

¿QUÉ CONOCEN LOS ALUMNOS UNIVERSITARIOS SOBRE SOSTENIBILIDAD? UN ESTUDIO COMPARATIVO EN UNIVERSIDADES DE PAÍSES DIFERENTES

M^a Rosa García Sánchez (1) y Claudia G. Green (2)

(1) Dpto. de Economía Financiera y Dirección de Operaciones.

Facultad de Turismo y Finanzas. Universidad de Sevilla.

Tfno.: 954551616 e-mail: rosagar@us.es

(2) Management and Management Science Department. Lubin School of Business.

Pace University, New York.

cg4500@gmail.com

Resumen

El trabajo que presentamos se centra en un estudio comparativo sobre lo que conocen los alumnos universitarios acerca del concepto sostenibilidad. El estudio empírico, aún en curso, se basa en una encuesta on-line dirigida a alumnos de la New York University, de la Pace University y de la Universidad de Sevilla. Los resultados preliminares obtenidos nos llevan a justificar la necesaria enseñanza de dicha materia en distintos cursos y titulaciones universitarias con el fin de difundir una cultura a favor de la sostenibilidad. Y de ese modo contribuir también a garantizar el desarrollo de las generaciones futuras y a dar respuesta, asimismo, a la demanda de acciones que reclaman los organismos internacionales con objeto desarrollar el turismo de una manera sostenible.

Palabras clave: Sostenibilidad, Turismo Sostenible, Educación Superior.

Abstract

Our paper is focused on a comparative study about university' students knowledge of sustainability. The ongoing empirical study is based on a survey that has been administered through online survey platform to a listserv of students from New York University, Pace University and Universidad de Sevilla. The preliminary results encourage us to justify the need of teaching about sustainability in different courses at university degrees in order to spread a pro-sustainability culture and contribute to guarantee the future generation development. In the same way, this project gives a

response to the demanded actions that the international organizations are claiming in order to develop the tourism in a sustainable way.

Key words: Sustainability, Sustainable Tourism, Higher Education.

1. INTRODUCCION: IMPORTANCIA DEL TURISMO SOSTENIBLE

Es indudable que los términos sostenibilidad y desarrollo sostenible se han convertido en tema de interés clave para la sociedad actual. Y es bien conocido que el concepto desarrollo sostenible apareció por primera vez en el informe “*Nuestro Futuro Común*”, emitido por la Comisión Brundtland de la ONU en 1987. Unos años más tarde, dicho concepto comenzó a adquirir importancia a partir de la *I Cumbre de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo* (I Cumbre de la Tierra), celebrada en 1992 en Río de Janeiro. El compromiso más importante de los firmados en aquel encuentro internacional fue la *Agenda 21* o *Programa 21*, que proponía un plan de acción para lograr un desarrollo compatible con la conservación del medio ambiente. De este modo, el desarrollo sostenible es entendido como “*aquél que permite satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer las capacidades que tendrán las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades*”.

En 2002, diez años después de que la cumbre de Río de Janeiro tuviera lugar, el concepto sostenibilidad se hizo una realidad en Johannesburgo en la *III Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible* (Cumbre Río+10), quedando patente sus tres elementos clave: económico, medioambiental y social, aunque con posterioridad se haya introducido como cuarto elemento, el climático.

Desde la perspectiva de la *Agenda 21*, las organizaciones pueden contribuir al desarrollo sostenible mediante la puesta en marcha de actividades orientadas hacia la sostenibilidad. O, aún más, de acuerdo con numerosas ONG’s y gobiernos, las empresas no sólo pueden marcar una diferencia, sino que han de ser responsables en este sentido.

En este año 2012, en el que tendrá lugar en junio la denominada *Cumbre Río+20* o *Cumbre de la Tierra 2012*, también en Río de Janeiro, se plantean numerosas cuestiones para la reflexión en relación con el concepto sostenibilidad y los compromisos adquiridos por parte de los países y organismos internacionales con el fin de asegurar la vida de las generaciones futuras.

Por lo que respecta al sector turístico, en el documento resultado de la cumbre celebrada en Río de Janeiro ya se identificó el turismo como una de las únicas industrias que pueden hacer una contribución positiva para conseguir un planeta más saludable (García Sánchez, 2006). El contacto directo con los usuarios al coincidir la prestación del servicio y su consumo en el espacio y tiempo, convierten al sector turístico en una la industria clave para difundir masivamente una cultura a favor de la protección del medio ambiente y asegurar la autenticidad, costumbres y cultura de los pueblos. Como es sabido, la industria del turismo es la de mayor crecimiento en el mundo y la que, además, genera mayor empleo. Pero también es una de las que afecta enormemente al medio ambiente y también una de las vías de intercambio cultural con más incidencia sobre las costumbres de visitantes y visitados (Vilches y Gil Pérez, 2003), dado que en el concepto sostenibilidad no solo es importante la consideración de los aspectos ambientales sino también la parte social, además de la económica.

