

13

Fecha de presentación: octubre, 2021

Fecha de aceptación: diciembre, 2021

Fecha de publicación: enero, 2022

TURISMO RESPONSABLE:

PROPUESTA PARA GESTIONAR DESTINOS TURÍSTICOS REGIONALES EN LA ETAPA POST-COVID-19

RESPONSIBLE TOURISM: A PROPOSAL FOR MANAGING REGIONAL TOURIST DESTINATIONS IN THE POST-COVID-19 STAGE

Giselle Rodríguez Jiménez¹

E-mail: gisejimenez1993@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8429-7029>

Carlos Cristóbal Martínez Martínez¹

E-mail: cristobalc@uclv.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2226-0677>

¹ Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas. Santa Clara. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Rodríguez Jiménez, G., & Martínez Martínez, C. C. (2022). Turismo responsable: propuesta para gestionar destinos turísticos regionales en la etapa post-COVID-19. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(1), 128-136.

RESUMEN

El turismo ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido durante las seis últimas décadas, hasta el año 2020, donde se vivió una de las más fuertes conmociones mundiales con la rápida expansión del virus SARS-CoV-2, paralizando gran parte de los viajes y por ende de los destinos turísticos. Retomar el camino del turismo dejado antes de la pandemia constituye hoy un reto. Esto conlleva una mayor responsabilidad a la hora de garantizar una gestión efectiva de los destinos turísticos. Debido a la importancia que reviste la revitalización del sector este estudio se centra en proponer el desarrollo del turismo responsable como una forma de hacer turismo en los destinos turísticos regionales de modo que contribuya a la recuperación del sector. Para ello se utilizaron métodos y técnicas como el análisis y síntesis, inducción y deducción, el histórico-lógico; así como métodos empíricos. El presente estudio teórico, como principal resultado, permite vislumbrar la necesidad que en la actual situación del turismo impone una propuesta de modelo de gestión de destinos turísticos enfocado hacia el turismo responsable, pertinente para la recuperación del turismo post COVID-19.

Palabras clave: Turismo responsable, destinos turísticos regionales, gestión de destinos, COVID-19, recuperación del turismo.

ABSTRACT

The Tourism Industry had experienced a virtually uninterrupted growth over the last six decades, until 2020, when one of the strongest global shocks occurred with the rapid spread of the SARS-CoV-2 virus, paralyzing much of the travel and therefore the tourist destinations. Getting back on the tourism path as it was before the pandemic is a challenge today. This brings with it a greater responsibility ensuring effective management of tourist destinations. Because of the importance of revitalizing the sector, this study focuses on proposing the development of responsible tourism as a way of doing tourism in regional tourist destinations in order to contribute to the recovery of the sector. For this purpose, methods and techniques such as analysis and synthesis, induction and deduction, historical-logical, as well as empirical methods were used. The present theoretical study, as the main result, allows glimpsing the need that the current situation of tourism calls for the need of a proposal for a model of management of tourist destinations focused on responsible tourism, pertinent for the recovery of tourism post COVID-19.

Keywords: Responsible tourism, regional tourist destinations, destination management, COVID-19, tourism recovery.

INTRODUCCIÓN

El mundo enfrenta, en su conjunto, una pandemia sin precedentes. La COVID-19 ha llevado a los gobiernos a tomar medidas extraordinarias, con fines sanitarios, limitando el tránsito de personas y bienes, cerrando fronteras, suspendiendo e interrumpiendo actividades (Varela & Urdangarin, 2020). De los problemas del “overtourism”, los cuales centraban los estudios de una gran parte de los destinos turísticos más exitosos en el 2019, se ha pasado a un escenario donde la demanda ha sido prácticamente nula durante varios meses.

Con la llegada de la pandemia se dio inicio a una profunda incertidumbre, se sabe cuándo esta comenzó, pero no se tiene certeza de cuando finalizará. La incertidumbre ha sido, y sigue siendo, una de las palabras más usadas desde que empezó la crisis sanitaria y económica. La sensación de vivir algo por primera vez traslada a la sociedad, a un momento de descubrimiento constante. Un cambio radical en las vidas y el comportamiento, que se refleja en la forma de consumir y de tomar decisiones sobre este consumo. Este nuevo paradigma de consumo global también afecta a la industria de los viajes.

El turismo se nutre, en gran medida, de las tendencias y hábitos sociales y de consumo que consiguen saciar las necesidades de unos clientes cada vez más exigentes en la satisfacción de estas y comprometidos con los valores medioambientales y de justicia social imperantes en los destinos, aunque si bien es cierto, es complicado restringir a los consumidores de experiencias placenteras que conlleven consecuencias ambientales negativas. Teniendo en cuenta, además, que esta actividad es la responsable directa, por ejemplo, del 8% de las emisiones mundiales de gas de efecto invernadero (Araña & León, 2017).

