

# Estudio sobre Turismo y Cambio Climático

---

Dra. Marina Abad Galzacorta



# Deusto

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas  
Gizarte eta Giza Zientzien Fakultatea  
Faculty of Social and Human Science

---

---



**GIPUZKOA**  
TURISMOA

# Índice

## 1. Introducción

- Principales conceptos
- La acción por el clima a nivel global
- Impacto del cambio climático en el turismo de Gipuzkoa

## 2. Metodología

- Diseño de la metodología
- Muestra

## 3. Resultados

- Estrategias generales para abordar el cambio climático
- Acciones en la lucha contra el cambio climático
- Medidas de adaptación al cambio climático
- Barreras percibidas y potenciales medidas
- Resultados del acercamiento cualitativo

## 4. Conclusiones y limitaciones del estudio

## 5. Referencias

# Introducción

Es importante entender la diferencia entre “tiempo” y “clima”. Los fenómenos que ocurren en la atmósfera en un momento determinado se consideran “tiempo” (incluye, entre otras cosas, la dirección y la velocidad del viento, las precipitaciones, la presión barométrica, la temperatura y la humedad relativa). El tiempo varía en un espacio corto de tiempo.

***El clima es el promedio del estado del tiempo y abarca períodos de tiempo prolongados (p. ej., 30 años).***

La naturaleza caótica del estado del tiempo hace impredecible cualquier pronóstico más allá de unos pocos días. En cambio, la proyección de cambios en el clima (es decir, el estado del tiempo promedio a largo plazo) debido a cambios en la composición atmosférica u otros factores resulta una cuestión muy diferente y mucho más manejable.

## Principales conceptos

Desde principios del siglo XX, los científicos han venido observando un cambio en el clima que no puede atribuirse únicamente a alguna de las influencias “naturales” del pasado. Este cambio en el clima, también denominado calentamiento global, resulta del aumento del efecto invernadero, un proceso en el que la radiación térmica emitida por la Tierra queda atrapada en la atmósfera debido a los gases con ese efecto GEI (Gases de Efecto Invernadero). Esto ha provocado un cambio que ha ocurrido más rápido que cualquier otro cambio climático del que se haya tenido constancia.

Como consecuencia del aumento de los gases que absorben y emiten radiación térmica, se retiene más calor en la atmósfera y, por consiguiente, aumenta la temperatura media global de la superficie. El aumento de la temperatura también tiene otras repercusiones sobre el sistema climático. El conjunto de estas repercusiones se denomina cambio climático antropogénico (provocado por la acción del hombre).

# Principales conceptos

El efecto invernadero proviene de moléculas complejas pero la acción del hombre influye de forma significativa sobre las concentraciones de algunos GEI como el dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>). El vapor de agua es el gas de efecto invernadero más importante y el dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) es el segundo en importancia. El metano, el óxido nitroso, el ozono y otros gases presentes en la atmósfera en pequeñas cantidades contribuyen también al efecto invernadero.

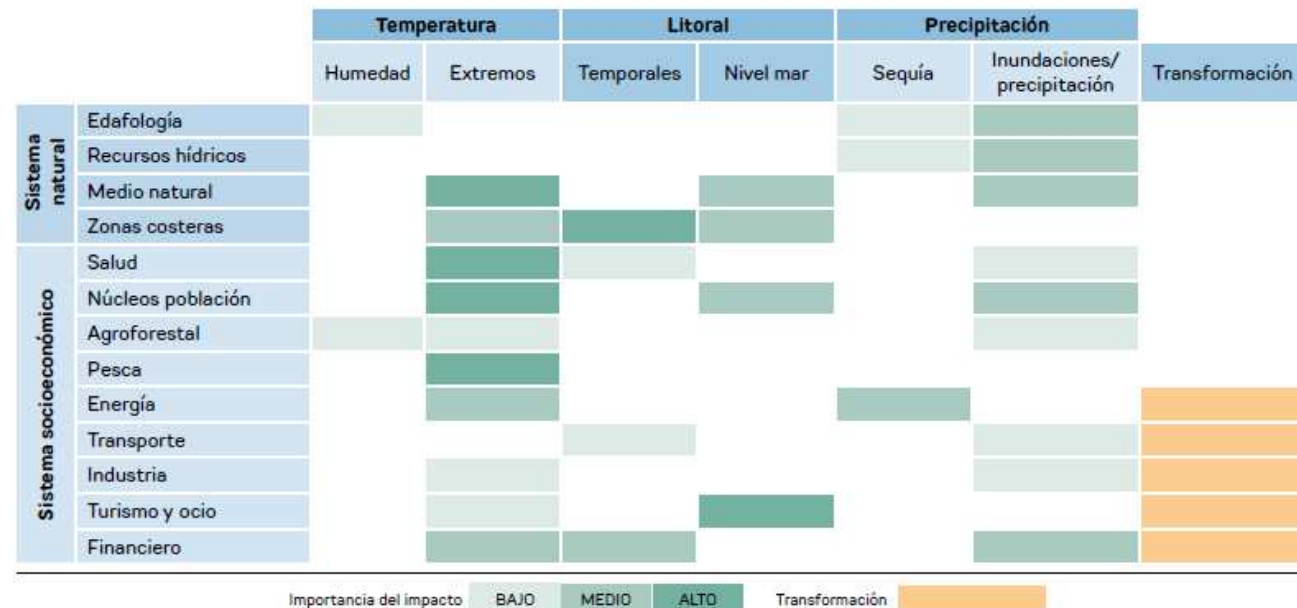
Algunos GEI aparecen de forma natural, pero el aumento de sus concentraciones atmosféricas durante los últimos 250 años se debe en gran parte a la actividad humana. El GEI antropogénico más importante es el dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) que contribuye aproximadamente al 64% del forzamiento radiactivo total ocasionado por los GEI de larga duración, seguido por el metano (18%) y el óxido nitroso (6%).

Las principales causas de las emisiones de CO<sub>2</sub> son la quema de combustibles fósiles, la deforestación y la degradación forestal, y la producción de hierro y acero. Por otro lado, los océanos y los bosques son los principales sumideros de carbono, es decir, sumideros que pueden absorber el CO<sub>2</sub> de la atmósfera.

# Principales conceptos

Las tendencias observadas e impactos generales del denominado efecto invernadero son:

- ✓ Aumento de la temperatura
- ✓ Cambios en la precipitación anual
- ✓ Calentamiento oceánico
- ✓ Acidificación oceánica
- ✓ Elevación nivel del mar
- ✓ Disminución de la extensión del hielo marino en el Ártico
- ✓ Cambios en los sistemas físicos y biológicos
- ✓ Fenómenos climáticos extremos...



Fuente: Naturklima (2021:13)

# Principales conceptos

Ante ese reto existen dos líneas de acción principales:

## 1. Mitigación y acciones hacia la neutralidad en carbono

El término “mitigación” se refiere a las iniciativas para reducir/prevenir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) o para potenciar su eliminación de la atmósfera mediante sumideros. El objetivo general de las estrategias, políticas y actividades de mitigación del cambio climático en el sector turístico es lograr de la "neutralidad de carbono" en el sector.

## 2. Adaptación y resiliencia

Los sistemas ecológicos, sociales y económicos deben efectuar ajustes en respuesta al clima cambiante y a las repercusiones o los efectos del mismo, a fin de minimizar los posibles efectos negativos. Este “ajuste” de los sistemas naturales y humanos se denomina comúnmente “adaptación”.

La adaptación y la mitigación pueden ser complementarias, sustituibles o independientes entre sí. Si es complementaria, la adaptación reduce los costos de los impactos del cambio climático y, por lo tanto, reduce las necesidades de mitigación.

# Principales conceptos

## 1. Mitigación y acciones hacia la neutralidad en carbono

Entre las principales acciones en mitigación se incluyen:

- Reducir las emisiones de GEI.
- Impedir que se liberen nuevas emisiones de GEI a la atmósfera.
- Preservar y potenciar los sumideros y reservorios de GEI, p. ej. protegiendo los sumideros naturales de carbono, como bosques y océanos, o creando nuevos sumideros (“captura de carbono”).

Una política de mitigación exitosa podría considerar cuatro pasos principales (cíclicos más que lineales):

- Eliminar la emisión de gases de efecto invernadero alejándose de ciertas actividades que pueden evitarse sin un cambio considerable en la calidad del producto o servicio turístico.
- Reducir la emisión de gases de efecto invernadero centrándose en las prácticas de eficiencia energética en actividades específicas.
- Sustituir las prácticas que son responsables de una gran cantidad de emisiones de gases de efecto invernadero con prácticas que tienen una menor huella de carbono.
- Compensar las emisiones restantes para lograr la total neutralidad de carbono.



# Principales conceptos

## 2. Adaptación y resiliencia

Para desarrollar un proceso adecuado de Adaptación en un territorio, empresa o entidad los elementos clave serían:

- Observación: de variables climáticas y no climáticas, socioeconómicas y medioambientales.
- Evaluación de vulnerabilidad: a partir de las variables observadas, se evalúa la vulnerabilidad y los impactos relacionados con el clima.
- Opciones de acción: con base en la evaluación, se pueden seleccionar las opciones tomando en cuenta diferentes factores, como la relación costo/eficacia, los posibles beneficios colaterales y la aceptación pública.
- Implementación: una vez que se ha elegido una iniciativa o medida de adaptación y las prioridades.
- Supervisión y evaluación de las medidas de adaptación pueden ayudar a proporcionar información para velar por que las actividades de adaptación sean apropiadas y eficaces, y se revisen en caso necesario.

Los criterios para asegurar la elección de las mejores opciones adaptativas deben ser:

- Minimizar los mayores daños o pérdidas.
- Maximizar las menores oportunidades o ganancias.
- Minimizar los (mayores) costes por la elección de la alternativa incorrecta.
- Primar objetivos para minimizar daños o pérdidas y maximizar las oportunidades o ganancias.

# La acción por el clima a nivel global

El sector turístico es altamente vulnerable al cambio climático y, al mismo tiempo, contribuye a la emisión de GEI, una de las causas del calentamiento mundial. Acelerar la acción por el clima en el turismo es, por lo tanto, sumamente importante para garantizar la resiliencia del sector.

*La 'acción por el clima' se refiere a los esfuerzos por medir y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y reforzar la capacidad de adaptación a los impactos inducidos por el clima.*

En el último estudio de la OMT y el ITF, presentado en diciembre de 2019 durante la COP25 de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, se preveía que las emisiones de CO<sub>2</sub> correspondientes al turismo aumentarían al menos un 25% para 2030.

Por consiguiente, la necesidad de escalar la acción por el clima en el turismo sigue siendo urgente, ya que las emisiones podrían volver a crecer rápidamente en cuanto se reinicien las operaciones y, al final, el coste de la inacción con respecto al clima será a largo plazo mayor que el coste de cualquier otra crisis.

# La acción por el clima a nivel global

La contribución de la industria turística en el cambio climático varía entre los diferentes sectores que la componen, entre los distintos tipos de viaje, según las distintas modalidades de transporte, la distancia al destino, la duración de la estancia y el tipo de actividades que se realice.

Según el último informe de la OMT (2021) sobre “Las emisiones de CO<sub>2</sub> del sector turístico correspondientes al transporte – Modelización de resultados”:

- Para 2030 las emisiones de CO<sub>2</sub> del turismo correspondientes al transporte aumentarán un 25% con respecto a los niveles de 2016 (de 1.597 Mt de CO<sub>2</sub> a 1.998 Mt de CO<sub>2</sub>), lo que representará el 5,3% del total de las emisiones antropogénicas en 2030 (frente al 5% en 2016).
- Los viajes internacionales intrarregionales (dentro de la misma región) representan el 80% del total de llegadas internacionales tanto en 2016 como en 2030 y se realizan en primer lugar por avión, y en segundo lugar en automóvil. Los viajes interregionales (de una región del mundo a otra) representan por lo tanto el 20% de todos los viajes y se realizan casi exclusivamente (95%) por avión.
- Las emisiones del turismo internacional correspondientes al transporte según las previsiones crecerán un 45% entre 2016 y 2030 (pasando de 458 Mt CO<sub>2</sub> a 665 Mt CO<sub>2</sub>). Las emisiones del turismo interno correspondientes al transporte aumentarán, según se anticipa, un 21% entre 2016 y 2030 (de 913 Mt CO<sub>2</sub> a 1103 Mt CO<sub>2</sub>).
- Las emisiones de CO<sub>2</sub> del turismo correspondientes al transporte representan el 22% del total de las emisiones del transporte y, por lo tanto, resulta esencial potenciar la cooperación con el sector del transporte para impulsar la implementación de un escenario de alta ambición.

## La acción por el clima a nivel global

En este escenario crece el consenso entre los agentes turísticos en cuanto a que la futura resiliencia del turismo dependerá de que sea capaz de tomar la senda de las bajas emisiones y recortar sus emisiones de carbono en un 50% de aquí a 2030.