En cuanto al impacto que tiene la actividad turística, podemos decir que es doble. Por una parte, tiene un claro efecto positivo: creación de riqueza y empleo, incremento de ingresos, mejora del nivel cultural de la población local y apertura a nuevas costumbres, intercambios culturales y de modos de vida en ambos sentidos, sensibilización de turistas y población local hacia el medio ambiente, entre otras. Pero, por otra parte, también tiene consecuencias negativas: incremento del consumo de agua, energía y suelo, deterioro de paisajes, aumento de residuos, mayor número de incendios forestales, incremento de flujos de población hacia zonas turísticas, entre otras. Y, desde un punto de vista más local y centrado en el medio ambiente, el turismo afecta a todos los ecosistemas: el litoral, cuyo aspecto cambia con el desarrollo de nuevas ciudades y complejos turísticos, las montañas, invadidas por estaciones de esquí, o los campos de golf, dadas sus repercusiones por el enorme consumo de agua (Almenar, Bono y García, 1998).

Habida cuenta de lo anterior, con el fin de reducir al mínimo el impacto negativo del turismo es necesario que se desarrolle de manera sostenible. Por tanto, llegados a este punto planteamos la siguiente cuestión: ¿qué se entiende por Turismo Sostenible?

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT): *“El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una*

vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”.

La definición anterior dio lugar a una serie de requisitos considerados fundamentales por la OMT en 1994 para la implantación de la *Agenda 21* en los centros turísticos: minimización de los residuos, conservación y gestión de la energía, gestión del agua, control de las sustancias peligrosas, transportes, planeamiento urbanístico y gestión del suelo, compromiso medioambiental de los políticos y de los ciudadanos, diseño de programas para la sostenibilidad y colaboración para el desarrollo turístico sostenible, la mayoría de ellos orientados especialmente a la consideración de los aspectos ambientales del concepto sostenibilidad.

Otras acciones puestas en marcha para implementar la *Agenda 21* en relación con el concepto turismo sostenible son, por ejemplo: la implantación de la etiqueta “comercio justo”, para garantizar que una empresa turística utiliza procedimientos sostenibles, o respetuosos con el medio y también con las personas, teniendo en cuenta de esta manera la dimensión social del concepto sostenibilidad. O la implantación de la “ecotasa”, para que el turista contribuya al mantenimiento de los espacios naturales visitados o que quien contamine pague la descontaminación. Aunque este tipo de acciones plantea un gran debate entre los que están a favor y aquellos que opinan lo contrario, y a pesar de que esas medidas con finalidad ambiental no sean suficientes, es cierto que suponen una ayuda considerable incluso para la toma de conciencia ciudadana. Por ello, se empezaron a poner en práctica en algunos destinos turísticos y aunque hay turistas que no aceptan de buen grado dicha tasa, en numerosos casos están teniendo una respuesta positiva de los turistas afectados, quienes sienten que se implican en la conservación, recuperación y mejora del patrimonio natural. Por tanto, podemos concluir que en los últimos años está creciendo la demanda de turismo respetuoso con el medio y con las personas y el entorno local en el que el turismo se desarrolla.

La “Carta Mundial del Turismo Sostenible”, firmada en Lanzarote en 1995, establece los fundamentos para el desarrollo de una estrategia turística mundial basada en la sostenibilidad. Ello implica que el desarrollo turístico ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una

perspectiva ética y social para las comunidades locales. En dicha carta, firmada hace ya diecisiete años, se apela a la comunidad internacional y se insta a los gobiernos y demás autoridades públicas, a los decisores y profesionales en materia turística, a las ONGs y a las asociaciones e instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo y a los propios turistas a adoptar una serie de principios y objetivos en los que, entre otros aspectos, se promueve la creación y participación en redes de investigación, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles. Y, por otra parte, la definición de una política turística sostenible requiere el apoyo y la promoción de sistemas de gestión turística ambientalmente compatibles, estudios de viabilidad que permitan la transformación del sector y la puesta en marcha de proyectos y programas de cooperación internacional.

No obstante, el turismo sostenible requiere no solo un liderazgo político, sino también la contribución de todas las partes interesadas o “*stakeholders*”, para asegurar una amplia participación y consenso en su desarrollo. Conseguir el desarrollo de un turismo sostenible es un proceso continuo que requiere la evaluación y medición de los impactos del turismo, que es lo que ayuda a introducir las medidas preventivas y correctivas oportunas cuando sea necesario.

Por lo que respecta al papel y responsabilidad de los gobiernos, no cabe duda de que la sostenibilidad se está haciendo hueco o viene apareciendo expresamente en legislación desarrollada a distintas instancias, por ejemplo, europea, española o de las comunidades autónomas.