En este sentido, parece que a la preocupación ambiental se le ha unido también la filantrópica, al surgir, en los últimos tiempos, nuevas conceptualizaciones tales como el turismo solidario o el turismo responsable, en un afán por acercar una actividad básicamente económica a las preferencias de una clientela cada vez más involucrada con los valores morales, éticos o humanos, entre otros (Perogil, 2018). En este contexto de responsabilidad en el turismo se desenvuelve el pensamiento de Taleb Rifai, quien afirma que es imprescindible operar de manera responsable para que el crecimiento turístico aporte mayores beneficios a la sociedad (Organización Mundial del Turismo, 2016; citado por Martínez, 2021).

La COVID-19 ha llegado para modificar los modelos tradicionales en los cuales se basaba la gestión de la mayoría de los destinos turísticos en el mundo, o más bien,

para acelerar la modificación ya necesaria antes de la pandemia, por tanto, se puede asumir el estudio del turismo responsable como un posible enfoque hacia la nueva normalidad.

En este escenario, reinventarse se convierte en prioridad para las organizaciones de gestión de destinos turísticos, tomando como prioridad la situación sanitaria actual, donde los patrones de consumo se han modificado y el miedo a viajar y contagiarse está latente.

Es momento de rediseñar destinos, de ver de qué modo las grandes ciudades turísticas gentrificadas hasta ahora, pueden ayudar a transformar a otras, en sus periferias; de pensar cómo se puede atraer a los viajeros hacia experiencias nuevas, en vez de las ya antiguas y conocidas. Será momento, también, de que organismos públicos y privados establezcan vínculos fuertes para trabajar juntos en este desafío que se presenta, en todos los niveles del turismo.

Acorde con la Organización Mundial del Turismo (2020), gestionar el turismo en beneficio de todos es hoy más importante que nunca, es necesario crecer más en valor y no solo en volumen. La digitalización, la innovación, una mayor accesibilidad y ciertos cambios sociales seguirán moldeando el sector y tanto los destinos como las empresas tendrán que adaptarse para seguir siendo competitivos, a la vez que hacen que el turismo contribuya a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y a construir un futuro mejor para todos.

En medio de la compleja situación en que se desenvuelve el turismo, la gestión de destinos turísticos con enfoque de turismo responsable se hace más necesaria. Este pensamiento direcciona el presente estudio al análisis de la situación del turismo post-COVID-19 y a la búsqueda de soluciones para la reactivación del sector, encontrando en el turismo responsable una vía efectiva para el impulso de un nuevo modelo de gestión turística.

METODOLOGÍA

La metodología empleada partió de la identificación de variables comunes de criterios de autores consultados relacionados con la situación actual y posibles escenarios futuros de los destinos turísticos post-COVID-19, el turismo responsable y la gestión de destinos turísticos regionales.

La investigación realizada se clasifica como descriptiva, pues en esta se describe los cambios ocurridos en la economía mundial post-COVID-19, con énfasis en el turismo, así como la repercusión de la pandemia en los destinos turísticos regionales, haciendo un análisis cualitativo a partir de la revisión de literatura especializada

en la temática del turismo responsable y la gestión de los destinos turísticos; por tanto se clasifica como de naturaleza cualitativa, pues se utilizan descripciones cualitativas para su análisis.

La presente investigación se clasifica además como: según su finalidad en una investigación teórica; acorde a su contexto, en natural pues se realiza en el área en el que habitualmente se produce el fenómeno administrativo-turístico objeto de estudio; y según su objetivo gnoseológico es exploratoria, pues constituye una aproximación científica al estudio de la gestión de destinos turísticos regionales con enfoque de turismo responsable en el escenario post-COVID-19 y persigue la búsqueda de sus variables relevantes y las relaciones entre ellas, así como acopiar datos empíricos que apoyen la búsqueda, haciendo un análisis de tipo transversal con la utilización de los métodos del pensar (teóricos) y del actuar (empíricos).

Dentro de los métodos teóricos se emplean el análisis-síntesis (posibilita el procesamiento de la información a partir de la bibliografía consultada), la inducción-deducción, histórico lógico (permite el estudio de los cambios previsibles en la gestión de los destinos turísticos regionales y la demanda turística), la abstracción-concreción y el hipotético-deductivo.

En los empíricos se utilizó el análisis documental, pues fue necesario realizar un estudio de investigaciones a nivel internacional vinculado con la gestión de los destinos turísticos regionales.

DESARROLLO

A principios del año 2020 la mayoría el mundo desconocía conceptos como “encierro”, “mascarilla” y “distanciamiento social”. Hoy en día son parte del lenguaje cotidiano, ya que la pandemia de COVID-19 continúa afectando todos los aspectos de la vida.

