiguity. A continuación se explica cada concepto en español:

Volatilidad: es un cambio relativamente inestable; la información está disponible y la situación es comprensible, pero el cambio es frecuente ya veces impredecible.

Incertidumbre: es la falta de conocimiento sobre si un evento tendrá ramificaciones significativas; se entienden la causa y el efecto, pero se desconoce si un evento creará un cambio significativo.

Complejidad: cuando existen muchas partes interconectadas formando una elaborada red de información y procedimientos; a menudo la información puede estar disponible de diversas maneras y difícil de comprender, pero no necesariamente implica la generación de un cambio.

Ambigüedad: representa la falta de conocimiento sobre "las reglas básicas del juego"; la causa y el efecto no se entienden y no hay precedentes para hacer predicciones sobre qué esperar.

Este tipo de fenómenos VUCA es necesario entenderlos y atenderlos desde una perspectiva amplia, ya que las soluciones a los problemas derivados de ellos no son únicas, sino incluyen diferentes niveles de intervención, y en el caso del turismo, con situaciones como cambio climático, pandemias, seguridad y otros, es fundamental tratar de gestionar adecuadamente el momento que vivimos.

Por ello, es importante conocer la manera cómo los negocios y el turismo se están comportando, para tomar mejores decisiones.

La primera referencia que veremos en este módulo es del Foro Económico Mundial (World Economic Forum, en inglés), una organización no gubernamental internacional que se reúne en Davos, Suiza cada año, y que conjunta a líderes empresariales y políticos a nivel global, donde se define mucho del futuro económico del planeta.

Además, realizan investigaciones y publicaciones como el *Global Risk Report*, un documento clave publicado cada año y que sirve para comprender los riesgos que el sector privado identifica para sus negocios.

Resulta interesante analizar que, en las encuestas realizadas a los líderes globales donde se les pide identificar los diez riesgos más severos que ellos ven para los negocios en las próximos años, cinco de ellos estén relacionados con aspectos ambientales.

La falta de acción climática, es decir, la incapacidad de los países y empresas en comprometerse para disminuir la generación de Gases Efecto Invernadero es el riesgo más alto, seguido por los eventos extremos del clima, que está ampliamente relacionado con el riesgo número uno, y en tercer lugar la pérdida de biodiversidad.

Resulta muy interesante este análisis porque hay que recordar que viene del sector privado global, no de las agencias de desarrollo ni de las organizaciones no gubernamentales, lo que hace que el interés global en estos temas, y la necesidad de acción, sea clara.

En el turismo estos datos no son la excepción; en el documento *Understanding the critical issues for the future of Travel & Tourism*, que publica el Consejo Global del Viajes y Turismo (World Travel & Tourism Council, en inglés) en 2017, se identifican también aquellos temas clave que el sector turístico identifica como de mayor impacto; el análisis se hace preguntando a los miembros del Consejo, pero también a otros actores externos.

Aquellos temas en los que ambos encuestados coinciden que hay que poner atención en el sector son, por un lado, la degradación de ecosistemas, especialmente considerando que estos son la base del atractivo turístico de muchas naciones, y en segundo lugar, el impacto que el cambio climático

hará en los destinos; por supuesto los temas de salud y seguridad también aparecen como temas relevantes a nivel global.

Este primer análisis nos lleva a entender que la sustentabilidad ha pasado de ser solamente un tema de “moda” o de “discurso”, y se ha convertido en una preocupación y en una meta de muchos gobiernos y empresas, aspecto que debemos aprovechar para pasar del discurso a la acción.

La tendencias nos dicen que la respuesta del sector está siendo importante, aunque hay muchos actores que consideran que aún es insuficiente para paliar los graves impactos que puede llegar a tener el sector.

