

IX Premio Internacional de Estudios Turísticos Gabriel Escarrer

“¿EXISTE EL TURISTA SOSTENIBLE? UN ANÁLISIS DE LA DISPOSICIÓN A PAGAR DEL TURISTA POR UN DESTINO SOSTENIBLE.

Juan Ignacio Pulido Fernández

Yaiza López Sánchez

Marcelino Sánchez Rivero

RESUMEN

Los expertos coinciden en que en la costa española existen muchos destinos turísticos que se encuentran en estado de madurez avanzada y que requieren de un largo proceso de renovación integral. El éxito o fracaso de estas iniciativas dependerá de muchos elementos relacionados con los actores turísticos (públicos y privados) responsables de la planificación, gestión y producción turística. Sin embargo, para la consecución de un desarrollo turístico sostenible, no solo la producción (productos/servicios) turística, en todas sus fases, debe realizarse siguiendo unas pautas sostenibles, sino que también el turista, elemento principal del sistema turístico, debe conocer y valorar los principios de la sostenibilidad en los que se basa el producto turístico que está consumiendo en un territorio determinado y asumir un comportamiento responsable en dicho destino, contribuyendo a la consecución de los objetivos de sostenibilidad.

Numerosos estudios sobre el comportamiento del consumidor turístico señalan que existe una creciente conciencia sobre los impactos ambientales, sociales y culturales que puede generar la actividad turística. Los turistas que promueven y consumen un turismo sostenible son sensibles a los impactos que esta actividad puede generar y, por tanto, tratan de proteger el destino.

En este contexto, la hipótesis de esta investigación es que en destinos maduros, poco competitivos y seriamente amenazados de declive, especialmente en los destinos españoles de sol y playa, que representan una parte esencial del turismo en España y que se encuentran actualmente en fase de reconversión integral, a través de la puesta en marcha de planes de recualificación pioneros a nivel mundial, el turista actual no valora los esfuerzos y actuaciones que el destino proyecta emprender y cuya clave

estratégica es, a priori, la sostenibilidad. Este turista carece de sensibilidad hacia la mayor parte de cuestiones que tienen que ver con la sostenibilidad de los mismos y, en consecuencia, no está dispuesto a hacer un esfuerzo, en términos de mayor precio a pagar, por disfrutar de una oferta turística más sostenible. La consecuencia es que la disposición a pagar de este turista para que el destino avance en materia de sostenibilidad es escasa y las cantidades son insignificantes.

Para validar esta hipótesis y conseguir una serie de objetivos planteados con carácter adicional, se ha seleccionado la Costa del Sol Occidental, uno de los destinos pioneros (junto con Playa de Palma y el sur de Gran Canaria), y se ha realizado una encuesta a una muestra representativa de turistas, durante los meses de julio y agosto. Los resultados han permitido, en primer lugar, trazar un perfil de la demanda turística de este destino y analizar los conocimientos básicos del turista en materia de sostenibilidad, así como su comportamiento respecto a determinadas decisiones que pudiera adoptar el destino para mejorar su sostenibilidad (establecer un impuesto, solicitar las aportaciones voluntarias de los turistas, etc.).

En segundo lugar, se han identificado los factores que condicionan la disposición a pagar de los encuestados por un destino (la Costa del sol Occidental) más sostenible, así como los aspectos en éstos entienden que debería invertirse esta mayor cantidad pagada. Mediante el método de valoración contingente (con un modelo Logit) se ha podido cuantificar la disposición a pagar de estos turistas. Esta cantidad asciende a 8,43 euros, lo que, teniendo en cuenta que el coste promedio del viaje del turista que visita la Costa del Sol se ha estimado, a partir de los datos de la encuesta, en 957,66 euros, representa únicamente el 0,88 por 100 del coste total del viaje.

La tercera aportación interesante de esta investigación, aunque se han realizado algunas aportaciones más, ha sido poder identificar diferentes segmentos de demanda, con comportamientos también muy dispares en lo que respecta a la sostenibilidad. El objetivo era, a través de un análisis *cluster* de k-medias, identificar la existencia de un segmento de demanda que tuviera comportamientos de consumo responsable y que se pudiera considerar sostenible, o cercano a estos planteamientos.

Se incluye este trabajo dentro del área de “Sostenibilidad y responsabilidad social como ventaja competitiva en el sector turístico” por entender que las cuestiones

objeto de investigación en el mismo, relacionadas con el comportamiento sostenible del turista y su disposición a pagar por la supuesta mayor utilidad que le generaría un destino más sostenible, son de un enorme interés para la toma de decisiones por parte de los agentes turísticos, dispuestos a asegurar la competitividad de los destinos turísticos de litoral sujetos a recualificación, especialmente en el caso de España, que tiene un enorme reto en este aspecto.