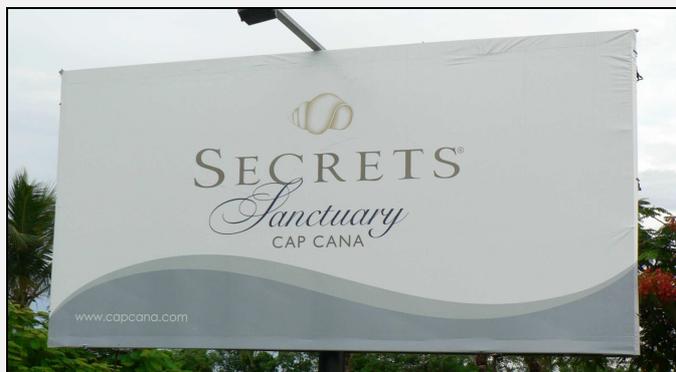


OPINIONES EN DESARROLLO
Programa Turismo Responsable

Artículo núm. 7 | Septiembre de 2010

**Turismo y bien común:
De la Irresponsabilidad Corporativa
a la Responsabilidad Comunitaria**
por Joan Buades



www.albasud.org | info@albasud.org

El presente documento fue encargado a Joan Buades por ACSUD Las Segovias del País Valencià con el apoyo de la Generalitat Valenciana, el Ayuntamiento de Castelló y la Universitat Jaume I. Una primera versión fue publicada en: González, E., Sáez, K., Ramiro, P. y Buades, J. (2010): *Reflexiones sobre la irresponsabilidad social corporativa*, Valencia, ACSUD Las Segovias.

Este documento está bajo una licencia Creative Commons.



Turismo y bien común: de la Irresponsabilidad Corporativa a la Responsabilidad Comunitaria

I. El mundo real y la idea de RSC

En la segunda mitad del siglo XX y hasta hoy, la humanidad ha experimentado un cambio de vida radical e inédito en la historia. Si tomamos tres variables clave (la población, la economía y el ambiente), es difícil no darse cuenta de la gravedad de la situación que afrontamos como especie. Por un lado, casi nos hemos triplicado en poco más de medio siglo, pasando de 2.500 millones a superar los 6.800 entre 1950 y 2008. Según las previsiones medias de Naciones Unidas, llegaremos a los 9.000 millones de seres humanos en 2050. Más del 99% de este crecimiento (unos 2.200 millones de personas) se dará en el Sur, que supera ya hoy el 80% de la Humanidad. Mientras tanto, el avance vertiginoso de la industrialización y la apoteosis del turbocapitalismo neoliberal han hecho multiplicar por siete el volumen de lo que llamamos «economía» desde 1950. Sus herramientas clave han sido la creación de nuevas «necesidades básicas» monetarizables en forma de sociedad de consumo de masas, así como la desregulación prácticamente total de la esfera financiera, que se ha convertido en una mega-autopista de negocio sin fronteras y absolutamente desligada de la producción de bienes y bienestar comunitario reales. Las grandes beneficiarias han sido las 70.000 empresas transnacionales (+500% desde 1970) que dominan el mundo, por encima de gobiernos, parlamentos y fronteras.

Joan Buades (Mallorca, 1963) es investigador crítico en turismo, ambiente y globalización. Es colaborador de ALBA SUD y forma parte del Grupo de Investigación en Sostenibilidad y Territorio (GIST) de la Universidad de las Islas Baleares, además de colaborar con otras organizaciones sociales. Entre 1999 y 2003 fue diputado en el Parlamento Balear y uno de los impulsores de la fiscalidad ecológica sobre el turismo, la llamada «ecotasa». Entre sus últimas publicaciones destacan: *On brilla el sol. Turisme a Balears abans del Boom*, Res Pública Edicions, Ibiza, 2004; *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*, La Lucerna, Palma de Mallorca, 2007; "El Imperio Turístico Balear: donde nunca se pone el sol. Entrevista a Joan Buades y Macià Blàzquez", Alba Sud, artículo núm. 2, marzo de 2009; *Do not disturb Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico*, Icaria Editorial, Barcelona, 2009; "Copenhague y después. El turismo y la justicia climática global", Alba Sud, artículo 4, junio de 2009; "El legado de Copenhague: La emergencia de una nueva ciudadanía planetaria", Alba Sud, artículo núm. 1, enero de 2010; "Copenhagen and Beyond: Tourism and Global Climate Justice", en *Disaster Prevention in Tourism. Perspectives on Climate Justice*, Ecumenical Coalition on Tourism y EED Tourism Watch, Chiang Mai, Tailandia, 2009; "Alerta climática, quimera turística y placebo REDD en Centroamérica, México y El Caribe", Alba Sud, artículo núm. 2, junio de 2010.

Claro que tanta riqueza está cada vez más desigualmente repartida. Mientras la «clase consumidora» la constituyen apenas unos 1.700 millones de personas en el Norte y las capas privilegiadas de algunos países llamados «emergentes» (una cuarta parte de la humanidad), 2.800 millones sobrevive con menos de dos dólares al día. Como corolario, la «huella ecológica» de la especie humana sobre el Planeta se ha vuelto angustiada para nuestro futuro inmediato, ya que nuestro estilo de vida consume el equivalente a 1,3 planetas (una media de 2.85 hectáreas por persona) para proveerse de bienes y servicios y tratar nuestros residuos. Claro está que existen niveles de responsabilidad muy desiguales: mientras los estados industriales del Norte llegan a cotas de 9,4 hectáreas equivalentes (en los EUA; Alemania estaría en 4,2 mientras que España alcanzaría las 5,7), en el Sur el consumo per capita es notoriamente menor (2.1 en China, 2.0 en Nicaragua, 1.3 en Nigeria o 0.5 en Bangladesh).

En esta encrucijada, a principios de los 70 algunos «think tanks» del capitalismo empezaron a promover la necesidad de implantar estrategias de «Responsabilidad Social Corporativa» (RSC). Es la época donde aparecen los primeros informes sobre la urgencia ambiental planetaria como el del Club de Roma de 1972 y también cuando, el año siguiente, la sociedad opulenta occidental sufre el shock de la primera crisis del petróleo. Para estos creadores de opinión, los primeros actores de la economía internacional, las empresas transnacionales (ETN), debían pasar a la ofensiva ante las crecientes críticas ambientales y ciudadanas sobre su responsabilidad en la crisis global. A pesar de la retórica del compromiso con los negocios «éticos» que ha dado lugar a la creación de un enorme yacimiento de trabajo para profesionales del marketing a sueldo de las ETN, lo cierto es que lo más relevante de la proliferación de códigos y estrategias de RSC es que se trata de actuaciones de carácter voluntario y no sometidas a ningún mecanismo de evaluación participativo e independiente. Es decir: desde su concepción, son un instrumento de «cuidado de imagen» de las propias ETN, las cuales financian y publicitan el «producto» sin interferencias ni controles regulativos. A medida que el deterioro de la situación socio-ambiental del Planeta se ha ido acelerando, gracias al impacto de un turbocapitalismo financiero controlado por las ETN, los programas y campañas de RSC se han multiplicado y sofisticado (cualquier transnacional avezada debe contar con una fundación, un código ético y un programa de garantías sobre el carácter «verde», «solidario» e incluso «redistributivo hacia colectivos y sociedades empobrecidas»). Desgraciadamente, existe una apabullante relación de pruebas documentales sobre la falsedad de este modelo de RSC, el único realmente existente, tanto a nivel global corporativo (www.corporatewatch.org; www.odg.cat; www.omal.info) como en la investigación sobre sus múltiples maneras de manifestarse ante la sociedad internacional de

