

Close

THE CONVERSATION

Rigor académico, oficio periodístico



Turistas en el Parque Nacional de Timanfaya, Lanzarote, Islas Canarias. Shutterstock / Raquel Rodr

Hacia una economía circular en el sector turístico

21 febrero 2021 20:21 CET

Los destinos insulares, como las Islas Canarias, dependen de su litoral para el desarrollo de su economía y de su industria turística. Sin embargo, el crecimiento y el desarrollo del turismo en el archipiélago ha alterado el estado del medio costero y ha generado externalidades negativas como la degradación del agua de mar, el deterioro de la fauna y la flora, emisiones y contaminación por CO₂, erosión y destrucción de ecosistemas o el agotamiento de los recursos naturales.

De hecho, Canarias lidera, junto con Baleares, el ranking de comunidades autónomas en cuanto a generación de residuos per cápita. Por su condición de archipiélagos, son destinos muy vulnerables y con recursos muy limitados.

En estas regiones se hace indispensable la transición a modelos de producción de economía circular en el turismo. Por tanto, la investigación en este campo se hace muy necesaria para conseguir una industria turística más sostenible para las islas.

La actitud de los turistas es clave en la economía circular

Para implementar la transición hacia una estrategia de economía circular en cualquier destino turístico, se deben considerar todos los actores relevantes:

Autores



Carlos Rodriguez Robaina

Investigador en economía circular y turismo, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria



Carmen Florido

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria



Marta Jacob

Profesora Asociada en el Departamento de Economía Aplicada, Universitat de les Illes Balears

organizaciones gestoras del destino y otros actores clave, población residente, empresas turísticas y turistas. De hecho, la actitud de los turistas hacia la economía circular y su comportamiento en términos de prácticas verdes, sostenibles y circulares durante sus vacaciones son cruciales para una transición a un modelo de economía circular en el sector turístico.

Únase y apueste por información basada en la evidencia.

Suscribirme al boletín

Aunque los establecimientos hoteleros y el destino implementen acciones encaminadas hacia un modelo de economía circular, sin un adecuado comportamiento y una actitud circular por parte de los turistas, los esfuerzos realizados por hoteleros y administraciones no serán del todo útiles.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, hemos analizado la actitud hacia la economía circular y el comportamiento ambiental y las prácticas circulares entre los turistas alojados en establecimientos hoteleros de la isla de Gran Canaria.

Nuestra investigación ha puesto de manifiesto cuál es el perfil de los turistas con mejor actitud y comportamiento circular en los hoteles de un destino maduro de sol y playa, como es el caso. Los resultados del estudio permiten llegar a las siguientes conclusiones:

- Los turistas mayores y las mujeres tienen una actitud y un comportamiento más circular.
- La actitud de los turistas hacia las prácticas circulares varía según el perfil sociodemográfico. Los turistas alemanes y suecos, y aquellos con mayor nivel educativo, son los que muestran una actitud más proactiva respecto a las prácticas ambientales que llevan a cabo los hoteles.
- Las prácticas circulares más comunes son el uso de papeleras de reciclaje y la reutilización de toallas. Por contra, las menos realizadas son: mantener el aire acondicionado por encima de los 22°C y usar el tanque de descarga parcial en los lavabos.

El 60,9% de los encuestados se muestran dispuestos a pagar más por hospedarse en hoteles más respetuosos con el medio ambiente o en hoteles ecológicos. La mayoría cree que es importante que el hotel cuente con una política de ahorro energético.

Cabe destacar que el 86,5% de los turistas realizan las mismas prácticas de economía circular durante sus vacaciones en la isla que en su lugar de residencia y solo existen diferencias significativas según la edad del turista en la frecuencia de realizar las mismas prácticas circulares en casa que cuando viaja. Los turistas mayores de 55 años realizan con mayor frecuencia que los turistas más jóvenes las mismas prácticas circulares en casa que cuando viajan.



Bañista en la cala del Puerto de Puntagorda, isla de La Palma, Islas Canarias. Shutterstock / Unai Huizi Photography

Covid-19, turismo y economía circular

La crisis derivada de la covid-19 ha tenido consecuencias económicas negativas en el sector turístico mundial, especialmente en destinos insulares como Gran Canaria, pero también plantea desafíos y abre nuevas oportunidades para el sector.

La pandemia ha demostrado que las empresas turísticas deben ser flexibles y estar preparadas para el cambio. Ahora existe una necesidad urgente de nuevas estrategias para apoyar al sector turístico, y la incorporación de acciones y prácticas encaminadas a la transición hacia un modelo circular puede ser la solución ideal. Para aumentar la competitividad de la industria del turismo, el turismo circular debe ser la solución.

