Calidad y capacidad de carga turística: ambiental, social y psicológica

Hace ya tiempo que no se habla de la calidad en el turismo y casi me atrevo decir en líneas generales que estoy seguro que el tema es igual de actual y necesario para poder ofrecer y medir la satisfacción de los clientes, comunidad local y coexistenica o conservación del patrimonio natural.

Pero lo primero es recordar que la calidad es poder responder a las expectativas creadas por los oferentes y además a las expectativas preconcebidas sobre el producto, servicio o destino turístico y no como todavía se piensa por parte de algunos un concepto de lujo o exclusividad, donde es algo que se sobreentiende.

Hace unos días se publicò un interesante articulo académico de mi colega Juan Ignacio Pulido sobre la capacidad de carga social y me quiero basar en dicho concepto para analizar la relación que existe entre calidad de la experiencia y la capacidad de carga social, además de ambiental para obtener un resultado satisfactorio del viaje en su conjunto y a la vez en las diferentes etapas o en la cadena de valor.

Para este autor (autores) la capacidad de carga turística se compone de tres dimensiones: (i) capacidad de carga física, que representa el máximo número de personas que un espacio puede alojar; (ii) capacidad de carga perceptual, que se refiere al máximo número de personas con las que un turista está dispuesto a convivir, sin reducir su nivel de satisfacción; y (iii) capacidad de carga administrativa, que se refiere al máximo número de visitantes que un lugar es capaz de gestionar.

Parecería evidente que en aquellos lugares masificados la calidad resultante fuese muy pobre, ya que se sobreentiende que masificación implica haber sobrepasado los límites aceptables de esas 3 dimensiones, pero sin embargo no es del todo correcto y a veces hasta incorrecto, ya que depende mucho, y el estudio también lo refleja, de las tipologías de los segmentos de la demanda y por supuesto del modelo de gestión turística, donde la sostenibilidad juega un papel clave, ya que se sabe que es una de las herramientas o estrategias más efectivas para conseguir minimizar los impactos negativos, tanto en el entorno físico y natural, en destino y en la gente (demanda y población local).

…se ha pensado que los visitantes y turistas se sienten incómodos cuando el entorno o destino que visitan esta masificado y esta afirmación no es correcta

Como he afirmado en numerosas ocasiones, la sostenibilidad es una herramienta para conseguir el éxito en la gestión, en asegurar el futuro y por tanto no un fin u objetivo, algo que se sigue confundiendo, muy seguramente porque es mas fácil y permite entonces un green-washing.

Siempre se ha pensado que los visitantes y turistas se sienten incómodos cuando el entorno o destino que visitan esta masificado y esta afirmación no es correcta, ya que esto ocurre con determinados perfiles de turistas y en ciertos destinos turísticos.

Existen bastantes destinos sobresaturados o masificados que en vez de perder turistas por este impacto psicológico y social, siguen creciendo en número y es evidente que esta supuesta percepción negativa no existe o esta relegada a un plano mucho menor en su importancia. Y es evidente tanto de destinos planificados como Benidorm, como otros que no lo están véase Venecia, Barcelona, Dubronik, etc.

En el otro extremo de entornos, estarían las áreas naturales tanto protegidas como no, donde siempre ha existido una gran demanda de excursionistas en entornos frágiles o vulnerables, y han coexistido en el tiempo, pero no en el espacio, visitantes que convivían sin problema en

tiempo y espacio con otros superando cualquier capacidad de carga (social, psicológica y ambiental) y otros segmentos minoritarios (quizás un 15 %) donde el número de visitantes era clave para la calidad de la experiencia y solía coincidir con espacios naturales de mayor calidad ambiental, biodiversidad y claro con peores accesos físicos.

…además de la interacción entre los visitantes los servicios están sobresaturados y no pueden responder ante las expectativas

Esto ocurre mas llamativamente en los núcleos rurales donde en muchas ocasiones el número de visitantes (la gran mayoría excursionistas) triplica y cuadriplica la población residente con un resultado claro de pérdida de calidad en la experiencia, ya que además de la interacción entre los visitantes los servicios están sobresaturados y no pueden responder ante las expectativas y claro sin olvidar el impacto en la propia población y su entorno natural o cultural próximo.

Todavía recuerdo el Primer Estudio Piloto de Turismo Verde (1983) que se realizo en la Sierra Norte de Madrid, donde se incluía estos conceptos en función de la percepción del paisaje según tipologías de visitantes.

Cuando impartía seminarios sobre diseño y gestión turística en áreas naturales, recuerdo que siempre exponía un caso estudio muy llamativo de una estación de esquí en los EEUU, que decidió limitar su número de turistas esquiadores por día, es decir implanto su capacidad de carga turística. Los resultados fueron que la demanda se incremento al doble, precisamente por la mejora de la calidad de la experiencia que tenían sus clientes frente a la percepción previa.

Obviamente la repercusión negativa en el entorno natural también disminuyo, haciendo más fácil una gestión más sostenible y competitiva, pero hay que enfatizar que la tipología del turista era muy diferente con expectativas altas.

Por tanto la tipología, es decir las motivaciones y expectativas de la demanda, sumado a la vulnerabilidad ambiental y social de un destino determinan la capacidad de carga turística del mismo, donde el modelo de gestión es la clave y determinan la calidad de la experiencia y por ende la demanda, su fidelidad, reputación y posicionamiento.

Es decir si que puede coexistir una masificación turística con la calidad de la experiencia, acorde a la tipología de la demanda, y el modelo de gestión del entorno.

Arturo CROSBY

Editor Natour