Así pues, como un ejemplo de liderazgo político, a nivel europeo podemos citar la invitación y promoción del desarrollo de un turismo sostenible, responsable y de alta calidad que se promueve desde la Comisión Europea. Para ello, desde hace algunos años la Comisión ha introducido un número de herramientas para facilitar la gestión ambiental en las organizaciones, como, por ejemplo, la etiqueta ecológica o el sistema comunitario de gestión y auditoría ambiental EMAS (*Eco-Management and Audit Scheme*). La Comisión Europea ha puesto a disposición de los miembros de la Unión Europea documentos que facilitan la implementación de la legislación sobre

medioambiente en términos de proyectos individuales y planificación estratégica¹ (European Commission, COM (2010) 352 final).

Otro ejemplo interesante de iniciativas de organizaciones internacionales que se dedican a trabajar sobre desarrollo sostenible aplicado al turismo es *el Global Sustainable Tourism Criteria* (GSTC) que fue lanzado en 2008 por la United Nations Foundation, UNWTO, UNEP y la Rainforest Alliance en el International Union for Conservation of Nature (IUCN) World Conservation Congress. Los criterios se desarrollaron para ofrecer un marco común que guiara las prácticas emergentes sobre turismo sostenible y están adquiriendo cada vez más importancia y siendo empleados por numerosas organizaciones y empresas en diferentes países en el mundo².

Por último, y dado el entorno en el que nos encontramos, queremos hacer mención a la reciente Ley de Turismo de Andalucía (Ley 13/2011, de 23 de diciembre), donde ya en su exposición de motivos se señala lo siguiente: “*Se hace necesaria una nueva cultura basada en la sostenibilidad, en la responsabilidad, la innovación y la calidad*” y “*se apuesta por la calidad y la innovación, aprovechando los valores diferenciales de la oferta turística, para que Andalucía sea un referente en sostenibilidad, creatividad y rentabilidad económica y social*” (pág. 3, BOJA 255, de 31 de diciembre de 2011). En Ley se establecen también otros instrumentos que deberán ajustarse a las especificaciones y directrices del *Plan General del Turismo*, donde se enmarca la *Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía*.

Además, en el artículo 1 de la ley queda patente que “*el objeto de la Ley es la ordenación, la planificación y la promoción del turismo sostenible*”. Por lo que respecta al artículo 2, son varias las veces en las que se cita el término sostenibilidad para dar impulso al turismo sostenible como sector estratégico de la economía andaluza, generador de empleo y desarrollo económico. Y a lo largo del resto de artículos de la ley no son escasas las ocasiones en las que vuelve a aparecer el citado concepto, quedando patente, como decíamos anteriormente, la importancia de la sostenibilidad en la Ley del Turismo de Andalucía.

Volviendo a los principios y objetivos que se proponen a raíz de la firma de la *Carta del Turismo Sostenible*, y especialmente a la llamada a la participación, que en ella se hace,

¹Véase <http://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/index_en.htm> (Consulta realizada el 05/03/12).

² Véase <<http://new.gstcouncil.org/about>> (Consulta realizada el 10/03/12).

en redes de investigación, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles, indudablemente, es aquí donde las universidades y otras instituciones dedicadas al estudio e investigación, juegan un papel clave para contribuir al desarrollo del Turismo Sostenible. En relación con esto último, tal y como comentaremos en el apartado de conclusiones y de recomendaciones, las autoras del trabajo creemos que es necesario que desde las universidades se forme a los estudiantes sobre la importancia del concepto sostenibilidad en diferentes asignaturas, programas de estudio y titulaciones, contribuyendo así a dar respuesta a la demanda de acciones que reclaman los organismos internacionales con objeto desarrollar el turismo de una manera sostenible.

2. METODOLOGÍA Y DESARROLLO DEL TRABAJO

El trabajo que presentamos en estas jornadas se centra en un estudio empírico basado en una encuesta dirigida estudiantes de tres universidades (New York University, Pace University y Universidad de Sevilla) de dos países diferentes (Estados Unidos y España) con el fin de estudiar lo que conocen los alumnos acerca del concepto sostenibilidad.

Dado que el estudio se está desarrollando en universidades localizadas en entornos geográficos diferentes y, por tanto, con antecedentes distintos en relación con las políticas y acciones puestas en marcha para promover la sostenibilidad, un segundo objetivo del trabajo es analizar los resultados obtenidos y observar si existen discrepancias entre ellos que puedan estar causadas por diferencias culturales y/o el diseño y establecimiento de políticas relacionadas con el desarrollo sostenible.

Las dos universidades estadounidenses en las que se ha desarrollado el estudio (New York University y Pace University) están localizadas en la ciudad de Nueva York. La tercera universidad elegida es la Universidad de Sevilla.

La idea de realizar este trabajo comparativo surgió en una estancia de investigación de una de las profesoras y co-autoras del trabajo (M^a Rosa García Sánchez) a la Pace University, dándole la oportunidad para conocer de cerca lo que la otra profesora y co-autora (Claudia Green) estaba realizando con alumnos de la citada universidad y también con alumnos de la New York University.

2.1. Diseño de la encuesta

La encuesta se compone de 35 items con un tiempo estimado necesario para responderla de alrededor a 8-10 minutos.