La OMT tiene el compromiso de acelerar el progreso hacia el desarrollo de un turismo de bajas emisiones y lograr que el sector contribuya a los objetivos climáticos internacionales, conforme a las recomendaciones de la Visión de One Planet para una recuperación responsable del sector turístico tras la COVID-19, que alientan a:

- ✓ Reforzar la medición y la comunicación de los datos de las emisiones de CO2 del turismo
- ✓ Acelerar la descarbonización de las operaciones turísticas
- ✓ Comprometer al sector turístico en la eliminación de carbono

## La acción por el clima a nivel global

Para que el turismo lidere la transformación hacia un futuro bajo en emisiones de carbono, se debe trabajar para descarbonizar los tres componentes claves que conforman los viajes: experiencias, alojamientos y transporte, priorizando el bienestar de la comunidad local y de los ecosistemas que sostienen la vida.

Los objetivos son:

- ✓ **Objetivo 2030.** Reducir las emisiones de carbono a la mitad (con respecto a valores de 1970). Conservar el 30% de la biodiversidad mundial. Lograr los ODS.
- ✓ **Objetivo 2050.** Ser carbono neutral = 0 emisiones a través de reducción + compensación de emisiones inevitables.
- ✓ **Acción climática AHORA.** Para conseguir estos objetivos hay que empezar a actuar HOY, para lo que toda empresa debería tener su plan de Acción Climática

# Impacto del CC en el turismo de Gipuzkoa

Los escenarios proyectan en Gipuzkoa una progresiva ampliación del rango de temperaturas idóneo para el turismo, especialmente durante el otoño. Este hecho que podría favorecer, al menos desde el punto de vista climático, la prolongación del periodo de actividad turística, así como de las actividades de ocio al aire libre. Por el contrario, no se estiman cambios en el número de días de lluvia.

	1971-2000	2011-2040	2041-2070
Temperatura media	18.3 ± 0.8	19.4 ± 0.4	20.5 ± 0.6
Temperatura máxima	22.9 ± 0.9	24.0 ± 0.5	25.2 ± 0.7
Temperatura mínima	13.6 ± 1.0	14.7 ± 0.4	15.8 ± 0.5
Días con T max ≥ 25	27	35	43
Días con T min ≥ 20	1	3	8
Nº días de lluvia (Pr>=1)	25 ± 4	23 ± 2	20 ± 2

*Fuente: Naturklima (2021)*

# Impacto del CC en el turismo de Gipuzkoa

Las alteraciones previstas en las próximas décadas pueden suponer:

- aumento de días sin lluvia que, en principio, aumente las posibilidades de disfrute se verá contrarrestado por la reducción de volúmenes de agua disponible que puede poner en peligro los abastecimientos de espacios turísticos.
- Temperaturas más altas en verano y calor húmedo, poco soportable, en zonas litorales. perdida, por tanto, de confort climático.
- Incremento de extremos atmosféricos; por tanto, nivel de riesgo mayor.

A grandes rasgos (Naturklima, 2021):

- En los últimos 50 años la temperatura en nuestro territorio ha subido 1,2° C y tenemos 30 días cálidos más al año.
- El verano se ha alargado un mes y, de seguir así, a finales de siglo podemos alcanzar aumentos de entre 3 y 4° C.
- La afección será especialmente intensa en nuestras costas: el nivel del mar se elevará entre 50 y 70 cm. y un tercio de nuestras playas corren el riesgo de desaparecer.

# Impacto del CC en el turismo de Gipuzkoa

Existen cuatro grandes categorías de impactos del cambio climático que afectaran a los destinos turísticos, su competitividad y su sostenibilidad:

1. Impactos directos del clima
2. Impactos indirectos del cambio ambiental:
3. Impactos de las políticas de mitigación en la movilidad turística
4. Impactos indirectos de cambios sociales.

## Impactos climáticos directos

Impacto	Implicaciones para el sector turístico
Incremento de la temperatura	Cambios en la estacionalidad, cambios en la elección de destinos, pérdida confort térmico
Incremento en la frecuencia e intensidad de tormentas	Alteración de la demanda turística, riesgo para instalaciones turísticas, aumento de los costes de seguros,
Cambios en los patrones de precipitación	Escasez de agua
Incendios forestales	Daño a infraestructuras turísticas



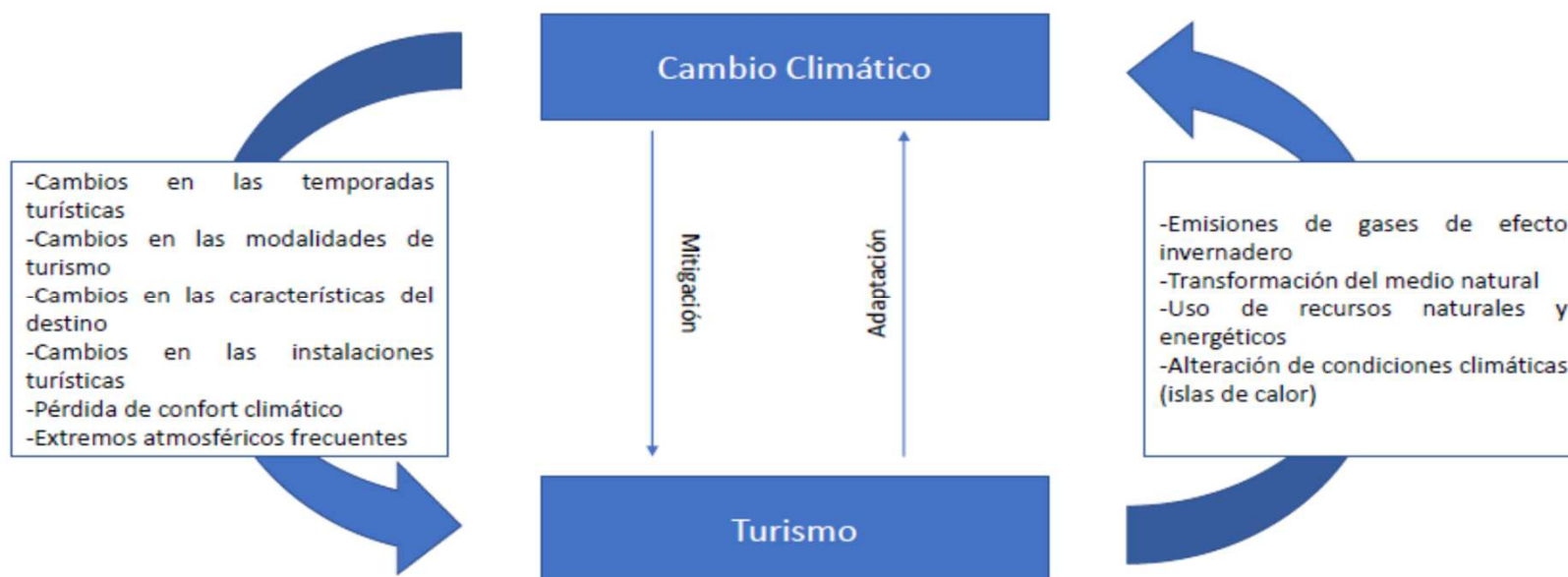
# Impacto del CC en el turismo de Gipuzkoa

1. Impactos directos del clima
2. Impactos indirectos del cambio ambiental: impacto en el patrimonio natural y cultural
3. Impactos de las políticas de mitigación en la movilidad turística
4. Impactos indirectos de cambios sociales.

Impacto	Implicaciones para el sector turístico
Incremento de la temperatura	Impactos en la biodiversidad, eventos extremos (olas calor)
Incremento en la frecuencia e intensidad de tormentas	Riesgo de inundación afectando al patrimonio natural y cultural
Cambios en los patrones de precipitación	Escasez de agua, afección a la biodiversidad y espacios naturales
Subida del nivel del mar	Erosión costera, pérdida de superficie de playa
Cambios en la biodiversidad marina y Terrestre	Pérdida del atractivo turístico
Incendios forestales	Pérdida de atracciones naturales

# Impacto del CC en el turismo de Gipuzkoa

1. Impactos directos del clima
2. Impactos indirectos del cambio ambiental:
3. **Impactos de las políticas de mitigación en la movilidad turística**
  - Incremento en los costes del transporte
  - Cambios en los patrones de viaje
4. **Impactos indirectos de cambios sociales.**



# Metodología

Se han llevado a cabo dos tipos de acercamiento:

- Cualitativo: grupos de trabajo con el sector para tratar diferentes temas relacionados con el Turismo y el Cambio Climático
- Cuantitativo, con base en la “Encuesta mundial sobre la acción por el clima en el sector turístico” (OMT, 2021).



Indique a qué grupo de interés representa

Destino o administración (por ejemplo, un ayuntamiento, comarca o una Organización de gestión de destinos)

Empresas del sector alojamiento (hoteles, apartamentos, casas rurales,...)

Empresas de restauración y hostelería

Empresas de transporte (autocares, coches de alquiler,...)

Operadores turísticos (AAVV, TTOO, receptivos, guías, oficinas de turismo,...)

Sector MICE: reuniones, incentivos y ferias

## Estudio cualitativo

Con base en dos encuentros con profesionales del sector:

	Participantes	Temas trabajados
<b>Taller de Turismo y Cambio Climático. Mitigación Y Adaptación, Retos y Oportunidades</b> <i>Universidad de Deusto, Donostia</i> <i>28 de septiembre de 2021</i>	18 participantes de diferentes sectores: destinos, recursos, alojamiento, ONG, universidad, etc.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vulnerabilidad de sector</li><li>• Medidas y herramientas de mitigación</li><li>• Medidas de adaptación</li></ul>
<b>Jornada sobre Turismo y Cambio Climático</b> <i>Universidad de Deusto, Donostia</i> <i>22 de octubre de 2021</i>	10 participantes representantes de agrupaciones de sectores turísticos	<ul style="list-style-type: none"><li>• “Problemas” relacionados con el CC que afecten directamente a tu sector</li><li>• Grado de conocimiento de iniciativas en claves de mitigación, compensación y adaptación al CC</li><li>• Barreras identificadas para la implantación de este tipo de medidas</li></ul>

## Estudio cuantitativo

Con base en la “Encuesta mundial sobre la acción por el clima en el sector turístico” lanzada por la OMT (2021), se ha tratado hacer un diagnóstico de las acciones por el clima que el sector turístico de Gipuzkoa está llevando a cabo, así como identificar iniciativas, oportunidades y barreras para acelerar esta acción por el clima.

La encuesta se dirige a destinos turísticos (administraciones y organizaciones) y empresas (prestadores de servicios de alojamiento, operadores turísticos, prestadores de servicios de transporte), por lo que su distribución se hizo a partir de las principales asociaciones y redes que aglutinan el sector: ATRAE, Hoteles de Gipuzkoa, Hub Turismo, Aktiba, etc.

La encuesta se diseñó en qualtrics XL (<https://www.qualtrics.com>) y se dividía en diferentes secciones:

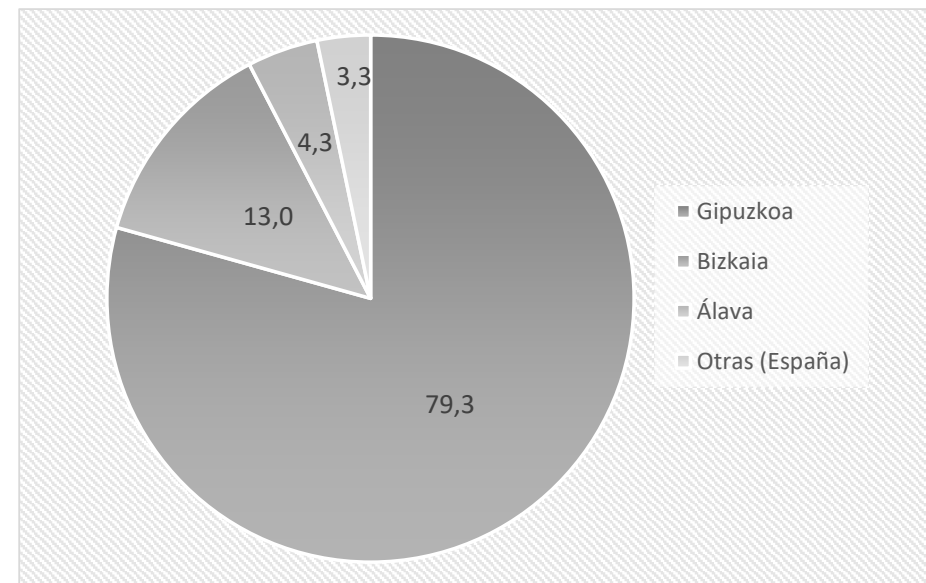
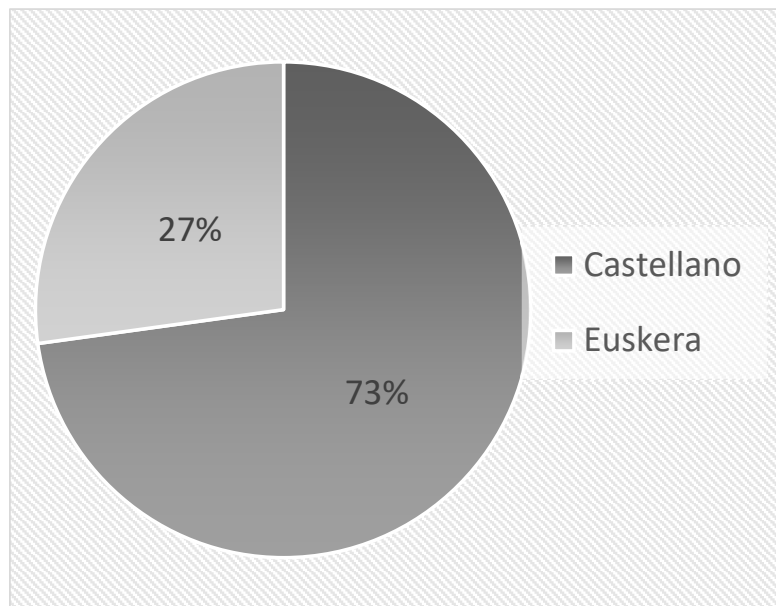
- Datos generales de la empresa u organización
- Estrategias generales para abordar el Cambio Climático
- Acciones en la lucha contra el cambio climático: mitigación y descarbonización
- Medidas de adaptación
- Barreras y líneas potenciales de acción

# Muestra

Debido a que hubo algunas personas que entraron a los enlaces, pero no contestaron la encuesta, se logró una muestra de 92 respuestas y una de cada cuatro se contestó en euskera

De las encuestas contestadas el 60% está contestada completamente, mientras un 40% o no finalizó la encuesta o ha dejado preguntas sin responder.