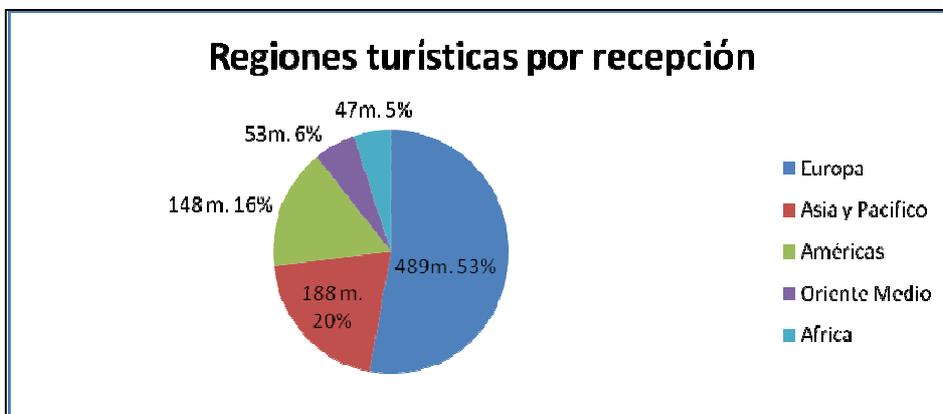
A principios de los 70 algunos «think tanks» del capitalismo empezaron a promover la necesidad de implantar estrategias de Responsabilidad Social Corporativa. Para estos creadores de opinión, los primeros actores de la economía internacional, las empresas transnacionales, debían pasar a la ofensiva ante las crecientes críticas ambientales y ciudadanas sobre su responsabilidad en la crisis global.

consumidores, a través de las «marcas» (Klein, 2001; Werner & Weiss, 2004).

II. ¿Qué tiene que ver el turismo con todo esto?

Con un 2% de aumento en plena recesión mundial, 2008 marcó un récord histórico en el tráfico de turistas internacionales, con 924 millones de visitantes según la Organización Mundial del Turismo (OMT). Este dato representa que el volumen de turistas se ha incrementado por 37 desde 1950, es decir, que la velocidad de crecimiento de la economía turística quintuplica la de la economía global en su conjunto. Es un primer indicio de como la industrialización turística ha protagonizado un boom espectacular superando incluso la historia de éxito del turbocapitalismo de los últimos 30 años.

Eso no es todo. De acuerdo con el World Travel & Tourism Council (el lobby que agrupa las principales ETN del sector), el turismo representa el 9.4% del Producto Interior Bruto mundial, el 10.9% de las exportaciones totales y un 7.6% del empleo, ya que habría generado unos 220 millones de puestos de trabajo en 2008 (www.wttc.org). El reflejo territorial de este gigante económico resulta también muy desigual:



Fuente: OMT, 2009, p. 3.

Geográficamente y desde el punto de vista de la recepción, pues, el turismo es un sector ampliamente dominado por la hegemonía de los estados del Norte (casi dos tercios visitan Europa, Estados Unidos, Canadá, Australia o Nueva Zelanda), mientras que África, el continente más empobrecido y necesitado de oportunidades de bienestar, apenas recoge el 5% de turistas. Las dos regiones que sobresalen por la intensidad de uso turístico en relación a su población y territorio y que se sitúan fuera de las áreas centrales del Norte son el Mediterráneo (en sus tres riberas continentales),

con unos 250 millones de turistas anuales, así como el Caribe-México y resto de América Central, donde se concentran unos 50 millones más (OMT, 2009, p. 5).

La oferta hotelera presenta dos características fundamentales: su enorme crecimiento y su tendencia a la concentración. En 1989 eran 10.8 millones de habitaciones disponibles, en 2005 alcanzaban los 16.3 millones. En cuanto al grado de concentración, basta decir que si las 200 primeras cadenas controlaban el 25% de la oferta mundial a finales de los 80, a mitad de esta década los 10 primeras ETN llegaban a dominar el 20% del mercado global (Buades, 2006, p. 51).

¿Cuáles son estas 10 primeras compañías hoteleras a escala mundial? El dato crucial es que, a pesar de la globalización, 8 de ellas siguen teniendo en 2007 la sede en los EUA, al igual que 12 de las 20 primeras. El resto, excepto la ETN china Jin Jiang International Hotels (número 17), están domiciliadas en la UE. Hasta la posición 50, apenas encontramos y siempre en lugares discretos a cuatro ETN turísticas del Sur: otras tres chinas (Shangri-La Hotels & Resorts [35], Jin Ling Hotels & Resort Corp. [48] y Guandong International Hotels Management Holdings Ltd [50]) y el Grupo Posadas de México [42].

Ranking 2007	Compañía Sede corporativa	Habitaciones 2007	Hoteles 2007
1	IHG (InterContinental Hotels Group) Windsor, Reino Unido	585.094	3.949
2	Wyndham Hotel Group Parsippany, N.J., EUA	550.576	6.544
3	Marriott International Washington, D.C., EUA	537.249	2.999
4	Hilton Hotels Corp. Beverly Hills, California, EUA	502.116	3.000
5	Accor París, Francia	461.698	3.871
6	Choice Hotels International Silver Spring, Maryland, EUA	452.027	5.570
7	Best Western International Phoenix, Arizona, EUA	308.636	4.035
8	Starwood Hotels & Resorts Worldwide White Plains, Nueva York, EUA	274.535	897
9	Carlson Hotels Worldwide Minneapolis, Minnesota, EUA	146.600	969
10	Global Hyatt Corp. Chicago, Illionis, EUA	135.001	721

Fuente: *Hotels*, 2008.

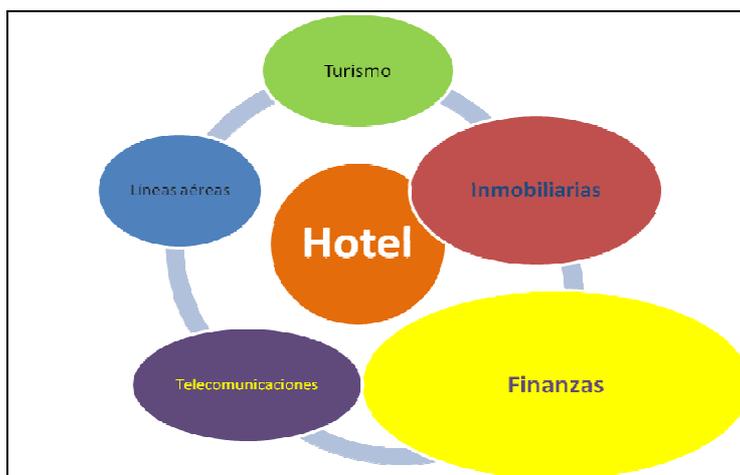
Aún así, hay que destacar que la Inversión Directa de las ETN hoteleras en los países del Sur sigue siendo notoriamente baja, ya que sólo tiene localizadas allí el 18% de su oferta de alojamiento, especialmente en el Caribe y América Latina aunque empieza a notarse una creciente inversión en Asia Oriental (básicamente China) (UNCTAD, 2007, p. 43).