La distribución de la encuesta y la recopilación de los resultados obtenidos se están haciendo en línea mediante la plataforma y herramienta “*survey monkey*”. Las preguntas de la encuesta son de respuesta múltiple en las que se ha empleado una escala Likert de 4 o 5 puntos, además de una pregunta final abierta. Las 35 preguntas están organizadas en cuatro categorías generales:

1. Datos demográficos.

Este grupo de preguntas determinan las características de la muestra de estudiantes que participan en el estudio.

2. Identificación de la persona encuestada en relación al turismo.

Mediante este grupo de preguntas se pretende determinar, por ejemplo, con qué frecuencia y a qué destinos suelen viajar los encuestados.

3. Conocimientos generales sobre viajes y destinos turísticos.

Este grupo de preguntas se enfoca, entre otras cuestiones, en los componentes de la sostenibilidad, en quién debería sufragar los costes extras que pueda generar, en qué destinos se consideran más sostenibles, o en la formación sobre viajes.

4. Preferencias de viajes en relación con la sostenibilidad.

En este grupo se incluyen las preguntas sobre sostenibilidad diseñadas para estimar las preferencias de los encuestados y su familiaridad con el término y sus componentes, tales como, por ejemplo: si investigan sobre las prácticas sostenibles de los destinos y hoteles que planifican visitar antes de hacer la visita, si usan transporte público y comen la comida local, o si pagarían más por hoteles o actividades que ponen en práctica principios de sostenibilidad, entre otras.

2.2. Selección de los alumnos participantes en el estudio

Como ya hemos comentado, el estudio sigue en curso, pues la encuesta aún está disponible en línea para aquellos alumnos que todavía no han contestado a la misma. Por dicho motivo, los resultados que se muestran en el siguiente apartado son resultados preliminares, pues esperamos recibir mayor número de respuestas haciendo un llamamiento a la participación de los alumnos.

Por lo que respecta a los alumnos de las universidades norteamericanas (Pace University y New York University) que han participado en el estudio, éstos son alumnos de distintas titulaciones, aunque la mayoría de ellas relacionadas con las Finanzas, los Negocios o la Gestión de Empresas.

Para la selección de la muestra de los alumnos de la Universidad de Sevilla se decidió dirigir la encuesta, en una primera fase, a estudiantes de las distintas titulaciones universitarias que se imparten en los dos centros siguientes: Facultad de Turismo y Finanzas y Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Detallando a continuación el proceso seguido para la parte del estudio llevada a cabo en la Universidad de Sevilla, la manera como nos hemos puesto en contacto con los alumnos ha sido vía correo electrónico. Con el mensaje de correo electrónico les enviamos una breve carta explicándoles el motivo y objeto de la encuesta, así como el enlace para acceder a ella vía web mediante una plataforma diseñada para ello con la herramienta “*survey monkey*”.

El total de estudiantes que a la fecha han participado en el estudio ha sido de 397: 110 de la New York University (NYU), 62 de la Pace University y 225 de la Universidad de Sevilla.

Los estudiantes de la NYU que han respondido a la encuesta son fundamentalmente estudiantes de grado, y algunos con nivel de master, de una variedad de titulaciones. Los de la Pace University son estudiantes de grado que recientemente han realizado un semestre de su programa de estudios en el extranjero o que han realizado un viaje de estudios de diez días o dos semanas.

Por lo que respecta a los 225 alumnos de la Universidad de Sevilla, 123 son alumnos matriculados en la Facultad de Turismo (87 del Grado de Turismo y 36 de la Diplomatura en Turismo) y 102 están matriculados en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (71 de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas (LADE) y 31 de la Licenciatura en Economía).

3. RESULTADOS PRELIMINARES

Dado que el estudio aún está en curso, a continuación se presentan algunos de los resultados obtenidos hasta la fecha de envío de este trabajo. Como se verá, organizamos

los resultados en torno a los cuatro bloques de preguntas que fueron presentados anteriormente.

3.1. Datos demográficos

Como se ha mencionado, el total de estudiantes que a la fecha han participado en nuestro estudio sobre Turismo Sostenible es de 397.

El 65,5% de ellos (n= 260) son mujeres y el 34,5% (n=137) hombres. La mayoría de los participantes (60,5%, n=240) tienen entre 18-24 años, mientras que el 33,2% (n=132) tiene entre 25-34 años y solo el 6,4% (n=25) tienen 35 años o son mayores de esa edad.

Una gran mayoría de participantes, en concreto el 82,11% (n=326) ha terminado su bachillerato o educación secundaria, estando matriculado en un grado, o equivalente en las titulaciones antiguas de la Universidad de Sevilla (licenciaturas y diplomaturas). Mientras que solo el 8,8% (n=35) tiene un título de master y el 5,5% tiene estudios de formación profesional. Un reducido número de estudiantes, 2% (n=8), tiene un título profesional y solo 1,5% (n=6) tiene un doctorado. Estos últimos son todos estudiantes de la NYU, ya que en dicha universidad el estudio se dirigió a un grupo de alumnos de un curso de master y, por tanto, son generalmente mayores que la media del resto de estudiantes.