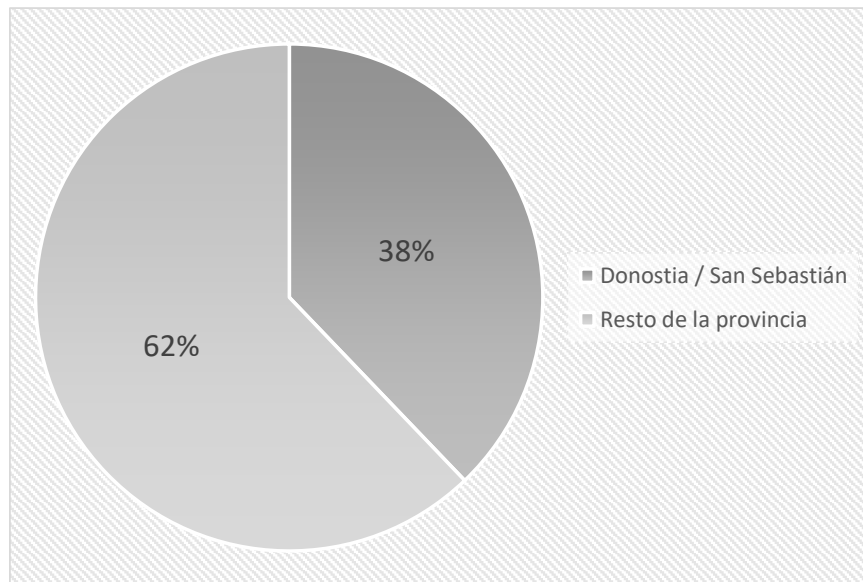
Prácticamente el 80% de la muestra pertenece a la provincia de Gipuzkoa, que será la muestra con la que se trabaje en este informe, seguido de Bizkaia (13%) y de forma residual Álava y otros lugares de España.



# Muestra

La muestra resultante para analizar es de 74 casos en la provincia de Gipuzkoa, de los que casi un 40% pertenecen a organismos con sede en la capital, Donostia, y el resto se distribuye por la provincia.

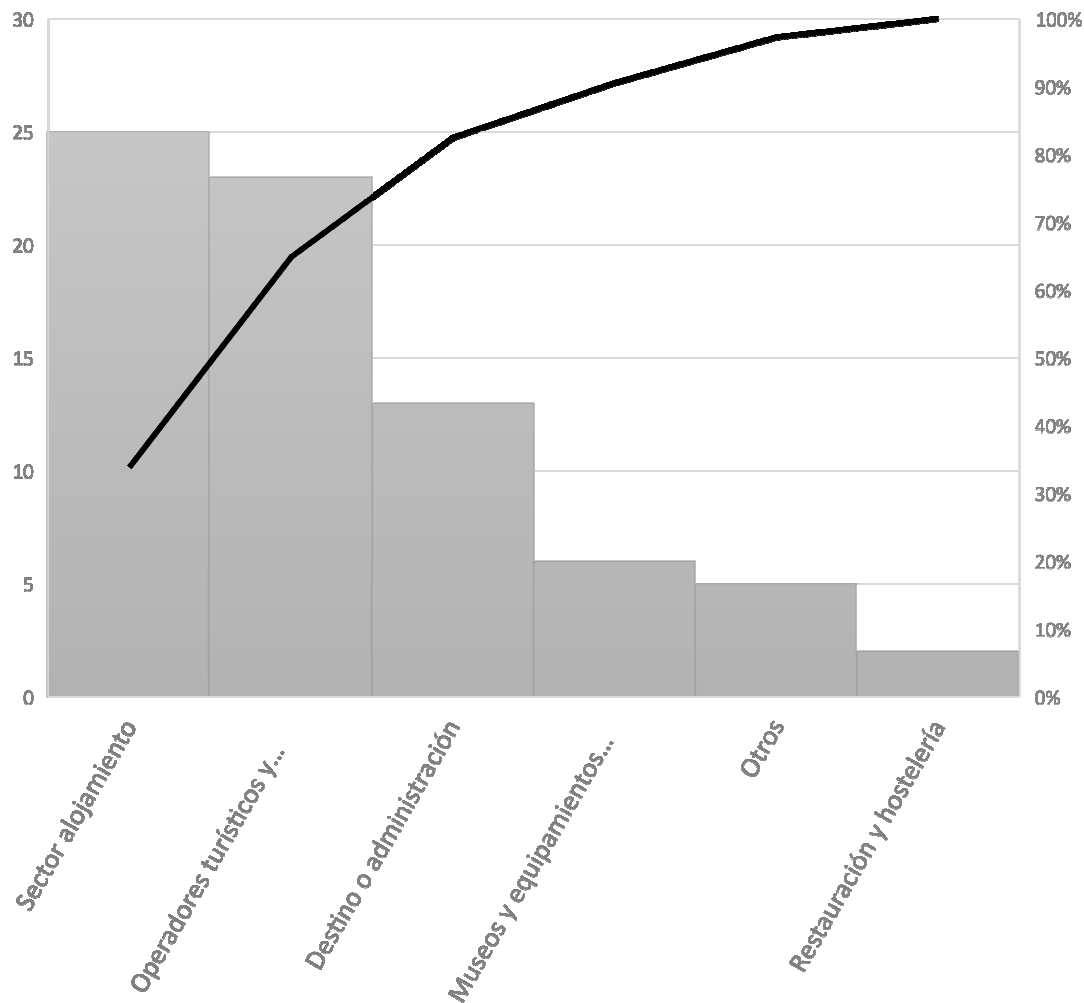
Se observa que más dos tercios (69%) de las personas responsables de rellenar el formulario son propietarios, CEO, directores o gerentes, siendo el resto técnicos o empleados de las empresas y organizaciones que han participado. Además, prácticamente todas ellas (97%) cuentan con menos de 50 empleados en su plantilla, por lo que son consideradas pequeñas empresas, siendo muchas de ellas microempresas (BBVA).



Las localidades más representadas son:

- Donostia / San Sebastián
- Oñati
- Pasaia
- Hondarribia
- Hernani
- Oiartzun
- Tolosa

# Muestra



El sector está bien representado en la muestra, aunque las empresas del sector alojamiento (hoteles, apartamentos, casas rurales,...) y los denominados operadores turísticos, que incluyen AAVV, TTOO, receptivos, guías, turismo activo oficinas de turismo, etc. suponen tres cuartas partes de la misma.

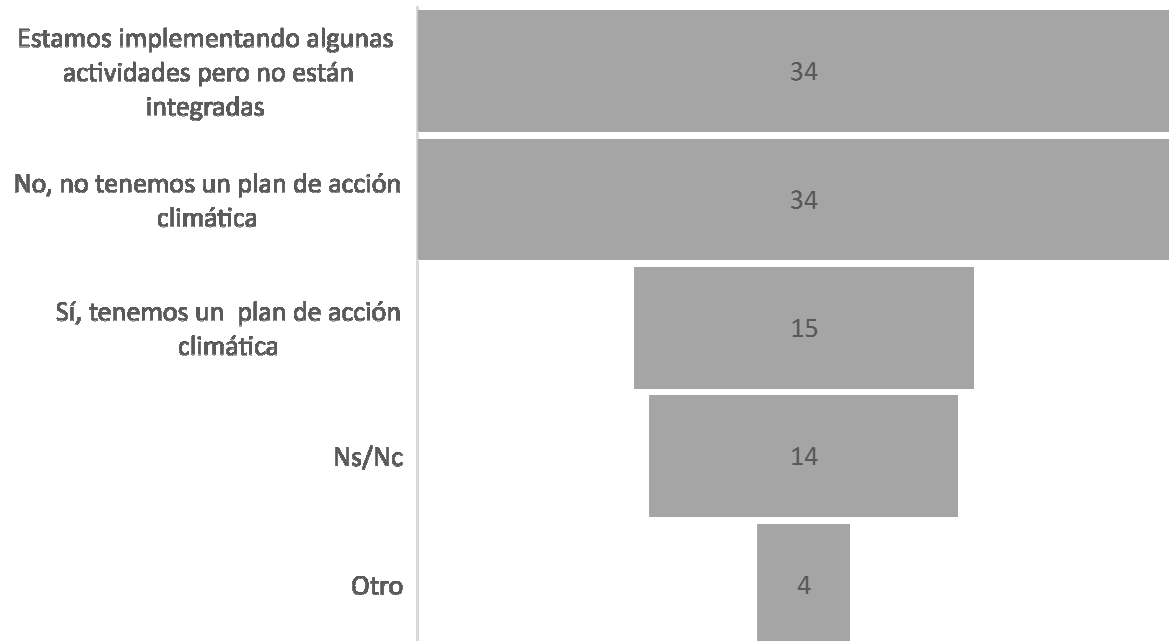
La muestra se completa con representantes de: destinos o administración, por ejemplo, un ayuntamiento, comarca o una OGD (17%); museos y equipamientos culturales (8%); otros como sector MICE, asociaciones y/o redes (7%) y empresas de restauración y hostelería (3%).



# Estrategias generales para abordar el cambio climático

Cuando se les pregunta si la empresa u organización tiene actualmente un plan, estrategia u hoja de ruta de acción climática, se observa que lo más común es NO contar con un plan o estrategia como tal (34%). En la misma medida, un tercio de la muestra afirma estar implementando acciones, pero no las tienen integradas en una hoja de ruta definida (34%). Este último es un segmento de interés con el que trabajar.

Un 15% afirma tener un plan de acción climático como tal.



# Estrategias generales para abordar el cambio climático

En relación a las estrategias más generales en clave de sostenibilidad los resultados indican que:

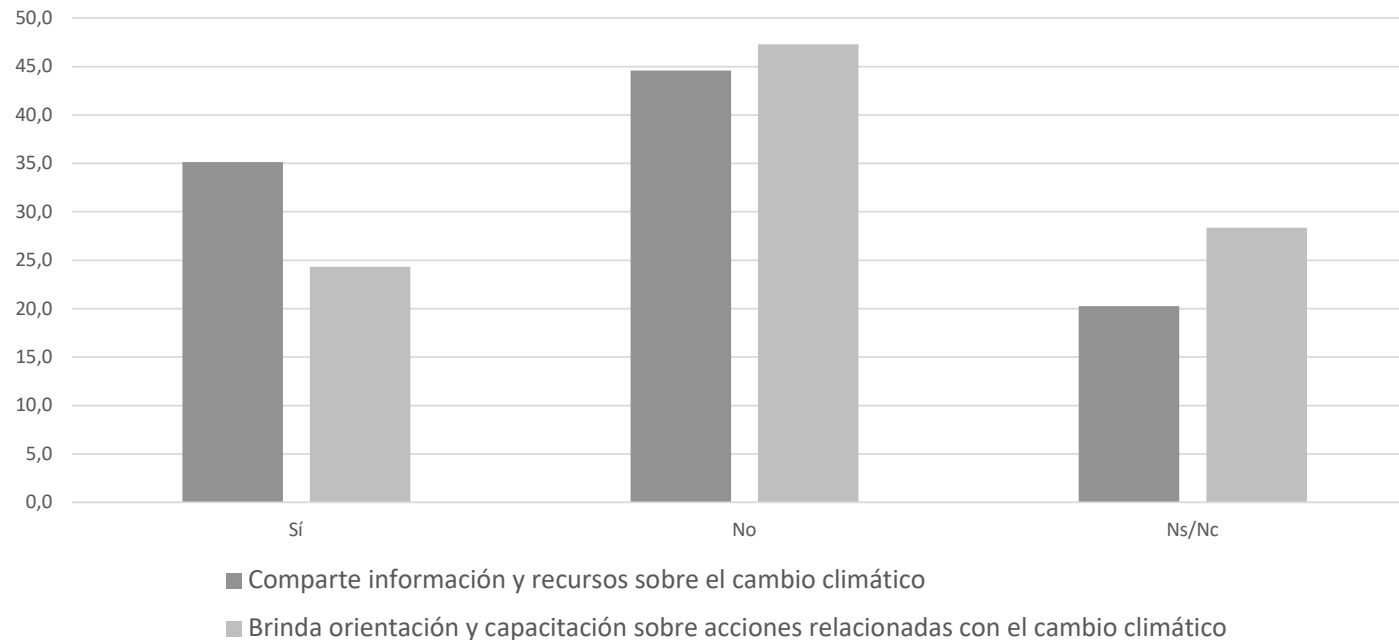
- La mitad de las organizaciones de la muestra (52%) NO tiene designada ninguna persona como responsable de sostenibilidad o similar, mientras que casi uno de cada cuatro (23%) señala sí contar con esa figura (23%) y el cuarto restante (24%) no contesta o no sabe si su organización cuenta con este tipo de figura.
- Solo el 20% afirma contar algún de certificación en sostenibilidad. El 80% restante se divide en partes iguales entre los que afirman no tener y los que no contestan o no saben si tienen.
- Entre las certificaciones mencionadas encontramos el Código Ético del Turismo en Euskadi y Ecolabel en mayor medida, además de Hoteles zero plastik, proyecto para la prevención de residuos y la mejora de su gestión impulsada por Donostia Turismo y el Ayuntamiento, ICTE Destino Seguro, la ISO 14000 Y EMAS, Erronka Garbia de IHOBE, Udalak du klima 2050 o proyectos de sostenibilidad o medidas de compensación generales.