El escenario a medio plazo que prevé la OMT (y que hasta ahora muestra un notable grado de ajuste a la realidad) provoca desasosiego por la colosalidad del crecimiento aún pendiente: nada menos que más de 500 millones de nuevos turistas en el Planeta para finales de la próxima década. Todo sin que haya cambios relevantes en cuanto a la geografía de los flujos turísticos, ya que el predominio nórdico seguiría prácticamente incólume:

Área Geográfica	1995	2010	2020	Cuota (2020)
Mundo	565	1066	1561	100
Europa	336	527	717	45.9
Asia Oriental y Pacífico	81	195	397	25.4
Américas	110	190	282	18.1
África	20	44	77	5.0
Oriente Próximo	14	36	69	4.4
Asia del sur	4	11	19	1.2

Fuente: UNWTO (www.unwto.org/facts/eng/vision.htm).

Aún así, si queremos hacernos una idea de por qué el turbocapitalismo ha hecho del turismo unos de sus principales destinos de inversión hay que prestar atención al hecho de que la economía turística es mucho más que hoteles y turistas.



Fuente: BUADES, 2006, p. 43.

Como hemos visto, el boom de la hotelería mundial desde mitad de los 80 es paralelo a la expansión sin precedentes del capitalismo financiero. El punto de contacto, la sinergia que lo ha hecho posible, ha sido la construcción de una enorme oferta turística en forma de clúster de negocio donde al hotel tradicional se le puede sumar una amplia gama de incentivos (desde condohoteles hasta campos de golf, pasando por casinos o marinas). Para los fondos de inversión especulativa que han caracterizado el turbocapitalismo hasta la crisis de otoño de 2008, la buena imagen social (la «industria sin chimeneas», la del «pasaporte al desarrollo») de la inversión turística - especialmente en forma de resorts polivalentes con una amplia oferta residencial - permite lavar el origen oscuro de buena parte de sus capitales a la par que hacer beneficios rápidos. Para las ETN hoteleras con menos escrúpulos éticos, la asociación en alianzas estratégicas con todo tipo de ingenios de inversión financiera les proporcionaba una extraordinaria liquidez inversora que les servía para acometer crecimientos de escala de negocio impensables pocos años atrás (Buades, 2006, pp. 41-58). Estos beneficios mutuos («win-win strategy» en la jerga neoliberal) se disparaban al vehicular buena parte del tráfico de capitales y financiero a través de la densa red de paraísos fiscales (desde la City de Londres a las islas Caimán pasando por la Bolsa de Nueva York) que funciona como caja B de las ETN que dominan el mundo por encima de gobiernos, leyes y fronteras. De hecho, no existe ETN hotelera (ni de ningún otro sector económico relevante) que no tenga domiciliadas múltiples sociedades fantasmas en estos agujeros negros de la economía internacional, ya que están sustraídos a todo control y transparencia públicos (Chavagneux & Palan, 2007; Palan, Murphy & Chavagneux, 2010 ; www.lemonde.fr, 9 de julio de 2008).

Estas prestaciones «ocultas» del sector se refuerzan con el no lugar que ocupa el turismo en la politología, su escaso peso académico en la economía y las ciencias sociales y, sobre todo, su «exótica» falta de regulación como actividad industrial a nivel internacional e incluso local. Todo ello incrementa su atractivo para los conservadores intereses industrialistas, temerosos siempre de que «la política» lo invada todo. El turismo es visto por ellos como uno de los últimos ámbitos donde la libertad puede ser disfrutada individualmente, entendiéndose indistintamente por personas y empresas (Mundt, 2004, p. 5).

En definitiva, la industria turística por su enorme peso directo e indirecto en la economía mundial y sus expectativas de crecimiento indefinido en el marco de un Planeta en grave peligro ambiental, por la hegemonía de las ETN y su sinergia con un capitalismo financiero ajeno a todo lo que no sea el beneficio privado rápido, así como su falta de resultados en la mejora del desarrollo humano de las sociedades más afectadas, constituye un eslabón

El boom de la hotelería mundial desde mitad de los 80 es paralelo a la expansión sin precedentes del capitalismo financiero. El punto de contacto, la sinergia que lo ha hecho posible, ha sido la construcción de una enorme oferta turística en forma de clúster de negocio donde al hotel tradicional se le puede sumar una amplia gama de incentivos (desde condohoteles hasta campos de golf, pasando por casinos o marinas).

mayor en la tarea de avanzar hacia un mundo ecológicamente con futuro, donde las comunidades cuenten y la democracia sea una realidad cotidiana.

III. La superpotencia turística española y su responsabilidad global

El conocido «milagro turístico español» de los años 50 a los 70 refleja el éxito de la España franquista a la hora de atraer a los tour-operadores nórdicos. Así, la progresión fue realmente meteórica:

Años	Millones de turistas
1950	0.4
1956	1.5
1960	6.1
1963	10.9
1970	24.1
1975	30.1
1995	62.4
2007	57.4

Fuente: Bote Gómez, 1998, p. 39, y www.iet.tourspain.es.

Dos factores influyeron sobremanera para poner España de moda, de crucial importancia para entender el poder actual de las ETN hispanas en el mundo. Primero, el franquismo aprovechó la coyuntura geopolítica (en este caso, la Guerra Fría) para posicionarse como un destino seguro y soleado para el turismo nórdico en un área en disputa (el Mediterráneo). Después, se puso a tiro de los intereses de los poderosos touroperadores nórdicos, a fin de que pudieran operar en el país sin molestias fiscales, legales o ambientales (Buades, 2006, pp. 32-37). Estas dos «fortalezas» del modelo español de industrialización turística de masas, la más radical operada en el Mediterráneo en la segunda mitad del siglo XX, entró en crisis con el fin de la «paz social» garantizada por la Dictadura y la incertidumbre que acompañó la reforma democrática, la legalización de los sindicatos y la emergencia de movimientos ambientalistas contrarios a la urbanización salvaje del litoral, la principal víctima territorial del producto estándar de la época («sun, sea & sex»).

El impasse fue resuelto con determinación a partir de mitad de los 80, cuando empresas turísticas emblemáticas como Sol Meliá o Barceló empezaron a apostar por deslocalizar su oferta en dirección al Sur. Sol Meliá pactó con el dictador indonesio Suharto condiciones inmejorables para su primer establecimiento exterior (en Bali, en 1985), mientras que

Barceló se estrenaba el mismo año en la República Dominicana, de la mano del todopoderoso socio local, Frank Ranieri, para empezar a construir su nuevo paraíso bajo la marca «Bávaro» (Buades, 2006, pp. 66-87, y 2009). Mientras iban desprendiéndose de sus propiedades y de una parte de la gestión de sus cada vez menos rentables establecimientos en España (especialmente en los dos archipiélagos y la costa peninsular mediterránea), algunas firmas hispanas que habían crecido a base de servir de cabeza de puente local de los Touroperadores nórdicos se metamorfosearon en potentes ETN. Aprovechando su know how previo a 1975, supieron buscarse importantes aliados y padrinos públicos y privados para garantizarse «mercados» cautivos, sin riesgos democráticos, sociales o ambientales, donde fuera posible obtener niveles de rentabilidad gigantescos. El resultado está a la vista: España, la playa de Occidente por antonomasia durante la Guerra Fría, es hoy una superpotencia turística planetaria y cuenta con ocho ETN situadas entre las primeras 70 del mundo. Estas «ocho grandes» son:

Ranking	ETN	Habitaciones	Hoteles
15	SOL MELIÁ SA Palma de Mallorca	75.022	301
21	NH Hoteles SA Madrid	49.677	341
24	BARCELÓ Hotels & Resorts Palma de Mallorca	42.173	162
27	RIU Hotels & Resorts Palma de Mallorca	36.512	102
31	IBEROSTAR Hotels & Resorts Palma de Mallorca	31.000	97
63	HI10 Hotels Barcelona	12.386	44
65	HUSA Hotels Group Barcelona	12.174	152
69	FIESTA Hotel Group Ibiza	11.553	42

Fuente: *Hotels*, 2008.