Analizando algunos datos económicos mundiales, se puede apreciar manifestaciones que afectan directamente o indirectamente al sector turístico, acorde con estudios estadísticos del Banco Mundial en el año 2020, el COVID-19 ha empujado a millones de personas más a la pobreza extrema y a una recesión económica acelerada.

Las restricciones, promulgadas para controlar la propagación del virus y por tanto para aliviar los sistemas de salud, han tenido un impacto enorme en el crecimiento económico, desencadenándose, como reflejara la edición de junio del Prospecto Económico Global, *“una crisis mundial como ninguna otra... llevando a la recesión mundial más profunda desde la Segunda Guerra Mundial”*. (Blake & Wadhwa, 2020)

Otro aspecto que resalta durante el tiempo de la pandemia es que la conectividad digital es ahora una necesidad, Internet es la puerta de entrada de muchos servicios esenciales como plataformas de ciber salud, transferencias de efectivos digitales y sistemas de pagos electrónicos, aspecto en lo cual el turismo ha encontrado una brecha de oportunidades en superación y promoción de sus productos, así como programas de fidelización del cliente.

Otro síntoma que muestra la economía es que a medida que la crisis se ha desarrollado las mujeres han perdido sus trabajos a un ritmo más rápido que los hombres, debido al hecho de que es más probable que trabajen en los sectores más afectados como el turismo y el comercio minorista (Shibata, 2020).

Resulta entonces evidente asumir que el turismo es uno de los sectores que se ha llevado las terribles consecuencias de la crisis económica mundial surgida a partir de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19.

Desde que la COVID-19 golpeó Wuhan, China; a principios de 2020, la nueva enfermedad infecciosa había causado estragos sin precedentes en todos los sectores de la industria a nivel mundial, siendo el turismo uno de los más afectados por la pandemia. Las estrategias gubernamentales para atenuar la propagación de la COVID-19, como los cierres comunitarios, las órdenes de permanecer en casa y las restricciones de viaje, obligaron a las empresas turísticas a cesar temporalmente sus operaciones, lo que supuso una drástica pérdida de ingresos (Song, et al., 2020; citado por Yeon, et al., 2021). Incluso después de que las políticas gubernamentales hayan disminuido, la incertidumbre sobre la propagación y la gravedad de la pandemia hizo que los clientes dudaran en salir a viajar, lo que ha agravado el daño en el turismo durante la pandemia.

Dado que la COVID-19 ha desencadenado un efecto paralizante en las actividades económicas, numerosos estudios en la literatura sobre el turismo han examinado el impacto adverso; ya sea centrándose en los mercados laborales, en un índice de la industria a nivel de país, y en el compromiso laboral y la intención de rotación, el impacto de la COVID 19 en el rendimiento financiero a nivel de empresa y propiedad o en los cambios en el comportamiento del consumidor (Huang, et al., 2020; Sharma & Nicolau, 2020; Jung, et al., 2020; citados por Yeon, et al., 2021).

El turismo en el año 2020 retrocede a niveles de los años 1990, presentando una caída en las llegadas internacionales entre el 70% y el 75%, debido entre otros factores a las restricciones de los viajes, la poca confianza

del consumidor y la lucha mundial por contener el virus de la COVID-19, todo lo cual contribuye a ser “el peor año que se haya registrado en la historia del turismo” (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Desde el comienzo de la crisis la Organización Mundial de Turismo ha facilitado datos fiables que reflejan las consecuencias sin precedentes de la COVID-19, donde se produjo una pérdida en ingresos por exportaciones del turismo internacional diez veces superior a la registrada en el 2009 como consecuencia de la crisis económica mundial, resultando una pérdida económica de 2 billones de dólares estadounidenses en el Producto Interno Bruto (PIB) mundial.

Las consecuencias de la pandemia se aprecian también en el cambio del comportamiento de los consumidores, donde el turismo doméstico refleja valores positivos, muchos turistas prefieren realizar viajes en áreas próximas. Las medidas de salud, los protocolos de higiene y la seguridad, así como las políticas de cancelación se han convertido en las principales preocupaciones de los consumidores. Por tanto, las reservas de último minuto han aumentado producto a la inestabilidad de los acontecimientos.

La naturaleza y el turismo rural se han convertido en modalidades populares, debido a la búsqueda de experiencias al aire libre que permitan además evitar las grandes aglomeraciones de personas en un lugar. Debido a que los jóvenes no forman parte del sector de la población vulnerable a complicaciones provocadas por la COVID-19, resulta el segmento de mercado más resiliente y con mayor tendencia a recuperar los viajes, no así los viajeros senior o jubilados. Es importante destacar el aumento de la responsabilidad de los viajeros, priorizando la creación de impactos positivos en las comunidades locales a través de una creciente búsqueda de lo auténtico.