# Estrategias generales para abordar el cambio climático

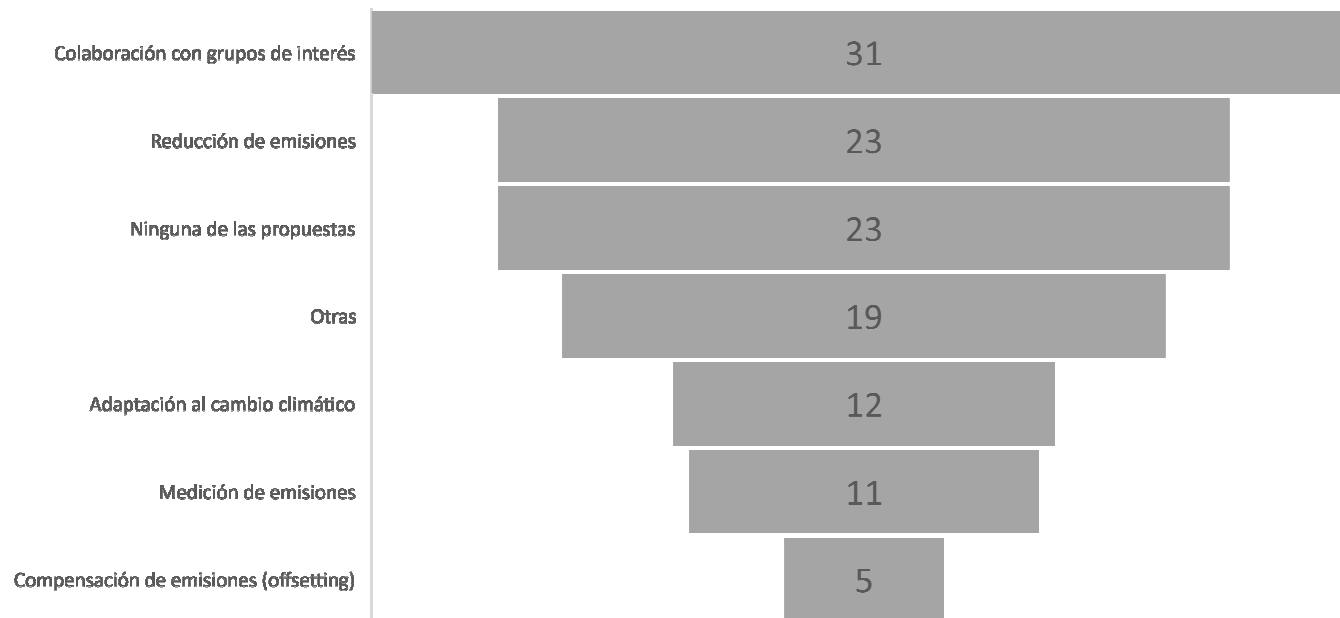
También se plantean cuestiones sobre si se colabora o comparte información y recursos con otras empresas u organizaciones sobre el cambio climático o si se brinda orientación y capacitación al personal operativo sobre acciones relacionadas con el cambio climático. Para ambas opciones las respuestas son similares, afirmando alrededor del 45% que NO llevan a cabo ninguna de las actividades.

Sí cabe destacar que son más habituales acciones en clave de compartir y colaborar que las actividades de orientación y formación.



# Estrategias generales para abordar el cambio climático

A la hora de definir, en términos generales cuáles son las acciones y estrategias que están tomando para abordar el cambio climático, se observa que, aunque ninguna de las estrategias propuestas está generalizada, las que más se están aplicando son las acciones en clave de colaboración con grupos de interés (el 31% de los encuestados) y acciones en reducción de emisiones (23%).



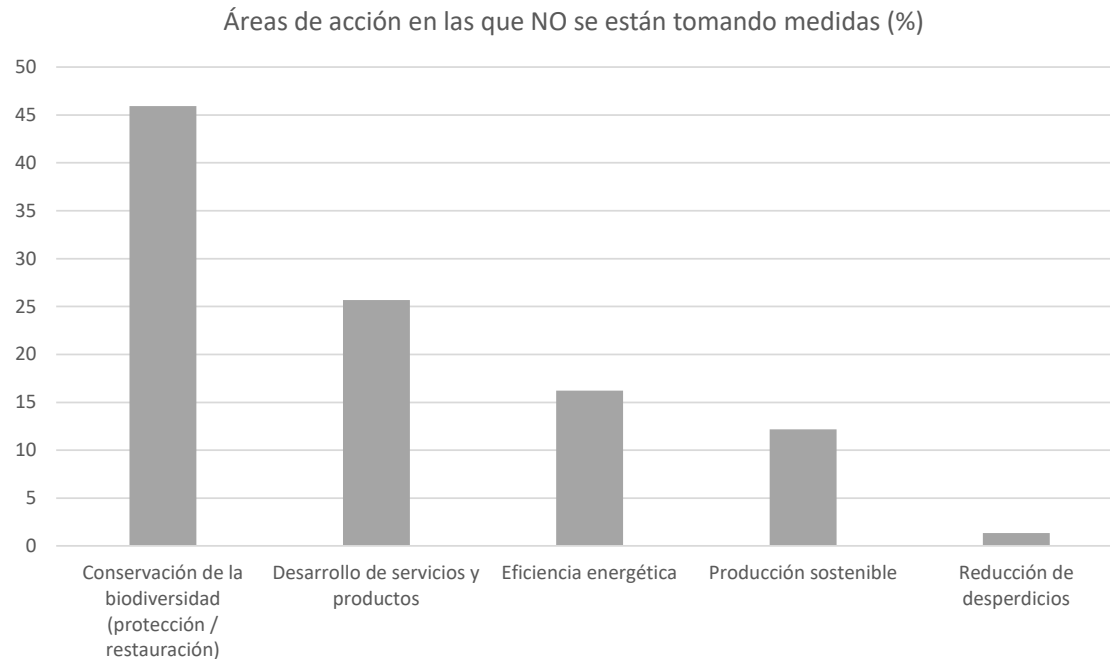
# Acciones en la lucha contra el cambio climático

En este apartado se hacen cuestiones sobre estrategias, regulaciones o incentivos que puedan estar llevando a cabo en las empresas y organizaciones. En concreto se abordan:

- **Eficiencia energética**, que incluye estrategias en transporte más eficiente en combustible o eléctrico, el uso de fuentes de energía renovables, la adopción de medidas de eficiencia en el consumo de electricidad, calefacción y refrigeración, las mejoras en la infraestructura o edificios, etc.
- **Producción sostenible**, con medidas como el abastecimiento local, compras a proveedores que toman medidas para reducir sus emisiones, consideración del ciclo de vida del producto en las decisiones de compra u otras iniciativas en esta línea.
- **Reducción de desperdicios**, incluyendo la reducción de residuos sólidos, el uso de elementos reutilizables, la eliminación de plástico innecesario, el reciclaje y otras iniciativas de reducción de residuos que no estén contempladas entre las anteriores.
- **Conservación de la biodiversidad** en claves de protección y/o restauración, como la conservación de bosques, la reforestación y otras medidas en esta línea.
- **Desarrollo de servicios y productos** como ofrecer o apoyar opciones de viaje más sostenibles, la revisión de productos para hacerlos más sostenibles, el desarrollo de nuevos productos bajos en carbono, la redefinición de las estrategias de marketing o otras que medidas que estén aplicando diferentes a las anteriores.

# Acciones en la lucha contra el cambio climático

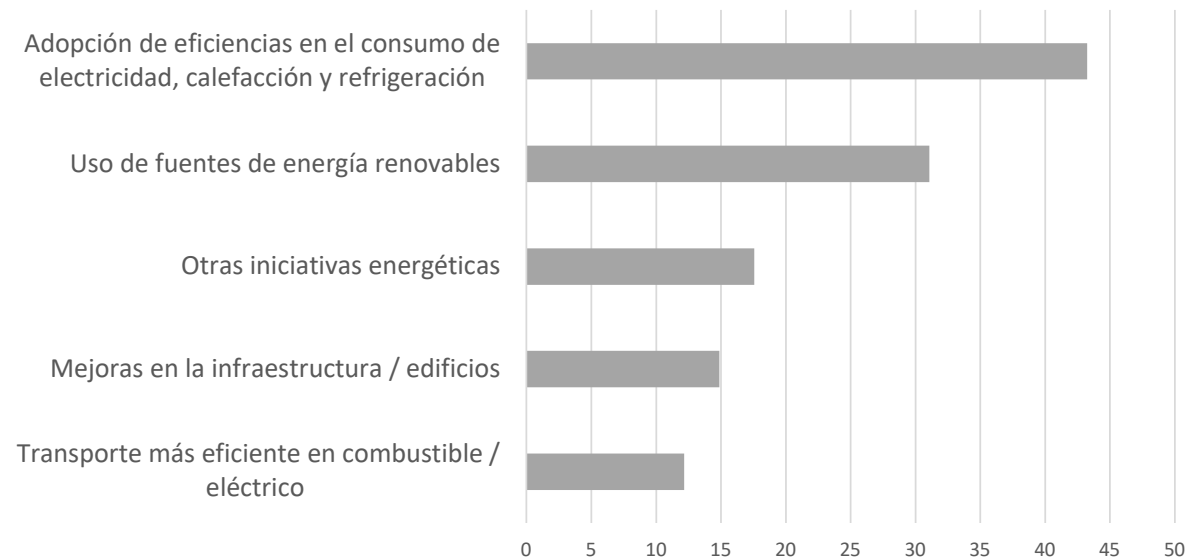
Además, en cada una de las áreas abordadas se les plantea la opción de responder, “NO estamos tomando medidas en ninguna de las acciones planteadas”. En este sentido y teniendo en cuenta que en algunos casos puede ser por desconocimiento, los resultados muestran que mientras en áreas como la reducción de desperdicios prácticamente todas las empresas participantes están tomando algún tipo de acción, en mayor o menor medida, casi la mitad señala no estar tomando ningún tipo de acciones relacionadas con la conservación de la biodiversidad y la protección y restauración de espacios protegidos.