En conjunto, las «ocho grandes» controlan unos 1.300 establecimientos hoteleros y unas 280.000 plazas en la primavera de 2009. El dominio balear-catalán es muy significativo. Si ponemos en relación estas empresas con sus alianzas empresariales globales, su relevancia es aún mayor, dados los lazos de Sol Meliá con Wyndham (la segunda ETN mundial) o el control de TUI (la 13a del planeta) por el consorcio Riu/Fiesta-Sirenis y la Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM). Todas ellas extienden sus redes en las regiones en que operan integrándose con compañías aéreas, agencias de viaje y, sobretodo, con sociedades inmobiliarias y entidades financieras. Como para las 10 ETN mayores, su principal fuente de negocio es la residencialización y la ingeniería financiera en paraísos fiscales.

Un hecho clave es que más de la mitad de esta oferta, tendencia creciente, se sitúa en el exterior. Los principales focos de negocio los constituyen México y el Caribe, los EUA, la hostelería de ciudad en la UE y los balnearios mediterráneos (de Marruecos a Turquía, pasando por Italia, Croacia, Bulgaria o Chipre). En regiones turísticas del globo como la República Dominicana, el Yucatán, Cuba o Canarias, las ETN hoteleras españolas se han hecho las auténticas dueñas de la economía (Cañada, 2009).

Finalmente, la vocación exportadoras de las ETN españolas no hubiera sido posible sin la colaboración entusiasta del Estado español, no sólo a través de organismos públicos de apoyo activo a la internacionalización como el ICEX (Instituto de Comercio Exterior, a través de sus «planes país») o los numerosos convenios de «cooperación turística» para poder facilitar la reexportación de beneficios sin coste fiscal relevante para éstas, sino también con el concurso clave de los gobiernos González, Aznar y Zapatero. Por encima de diferencias de partido, el empuje y las facilidades dadas por los gobiernos democráticos españoles para que las ETN turísticas se deslocalizaran ha sido firme y cada vez más radical. Aparte de la firma del neoliberal Acuerdo General sobre Comercio y Servicios de la Organización Mundial del Comercio (OMC), España ha ido dismantelando todo control real sobre los movimientos de capitales y el régimen sobre inversiones nacionales en el exterior (Buades, 2006, pp. 67-92).

Naturalmente, algunas ETN han acompañado ese despliegue global con crecientes demostraciones de su compromiso con la sociedad y el medio ambiente. Desgraciadamente, la mayoría se mueven en el ámbito de las acciones puntuales e intermitentes, ya que seis de las «ocho grandes» no disponen ni siquiera de un «código ético» corporativo, es decir, una simple declaración de intenciones sobre el carácter benéfico y ambientalmente sostenible de la compañía.

Sólo dos ETN tienen un «código ético» (NH y Barceló), una fundación propia (Barceló e Iberostar) o un programa ambiental formal (Sol Meliá y NH). Tres disponen de programas de acción social (Sol Meliá, NH y Barceló). Precisamente son las tres más importantes las únicas que publican sus resultados antes de impuestos y tasas (EBITDA) así como la dedicación a RSC. En todos los casos, el montante a fondo perdido - al margen de que no cuente con ninguna auditoría independiente, se pudiesen cuestionar la idoneidad de muchas de sus acciones e incluso que se descontará la parte que se recupera con las subvenciones del sector público para sus propios proyectos - llama la atención por su nimiedad. Así, la correlación con los resultados brutos es de apenas un 0.8% en el más favorable de los casos (Barceló). En el caso de Riu, Iberostar, H10, Husa y Fiesta-Sirenis el

La vocación exportadoras de las ETN españolas no hubiera sido posible sin la colaboración entusiasta del Estado español, no sólo a través de organismos públicos de apoyo activo a la internacionalización como el Instituto de Comercio Exterior, a través de sus «planes país» o los numerosos convenios de «cooperación turística» para poder facilitar la reexportación de beneficios sin coste fiscal relevante para éstas, sino también con el concurso clave de los gobiernos González, Aznar y Zapatero.

compromiso real es desconocido: en ningún caso publican las memorias anuales, tanto financieras como de responsabilidad social.

Por lo tanto, si las ETN españolas se sitúan en la vanguardia del ranking del sector turístico planetario, sorprendentemente su compromiso ni que sea formal con la llamada RSC es muy limitado e impropio de firmas que pretenden ser líderes globales.

ETN	Fundación propia	Publica memoria anual	Código ético	Programa ambiental	Programa acción social	Inversión sobre EBITDA declarada (en millones de €)
Sol Meliá	No	No	No	Sí	Sí	1.6 m. / 349.2 m. € [0.4%]
NH	No	Sí	Sí	Sí	Sí	638.317€/283 m. € [0.2%]
Barceló*	Sí	Sí	Sí	No	Sí	c. 1 m. € /122 [0.8%]
Riu	No	No	No	No	No	?
Iberostar	Sí	No	No	No	No	?
H10	No	No	No	No	No	?
Husa	No	No	No	No	No	?
Fiesta-Sirenis	No	No	No	No	No	?

* No incluye los resultados, no publicados, de Barceló Crestline, domiciliada en los EUA, y que gestiona una tercera parte de los hoteles del Grupo Barceló. Por lo tanto, la inversión en RSC debe ser relativizada a la baja.

Fuente: Webs corporativas (consultadas en abril de 2009).

IV. RSC de la industria turística: un sucio cuaderno de campo

Las dos grandes plataformas globales del turismo internacional llevan años intentando promover la idea de compromiso del sector con la «responsabilidad social corporativa», amén de con la sostenibilidad ambiental, la eliminación de la pobreza y un largo etcétera de declaraciones de intenciones grandilocuentes y políticamente correctas. Desde el sector público, la OMT consiguió que las Naciones Unidas hicieran suyo un «Código Ético mundial para el turismo» (Comunicado de la OMT, 27/09/2001, www.unwto.org/media/news/sp) y, recientemente, en septiembre de 2008, han lanzado el programa TOURPact.GC, orientado a movilizar el apoyo de las empresas turísticas hacia los Objetivos del Milenio y la Declaración de Davos sobre el cambio climático y el turismo. Como influyente lobby privado de la industria turística global, el WTTC, ha ido publicando diferentes informes de orientación estratégica, entre el que destaca el llamado «Corporate Social Leadership in Tourism & Travel» (WTTC, 2002).