Con información de estudios e investigaciones recientes, de 2020 a la fecha, hemos identificado que las tendencias más importantes del turismo tienen justamente que ver con esta respuesta a los retos ambientales y sociales. A continuación daremos a conocer dichas tendencias, divididas por el nivel de implementación y los actores que las desarrollan:

En el caso de **las políticas**, es decir las directrices que se están tomando desde gobiernos y empresas, ya sea en planes, programas, instrumentos de política pública o esquemas empresariales, destacan:

La visión a largo plazo, esta necesidad de identificar qué sucederá en el futuro (aunque sea incierto) y cómo podemos implementar acciones para lograr un futuro deseado; en este sentido, la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas ha sido clave para alinear la planeación y la acción al largo plazo.

Las nuevas formas de generar economía, a través de la valoración de los recursos, en lugar de la explotación de los mismos; en ese sentido, existe una tendencia muy relevante a implementar políticas y planes de Economía Azul, es decir, valorizar los recursos marino – costeros para obtener un beneficio de ellos con un enfoque también a que sean las comunidades aquella que logran estar en primer lugar de dichos beneficios.

Otro tema importante en el sector es el de Integración de la Biodiversidad; en 2016 se llevó a cabo en Cancún la 13va Conferencia de las Partes del Convenio de Diversidad Biológica (COP 16), donde se abordó la necesidad de trabajar con cuatro sectores productivos, incluyendo el turismo, en entender mejor su relación con la biodiversidad, e implementar prácticas para su conservación y restauración.

Finalmente, pero no por ello menos importante, existen ya una serie de planes y programas que han tomado en serio el tema de mitigación y adaptación al cambio climático en el sector, e incluso se ha planteado en diversos planes nacionales y subnacionales la necesidad de impulsar un turismo que vaya más allá de la conservación, e impulse la regeneración de ecosistemas, de destinos y de relaciones personales.

En el caso de las empresas turísticas, las principales tendencias son:

Al igual que el último punto, las acciones claras para lograrla descarbonización del turismo al 2050, y trabajar en adaptarse a los efectos. Tanto la Organización Mundial del Turismo, a través de la Declaración de Glasgow sobre la acción climática en turismo (en alianza con The Travel Foundation)

como el World Travel and Tourism Council, han dado marcos de referencia para que las empresas impulsen la mitigación en turismo. ADAPTUR, por su parte ha desarrollado dos importantes Guías (que estaremos utilizando durante futuras capacitaciones) para ayudar al sector privado turístico a adaptarse a los impactos del cambio climático.

Otro tema que en los últimos años ha sido muy valioso para el sector privado, es la vinculación con organizaciones de la sociedad civil en temas ambientales y sociales; si bien durante algún tiempo hubiera parecido que sus agendas tenían objetivos comunes, en un mundo como el de hoy la colaboración entre ambas agendas es clave, ya que el sector social tiene iniciativas que empujan hoy muy bien con la agenda de sustentabilidad del sector privado.

También hoy las empresas han apostado por hacer más públicas sus acciones de sustentabilidad; los reportes a los que algunas empresas están obligadas a hacer, en especial cuando cotizan en bolsa, se han sumado otras iniciativas de empresas no obligadas, pero que han encontrado mucho valor en informar a sus públicos meta (o *stakeholders*, como se les conoce en inglés) de sus acciones, buscando posicionarse en el mercado. Desde las Comunicaciones de Progreso (COP) de las empresas firmantes del Pacto Mundial¹, la *Global Reporting Initiative* o el *Carbon Disclosure Project* la transparencia y publicación de resultados se vuelve clave.

Finalmente, en el caso de las empresas turísticas, existe una tendencia a conservar y restaurar ecosistemas clave en los sitios donde operan, ya que la información científica les ha hecho comprender que al invertir en la protección de los ecosistemas, se reduce el riesgo de tener impactos derivados del cambio climático, y que es más costo – efectivo prevenir y restaurar, que implementar acciones después de un desastre natural.

Todas estas tendencias están también impulsadas por el cambio en la dinámica y la manera de consumir y tomar decisiones de los **turistas**; si bien es cierto ya había ciertas tendencias importante que venían dándose previo a la pandemia por COVID – 19, muchas tendencias se han acelerado desde entonces.