# Acciones en la lucha contra el cambio climático

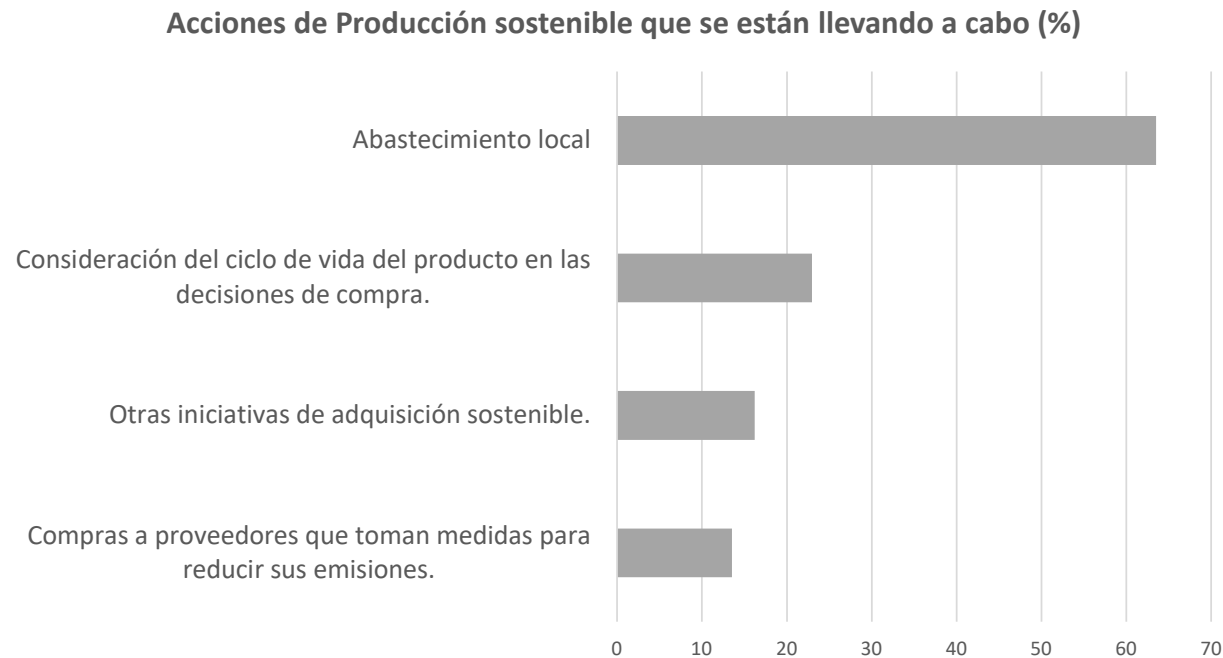
En relación con la **eficiencia energética**, los resultados muestran que un **43%** de las empresas y organizaciones que han respondido al cuestionario afirman estar tomando medidas en la adopción de medidas de eficiencia en los consumos de electricidad, calefacción, etc. y el **31%** está trabajando en el uso de energía renovables. En el otro extremo se observa que apenas se están poniendo en marcha acciones relacionadas con el uso de transporte más eficiente o con la mejora en infraestructuras, solo mencionadas por un **12%** y un **15%** respectivamente.

Acciones de eficiencia energética que se están llevando a cabo (%)



# Acciones en la lucha contra el cambio climático

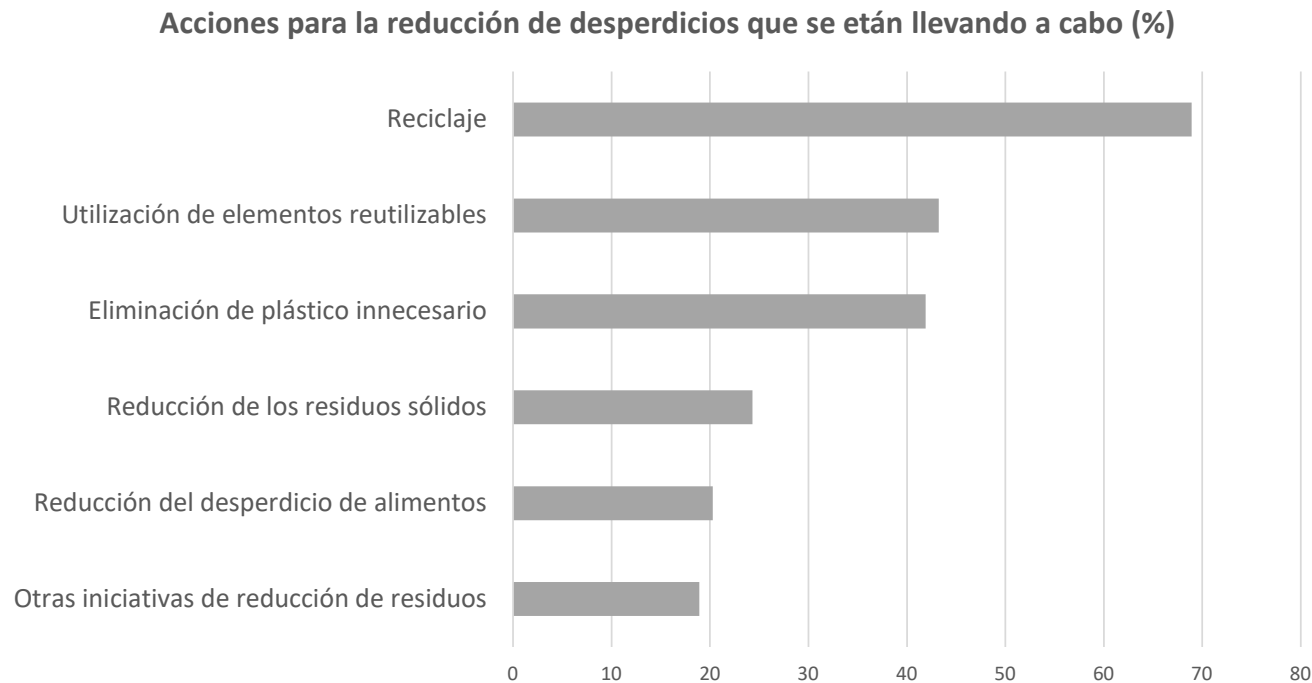
Analizando las acciones relacionadas con la **producción sostenible** se observa que, con bastante diferencia respecto a las otras acciones, las medidas más generalizadas son las relacionadas con trabajar con productores y proveedores locales, ya que casi dos terceras partes de la muestra ya lo están haciendo.





# Acciones en la lucha contra el cambio climático

Como se ha mencionado anteriormente, las acciones relacionadas con la **reducción de residuos** son las más generalizadas entre las empresas y organizaciones encuestadas. Dentro de las mismas, destacan el reciclaje (69%), el uso de elementos reutilizables (43%) y la eliminación del plástico (42%).

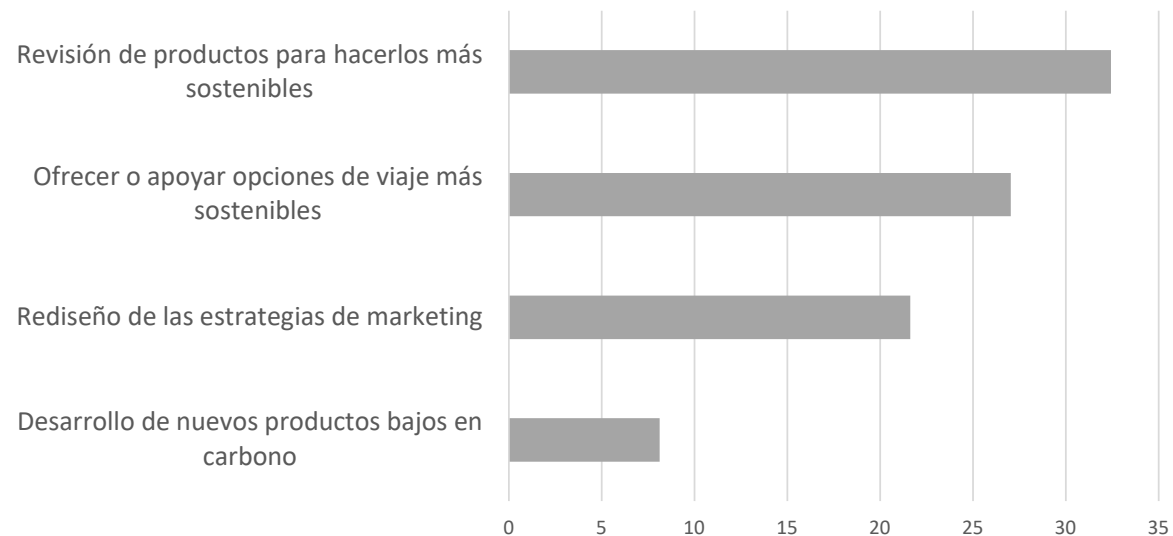


# Acciones en la lucha contra el cambio climático

En relación con la Conservación de la biodiversidad, las medidas son limitadas, pudiéndose destacar únicamente que, poco más de un tercio de las empresas y organizaciones encuestadas, toman medidas relacionadas con la conservación de bosques (35%).

Por último, y haciendo foco en las medidas relacionadas con el Desarrollo de servicios y productos, las que más están llevando a cabo son: la revisión de los citados productos para hacerlos más sostenibles (32%), la oferta o apoyo a modelos de viaje más sostenibles (27%) y el rediseño de las estrategias de marketing en claves de sostenibilidad (22%).

Acciones para el desarrollo de servicios y productos (%)

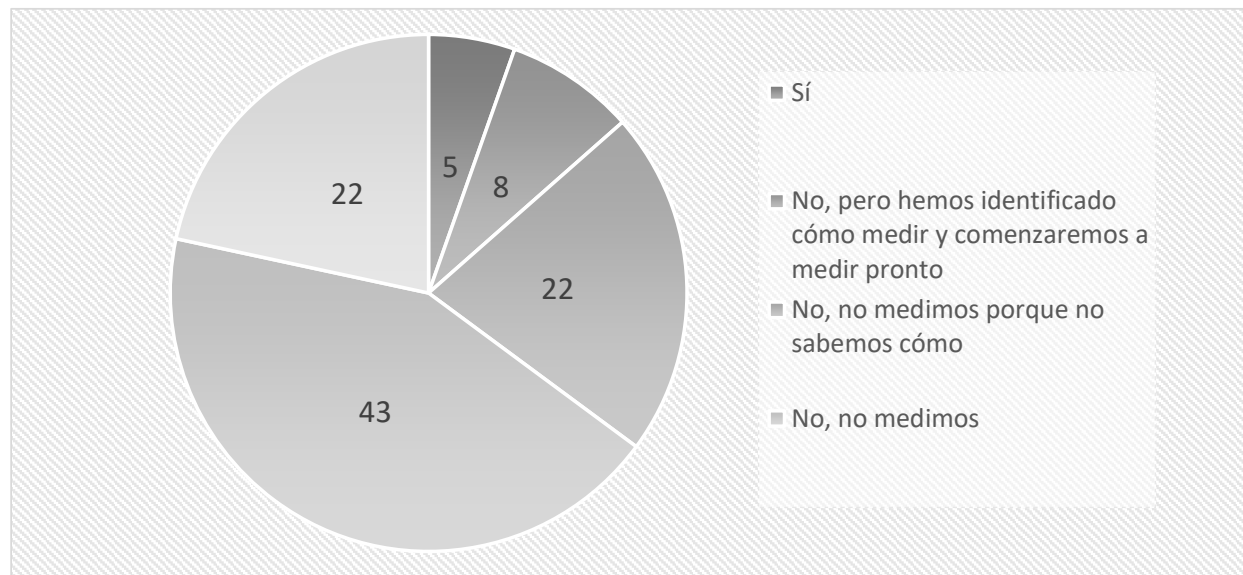


# Acciones en la lucha contra el cambio climático

En este apartado, se aborda la **medición de las emisiones de gases de efecto invernadero** en las diferentes operaciones turísticas que llevan a cabo las empresas y organizaciones encuestadas. Dos terceras partes (65%) no están haciendo ningún tipo de medición, admitiendo un 22% que porque no saben cómo hacerlo.

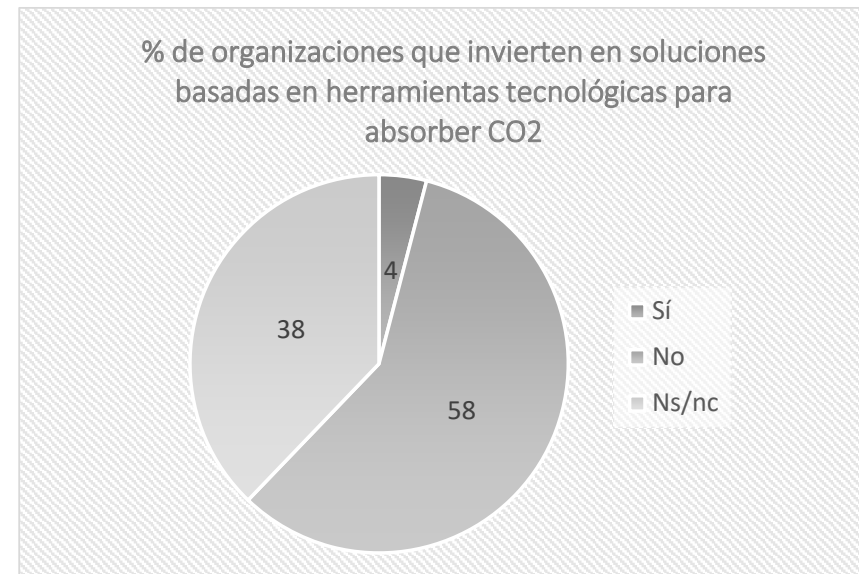
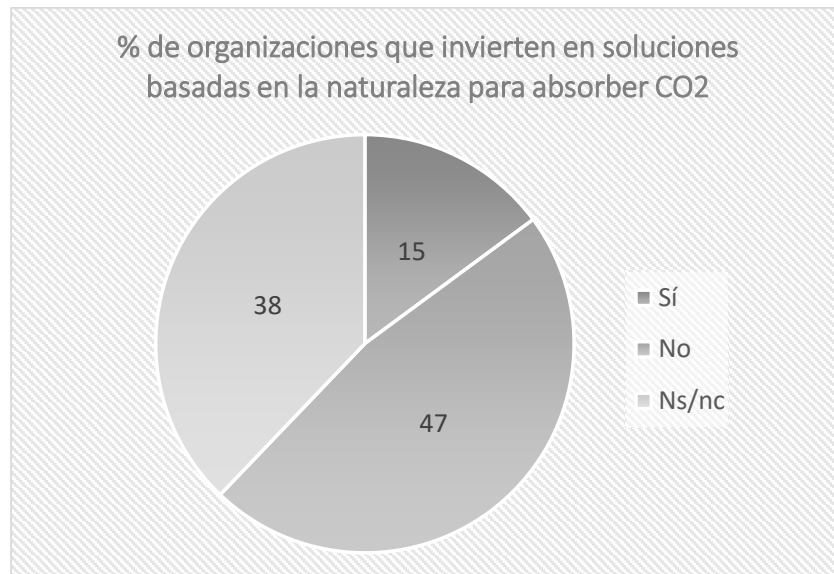
Solo un 13% afirma estar haciendo algo en esta línea, de los cuales, un 8% está en fase de identificación de como medir, aunque no hayan comenzado a hacerlo. Es decir, muestran interés en la medición, pero no saben cómo hacerlo.