En el origen de estos esfuerzos está la necesidad de endulzar ante la opinión pública la cruda realidad. Por un lado, el sector turístico presenta un notable atraso en la adopción de compromisos voluntarios de reforma ambiental y social respecto a otros sectores industriales cuando su responsabilidad es mayor. Además, a pesar del crecimiento en variedad y cantidad de objetivos (desde el respeto a la Naturaleza hasta el rechazo del turismo sexual pasando por el apadrinamiento de microcréditos para proyectos de bienestar comunitario), la tendencia de fondo va en sentido contrario, como reconoce elegantemente la propia WTTC: «estos desarrollos no están ocurriendo al ritmo suficiente para crear una fuerza efectiva para el cambio» (WTTC, 2002, p. 3).

Desde el punto de vista de su relevancia estratégica, existen tres grandes agujeros negros que fagocitan cualquier efecto positivo del sinnúmero de pequeñas medidas que intentan implantar algunas ETN y gobiernos: el descuido ambiental, la insensibilidad social y el acoso a la democracia tanto local como global.

V. El «descuido» ambiental

Para estupefacción de personas incautas, los compromisos ambientales de las ETN sortean tres problemas clave de la crisis global que padece el planeta: el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y el estrés hídrico.

Normalmente, el énfasis suele ponerse en cómo el efecto invernadero puede afectar la viabilidad del negocio turístico en las diversas regiones del globo. Pero lo cierto es que cada vez resultan más preocupantes los cálculos oficiales sobre la contribución del turismo al deterioro del clima. Así, un reciente informe del Programa Ambiental de las Naciones Unidas llama la atención sobre la infravaloración del peso del sector en el cambio climático. Más allá del tópico del 5% de responsabilidad, la ONU afirma que si se incluyeran no sólo el CO₂ sino el conjunto de gases invernadero, el sector sería responsable de hasta el 14% de las emisiones. Es más: reconoce que este cálculo es conservador porque no incluye el coste energético de la construcción de hoteles, aeropuertos, autopistas y carreteras.

Si nos centramos en la generación de CO₂, el 5% de origen turístico viene condicionado por la enorme repercusión del transporte (hasta un 90%). El tipo de transporte no es ni mucho menos neutral: la aviación explica entre el 54 y el 75% de las emisiones. Mientras que autobuses y trenes copan el 34% de los viajes turísticos, sólo generan el 13% de las emisiones. En cambio, aunque los viajes aéreos de larga distancia suponen apenas el 2.7% del turismo internacional, representan el 17% de las emisiones de CO₂ de origen vacacional.

El sector turístico presenta un notable atraso en la adopción de compromisos voluntarios de reforma ambiental y social respecto a otros sectores industriales cuando su responsabilidad es mayor. Existen tres grandes agujeros negros que fagocitan cualquier efecto positivo del sinnúmero de pequeñas medidas que intentan implantar algunas ETN y gobiernos: el descuido ambiental, la insensibilidad social y el acoso a la democracia tanto local como global.

Las Naciones Unidas añaden el dato revelador de que la responsabilidad es muy desigual, porque el turismo internacional, en términos anuales, es un producto disfrutado por apenas un 2% de la población mundial (unos 140 millones de personas) (Simpson, Gosling, Scott, Hall, & Gladin, 2008, pp. 15-16 y 66-67).

A medio plazo, las previsiones son muchos peores: hacia 2035 el turismo crecerá un 179% y su contribución al efecto invernadero lo hará en un 188%, básicamente debido a la expansión del tráfico aéreo. Todo ello en un escenario en que el International Panel on Climate Change (IPCC) exige una reducción del 50% de las emisiones invernadero actuales hacia el 2050 (Simpson, Gosling, Scott, Hall, & Gladin, 2008, pp. 15-16). En este contexto, incluso medios tan poco sospechosos de radicalismo como el Financial Times llegan a publicar que en el próximo futuro el turismo internacional como «será identificado como el enemigo ambiental número 1» (Tomkins, 2006).

Ante estas evidencias, ¿cuál ha sido la reacción de las ETN? Fundamentalmente, actuar como lobby para impedir que el Protocolo de Kyoto y su eventual sustituto a partir de 2012 incluya cualquier referencia a objetivos concretos de limitación del crecimiento del transporte aéreo y aún menos la posibilidad de utilizar mecanismos de fiscalidad ambiental para favorecer la reducción de las emisiones. La apuesta tanto de la OMT como del WTTC pasa por entrar en el «mercado de las emisiones de carbono» y introducir el uso de biocombustibles (OMT, 2007; WTTC, 2009). Es decir, el acento se pone en mejorar la eficiencia, mitigar el impacto de los trayectos individuales dejando de lado cualquier cambio real en la tendencia de fondo: el crecimiento constante y meteórico del transporte aéreo y del turismo internacional de larga distancia desde Norteamérica y Europa hacia Asia oriental y el Pacífico así como hacia el Caribe y los Emiratos, los principales focos de atracción turística a medio plazo. En el caso español, por ejemplo, ni una sola ETN ha revisado su política de deslocalización hacia México, el Caribe y América Central de un contingente cada vez mayor de sus clientes.

Al margen del factor transporte, a día de hoy no existen ejemplos de ningún tipo de plan de solarización general de los resorts y demás planta alojativa de las ETN, hecho absolutamente increíble cuando la inmensa mayoría de sus establecimientos se sitúan en las áreas de mayor radiación solar anual del Planeta (Mediterráneo, Caribe, Trópicos). ¿Qué sentido tiene entonces presumir de un programa piloto de sustitución de bombillas incandescentes por alumbrado eficiente si van a ser usadas en resorts con un diseño energético absolutamente insostenible por lo que hace a tipologías, materiales, aislamiento o refrigeración?

La apuesta tanto de la OMT como del WTTC pasa por entrar en el «mercado de las emisiones de carbono» y introducir el uso de biocombustibles. Es decir, el acento se pone en mejorar la eficiencia, mitigar el impacto de los trayectos individuales dejando de lado cualquier cambio real en la tendencia de fondo: el crecimiento constante y meteórico del transporte aéreo y del turismo internacional de larga distancia.

Una segunda factura ambiental la constituye la contribución del turismo internacional a la pérdida de biodiversidad, identificada en la Cumbre sobre la Tierra de Rio de Janeiro en 1992 como el otro gran reto ambiental global. La irresponsabilidad en este campo de las ETN se manifiesta en tres ámbitos decisivos :

- La colonización y artificialización turística de zonas tropicales con un alto valor ecológico por ser el bioma más rico del Planeta. Es el caso de los numerosos proyectos turístico-inmobiliarios en Costa Rica o en Indonesia.
- La devastación generalizada del litoral, tanto en el Mediterráneo como en México y América central. La residencialización de la oferta y la localización másiva de infraestructuras aeroportuarias, autopistas y carreteras sacrifica continuamente playas, ecosistemas dunares, humedales, espacios protegidos. Si el ejemplo de la urbanización extrema del litoral español es de permanente actualidad, las costas croatas, turcas, tunecinas o marroquíes se parecen cada vez más a este modelo. El enorme complejo que construyen Barceló e Iberostar en Saïdia (Rif) a costa del humedal de la Mouluya (zona « protegida » por el estado marroquí) (véase la página de la ong rifeña *Humains et Environnement*: www.hee.org).
- La preferencia por la localización en espacios insulares, junto con los tropicales, los más frágiles ecológicamente del Planeta. Además de las Baleares y Canarias, las ETN españolas son las auténticas dueñas de la República Dominicana, Cuba, Jamaica o Cabo Verde (Buades, 2006, pp. 59-119).