En relación con el campo de estudios o profesión, 369 de los 397 estudiantes han contestados a esta pregunta. Una gran mayoría de ellos, el 79,7% (n=291) se dedican a los Negocios o Finanzas (42,3%, n=153) y Turismo (37,4%, n= 138). El resto de los participantes se dedican a diversas profesiones.

El 70,3% (n=279) de los estudiantes que responden a la encuesta dice haber aprendido sobre sostenibilidad en algún curso de su educación formal.

Los métodos preferidos para aprender más sobre sostenibilidad son: 78,1% (n=310) ver un documental en YouTube o una entrevista en la televisión, el 71,5% (n=284) escuchar a un amigo que ha experimentado un viaje sostenible. El 57,7% (n=229) acudiría a una sesión de formación gratuita. Sin embargo, solo el 10,3% (n=41) pagaría por un programa de formación sobre sostenibilidad y un 2,5% (n=10) no está interesado.

El 57,4% (n=228) de los estudiantes que responden a la encuesta está de acuerdo o muy de acuerdo con la afirmación de que hay una diferencia entre turismo sostenible y ecoturismo. Mientras que el 35,5% (n=141) se muestra neutral ante esta pregunta.

Cuando se pregunta a los estudiantes si se consideran bien formados sobre sostenibilidad, nos encontramos con tres grupos o categorías: el 35,8% (n= 142) de ellos se muestran neutrales, mientras que el 33,2% (n=132) contesta que no se encuentran bien formados y el 31% (n=123) responde que sí, que se considera bien formado sobre sostenibilidad.

Cuando se les pregunta si creen que el turismo sostenible es una moda pasajera, el 80,4% (n=319) de los participantes se muestra en desacuerdo o muy en desacuerdo con dicha afirmación.

3.2. Identificación de la persona encuestada

Al preguntar a los alumnos sobre la frecuencia con la que se van vacaciones, el 44,3% (n=176) de los participantes en el estudio afirman tomar unas vacaciones o realizar un viaje 2-3 veces al año, el 32% (n=127) una vez al año, el 12,8% (n=51) menos de una vez al año y un 2,5% de ellos afirman viajar más de 4 veces al año.

El 70,3% (n=279) de los que responden a la encuesta ha viajado tanto en su país como en el extranjero, el 16,6% (n=66) ha viajado en su país y el 13,1% (n=52) afirma haber viajado solo en el extranjero.

Con respecto a las zonas en las que los encuestados afirman haber viajado, los estudiantes de las universidades estadounidenses que han participado en el estudio (n=172) afirman haber viajado fundamentalmente por Norteamérica (87,8%, n=151), seguido de Europa con un 76,7% (n=132) y Asia con un 47,1% (n=81). En cuarto lugar, América del Sur con un 30,2% (n=52), seguido de América Central con un 28,5% (n=49), África con un 20,3% (n=35) y, por último, Oriente Medio con un 11,6% (n=20). Por el contrario, es perfectamente entendible que los alumnos de la Universidad de Sevilla (n= 225) han viajado fundamentalmente por Europa, siendo éste el primer destino (99.1%, n=223). Muy lejos de ese primer destino, el segundo, tercero y cuarto son, respectivamente: África con un 11,6% (n=26), Norteamérica con 11,1% (n=25), y Centroamérica con un 9,8% (n=22). Le siguen Sudamérica con un 7,1% (n=16), Asia 4% (n=9) y, por último, Oriente Medio con un 1,8% (n=4).

Por tanto, la mayoría de los alumnos que participan en el estudio han viajado fuera de su país e incluso de su continente, aunque es cierto que los norteamericanos parecen haber viajado más veces a otros continentes que los estudiantes de la Universidad de Sevilla.

3.3. Conocimientos generales sobre viajes y destinos turísticos

Entrando en materia más directamente relacionada con la sostenibilidad, con relación a la pregunta en la que los participantes en el estudio han de evaluar la importancia de distintos factores relacionados con el turismo sostenible, casi la mitad de ellos, el 46,3% (n=184), afirma que el turismo sostenible es una práctica que “no tiene impacto negativo sobre el medioambiente”, siendo éste para ellos el componente más importante de la sostenibilidad. Hemos observado que los estudiantes de la Universidad de Sevilla, tanto los de la Facultad de Turismo como los de la de Ciencias Económicas y Empresariales, muestran una opinión diferente a los estudiantes estadounidenses. Así los resultados obtenidos para esta respuesta en los cuatro centros en los que se desarrolla el estudio son los siguientes: 32,7% (n=36) de los estudiantes de la NYU; 27,4% (n=17) de los de Pace University; 69,9% (n=86) de los alumnos de la Facultad de Turismo de Sevilla; y 44,1% (n=45) de los de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla.

Como segundo factor más importante en relación con el turismo sostenible el 21,4 % (n=85) de los participantes señala “el patrimonio cultural de la población local está protegido”.