A pesar de ello los gastos del turismo internacional siguen reflejando una escasa demanda de viajes al extranjero. Sin embargo, algunos mercados como Estados Unidos, Alemania y Francia evidenciaron señales de recuperación en los últimos meses. Así mismo la demanda de turismo interno sigue creciendo en ciertos mercados tales como China y Rusia (Organización Mundial del Turismo, 2020).

En estos intentos por recuperar al sector han unido esfuerzos académicos, empresarios y gestores. La Organización Mundial del Turismo publicó en su página oficial recomendaciones a seguir, numerosos países han trazado sus políticas de recuperación, así como las tendencias que se avizoran para próximos años en el turismo.

De cara al futuro se prevé que el anuncio de la vacuna y el inicio de la campaña de vacunación aumenten gradualmente la confianza de los consumidores y por ende que cada destino vaya suavizando o levantando sus restricciones de viaje. Las hipótesis ampliadas para 2021-2024 que presentó las Naciones Unidas indican un repunte en la segunda mitad del 2021. No obstante, puede ser que el sector necesite hasta cuatro años en recuperar niveles similares a los del 2019 (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Repensar el turismo es tarea de todos. Sin embargo, corresponde a los gestores de los destinos turísticos replantearse sus modelos de desarrollo que respondan a los cambios en el comportamiento de los consumidores y a su vez a una gestión más responsable de la actividad turística en los territorios.

En la actualidad el turismo se desarrolla en un entorno cambiante, destacándose la existencia de disímiles efectos negativos sobre el medio como es el caso de la pobreza, el cambio climático, la insostenibilidad, supremacía del objetivo económico sobre la calidad de vida del ciudadano.

En la última década se ha estado adoptando en académicos y profesionales del sector, una actitud cada vez más crítica con respecto a los modelos turísticos masivos y desarrollistas imperantes a nivel internacional, con incidencia directa o indirecta en el desarrollo de la actividad turística. Preguntas como las consecuencias de esta actividad en los destinos turísticos, así como los impactos territoriales, medioambientales, socioeconómicos y culturales, su incidencia real en el desarrollo equilibrado y sostenible de la economía de las comunidades anfitrionas, su capacidad real como instrumento de lucha contra la pobreza en los países en vías de desarrollo o como generador de nuevas desigualdades y dependencias, están implicando un análisis más detenido de este sector económico, ya no limitado a la vertiente económica (Rivera & Rodríguez, 2012).

En definitiva, otros enfoques están acaparando el interés de profesionales y estudiosos con la idea de intentar dar respuesta a cada una de estas preguntas, pero también ante la necesidad de plantear nuevos modelos o como también se conocen como modelos alternativos al crecimiento turístico convencional de corte masivo. Estas nuevas tendencias en el desarrollo de la actividad turística, están integrándose cada vez con más fuerza en el “concepto paraguas” de turismo responsable.

Sin embargo, luego de un estudio del tema resalta la pregunta de ¿por qué el turismo responsable?, y la más

preocupante: ¿estaríamos corriendo el riesgo de caer en un término redundante?

Para entender por qué se ha planteado el turismo responsable como antídoto a los impactos negativos del turismo, se debería analizar primero el concepto de desarrollo turístico sostenible. Los principios del desarrollo del turismo sostenible han crecido en paralelo con los de desarrollo sostenible. Si el desarrollo del turismo sostenible es, como sostiene Godfrey (1998), citado por Stanford (2006), un proceso, entonces es lógico identificar los medios apropiados con los que participar en ese proceso.

Tales medios se han reflejado en la multitud de nuevos términos y tipos de los llamados “turismo alternativo” que ha evolucionado a partir de la teoría del turismo sostenible, desarrollada como solución a los problemas del turismo. Estas alternativas incluyen el ecoturismo, turismo verde, turismo comunitario, turismo solidario, turismo ético, turismo intercultural, turismo como instrumento de lucha contra la pobreza, y, tema de este estudio, turismo responsable.

Stanford (2006), clarifica en su estudio la respuesta hacia las interrogantes relacionadas con el turismo responsable y de un modo más amplio al turismo alternativo. La pregunta que surge con tantos de estos términos descritos como “turismo alternativo”, resulta en ¿alternativa a qué? Una alternativa al turismo de masas tal vez. Aunque Poon (1993); y Urry (1995), citados por Stanford (2006), sostienen que el turismo de masas es, llegando a su fin, el turismo, de cualquier forma que se practique o presente, sigue siendo masivo. Esta investigación sostiene que todo tipo de turismo, de masas o de nicho, puede ser perjudicial y, por tanto, todas las formas de turismo, incluida la alternativa, deben, de hecho, ser responsables.

Esto está respaldado en la literatura por Cleverdon & Kalisch (2000: 182; citado por Martínez, 2021), quienes afirman que “la ética en el turismo no debe limitarse a un nicho de mercado caro” y por Budeanu (2005), citado por Martínez (2021), quien escribe que el turismo sostenible no se puede lograr a través de “alternativas” al turismo convencional, pero que el turismo en general necesita “incorporar políticas y prácticas más responsables”.