El corolario de esta colonización turística de regiones tropicales, litorales e insulares, es la utilización del reclamo «natural» como gancho comercial remozado de viejos y nuevos «destinos» (desde Mallorca a Costa Rica pasando por Brasil). Los espacios protegidos se convierten así en la tarjeta de presentación para atraer nuevos desarrollos residenciales y turísticos, los cuales, cuando se terminan materializando, provocan la desaparición o deterioro mayor de aquéllos (sobre la situación en la hiperturistizada Mallorca, visítase el portal: www.salvemmallorca.org). Según el Programa Ambiental de las Naciones Unidas, el turismo hacia las zonas más amenazadas ambientalmente del Planeta se habría duplicado en la década de los 90 (Christ, Hillel, Matus, & Sweeting, 2003).

El estrés hídrico acompaña siempre a la industrialización turística. Por un lado, las «necesidades» de consumo de agua del sector son muy superiores que las que presenta la población permanente. Así, por ejemplo, un turista

El corolario de esta colonización turística de regiones tropicales, litorales e insulares, es la utilización del reclamo «natural» como gancho comercial remozado de viejos y nuevos «destinos» (desde Mallorca a Costa Rica pasando por Brasil). Los espacios protegidos se convierten así en la tarjeta de presentación para atraer nuevos desarrollos residenciales y turísticos, los cuales, cuando se terminan materializando, provocan la desaparición o deterioro mayor de aquéllos.

consume 3,8 veces más agua que un ciudadano/a de Lanzarote (en Canarias) mientras que en Barbados pueden llegar a ser hasta 10 veces más (Buades, 2008). Numerosos usos suntuarios ligados a la oferta turística (como los campos de golf, las piscinas, los parques acuáticos o el propio parque residencial y de condohoteles) disparan al alza los consumos. Un campo de golf exige tanta agua al año como una comunidad de 8.000 personas (GOB Mallorca, 2000).

La mayor parte de las regiones turísticas más explotadas o bien se sitúan en zonas de escasez hídrica o bien acaban siéndolo por el sobreconsumo derivado del turismo y la residencialización. Mientras en el Mediterráneo la presión turística y residencial propugna generar artificialmente agua desalada para sostener el crecimiento a toda costa (trasladando el problema al clima, ya que su producción dispara al alza la generación de CO²), en el Caribe y Centroamérica la disputa por el agua se traduce en luchas ciudadanas por la defensa de acuíferos ante la amenaza su privatización y agotamiento a manos de ETN turísticas e inmobiliarias. El caso del río Nimboyore en el Guanacaste costarricense contra proyectos hoteleros y residenciales como los de Sol Meliá en Playa Conchal y Reserva Conchal o de Riu y otras en El Coco y Ocotol, es paradigmático (Ramírez Cover, 2008; para hacerse una idea de la colosalidad de la demanda hídrica exigida por este polo de desarrollo turístico, consúltese el sitio: www.reservaconchal.com). O la lucha popular e incluso institucional contra las ETN Riu, Iberostar y Fiesta en Jamaica por los riesgos que para el agua como bien común tienen sus megaproyectos en regiones como Negril (www.jamaica-gleaner.com, 25 de agosto y 17 de septiembre de 2006).

La mayor parte de las regiones turísticas más explotadas o bien se sitúan en zonas de escasez hídrica o bien acaban siéndolo por el sobreconsumo derivado del turismo y la residencialización.

VI. La insensibilidad social

El mapa de localización de la oferta de las ETN en el mundo revela también como la apuesta por la turistización, lejos de suponer automáticamente una mejora del bienestar para las comunidades afectadas, crea nuevos problemas.

Un primer indicador lo constituye el grado de libertad sindical y de respeto por los derechos laborales. Si nos fijamos en las Baleares, una de las regiones más turistizadas del Planeta, los sindicatos hace tiempo que dejaron de ejercer como tales para convertirse en gestores de ayudas públicas y garantes ante las ETN que el trabajo «normal» a que se puede aspirar es el «de temporada», en el mejor de los casos como «fijo-discontinuo» (sic) durante seis meses al año (Buades, 2006, p. 26). En su despliegue por América Latina, las ETN baleares y españolas han trasladado este modelo de precarización, buscando siempre la domesticación de los sindicatos. Recientemente, la confederación sindical

latinoamericana REL-UITA denunció el comportamiento antisindical del conjunto de las ETN españolas en América Latina, destacando el caso de Barceló, que permite secciones sindicales en menos de la cuarta parte de sus establecimientos (REL-UITA, 2008). En su caso extremo, el cubano, a pesar de que la sindicación es obligatoria, en realidad el acceso al puesto de trabajo en turismo depende del aval del régimen comunista. Otra táctica es promover sindicatos “amarillos”, dóciles, como en México. El tipo de empleo y la remuneración que genera el sector son bajos y requieren mano de obra mayormente poco cualificada, mientras se reservan los puestos directivos a una elite de confianza (en el caso de las ETN españolas, directivos llegados de sus regiones de origen). La estrategia de separar la propiedad del establecimiento de su gestión hotelera debilita aún más la capacidad de respuesta de la clase trabajadora. La falta de respeto de las normás de protección sanitaria y laboral ha llevado a situaciones dramáticas incluso en países como Costa Rica, que presume de ser la Suiza latinoamericana. Así, por ejemplo, en noviembre de 2008 a la cadena RIU «se le moría» en el Guanacaste un trabajador de la construcción debido -según las denuncias sindicales- al hacinamiento y las condiciones insalubres de las barracas que compartía con otras 1.500 personas empleadas en proyectos hoteleros e inmobiliarios de la zona (*léase*: www.turismo-responsable.org/denuncia/0903_riu_costarica.html).

Complementariamente, las expectativas de especulación inmobiliaria que genera la implantación de las ETN turísticas convierten el suelo en un escenario de disputa extremadamente encarnizado entre las comunidades locales y los agentes de la industria del ocio. Tomemos el ejemplo meridiano de la isla de Mallorca: en 2005, el suelo clasificado como urbanizado o urbanizable preveía un techo de población de 3.3 millones de habitantes, cuando la población real era de 700.000 personas. Es decir, una planificación territorial al servicio de las ETN turísticas e inmobiliarias preveía multiplicar por cuatro la población a medio plazo. De hecho, ya se habían construido en aquel momento 1.4 millones de plazas habitacionales. Paradójicamente, a pesar de la abundancia teórica de habitación disponible (dos plazas por habitante), la mayoría de la población no podía acceder a una vivienda digna porque el mercado inmobiliario era el más caro de España (GOB Mallorca, 2006, p. 4). Precisamente, el boom inmobiliario residencial para el mercado internacional mientras la población local se ve privada de vivienda se ha convertido en la imagen de marca del litoral mediterráneo español en las últimas dos décadas (Díaz & Loures Loures, 2006). En su expansión sin fronteras, las ETN han provocado frecuentes conflictos con las comunidades por el uso de la tierra (*véase el dossier de la Fundación Prisma sobre turismo y desarrollo inmobiliario en Centroamérica*: <http://prisma2.org/sv/web/Inmobiliario/index.htm>). A menudo, gobiernos «amigos» han intentado facilitar la expoliación pura y simple de tierras

Las expectativas de especulación inmobiliaria que genera la implantación de las ETN turísticas convierten el suelo en un escenario de disputa extremadamente encarnizado entre las comunidades locales y los agentes de la industria del ocio.

comunales de alto valor paisagístico y ambiental, como en el caso de la disputa por la conservación de la Laguna de Apoyo en Nicaragua, destinada a ser convertida en escaparate de un complejo inmobiliario con el apoyo entusiasta del ultraliberal presidente Bolaños y finalmente preservada por el estado bajo presidencia sandinista (www.laprensa.com.ni, 13 de noviembre de 2007). En casos extremos, ha hecho su aparición la violencia física. En la República Dominicana, son periódicos los asesinatos perpetrados por paramilitares a sueldo de compañías turísticas y urbanizadoras en la costa este vecina a Bávaro (www.listin.com.do, 9 de abril de 2009). En cualquier caso, sea en el Yucatán o en Baleares, el resultado es la quiebra de las economías campesinas y locales sin que la riqueza económica, los buenos empleos y el bienestar en materias como la educación, la sanidad o los servicios sociales, hayan llegado a la mayoría (Banos Ramirez & Castaneda Navarrete, 2007; Buades, 2006, pp. 29-40).