En cuanto a la compra de créditos para compensar, el 75% afirma no trabajar en este tipo de acciones, y el resto no contesta, siendo un porcentaje muy residual de organizaciones las que afirman hacerlo (2%) y una única empresa la que menciona un estándar: Verified Carbon Standard / VCS / VERRA.



# Acciones en la lucha contra el cambio climático

Por último, en este apartado se les pregunta si se está invirtiendo en alguna medida de absorción o eliminación del dióxido de carbono de la atmósfera, en los dos tipos de soluciones más habituales: aquellas basadas en la propia naturaleza o bien a través de herramientas tecnológicas. Los resultados muestran que el porcentaje de empresas que realizan este tipo de acciones es muy reducido, aunque si lo hacen, en mayor medida invierten en soluciones basadas en la naturaleza (15%).



# Medidas de adaptación al cambio climático

La Comisión Europea comenzó la consideración de la adaptación al cambio climático a partir del año 2007 con una serie de recomendaciones recogidas en el “Libro Verde de la Comisión Europea de adaptación al cambio climático en Europa”, donde se menciona los impactos del cambio climático en las infraestructuras turísticas, así como los posibles efectos en la redistribución de los flujos turísticos.

En 2009 se lanzó el “Libro Blanco de la Comisión Europea sobre Adaptación al cambio climático: Hacia un marco europeo de actuación”, donde se reconoce la necesidad de aplicar un planteamiento estratégico y a largo plazo a la ordenación territorial y marina, así como a las políticas turísticas para paliar sus efectos.

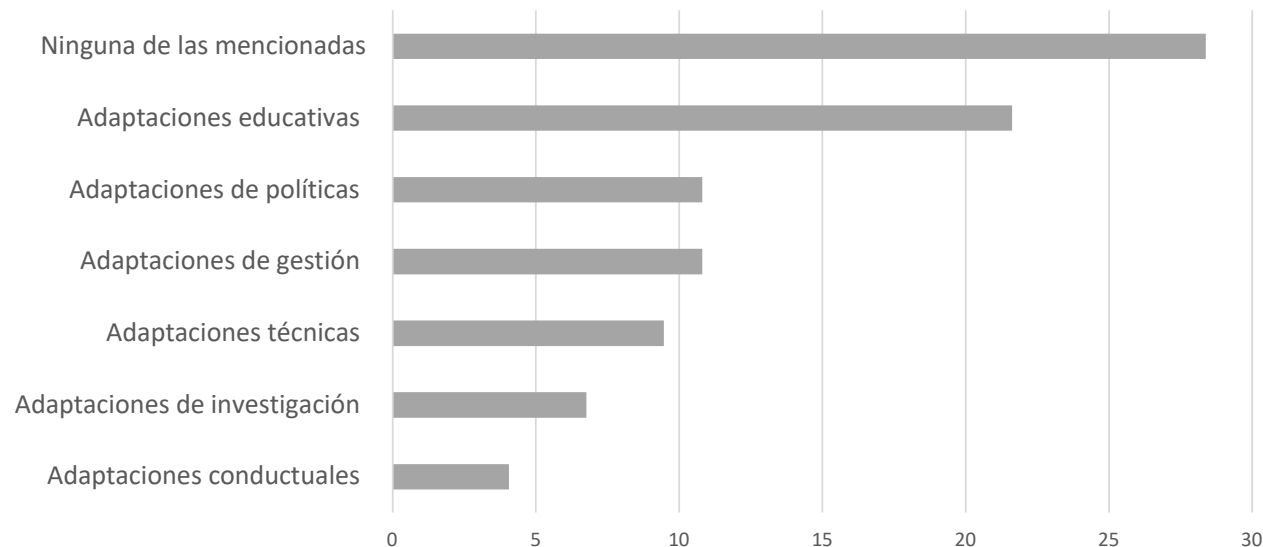
Fue especialmente significativo el año 2013 en que se aprueba la “Estrategia Europea de Adaptación” con un horizonte temporal hasta 2020 y que identifica tres objetivos:

1. Promoción de acciones de adaptación en los Estados miembros
2. Ampliación y difusión del conocimiento sobre adaptación para la toma de decisiones
3. Promoción de la adaptación en sectores vulnerables

# Medidas de adaptación al cambio climático

En relación a la adaptación, los resultados muestran que las medidas de adaptación no están muy generalizadas en las empresas y organizaciones de la muestra, y de hecho casi un tercio afirma no estar aplicando ninguna de las mencionadas. El 22% de los encuestados afirma estar aplicando 'adaptaciones educativas' como capacitaciones y campañas para empleados y un 11% especifican estar tomando medidas de 'adaptación en gestión', por ejemplo, diversificación de productos o planes de gestión de impacto y 'adaptación de políticas' como la participación con las autoridades en el desarrollo de políticas. En menor medida se están llevando a cabo 'adaptaciones técnicas' como uso de agua de lluvia o sistemas de alerta temprana y 'de investigación' como los sistemas de monitorización o proyectos de I+D.

Medidas de adaptación que se están llevando a cabo (%)



# Medidas de adaptación al cambio climático

Si bien no son muchos, es interesante analizar los comentarios “libres” dejados por los encuestados cuando se les pide que, con sus palabras, expliquen cómo les está afectando el cambio climático a sus operaciones turísticas. Estos comentarios pueden agruparse en tres bloques:

1. Se constatan esos cambios: *“Cambio en la temperatura y clima en las distintas estaciones del año teniendo veranos mas cálidos de lo normal y los inviernos menos fríos”, “Cambios mas bruscos y cada vez mas constantes en el mar”,* en algunos casos en clave positiva *“El clima no es el de esperar. La naturaleza cambia sus ciclos, las plantas a su vez. En cierto modo nos está ayudando en nuestras operaciones turísticas porque más gente busca campo, alternativas de vida, conocer la naturaleza, etc.”* y en otro, en clave negativa *“El campamento es una actividad directamente relacionada con el disfrute del aire libre y la naturaleza. La tendencia a la congestión del clima tiene un efecto negativo innegable en nuestras operaciones. El calor intenso, la lluvia intensa, la tormenta, la sequía... las consecuencias del cambio climático dificultan enormemente nuestro espacio de trabajo y nuestra actividad. En nuestro caso, además, estamos a la deriva”.*

-

## Medidas de adaptación al cambio climático

2. Varios hacen referencia a una “nueva” demanda o demanda diferida ante destinos en los que empieza a hacer demasiado calor: *“Al haber sitios de España donde hace mucho calor en verano, los residentes de esas áreas prefieren viajar a nuestro destino, y viajeros internacionales prefieren no ir a esos sitios y en España prefieren el norte”, “Estamos notando es que cada vez más turistas de la zona de Madrid, levante y sur vienen a pasar sus vacaciones en nuestra casa rural debido a las altas temperaturas nocturnas de los últimos años y que les afectan para dormir. Aquí descansan mejor”, “Está cambiando a la demanda del consumidor final, que entiende que al hacer buen tiempo en general también lo hace en las zonas montañosas y le cuesta creer que las zonas montañosas el frío, lluvia y hielo se da aunque en las ciudades haga buen tiempo cuando debería hacer mal tiempo”.*
3. Y existe un bloque directamente concienciado con la necesidad de tomar medidas: *“Es una obligación a reducir plásticos de un solo uso, para poder ayudar a frenar el cambio”, “Debemos ir adaptándonos a los cambios como destino turístico y anticiparnos en la medida de lo posible a hacer nuestros productos y servicios lo más sostenible posible”, “Uno de los principales focos de trabajo es la sensibilización en torno al cambio climático y la implicación de la gente en la introducción de hábitos sostenibles”*



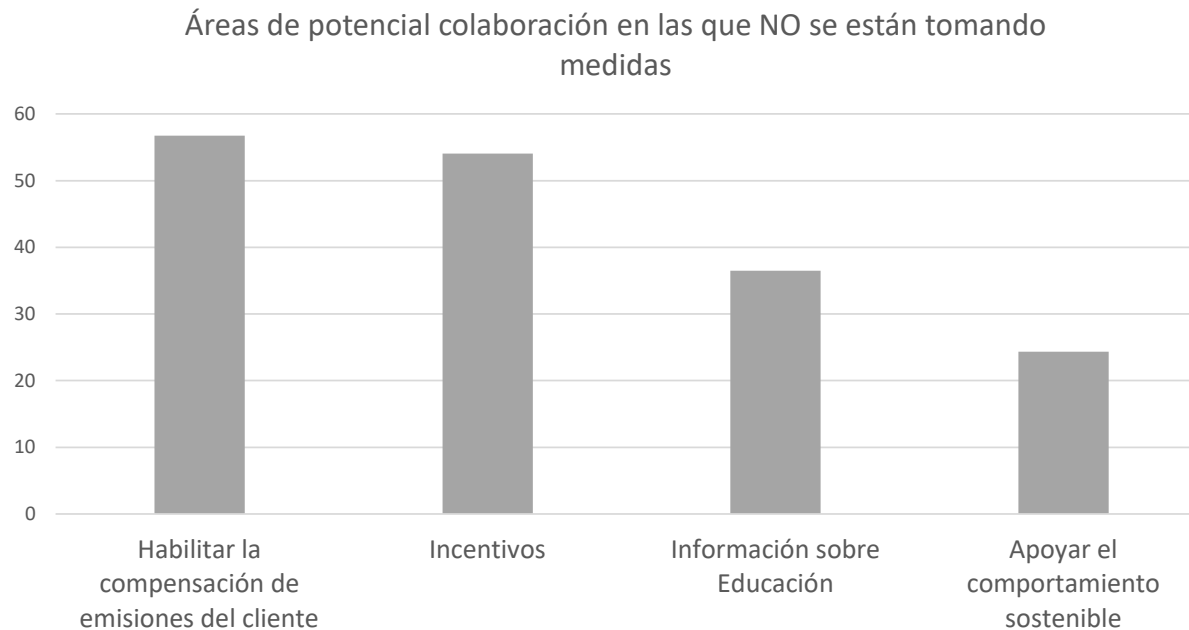
# Medidas de adaptación al cambio climático

El último apartado de la encuesta aborda la colaboración en clave de acción climática con los clientes, viajeros en este caso. En el último caso, se les pregunta por medidas llevadas a cabo para involucrar a sus visitantes o clientes en iniciativas bajas en carbono, incluyendo:

- **Incentivos:** descuentos o recompensas por utilizar un transporte energéticamente eficiente; descuentos o incentivos por elegir las opciones más sostenibles (por ejemplo, en el menú) o medidas similares.
- **Información y/o formación:** si se les da información relacionada con el clima en el momento de la reserva, durante el viaje o después del viaje en clave educativa.
- **Medidas de apoyo a comportamientos sostenibles:** facilitar espacios de carga para vehículos eléctricos en el sitio, disponibilidad de bicicletas disponibles en el sitio, contenedores de reciclaje en espacios comunes y habitaciones u o ofrecer alternativas de viaje bajas en carbono.
- **Habilitar la compensación de emisiones del cliente:** suplemento por cambio climático o recargo en el precio de las habitaciones o billetes, ofrecer opciones de compensación o medidas similares.