Sin duda alguna la principal fue la digitalización; el hecho de no poder tener contacto directo y de manera personal con personas, llevó a las empresas de tecnología a un cambio global en la manera de trabajar y relacionarnos; hoy, el turista es cada vez más digital, más “omnipresente” y tiene posibilidad de realizar muchas de sus actividades laborales y personales desde prácticamente cualquier sitio con una conexión a internet. Esto ha generado un cambio en la dinámica de los viajes, tanto de ocio como de negocio (ya en ocasiones fusionados en conceptos como el *workation*) y el aumento de los llamados nómadas digitales, lo que abre una serie de retos y oportunidades para las empresas y destinos turísticos.

El turista a partir de pandemia está realizando menos viajes, pero más significativos; la necesidad de buscar información sobre protocolos, destinos y sus criterios y protocolos COVID, la situación económica global por la posible recesión Post COVID – 19 y la guerra entre Ucrania y Rusia, ha hecho

¹ Iniciativa voluntaria basada en el compromiso de los Directores Generales (CEO's) de empresas firmantes comprometidas en implementar principios universales de sustentabilidad y en tomar acciones para acelerar el camino hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

que los viajes hoy tengan un significado diferente a lo que tenían antes de pandemia. Diversos estudios nos dicen que el turista busca hoy viajar con un propósito, con un sentido más profundo y con una necesidad de conectar con otras personas, de diferentes maneras.

La búsqueda de espacios naturales y el regreso a la ruralidad también representan una tendencia que creció con COVID – 19 y que se seguirá manteniendo a futuro; la visitación a sitios como Áreas Naturales Protegidas, Pueblos Mágicos o su equivalente subnacional ha aumentado derivado de la necesidad del turista de tener sitios cercanos donde pueda ir seguro, donde conviva con su familia cercana y donde pueda llegar en auto. Aunque también existe ya una recuperación de otro tipo de viajes de larga distancia en avión, el crecimiento e importancia del turismo doméstico y su búsqueda de sitios donde pueda estar en armonía, pasarla bien y no tener mucha gente alrededor ha llegado para quedarse.

Finalmente, el turista hoy tiene un interés muy importante en temas de sustentabilidad; si bien como decíamos, no es una tendencia nueva, si se ha acelerado mucho a partir de COVID – 19; una buena referencia a estos cambios es la encuesta que, desde 2016 realiza la empresa *Booking* a turistas que usan la plataforma, y donde les pregunta específicamente sus hábitos de viaje relacionados con la sustentabilidad. En los últimos dos años (2021 y 2022) ha crecido exponencialmente el número de turistas que quieren viajar más sustentable, que están buscando disminuir su impacto ambiental, que quieren dejar un legado al viajar y que prefieren experiencias locales con comunidades.

Sin duda la demanda seguirá siendo un motor de cambio en las prácticas del turismo del futuro.

La segunda parte de este módulo está dedicada a entender la manera en cómo se mide hoy la competitividad turística; para ello, hacemos un breve análisis de un reporte mundial, que mide a los países en función de una serie de criterios para saber el sitio en el que se encuentran posicionados a nivel global.

Esta referencia nos sirve para dos cosas: la primera, entender metodológicamente por qué es o no es competitivo un país y tener herramientas para trabajar también como destinos y cómo empresas en este proceso y, segundo, para analizar a detalle (como parte de un ejercicio adicional) la situación de México a nivel nacional y, en especial, entender cómo estamos calificados en materia de sustentabilidad.

El reporte en mención es el Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo 2021 (Travel & Tourism Development Index 2021, en inglés) publicado en el 2022 por el Foro Económico Mundial; este reporte compara y mide al conjunto de factores y políticas que posibilitan el desarrollo sustentable y resiliente del sector de viajes y turismo y que a su vez contribuye al desarrollo de los países; el TTDI (por sus siglas en inglés) está diseñado para centrar más la atención en el papel que juega el sector en el desarrollo económico y social, desde una perspectiva más amplia.