El turismo responsable cubre la brecha que dejan las alternativas, como forma de incorporar mejores prácticas en todos los sectores del mercado. Husbands & Harrison (1996), citados por Stanford (2006), capturan claramente este punto de vista, que afirma que el turismo responsable no es un producto o marca de turismo de nicho, sino una “forma de hacer turismo”, cualquier tipo de turismo.

Investigaciones más recientes señalan que el camino a seguir está en una gestión más responsable de los destinos turísticos. Estudiosos del ámbito turístico han dedicado una atención considerable a definir conceptos y principios para el desarrollo efectivo del turismo responsable.

Spenceley, et al. (2002), afirmaron que el turismo responsable es una iniciativa turística para lograr buenas oportunidades de negocio turístico a través de la mejora de las experiencias vacacionales, la calidad de vida de los residentes locales, los beneficios socioeconómicos y la protección de los recursos naturales en los destinos turísticos.

Pignel (2007), citado por Perogil (2018), plantea que el turismo responsable surge para dar respuesta a estas y otras crisis-problemáticas de carácter global como el desempleo o la homogeneización cultural y pérdida de identidades locales, por ejemplo. El turismo responsable surge del activismo social preocupado por los impactos negativos del turismo de masas sobre el medio natural y el medio cultural y, en consecuencia, sobre la vida de los residentes de los destinos turísticos y la competitividad del destino como tal.

Según la declaración de Ciudad del Cabo, el turismo responsable tiene por misión principal minimizar los impactos negativos que genera el turismo, maximizar los beneficios para la población y el empresariado local e involucrarlos en la gobernanza turística del destino. Puede incrementar la calidad de la experiencia del turista aportando incluso una ventaja competitiva. Los operadores responsables reportaron en un estudio que, allí donde existía una gran igualdad en el resto de criterios de elección de compra, sus prácticas de turismo responsable marcaron la diferencia a su favor “casi cada vez”. Este no solo genera experiencias memorables, permite también darse a conocer en el mercado, concitar la atención de los medios y seducir a los clientes potenciales alimentando las repeticiones y las recomendaciones (Fabricius & Goodwin, 2002; citado por Martínez, 2021).

En el año 2009 la Organización Mundial del Turismo definió el turismo responsable como *“actividad turística que los turistas y los agentes turísticos realizan con respeto por los lugares de acogida desde el punto de vista medioambiental, cultural, social y económico, y que a su vez la comunidad receptora acepta y respeta y las autoridades públicas protegen y fomentan”*. (Organización Mundial del Turismo, 2009; citado por Rivera & Rodríguez, 2012)

Esta definición responde a los principios recogidos en el Código Ético Mundial del Turismo, aprobado en 1999, por la Asamblea General de la Organización Mundial del

Turismo y reconocido expresamente por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 2001.

Tras identificar su importancia para mejorar las oportunidades de negocio en el sector turístico, el concepto ha pasado a formar parte de la literatura turística. Sin embargo, la mayoría de los estudios se han realizado desde la perspectiva del turista o del proveedor de servicios (Tearfund, 2002; Spenceley, et al., 2002; Van der Merwe & Wocke, 2007; citados por Mathew & Sreejesh, 2017).

Por ejemplo, Spenceley, et al. (2002), realizaron un estudio para captar los diferentes beneficios asociados a las iniciativas de turismo responsable. Los resultados del estudio revelaron que el 66% de los operadores turísticos afirmaron que las iniciativas de turismo responsable tienen un impacto positivo en las comunidades locales. Además, Frey & George (2010), citados por Mathew & Sreejesh (2017), estudiaron la gestión del turismo responsable desde la perspectiva de los propietarios de empresas turísticas. Los resultados del estudio sugieren que, a pesar de la actitud positiva general hacia las iniciativas de turismo responsable, las empresas no están invirtiendo tiempo y dinero para seguir las iniciativas de turismo responsable. El estudio afirma además que factores como el coste asociado a las prácticas de turismo responsable, el entorno competitivo y la falta de apoyo gubernamental son los obstáculos que frenan la propagación activa de los programas de turismo responsable en las economías emergentes.

Mathew & Sreejesh (2017), estudian cómo influye el turismo responsable en la percepción de la sostenibilidad de las comunidades locales y, a su vez, en su percepción de la calidad de vida. Esta comprensión es importante, ya que los beneficios reales del turismo responsable solo se cumplirán si las comunidades locales de estos destinos turísticos perciben que las actividades relativas a las iniciativas de turismo responsable crean una sostenibilidad favorable del destino y una mejor calidad de vida.