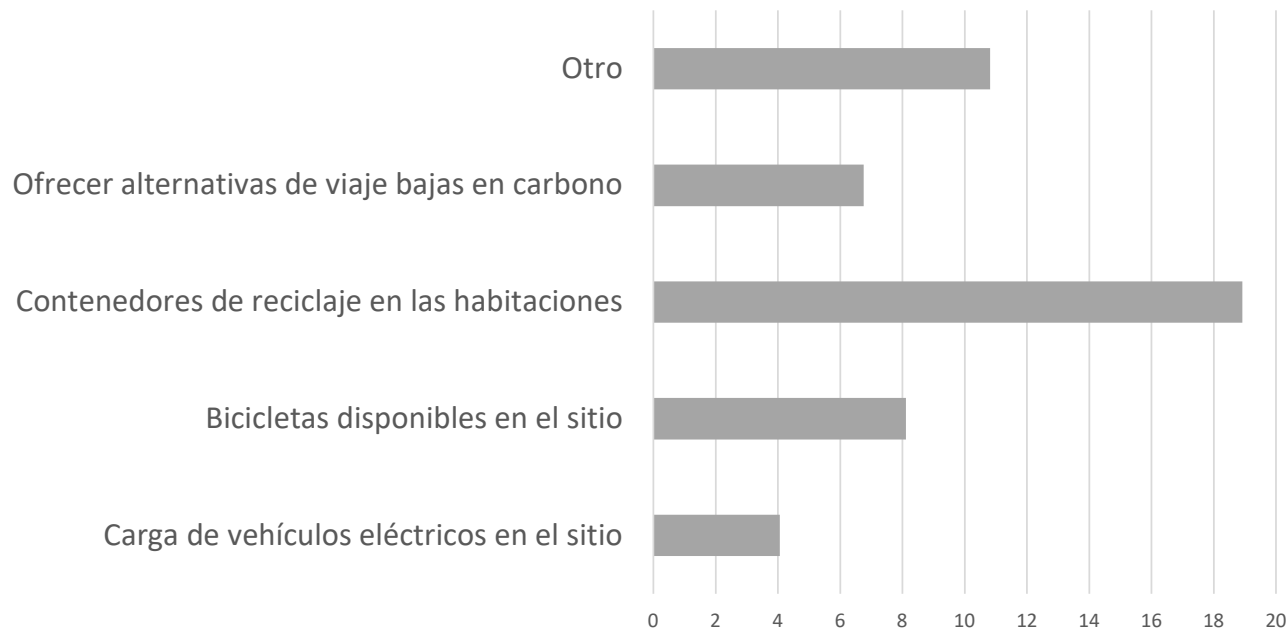
# Medidas de adaptación al cambio climático

Al igual que en el apartado de medidas de adaptación, en cada una de las áreas abordadas se les plantea la opción de responder, “NO estamos tomando ninguna de las acciones planteadas”. En este sentido, se observa que el tipo de acción que menos aceptación parece que está teniendo son aquellas relacionadas con la compensación, poniendo este tipo de medidas al alcance del cliente (57%). En la misma línea más de la mitad (53%) afirman NO estar tomando ningún tipo de medidas en clave de incentivos o descuentos por, por ejemplo, utilizar un transporte energéticamente eficiente o elegir las opciones más sostenibles (por ejemplo, en el menú)



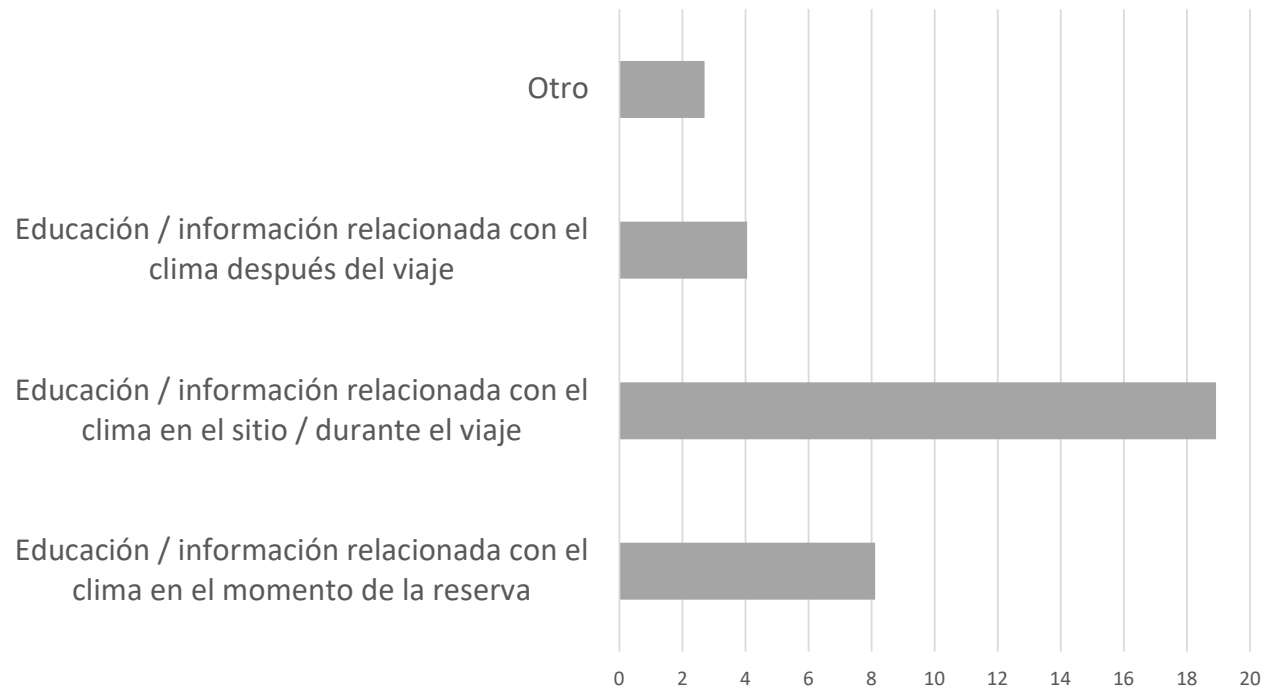
## Medidas de adaptación al cambio climático

Se observa, sin embargo, que las medidas relacionadas con apoyar el comportamiento sostenible de los clientes como facilitar espacios de recarga de vehículos eléctricos, ofertar bicicletas o contar con contenedores de reciclaje en las habitaciones y espacios comunes tiene algo más aceptación. De hecho, casi uno de cada cinco encuestados afirma utilizar contenedores de reciclaje y más del 10% afirman tomar otro tipo de medidas en esta línea.



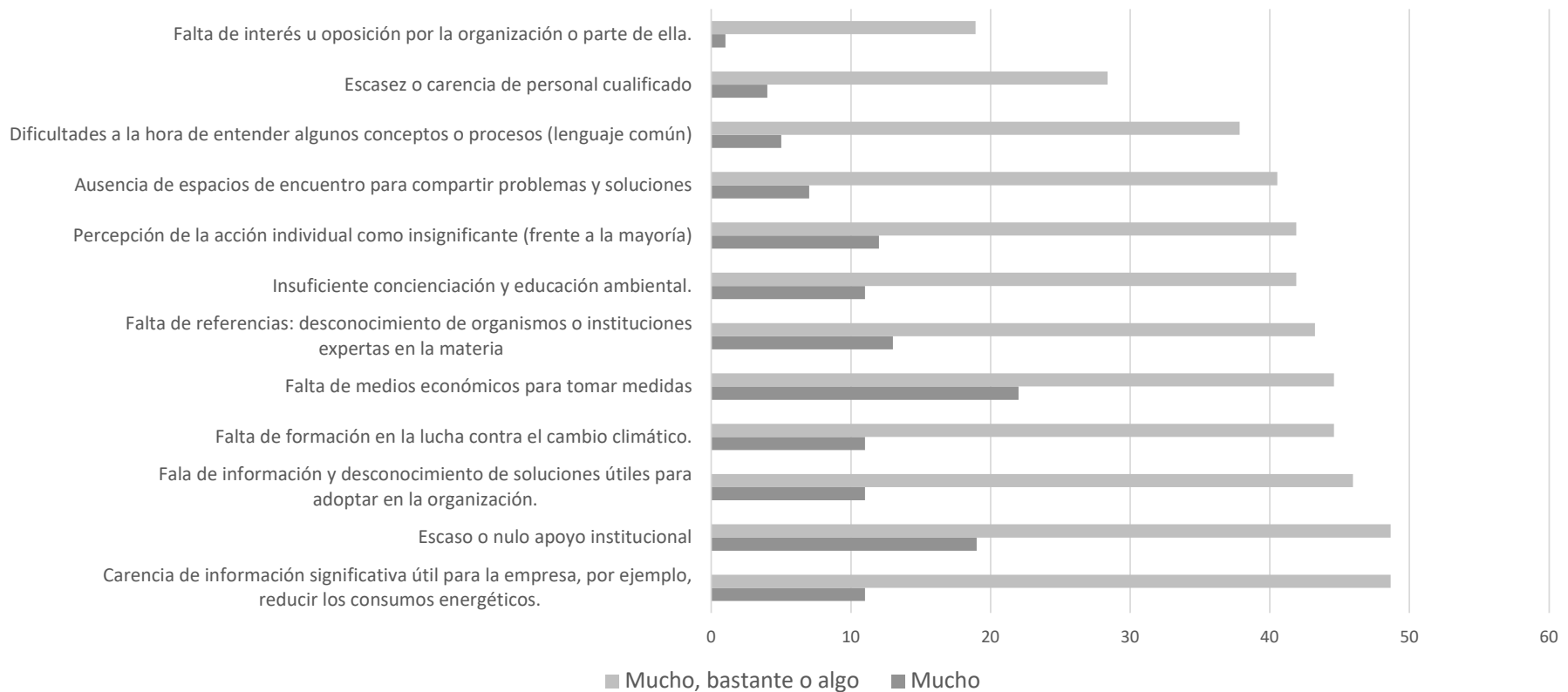
# Medidas de adaptación al cambio climático

En la misma línea, pero relacionado con medidas informativas y/o educativas, casi el 20% de las empresas y organismos de la muestra señala que dan información relacionada con el clima en el destino o durante la visita y, aunque, en menor medida, también hay empresas que lo hacen en el momento de la reserva.



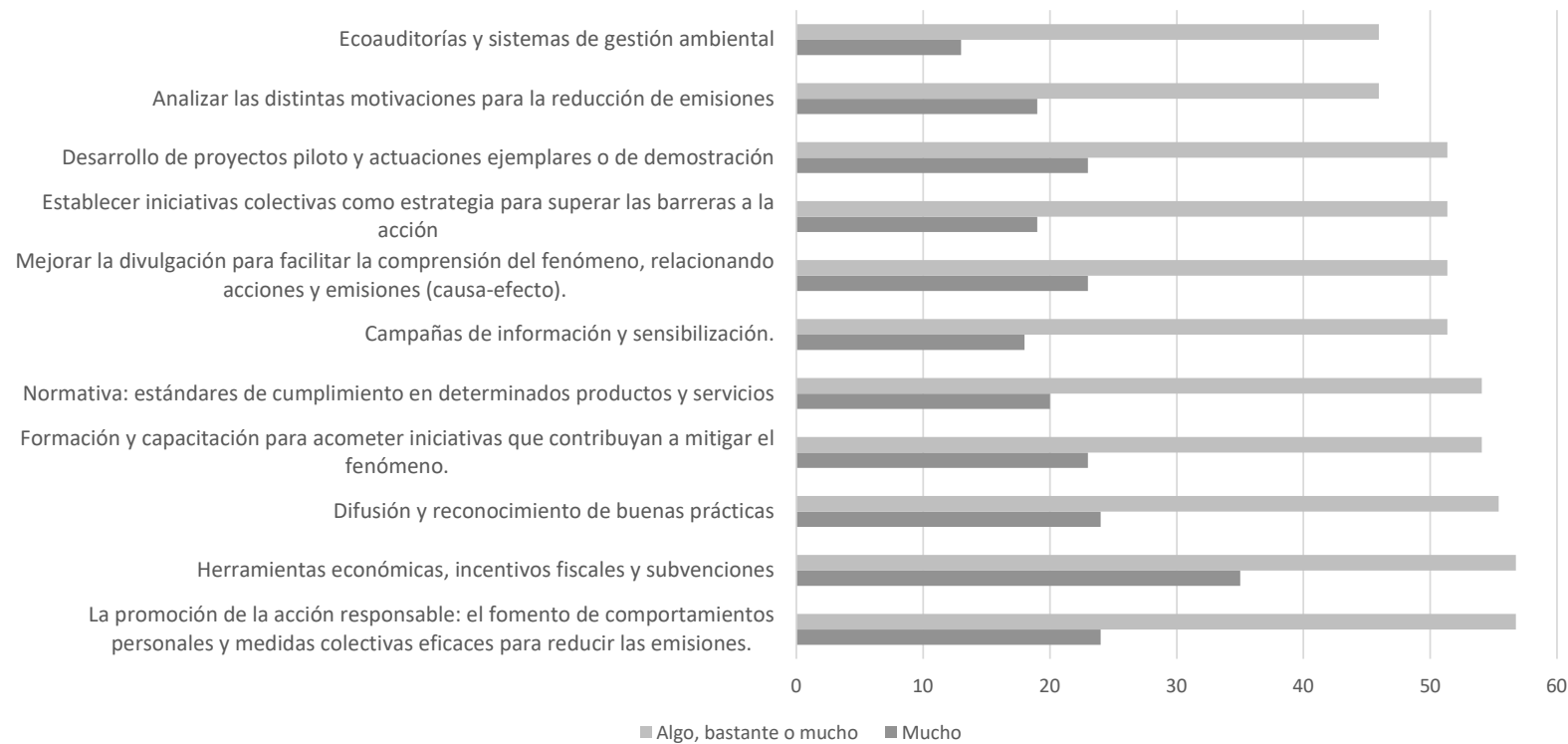
# Barreras percibidas y potenciales medidas

Uno de los apartados de máximo interés de este estudio es el dedicado a las barreras percibidas. Para ello se exponen una serie de potenciales barreras y se les pide que señalen en qué medida creen que les afectan (siendo 1 nada y 5 mucho). Casi la mitad de las empresas encuestadas señalan sentirse afectados en cierta medida por el escaso apoyo institucional y por la falta de información significativa útil para la empresa. Si se hace foco en aquellas barreras que afectan 'mucho', se observa que, además de la falta de apoyo institucional, más de un 20% percibe falta de medios económicos.