En tercer lugar, el 15,6% (n=62) de los 397 estudiantes eligen “los habitantes locales participan en el desarrollo de la comunidad”.

Y en cuarto, y último lugar, el 13,1% (n= 52) indica como factor más importante de la sostenibilidad que “la mayoría de los ingresos del turismo se quede en la comunidad local”. Se han observado diferencias en relación con este último factor en los cuatro centros universitarios en los que se ha desarrollado el estudio. Destaca que para los alumnos de la Facultad de Turismo de Sevilla es un factor muy poco importante, dado el escaso porcentaje de alumnos que lo señala como el componente más importante de la sostenibilidad. Los resultados para los estudiantes de los cuatro centros son los siguientes: 20% (n=22) de los estudiantes de la NYU; 12,9% (n=8) de los de Pace University; 1,6% (n=2) de los estudiantes de Turismo de la Universidad de Sevilla; y 19,6% (n=20) de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Universidad de Sevilla.

En relación a la pregunta sobre quién debería afrontar el coste incremental del turismo sostenible, el 52,9% (n=210) de los que responden a la encuesta considera que debería

pagarlo el gobierno. El 21,2%, (n=84) indica que el productor debería aceptar un beneficio más bajo. Mientras que el 20,9% (n=83) dice que el consumidor debería estar dispuesto a pagar un mayor precio. Sin embargo, solo el 5% (n=20) considera que las organizaciones no gubernamentales internacionales deberían sufragar dichos costes.

Cuando se les pregunta a los estudiantes sobre qué destino de los que aparecen en una lista consideran más sostenible, el 29,2% (n=116) identifica Costa Rica. Alemania es considerada como el destino más sostenible para un 20,2% (n=80) de los encuestados. No obstante, el 22,7% (n=90) de ellos responde “ninguno de los anteriores”.

3.4. Preferencias de viajes en relación con la sostenibilidad

En relación al comportamiento y preferencias de los estudiantes cuando viajan, para este grupo de preguntas en las que se les proponen una serie de afirmaciones, los estudiantes debían utilizar una escala de 1-5 siendo 5 “Muy de acuerdo” y 1 “Muy en desacuerdo”.

El 79,6% (n=316) de los encuestados señala “muy de acuerdo” o “de acuerdo” en que trata de enterarse de las etiquetas locales y del lenguaje y cultura de las comunidades que visita cuando viaja.

Cuando se pregunta sobre el alquiler de un coche, el 42,6% (n=169) de los encuestados responde “muy de acuerdo” o “de acuerdo” en que ellos buscan el vehículo disponible más eficiente en el consumo de gasolina.

Además, el 50,1% (n=199) de los encuestados responde “muy de acuerdo” o “de acuerdo” en que es importante que los ingresos del turismo se queden en la comunidad local.

Cuando se les pregunta sobre el tipo de hotel en el que les gusta alojarse, el 53,9% (n=214) de los encuestados responde “muy de acuerdo” o “de acuerdo” en que prefieren alojarse en hoteles que emplean prácticas amigables con el medioambiente.

Por otra parte, el 36% (n=143) de los encuestados responde “muy de acuerdo” o “de acuerdo” en que prefieren alojarse en hoteles que son propiedad de la comunidad local.

Casi el 30% (29,7%, n=118) de los encuestados responde “muy de acuerdo” o “de acuerdo” en que prefieren visitar destinos conocidos por ser “verdes”.

Cuando se pregunta si el estudiante investiga sobre las prácticas sostenibles de los destinos y hoteles que planifica visitar antes de hacer la visita, el 49,1% (n=195) de los encuestados afirma estar “muy en desacuerdo” o “en desacuerdo” en que investigan

sobre el destino a visitar, el 33% (n=131) se muestra neutral y el 17,9% (n=71) afirma estar “muy de acuerdo” o “de acuerdo” en que realizan dicha investigación.

El 32,7% (n=130) de los encuestados responde “muy de acuerdo” o “de acuerdo” en que pagaría más por hoteles o actividades que ponen en práctica principios de sostenibilidad. Al preguntar al estudiante si al alojarse en un hotel reutiliza las toallas para que el hotel no tenga que lavarlas diariamente, el 65,5% (n=264) de los encuestados responde estar “muy de acuerdo” o “de acuerdo” con dicha afirmación.

En total, el 71,3% (n=284) de los encuestados responde estar “muy de acuerdo” o “de acuerdo” con apagar el aire acondicionado o la calefacción antes de salir de la habitación del hotel, sea cual sea la temperatura exterior. Hemos de señalar que se han observado diferencias en los resultados a esta pregunta entre los estudiantes norteamericanos y los españoles. Así, el 56,4% (n=62) de los estudiantes de NYU y el 58,1% (n=36) de los estudiantes de la Pace University afirman estar “muy de acuerdo” o “de acuerdo” con la citada afirmación. Sin embargo, el 87,8% (n=108) de los estudiantes de la Facultad de Turismo y el 76% (n=78) de los de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla señalan estar “muy de acuerdo” o “de acuerdo” con la misma afirmación.