Aunque se han llevado a cabo diferentes estudios para comprender el papel del turismo responsable y su impacto desde diferentes aristas; es pertinente asumir, que organizaciones turísticas a nivel mundial y regional (entre las que se encuentra la Organización Mundial del Turismo), así como académicos, gestores y empresarios estén comenzando a vislumbrar al turismo responsable como una vía para gestionar los destinos turísticos bajo el paradigma del modelo de desarrollo turístico sostenible.

Higgins-Desbiolles (2020), considera que la pandemia del COVID-19, impulsa la reflexión entre los empresarios para pensar un turismo socialmente responsable, que considere, más allá de las ganancias propias, proteger

a las comunidades, a ello se suma que en la etapa post COVID-19, las dinámicas de consumo han cambiado instigadas por la desconfianza, la austeridad y la incertidumbre; variables que seguirán influenciando la toma de decisiones del consumidor, especialmente en las lógicas de los viajeros (Hernández, et al., 2020).

La cuestión de la gestión de destinos ha devenido tema de relevancia en los últimos decenios como consecuencia del desarrollo sostenido del turismo, tanto del lado de la demanda como de la oferta, y se ha desarrollado como respuesta a las nuevas tendencias observadas en el mercado turístico, marcadas por una parte por el incremento de la competitividad a escala global, y por la otra, por la irrupción con fuerza de paradigmas como el de la sostenibilidad y del desarrollo local (Rodríguez Jiménez, et al., 2020). Enmarcados en este concepto es que el estudio de la gestión de los destinos resulta necesario y pertinente en la etapa post-COVID-19.

Partiendo de la importancia que representa la gestión en los destinos turísticos como conjunto de decisiones y acciones que posibilitan la organización y modo de actuación adecuado en los destinos teniendo en cuenta sus características peculiares, se presenta a continuación una lista que muestra las bases de una exitosa gestión de los destinos turísticos, sustentadas en:

- La existencia de un espacio geográfico con condiciones para el desarrollo del turismo (atractivos, acceso, etc.).
- Presencia de diversas actividades vinculadas al turismo de modo directo e indirecto. (hoteles, diversiones, etc.).
- Potencialidad de ese espacio geográfico para atraer diferentes mercados y segmentos (recursos turísticos).
- Reconocimiento por el mercado nacional e internacional como lugar a visitar (promoción).
- Coordinación de los sectores públicos y privados para el mejor desempeño del negocio turístico (plan).
- Voluntad política que impulse la actuación de todos los implicados en el turismo (política turística) (Colectivo de Autores, 2011).

En los destinos turísticos están presentes diversas estructuras empresariales e institucionales que hacen de los mismos un sujeto complejo, dada la interacción de tales formas organizativas. Por tanto, para lograr un desarrollo armónico y que las acciones de cada una de las empresas e instituciones participantes directa o indirectamente en el negocio turístico contribuyan al bienestar de los visitantes y de todo el sistema, es necesaria la existencia

de una coordinación efectiva para la conducción de esa peculiar organización (Rodríguez Jiménez, et al., 2020).

El papel de la gestión de destinos es administrar y apoyar la integración de diferentes recursos, actividades y agentes involucrados a través de políticas y medidas apropiadas, lo que requiere de competencias tanto gubernamentales en materia de toma de decisiones como funcionales (planificación, organización y control de actividades empresariales) (Manente, 2008; citado por Vega Rodríguez, 2020).

Los niveles de gestión y planificación del turismo son diversos, dependiendo de su ámbito territorial. Así, se puede hablar de un nivel nacional o supranacional, como las organizaciones nacionales de turismo. Pero también existen otros niveles regionales, provinciales e, incluso, locales (López & López, 2007).

El nivel nacional es el responsable por la gestión del turismo a nivel nacional de un determinado país. El regional, resulta el responsable por la gestión del turismo en una región geográfica como un estado, provincia, ciudad o condado; mientras que el local será el responsable por la gestión del turismo en un área geográfica más pequeña, como por ejemplo, un pueblo.

Por tanto, a criterio de los autores, la gestión de los destinos turísticos regionales será el proceso dinámico, interactivo, eficiente y eficaz, capaz de prever, planificar, organizar, dirigir y controlar la integración de diferentes recursos, actividades y agentes involucrados en una región geográfica determinada como un estado, provincia o condado, a través de estrategias y acciones apropiadas; desarrollado por las organizaciones de gestión de destinos para el establecimiento, logro y mejora de los propósitos del destino regional, lo requiere de competencias tanto gubernamentales como funcionales.

Los destinos turísticos gestionados bajo el enfoque del turismo responsable deben, tal y como lo define el Centro para Viajes Responsables, *“maximizar los beneficios para las comunidades locales, minimizar los impactos sociales y ambientales y ayudar a las poblaciones locales a conservar sus frágiles culturas, hábitats o especies”* (Díaz & Leal, 2018). En esta dirección apuntan los cinco pilares propuestos por la Organización Mundial del Turismo, en los que basar un turismo responsable y eficaz como herramienta para el desarrollo (Figura 1).