Otro elemento relevante del impacto social de las ETN tiene que ver con el choque intercultural que comporta su implantación. De hecho, la industrialización turística suele usar el paisaje y las comunidades como mero «decorado» en forma de «valor añadido» de un negocio que se quiere rápido y sin complicaciones. El turismo pondría en contacto con el mundo «cosmopolita», «moderno» y «monetarizado» a unas sociedades «atrasadas», pintorescamente «arcaicas» y «en vías de extinción» (Santa Ana, 2004). La estandarización de productos y servicios inherente de la industria turística independientemente de su localización en el globo, lleva a la aculturación y a la reducción del capital social en las comunidades afectadas. Un ejemplo extraordinario de resistencia lo ofrecen las comunidades garífunas que se oponen a la construcción en la bahía de Tela en el Caribe hondureño de un megaresort que les tenía reservado el papel de «mercancía folkorizada» (véase: <http://mimundo-jamesrodriguez-esp.blogspot.com/2008/07/resistencia-garfuna-en-la-baha-de-tela.html>, así como: www.biodiversidadla.org/content/view/full/35459). Además, el boom especulativo actúa como imán para la emigración másiva hacia estas zonas. Al no existir ninguna estrategia de cohesión social, el consiguiente boom migratorio acelera la despersonalización y fragmentación comunitarias (Boissevain, 1996; Buades, 2007; Jiménez Martínez & Sosa Ferreira, 2007).

VII. El acoso a la democracia local y global

El último agujero negro de las ETN turísticas tiene que ver con su alergia a la transparencia. En primer lugar, hay que llamar la atención sobre su indiferencia al carácter democrático o dictatorial a la hora de decidir sus localizaciones. Al ser un sector extraordinariamente desregulado, su

La industrialización turística suele usar el paisaje y las comunidades como mero «decorado» en forma de «valor añadido» de un negocio que se quiere rápido y sin complicaciones. El turismo pondría en contacto con el mundo «cosmopolita», «moderno» y «monetarizado» a unas sociedades «atrasadas», pintorescamente «arcaicas» y «en vías de extinción».

preferencia se dirige hacia regímenes «sin incertidumbre» como la República Dominicana, México, Indonesia o Marruecos muy por delante de sistemas democráticos tradicionales. Como hicieron en el banco de pruebas balear y español entre 1955 y 1975, de lo que se trata es de garantizarse a través de una poderosa red de «amigos» locales, un cuadro seguro de facilidades de inversión y de repatriación de beneficios al exterior, incluyendo bajos salarios en empleos poco cualificados así como el apoyo del sector público para que le provea de cada vez mayores infraestructuras de transporte (fundamentalmente, aeropuertos, puertos y autopistas), de electricidad, agua y residuos. El objetivo es crear clústers de negocio a gran escala orientados al crecimiento cuantitativo constante. En este sentido, las sinergias entre Sol Meliá y la dictadura de Suharto permitieron el primero salto internacional de la primera ETN española en 1985. Hoy en día, la pujanza de Barceló sería inexplicable sin este *know how* que le permite «hacer» Dominicana o Marruecos con seguridad, ya que va de la mano de prohombres locales como el padrino del turismo dominicano Frank Raineri y del fervoroso primer promotor turístico a la vez que férreo rey de Marruecos, Mohammed VI. Estas alianzas con las élites locales generan corrupción y permiten el expolio fluido de la riqueza generada por el turismo hacia el exterior (Buades, 2009).

Las ETN suspiran para que el estado actúe como facilitador de sus proyectos, poniendo el máximo dinero público posible en infraestructuras para soportar una expansión constante a nivel de plazas alojativas y residenciales, sin olvidar su papel activo en la comercialización del producto de aquellas vía campañas de promoción exterior multimillonarias. Naturalmente, las asombrosas sumas de dinero público puestas al servicio de los intereses de las ETN van en detrimento de las inversiones en desarrollo humano de las sociedades teóricamente beneficiadas. Allí donde crecen los aeropuertos y autopistas, donde aparecen potabilizadoras e incineradoras, donde se dilapidan cantidades fabulosas en propaganda vacacional para negocios privados, suele decrecer la inversión en educación básica y universitaria, en sanidad y bienestar social o, simplemente, desaparece, como el caso de la vivienda social (Buades, 2006, pp. 67-119). En los momentos en que las inversiones parecen peligrar por la protesta ciudadana, (como en el caso de la última crisis institucional en México o la negativa del gobierno jamaicano a entregar lo que queda del paisaje y los bienes y servicios del país a inversores extranjeros), las «ocho grandes» no han dudado a requerir los servicios de mediación y protección tanto del presidente del Gobierno español como del propio Rey (www.economista.es, 15 de julio de 2007 y www.diariodeibiza.es, 21 de febrero de 2009).

De todas maneras, la falta de transparencia fundamental tiene que ver con

Las ETN suspiran para que el estado actúe como facilitador de sus proyectos, poniendo el máximo dinero público posible en infraestructuras para soportar una expansión constante a nivel de plazas alojativas y residenciales, sin olvidar su papel activo en la comercialización del producto de aquellas vía campañas de promoción exterior multimillonarias.

la aceptación del marco neoliberal del llamado «Consenso de Washington» y, sobre todo, con la ingeniería financiera vía paraísos fiscales. En enero de 2000, 140 estados presentes en la Organización Mundial de Comercio, el instrumento institucional crucial del turbocapitalismo, dieron a la luz al Acuerdo General sobre el Comercio de los Servicios (AGCS, GATS en sus siglas inglesas). El AGSC creaba un nuevo marco, absolutamente favorable para las inversiones de las ETN de todo tipo en cualquier país por encima de sus legislaciones y normativas económicas, ambientales o sociales. Lo más destacado es que no forma parte de su léxico nociones clave como sostenibilidad ambiental, reparto de beneficios, transparencia fiscal, conservación o participación de las comunidades locales. Su impacto en un sector tan internacionalizado como la economía turística está siendo devastador, ya que convierte a las ETN en un competidor en igualdad de derechos que cualquier empresa o iniciativa local. Con ello y vista la desigualdad de potencia y recursos entre unas y otras, se crean condiciones de mercado para multiplicar abruptamente los proyectos turísticos e inmobiliarias en amplias regiones del mundo. Todas las grandes áreas de desarrollo turístico se ubican en estados que han ratificado el AGSC y los estados aspirantes a convertirse en nuevos y prometedores «destinos» se están apresurando a ratificarlo. Normalmente, como en el caso español, los créditos oficiales de ayuda al «desarrollo» (FAD) son usados, en realidad, por las propias ETN para «abrir mercados» en nuevos «destinos» turísticos, gozando del colaboracionismo entusiasta de los estados supuestamente «solidarios» (Castellano, 2009). De esta suerte, y para poder atraer la atención de las ETN, las economías locales son sometidas a una competición a la baja en materia de fiscalidad, derechos sociales y laborales y protección ambiental. Entre sus primeras víctimas, hay el pequeño y medio empresariado local, que se ve afectado de raíz en su cuenta de resultados por su exclusión del clúster de negocio *todo incluido* que rodea a los resorts y que se nutre, casi exclusivamente, de materiales y servicios importados. Cuanto más empobrecido está un país, más radical deviene el desmantelamiento de toda normativa de planificación y supervisión democráticas sobre el territorio, la economía y el ambiente. Por no hablar de la privatización subsiguiente de bienes comunes como el agua o la tierra (Equations, 2007).