La información y educación ambiental que ofrezcan los hoteles a sus huéspedes serán de gran importancia para lograr un cambio en el comportamiento de los turistas con respecto a la economía circular. La industria turística debe centrarse en invertir en formación, innovación e investigación, y en dotar de recursos para lograr la transición a un modelo de economía circular en el sector.

Finalmente, estas conclusiones podrían ser útiles para diseñar estrategias de marketing específicas para atraer a aquellos turistas con una actitud y comportamiento más circular o medioambientalmente sostenible, y puede tener implicaciones en términos de estrategias de precios en los hoteles de Gran Canaria y otros destinos de sol y playa con las mismas o similares características.



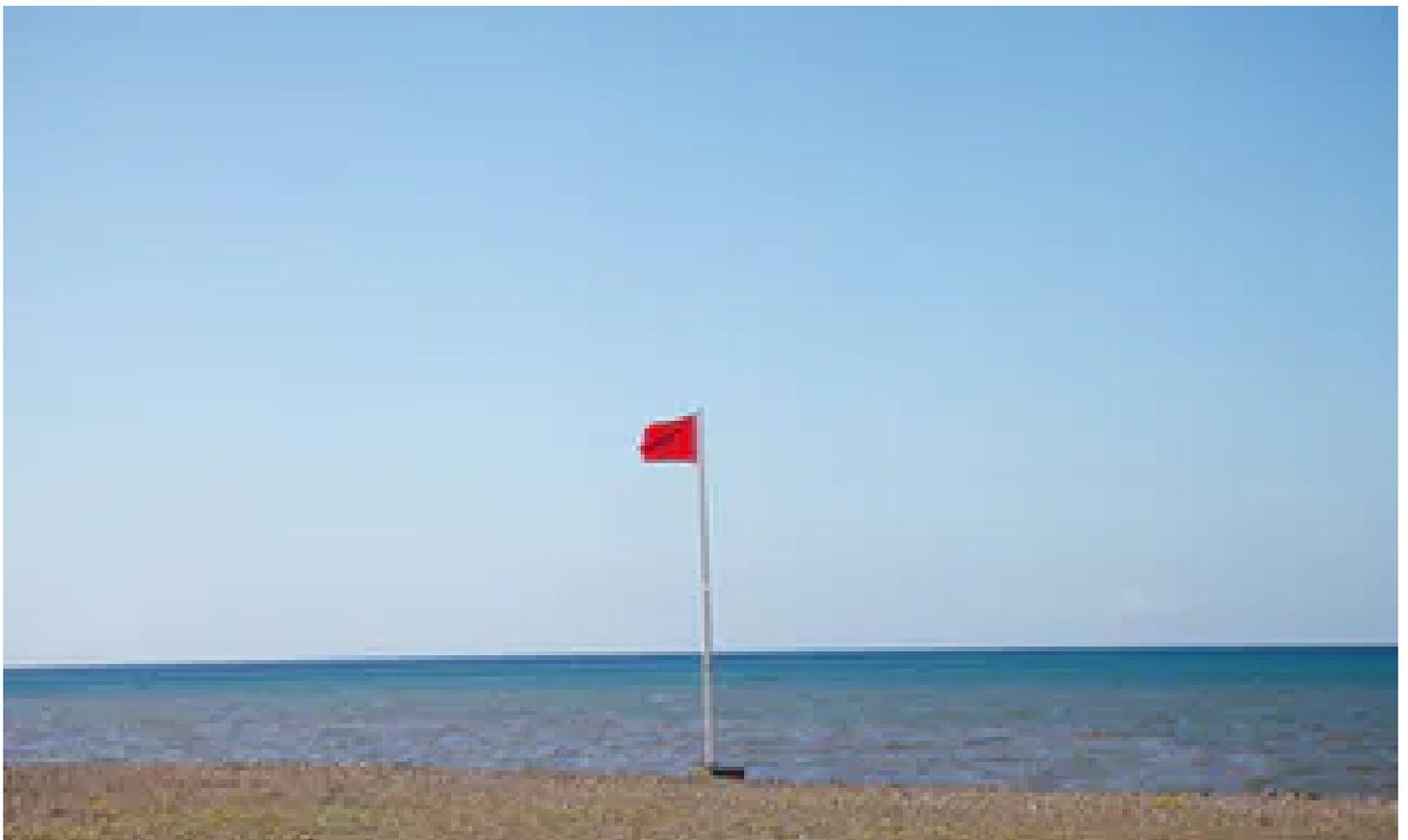
Resilvestración: ¿Podemos devolver a Canarias la biodiversidad que le robamos?



Economía circular: una oportunidad para la recuperación sostenible



Aviación civil: ¿cómo acabar con la gran hibernación de 2020?



Turismo: colaboración entre competidores para tiempos de crisis