Figura 1. Pilares del Turismo Responsable según la Organización Mundial del Turismo.

Fuente: Díaz & Leal (2018).

Precisamente son en estos pilares en los cuales, a consideración de los autores, recaen las principales fortalezas de la gestión responsable de los destinos turísticos en la etapa post-COVID-19, apuntando directamente hacia puntos claves que han sido debilitados o acentuados durante la crisis.

El entendimiento mutuo, la paz y la seguridad se han convertido en el eje principal del nuevo comportamiento del consumidor como resultado de la pandemia, donde la inseguridad sanitaria en primer lugar juega un factor decisivo en las compras, por tanto, los destinos turísticos no deben perder de vista en estos tiempos de pandemia y post pandemia, los túnel sanitarios establecidos, las medidas higiénico-sanitarias y los protocolos para el visitante, la seguridad, en fin, las perspectivas sobre las diversas protecciones a tener en cuenta. Este pilar también contempla la capacidad para crear vínculos interculturales, romper barreras y crear puentes entre visitantes y anfitriones. La capacidad resiliente del turismo se ha mostrado a través de la experiencia histórica.

La inclusión social, el empleo y la reducción de la pobreza, es otro pilar fundamental para la recuperación no solo del sector si no de la economía mundial. Una de las grandes tragedias que ha acentuado la pandemia resulta en el aumento de la pobreza, el cierre de empresas y en el mayor índice de desempleo en las mujeres, aspectos que nos hacen reflexionar en que, la igualdad de empleos por lo que tanto se aboga, todavía es tarea pendiente en muchos países del mundo. La COVID-19 ha venido para sacar a flote las debilidades, pero también ha sido el momento de repensar en la solución hacia la gestión de los destinos turísticos, a través del turismo responsable como un nuevo modelo de desarrollo turístico más efectivo.

El crecimiento económico inclusivo y sostenible, evitando la fuga de capital de inversores extranjeros y canalizar la potencialidad económica hacia un desarrollo económico real, pasa por generar estrategias de estabilidad y políticas de apoyo que fomenten un entorno empresarial favorable, facilitar su apertura y las conexiones de movilidad, y reforzar la resiliencia del sector turístico, este último aspecto se presenta con mayor fuerza durante la COVID-19. Asimismo, la eficiencia en el uso de los recursos, la protección ambiental y la adaptación al cambio climático, resultan hoy de interés mundial, la Agenda 2030 y los principios de desarrollo sostenibles son muestras de ello.

El respeto por los valores culturales, la diversidad y el patrimonio, son pilares que, de cumplirse en la actividad turística garantizarán la sostenibilidad de nuestros recursos, así como aumentarán el tiempo del ciclo de vida de los destinos turísticos; la responsabilidad vinculada al sistema turístico puede generar dinámicas de resurgimiento de actividades y prácticas tradicionales, modalidades que presentarán mayor demanda en los viajes post-COVID-19.

Por otra parte, Pulido (2016), citado por Vega Rodríguez (2020), propone una lista de acciones que están encaminadas a promover y desarrollar el turismo responsable en los destinos turísticos, posibilitando el cuidado y la protección de los mismos, acciones que las organizaciones de gestión de destinos deben tener en cuenta a la hora de gestionar con un enfoque de turismo responsable. Estas son:

- Minimizar los impactos negativos económicos, ambientales y sociales.
- Hacer contribuciones positivas para la conservación del patrimonio natural y cultural, para contribuir a la conservación de la diversidad cultural del mundo.
- Proporcionar experiencias más agradables para los turistas a través del contacto con la población local y una mayor comprensión de los aspectos sociales y ambientales de las cuestiones de la cultura local.
- Ser culturalmente sensible, promocionar respeto y entendimiento entre los turistas y los anfitriones y contribuir al desarrollo de la confianza y el orgullo local.

Resulta importante destacar que para la gestión de los destinos turísticos con enfoque de turismo responsable será vital la integración de los actores que intervienen, los cuales deben trazar sus estrategias y cumplir en su accionar con los principios de responsabilidad, garantizando el incremento de la competitividad a escala global con énfasis en los paradigmas de la sostenibilidad y del desarrollo local.

CONCLUSIONES

El año 2020 llegó a su fin con el turismo prácticamente paralizado. Recientemente golpeado por la COVID-19, el sector turístico ha enfrentado una crisis mundial con consecuencias económicas y sociales sin precedentes. Sin embargo, la adversidad también brinda oportunidades de crecimiento y aprendizaje. La pandemia ofrece una gran posibilidad a todos los que trabajan en el sector turístico de analizar nuevas estrategias.