# Barreras percibidas y potenciales medidas

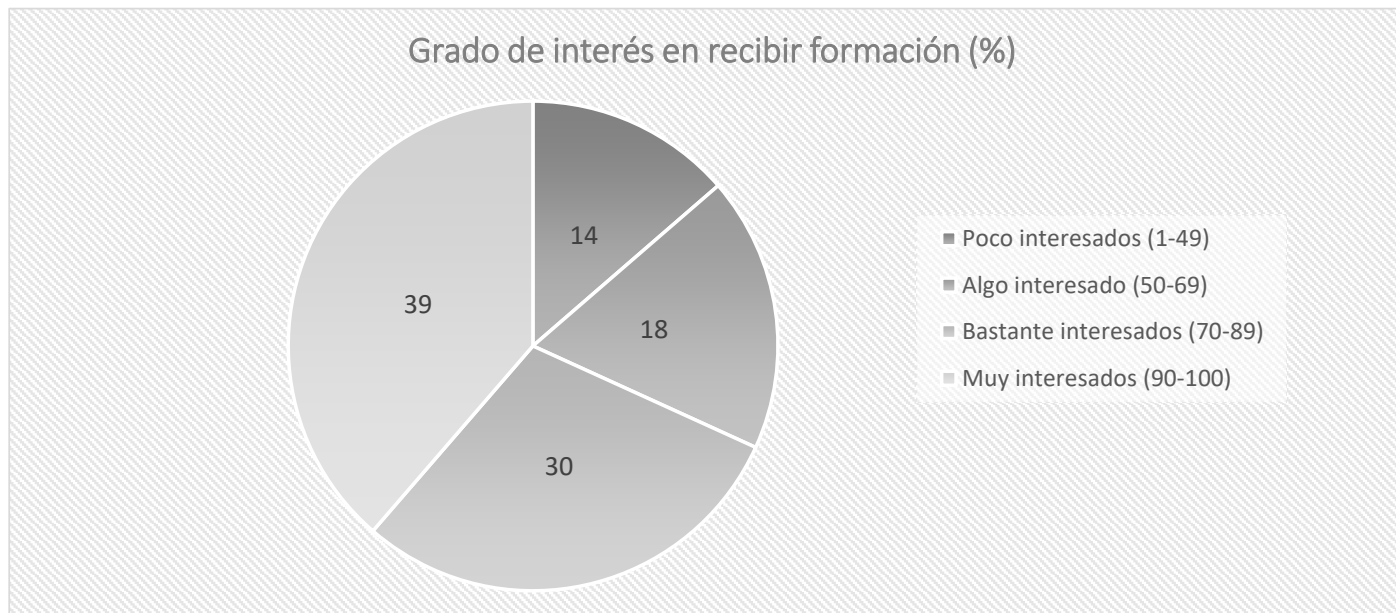
En la misma línea, cuando se les pregunta por medidas que serían asumibles y efectivas para su implantación en el sector turístico, se observa que varias son las señaladas por más de la mitad de la muestra. Si como antes, se hace foco, en los valores de 'mucho' se observa que más de un tercio señala 'las herramientas económicas, los incentivos fiscales y las subvenciones', seguido de 'la promoción de la acción responsable' y 'la difusión y reconocimiento de buenas prácticas'.



## Barreras percibidas y potenciales medidas

Por último, se le preguntaba específicamente por el interés en recibir formación en estas líneas de trabajo. Del 60 % que contestó a esa pregunta, una cuarta parte ha señalado máximo interés y la media resultante es de un interés notable en recibir información (7,5/10).

Si se agrupan los valores, solo un 14% tiene poco interés, mientras que casi el 70% señala estar bastante o muy interesado.



# Resultados del acercamiento cualitativo

## Taller de turismo y cambio climático

- ✓ Se identifican una serie de barreras o dificultades:
  - ✓ Dificultad para ver el escenario real que se presupone se va a dar en nuestros destinos y tangibilizarlo, lo que dificulta a su vez identificar los impactos o las medidas de adaptación necesarias.
  - ✓ Dificultad para conocer en qué punto se está como sector (diagnóstico) y hacia dónde “hay que ir” (líneas de acción).
  - ✓ Dificultades para medir, entender y desarrollar acciones de lucha contra el Cambio Climático.
  - ✓ Falta de normativa que regule y obligue, porque mientras siga siendo algo voluntario el tomar medidas, no se avanzará
- ✓ Se identifican también acciones en clave de oportunidad:
  - ✓ Oportunidad de posicionarse como sector que favorece la lucha contra el Cambio Climático
  - ✓ Ocasión como destino del norte (de España) que no sufrirá tanto los efectos negativos.
  - ✓ Trabajar en positivo. Aún no se ha reconocido la contribución positiva del turismo como para que nos centremos en los aportes negativos del mismo.



# Resultados del acercamiento cualitativo

## Taller de turismo y cambio climático

A partir de las barreras, retos y oportunidades identificados, se señalan una serie de líneas de trabajo (necesidades) en la que sería interesante avanzar:

- ✓ Obligación de apostar por la sostenibilidad, cada uno y en la función pública que es la que va a marcar las políticas y estrategias a seguir
- ✓ Falta de de formación y concienciación en el sector respecto al tema.
- ✓ Necesidad de medidas, en general, más transversales a muchos sectores económicos.
- ✓ Necesidad de revisar la vulnerabilidad del sector y el destino identificar las medidas adaptativas en cada caso.
- ✓ Falta de concienciación de la demanda que también hay que tener en cuenta.
- ✓ Se plantea como necesario contar con beneficios fiscales que apoyen las iniciativas de turismo y las buenas prácticas.

# Resultados del acercamiento cualitativo

## **Jornada de turismo y cambio climático**

El cambio climático se percibe entre los agentes sectoriales como un problema de grandes dimensiones que afecta no sólo al propio sector de actividad, sino que tiene un impacto claro en otros sectores de actividad (sector primario, por ejemplo) que a su vez repercute negativamente en el propio efecto del cambio climático. Se percibe además que el efecto de un incremento del atractivo turístico puede repercutir negativamente en otros aspectos de la sociedad (por ejemplo, valores culturales).

Las medidas o iniciativas que se plantean por su parte son muy locales y específicas en materia de mitigación (reducción de emisiones) del cambio climático, pero se considera esencial incorporar la variable climática en la oferta turística.

En materia de barreras a la puesta en marcha de medidas frente al cambio climático, los asistentes manifiestan que las relacionadas con el conocimiento de los profesionales del sector y de los propios turistas son las principales barreras percibidas, unido a una percepción de falta de concienciación.

# Conclusiones

A pesar de que el tamaño de la muestra no es muy elevado, los resultados muestran algunas conclusiones relevantes y que van dibujando algunas líneas de acción.

Se observa que, aunque en algunos casos se están tomando medidas o acciones específicas, son muy pocas las empresas que tienen diseñado un plan de acción o una hoja de acción específica con esas actividades. Si se hace foco en las mismas, el tipo de acciones que más se están implementando son las relacionadas con la eficiencia en los consumos (electricidad, calefacción, etc. y el uso de energías renovables. En relación con la producción sostenible, las medidas más generalizadas son la relacionadas con trabajar con productores y proveedores locales y entre las relacionadas con la reducción de residuos como el reciclaje, el uso de elementos reutilizables o la eliminación del plástico. En cuanto al desarrollo de servicios y productos, también se identifica un interés por un diseño y desarrollo de los mismos más sostenibles.

Por lo tanto, que todas ellas están relacionadas con comportamientos sostenibles en general, más allá de que, además, estas tengan un impacto directo o sean acciones vinculadas a la lucha contra el cambio climático. En la misma línea, y aunque los resultados muestran que las medidas de adaptación no están muy generalizadas, las 'adaptaciones educativas' son las más adoptadas, al igual que las acciones que, a priori, apoyan comportamientos más sostenibles como facilitar espacios de recarga de vehículos eléctricos, ofertar bicicletas o contar con contenedores de reciclaje.

# Conclusiones

En cuanto a las barreras percibidas, se mencionan el escaso apoyo institucional, la falta de información significativa y útil o la falta de medios económicos. En consecuencia, se demandan medidas como 'las herramientas económicas, los incentivos fiscales y las subvenciones' y otras relacionadas con la parte más pedagógica como 'la promoción de la acción responsable' o 'la difusión y reconocimiento de buenas prácticas'.

Si algo queda claro, es que el sector turístico tiene mucho que decir en este sentido, en negativo, pero también en al desarrollo económico, el fomento de la justicia social, el impulso de espacios y comunidades o la concienciación social y ambiental, pudiendo llegar a convertirse en un referente en buenas prácticas con respecto al cambio climático. En esta línea, se identifican una serie de líneas de trabajo a considerar:

1. La necesidad de hacer pedagogía, respecto de conceptos, datos y cifras, escenarios reales y posibles, etc. Cada vez existe una mayor concienciación, pero es necesario que esa sensibilidad al respecto de la cuestión climática cale en el sector turístico y por derivada, en los clientes/visitantes, de forma que se asuma cual es el papel de cada uno en esta misión.
2. La importancia de abordar la mitigación y la adaptación como líneas prioritarias de acción, dejando la compensación como última opción. Trabajar en la mitigación de nuestra huella ambiental, a partir del tránsito hacia modos y fórmulas de vida sostenibles, y la adaptación/resiliencia, aprendiendo a responder con solvencia a las exigencias del entorno.

# Conclusiones

3. La importancia de socializar y dar difusión a buenas prácticas en las líneas de la mitigación y de la adaptación en el sector turístico. Si bien los datos, señalan que no están generalizadas, sí se están llevando a cabo acciones a las que hay que dar voz e incentivar.
4. Abordar el cambio climático en clave de oportunidad, especialmente si el sector es capaz de aprovechar las circunstancias a través de la adaptación para reflexionar, reformular nuestros hábitos de vida, y transitar hacia un horizonte de sostenibilidad y responsabilidad social y ambiental.
5. Es preciso tejer redes, entre personas, empresas, centros de conocimiento, instituciones... Redes de intercambio de información, de buenas prácticas, de perspectivas, impresiones y preocupaciones.
6. La demanda, el interés y el compromiso con la sostenibilidad que muestran los resultados, sobre todo de aquellas empresas y organizaciones que ya se están ocupando, o pretenden hacerlo, de estas cuestiones, tiene que tener una respuesta, además de pedagógica, en claves de apoyo institucional, económico y de incentivos y en apoyo a la investigación y la asesoría.

**Responder a las exigencias climáticas y ambientales pasa por que invirtamos recursos, tiempo y esfuerzo.**

## Limitaciones

Entre las principales limitaciones del estudio hay que señalar

- El tamaño de la muestra no alcanza los niveles deseables de representatividad del sector en la provincia.
- La participación en la encuesta ha sido voluntaria, por lo que también se les presupone a los participantes cierto nivel de interés o preocupación, razón por la cual han participado en el estudio.
- Encuesta “larga” (7-10’) y en ocasiones compleja si no estás familiarizado con algunos términos.

# Referencias

- Conde, S. (2021). Mitigación y adaptación climática, retos y oportunidades. Taller de turismo y cambio climático, septiembre de 2021.
- Gómez Royulea, M- (2016). Impactos, vulnerabilidad y adaptación al cambio climático en el sector turístico. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Disponible en: [https://www.miteco.gob.es/es/cambio-climatico/temas/impactos-vulnerabilidad-y-adaptacion/impactosvulnerabilidadyadaptacionalcambioclimaticoenelsectorturistico\\_tcm30-178443.pdf](https://www.miteco.gob.es/es/cambio-climatico/temas/impactos-vulnerabilidad-y-adaptacion/impactosvulnerabilidadyadaptacionalcambioclimaticoenelsectorturistico_tcm30-178443.pdf)
- Naturklima (2021). Cambio climático y turismo [presentación]. Jornada turismo y cambio climático, 22 de octubre de 2021.
- Observatorio de Cambio Climático – Naturklima (2021). Informe de Impacto y Vulnerabilidad al Cambio Climático en Gipuzkoa. Naturklima. Disponible en: <https://www.naturklima.eus/documentos/documentos/Informe-de-Impacto-y-Vulnerabilidad-2021.pdf>
- Rodríguez, A. (2021). La década decisiva para la acción climática en el turismo [presentación]. Jornada turismo y cambio climático, 22 de octubre de 2021.
- UNWTO & United Nations Environment Programme (2008). *Report on Climate Change and Tourism - Responding to Global Challenges*. World Tourism Organization. Disponible en: [https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/30875/climate2008.pdf](https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/30875/climate2008.pdf)
- UNWTO (2021). *La Encuesta Global sobre Acción Climática*. Organización Mundial del Turismo. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/encuesta-mundial-sobre-la-accion-por-el-clima-en-el-sector-turistico>
- UNWTO (2021). *Transformar el turismo para la acción por el clima*. Organización Mundial del Turismo. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/accion-por-el-clima>