Además, el 58,4% (n=232) afirma estar “muy de acuerdo” o “de acuerdo” con que cuando viaja, usa transporte público y local.

Mientras que el 84,1% (n=334) de los encuestados responde estar “muy de acuerdo” o “de acuerdo” con que prefieren comer la comida local cuando viajan.

Por otra parte, el 68,3% (n=271) afirma estar “muy de acuerdo” o “de acuerdo” con que cuando viaja, lleva una botella de agua reutilizable si es posible.

Al preguntar a los estudiantes sobre dónde buscan información cuando planifican un viaje, el 99,2% (n=394) usa Internet; el 76,1% (n=302) pregunta a la familia y amigos; el 59,2% (n=235) usa guías de viaje; el 44,6% (n=177) usa blogs; mientras que el 20,9% (n=83) consigue la información en la televisión; y solo el 12,1% (n=48) obtiene información a través de periódicos.

Por último, cuando se pregunta si el estudiante piensa que su conocimiento sobre “sostenibilidad” tiene algún efecto sobre sus decisiones cuando viaja, el 75,8% (n=301) dice “sí” o “alguna vez”.

4. CONCLUSIONES

Resumiendo algunos de los datos y resultados preliminares del estudio en curso, podemos decir que gran parte de los participantes son mujeres de entre 18 y 24 años matriculadas en distintas titulaciones de administración de empresas, finanzas y turismo. Más del 70% los estudiantes han aprendido sobre sostenibilidad en su formación académica. Sin embargo, aproximadamente el 66% dice que no está bien formado o se muestra neutral en cuanto la evaluación de su conocimiento sobre sostenibilidad. Eso mismo se evidencia también por el hecho de que la mitad de ellos no sabe que hay una diferencia entre ecoturismo y turismo sostenible.

Una gran mayoría coincide en considerar que el turismo sostenible no es una moda y están dispuestos a aprender más sobre el tema a través de vídeos en YouTube o la televisión, aunque no están dispuestos a pagar por dicho aprendizaje.

Tanto los estudiantes estadounidenses como los españoles encuestados han viajado bastante por Europa, siendo éste el primer destino para ambos grupos.

Al preguntarles que identifiquen el primer factor o componente del turismo sostenible, señalan “no tener un impacto negativo sobre el medioambiente”, siendo dicho factor mucho más importante para los estudiantes españoles, especialmente los de Turismo, que para los estadounidenses.

Todos los grupos de estudiantes coinciden en considerar importante que “el patrimonio cultural de la población local debe estar protegido” y que “los habitantes locales participen en el desarrollo de la comunidad”. Sin embargo, hay una diferencia de opinión en relación a la importancia que dan los estudiantes estadounidenses y los españoles a que “la mayoría de los ingresos del turismo se queden en la comunidad local”. Así, los estudiantes de Turismo de la Universidad de Sevilla encuentran menos importante dicho factor que los estudiantes de los otros tres grupos.

Más de la mitad de los estudiantes coinciden en considerar que los gobiernos deberían sufragar el coste incremental que genera el turismo sostenible. Muchos de ellos creen que dicho coste no debería recaer sobre el consumidor, sino que la responsabilidad es de los gobiernos, y también de las organizaciones productoras de los bienes y servicios.

En cuanto a los destinos considerados como sostenibles entre el listado proporcionado a los estudiantes, el 29% de éstos coinciden en considerar Costa Rica como el primero de ellos y el 20% identifica a Alemania como destino sostenible.

Cuando viajan, una mayoría de los estudiantes encuestados afirman que es importante aprender sobre las etiquetas locales y el lenguaje, mientras que la mitad de ellos dice que es importante que los ingresos del turismo se queden en la comunidad local.

No obstante, solo un tercio de ellos dice que prefiere alojarse en hoteles que son propiedad de la comunidad local; prefiere viajar a destinos conocidos por ser “verdes”; o pagaría más por hoteles o actividades que ponen en práctica principios de sostenibilidad. Curiosamente, la mitad de los estudiantes dice que no investiga sobre las prácticas sostenibles de los destinos y hoteles que planifica visitar antes de hacer la visita.

Sin embargo, una gran mayoría afirma que su conocimiento sobre “sostenibilidad” tiene algún efecto sobre sus decisiones cuando viaja.

Con relación a los medios de transporte que utilizan cuando viajan, el número de estudiantes que están de acuerdo en que buscan el vehículo disponible más eficiente en el consumo de gasolina es menor que el de aquéllos que dicen utilizar transporte público y local.

El mayor porcentaje de los encuestados coincide en que cuando viaja prefiere comer la comida local y una mayoría afirma llevar una botella de agua reutilizable si es posible.

En relación a los comportamientos y prácticas seguidas cuando se alojan en un hotel, una mayoría coincide en reutilizar las toallas para que el hotel no tenga que lavarlas diariamente. Asimismo, la mayoría también dice que apaga el aire acondicionado o la calefacción antes de salir de la habitación, aunque los estudiantes españoles están más dispuestos a hacerlo que los estadounidenses.