Académicos, gestores y empresarios se han volcado en la búsqueda de soluciones ante la situación, donde recurrentemente se encuentra en los estudios la idea de un nuevo modelo de desarrollo turístico basado en la responsabilidad de los gestores de los destinos turísticos, necesario incluso, antes de la pandemia. A medida que los gobiernos toman medidas urgentes y sientan las bases para su recuperación financiera, económica y social, tienen una oportunidad única de crear economías más sostenibles, inclusivas y resilientes.

El turismo responsable se propone como una nueva forma para gestionar de los destinos turísticos, donde el cuidado ambiental, la seguridad del visitante durante su experiencia de viaje, la interacción positiva con las poblaciones del destino, el reparto económico sensato dentro del territorio, fomentando el desarrollo local y el cuidado del patrimonio son algunos factores fundamentales a tener en cuenta en relación a la sostenibilidad y la responsabilidad eficiente en el turismo. Esta propuesta responde también al nuevo comportamiento del consumidor post-COVID-19 y a las modalidades que con mayor fuerza están presentes en la elección del viaje. Otro aspecto importante de la propuesta es que la gestión de los destinos turísticos en este nuevo modelo debe ser integrada, donde la responsabilidad recae en todos los actores que intervienen en la actividad turística.

Limitantes, existen, el riesgo a que gestores de destinos se refugien en este modelo buscando atraer este nuevo consumidor o buscar respaldos gubernamentales, sin materializarlo en los territorios y en su propia gestión está latente, así como recibir turistas que su comportamiento no responda a la responsabilidad. El éxito del turismo responsable en la gestión de los destinos turísticos es tarea de todos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araña Padilla, J., & León González, C. J. (2017). Comportamiento del consumidor y turismo sostenible. *Cuadernos económicos del ICE*, 93.

- Blake, P., & Wadhwa, D. (2020). *2020 Year in Review: The impact of COVID-19 in 12 charts*. World Bank Group. <https://blogs.worldbank.org/voices/2020-year-review-impact-covid-19-12-charts>
- Colectivo de Autores. (2011). *Gestión de destinos turísticos*. Centro de Estudios Turísticos. Universidad de La Habana.
- Díaz, P., & Leal, M. (2018). *Cambio Climático y Turismo Responsable*, 4-51. Centro de Investigación, Divulgación e Innovación Turística de Ostelea (IDITUR).
- Hernández Flores, Y., Sánchez Borges, Y., Saldíña Silvera, B., & Rives González, K. A. (2020). Características de la demanda potencial del destino Cuba en la nueva normalidad postcoronavirus. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 8, 158-177.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 610-623
- López, J. M., & López, L.M. (2007). Diferencias territoriales en la planificación y la gestión del destino turístico. *Cuadernos de Turismo*, 19, 71-90.
- Martínez Martínez, C. C. (2021). Turismo responsable: preservación de la integridad natural, cultural y social del destino turístico. (Manuscrito sin publicar). Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
- Mathew, P.V., & Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism management*, 31, 83-89.
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *2020: El peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales*. OMT. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- Perogil, J. (2018). Turismo Solidario y Turismo Responsable, aproximación a su marco teórico y conexiones con la inteligencia turística. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica*, 1, 23-48.
- Rivera, M., & Rodríguez, L. (2012). *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Universidad de Córdoba.
- Rodríguez Jiménez, G., Alfonso Serafín, A. C., & Martínez Martínez, C. C. (2020). Diseño de la estrategia de gestión del destino turístico regional Villa Clara (Cuba). *Dos Algarves: A multidisciplinary e-Journal*, 36, 75-96.
- Shibata, I. (2020). The distributional impact of recessions: The global financial crisis and the COVID-19 pandemic recession. *Journal of Economics and Business*, 105971.
- Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warneant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., ... & Seif, J. (2002). Responsible Tourism Manual for South Africa, Department for Environmental Affairs and Tourism, July 2002. *Responsible Tourism Manual for South Africa*, 2(3).
- Stanford, D. (2006). Responsible tourism, responsible tourists: What makes a responsible tourist in New Zealand? (Tesis doctoral). Victoria University of Wellington.
- Varela, E., & Urdangarin, V. (2020). El turismo: una actividad resiliente. En, J. L. Feijoo, *Tendencias y reflexiones. Sur, pandemia y después*. (pp. 22-24). Universidad de Belgrano.
- Vega Rodríguez, B. (2020). *Estrategia de Gestión Integrada con enfoque responsable para el desarrollo del Destino Turístico Específico Trinidad*. (Trabajo de diploma). Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
- Yeon, J., Song, H. J., Yu, H. C., Vaughan, Y., & Lee, S. (2021). Are socially responsible firms in the U.S. tourism and hospitality industry better off during COVID-19? *Tourism Management*, 85.