El Índice está compuesto por cinco (5) subíndices, diecisiete (17) pilares y ciento doce (112) indicadores individuales, que asignan una calificación a cada uno de los 117 países analizados y que permite un análisis comparativo entre los mismos.

El TTDI 2021 dice que la competitividad de los países está dada por las siguientes cinco condiciones (que llama subíndices)

1. El entorno propicio que genera el país en función del ambiente para los negocios, la seguridad, la salud, el recurso humano y la tecnología y comunicaciones
2. Las políticas de viaje derivadas de la priorización que le da cada país a turismo, la apertura internacional y la competitividad en precios
3. La infraestructura, tanto aérea, terrestre, portuaria y aquella de servicios al turista (hoteles, restaurantes, arrendadoras, cajeros ATM, entre otras)
4. Los motivadores de la demanda, es decir los recursos naturales y culturales y otros no relacionados con los viajes como empresas grandes, universidades, hospitales, entre otros que generan turismo de negocios, estudiantil, de salud, etc.
5. La sustentabilidad, tanto en temas ambientales como de resiliencia del país y sus condiciones socioeconómicas, así como e impacto de los viajeros a los destinos y como gestionarlos.

El país más competitivo del mundo en estos temas este año es Japón, que desbanca a España que había sido el más competitivo en las anteriores tres ediciones; México se ubica en el lugar 40, después de que en el último reporte se había colocado en el sitio 19.

Entender también la situación país más a detalle, será clave para lograr motivar a actores locales a ver la sustentabilidad como un tema estratégico y en el cuál, por desgracia, hemos avanzado poco como país.

Enlaces de Interés:

Nombre	Descripción	Enlace
Megatrends, Skift	Documento de Megatendencias de la consultora Skift, referencia a nivel global	https://skift.com/megatrends-2022/
Tendencias y políticas de turismo de la OCDE 2018	Reporte del sector turismo de la OCDE, con información importante sobre tendencias del sector	https://www.oecd-ilibrary.org/sites/e8b8fbbc-es/index.html?itemId=/content/component/e8b8fbbc-es
World Transformed, Megatrends and their implications in travel and tourism, WTTC	Reporte del WTTC sobre megatendencias del turismo	https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/World%20Transformed-Megatrends%20and%20their%20Implications%20for%20Travel%20and%20Tourism-Jan%202019.pdf?ver=2021-02-25-182733-437
Travel & Tourism Development Index, 2021	Reporte de competitividad de viajes y turismo de los países, en su edición 2021,	https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021/

Nombre	Descripción	Enlace
	cel Foro Económico Mundial, para evaluar la posición de los países y México	
Pacto Mundial México	Página del país del Pacto Mundial, la Iniciativa de Naciones Unidas para que el sector privado se involucre en los ODS	https://www.pactomundial.org.mx

Referencias:

Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014). *What a difference a word makes: Understanding threats to performance in a VUCA world*. Business Horizons, 57(3), 311–317.

Booking (2022), *Sustainable Travel Report 2022*

GreenTeam (2011). *The rise of the Awakening Consumer*, Estados Unidos

One Planet Sustainable Tourism Programme (2020) - *One Planet Vision for the Responsible Recovery of the Tourism Sector*

Organización Mundial del Turismo. (2022). *Panorama del Turismo Internacional*. Organización Mundial de Turismo.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2020). *Tourism, trends and policies*

Skift (2021) *Megatrends: looking ahead to 2025*, New York

World Economic Forum (2022). *Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future*. Geneva: World Economic Forum

World Travel and Tourism Council (2019), *World, Transformed: Megatrends and their implications for Travel & Tourism*, London

World Travel and Tourism Council (2020). *To Recovery and Beyond, The Future of Travel and Tourism in the wake of COVID – 19*, London