Sobre un punto hubo unanimidad de opinión. La fuente de información usada para organizar los viajes es Internet.

Por último, señalar que han sido numerosos los estudiantes que han completado también la pregunta abierta en la que se les daba la oportunidad de añadir todo aquello que quisieran en relación con la sostenibilidad en el turismo. Una gran mayoría de los alumnos han mostrado enorme interés por el tema y han felicitado, y agradecido, a las profesoras que hemos puesto en marcha la encuesta por la iniciativa emprendida con nuestro estudio. Por ello, aprovechamos aquí para dejar constancia de la importancia que creemos tiene el hecho de que exista esa conciencia entre los jóvenes, pues son ellos los principales motores de cambio del futuro para conseguir un mundo mejor para todos.

5. RECOMENDACIONES

La industria del turismo tiene que tomar conciencia de la importancia de la sostenibilidad. En general, la sociedad está confundida en relación con dicho concepto y con las prácticas sostenibles y el impacto que los viajes tienen sobre la cultura local, la economía y el medioambiente.

El estudio presentado muestra una relación entre el conocimiento que tienen los estudiantes sobre sostenibilidad y sus preferencias cuando viajan. Tras obtenerse los resultados preliminares de la encuesta y comprobarse que, a pesar de que un considerable porcentaje de los alumnos participantes en el estudio han mostrado cierto conocimiento acerca de la sostenibilidad, detectamos algunas disfunciones entre sus comportamientos y sus opiniones acerca de dicho concepto. Ello nos lleva a pensar que existe cierta confusión en relación con el tema tratado y, por ello, creemos que es necesario formar con mayor profundidad sobre sostenibilidad en las universidades.

Así pues, para que se produzca un verdadero cambio de paradigma efectivo hacia la sostenibilidad en turistas y viajeros, la integración de ideas y conceptos en la educación es necesaria. La incorporación de dichos conceptos, no solo a nivel universitario sino en los diferentes niveles educativos, puede servir para aclarar a los jóvenes turistas y viajeros aspectos relativos a la implementación de sus conocimientos, así como ampliar su comprensión de la correlación que existe entre sus acciones y el impacto real de éstas. Los programas académicos deberían incorporar el concepto de sostenibilidad haciendo hincapié en su triple dimensión: social, económica y medioambiental.

Por tanto, por lo que respecta a la educación universitaria, consideramos necesario incluir este tema en los programas de diferentes asignaturas y titulaciones, con el fin de contribuir con ello, desde nuestra capacidad como enseñantes y transmisores de conocimientos, al impulso y difusión de una cultura a favor del desarrollo sostenible necesario para garantizar la vida de las generaciones futuras.

Como ya se ha mencionado, el turismo es uno de los sectores económicos que contribuyen en mayor medida a la economía de numerosos países. Así, es también responsabilidad de las organizaciones turísticas incrementar sus prácticas sostenibles. Este estudio sugiere que independientemente del nivel de formación en relación con la sostenibilidad, en general los turistas creen que dicho concepto es un elemento clave y permanente en el turismo. Por tanto, no cabe duda de su importancia para la sociedad.

Habida cuenta de lo anterior, se necesita investigar más sobre sostenibilidad para conceptualizar la relación que existe entre la formación de los conceptos relativos a la sostenibilidad y la comprensión del impacto que tienen las acciones desarrolladas por cada individuo, turista o viajero. Adicionalmente, una mayor investigación podría identificar los tipos de incentivos que animarían a los turistas, y ciudadanos en general, a modificar sus actitudes, así como a estar más dispuestos a mejorar su formación sobre sostenibilidad. Y, además, potencialmente podría revelar porqué la sociedad se muestra a veces ambivalente hacia ciertos cambios simples y rentables que contribuirían favorablemente al desarrollo del turismo sostenible.

6. BIBLIOGRAFIA

Almenar, R., Bono, E. y García, E. (1998). *La sostenibilidad del desarrollo: El caso valenciano*. Valencia. Fundació Bancaixa.

Commission on Sustainable Development. Department of Economic and Social Affairs. (1999). *Tourism And Sustainable Development The Global Importance Of Tourism*. CSD, DESA.

European Commission. (2010). *Communication From The Commission To The European Parliament, The Council, The European Economic And Social Committee And The Committee Of The Regions*. COM (2010) 352 final. Brussels, 30.6.2010.

García Sánchez, M^a R. (2006). *Planificación, Control y Mejora de las Operaciones y los Servicios en el Sector Turístico*. Sevilla. Edición Digital @tres.

Ley de Turismo de Andalucía (Ley 13/2011, de 23 de diciembre). BOJA núm. 255 de 31 de diciembre de 2011, págs. 3-22.

Vilches, A.; Gil, Pérez, D. (2003). *Construyamos un futuro sostenible. Diálogos de supervivencia*. Madrid. Cambridge University Press.