Este marco ultraliberal tan favorable llega al paroxismo con la apuesta de las ETN turísticas por el tránsito financiero a través de paraísos fiscales (véase: <http://taxjustice.blogspot.com>). No existe ninguna transnacional turística española que no vehicule buena parte de su contabilidad por esa sombría red de prestidigitación de capitales ajeno a todo control internacional público. Sol Meliá, por ejemplo, tiene domiciliadas una veintena de sociedades en las Caimán, las Antillas holandesas, Panamá, Luxemburgo o Jersey. NH prefiere Luxemburgo y los Países Bajos. Barceló

Las economías locales son sometidas a una competición a la baja en materia de fiscalidad, derechos sociales y laborales y protección ambiental.

tiene debilidad por Suiza y Panamá, mientras que Riu y Fiesta-Sirenis tienen presencia financiera en las Aruba, las Bahamas, Panamá, Chipre y Cabo Verde. Iberostar, como mínimo, vehicula su ingeniería financiera a través de las Antillas holandesas. Gracias a su perspicacia, las ETN consiguen así sustraer sus verdaderas cuentas de beneficios y resultados de la supervisión de las comunidades donde operan como negocio hotelero e inmobiliario (Buades, 2006, pp. 66-87). El dinero no declarado afecta muy especialmente a los estados del Sur. Según Oxfam, el fraude impositivo global de particulares que deberían pagar impuestos en el Sur sumaría 124.000 millones de dólares al año. Si se sumara la parte proporcional de los más de 200.000 millones adicionales que las ETN sustraen del control de las haciendas del Sur, los países empobrecidos tendrían a su disposición al menos el doble del dinero que reciben en forma de ayuda al desarrollo (unos 103.000 millones de dólares anuales) (véase: www.oxfam.org/es/pressroom/pressrelease/2009-03-13/control-paraisos-fiscales-liberar-millones-dolares). Para atisbar qué puede haber detrás de la fachada contable transnacionales vacacionales, nada mejor que echar una ojeada a la maraña fiscal del Grupo Barceló (**Anexo 1**).

Al estallar la actual crisis global de origen financiero, precisamente, la necesidad de acabar o, como mínimo limitar, la capacidad de acción de estos paraísos fiscales se ha convertido en prioridad oficial, desde el propia G20 en su cumbre de Londres a la presidencia de los EE.UU (léase el comunicado de 2 de abril de 2009 de la OCDE con la lista oficial de paraísos fiscales a eliminar o controlar mediante nuevos mecanismos de transparencia en: www.oecd.org). Obviamente, cualquier avance real en favor del fin o la limitación de estos centros offshore comportará notables transformaciones del modelo de negocio de las ETN. Como en el resto de la economía, el peso de la especulación financiera debería disminuir drásticamente en favor de las inversiones productivas.

Finalmente, hay que destacar cómo la relación entre las ETN y los pueblos susceptibles de acoger sus proyectos está basada, hasta hoy, en el chantaje. Las grandes transnacionales españolas no han dudado en constituirse como lobby a través de la plataforma Inverotel para poder conseguir de gobiernos como el costarricense, el jamaicano, el dominicano y el mexicano, condiciones aún más ventajosas para proyectos de escala cada vez mayor (www.caribepreferente.com, 28 de abril de 2008). En Jamaica, por ejemplo, ante las primeras presiones populares y gubernamentales para que cumplieran con la legalidad, han decidido retirarse o congelar los nuevos desarrollos como medida de presión antes que acatar las decisiones emanadas de las instituciones de la república (www.jamaica-gleaner.com, 14 de mayo de 2008). Lo más grave es la orientación estratégica de la misión de las ETN turísticas: su objetivo es hacer negocios en lugares

La relación entre las ETN y los pueblos susceptibles de acoger sus proyectos está basada, hasta hoy, en el chantaje. Las grandes transnacionales españolas no han dudado en constituirse como lobby a través de la plataforma Inverotel para poder conseguir de gobiernos como el costarricense, el jamaicano, el dominicano y el mexicano, condiciones aún más ventajosas para proyectos de escala cada vez mayor

seguros y, para ello, nada mejor que crear oportunidades de crisis que puedan ser aprovechadas para hacer tabula rasa con las comunidades que han de servir a sus proyectos (Klein, 2007, pp. 385-405). La *turistización*, vista así, se manifiesta como una mutación radical de las sociedades afectadas, las cuales entran en la lógica del neoliberalismo, el consumismo y la «modernización» sin que, por el camino, hayan conseguido mejorar sensiblemente su bienestar y su desarrollo humano (Cañada, 2009).

VIII. Claves para la imprescindible responsabilidad turística

A la vista de la situación en el mundo, nos encontramos en una encrucijada como civilización: la crisis del turbocapitalismo puede conducir a una mayor desigualdad, miseria y conflicto o puede constituir una oportunidad para empezar a hacer las paces con el Planeta, dar posibilidades de desarrollo humano a la mayoría empobrecida de la humanidad y ampliar los niveles de democracia real.

Como sabemos por su peso en la economía mundial y su responsabilidad en el cambio climático, la explotación de los bienes comunes y la colonización de las comunidades empobrecidas del Planeta, lo que acontezca con el turismo internacional será decisivo en los próximos tiempos. Desde la premisa que el menos malo de los sistemas conocidos es el del «mercado con democracia (también económica)», ha llegado el momento de cambiar el marco operativo del turismo global. A pesar de las diferencias «interculturales» entre las ETN, los gobiernos y las sociedades afectadas, hay tres factores que invitan a la cooperación:

- El tiempo para actuar, salvando la calidad de vida general y garantizando el negocio turístico, se acaba. Tenemos pocas décadas por delante para hacer frente inteligentemente al cambio climático, al estrés hídrico, la devastación de los últimos biomás esenciales. Si no hacemos nada, incluso buena parte de los «destinos» desaparecerán (Simpson, Gossling, Scott, Hall, & Gladin, 2008).
- La conciencia de buena parte de la clase ociosa internacional y de muchos propietarios y ejecutivos de las ETN está cambiando y no se aceptan un mero «lavado de cara» del producto. De hecho, presumen de que les gustaría ofrecer calidad e innovación al servicio tanto del negocio como del cuidado de unos «bienes comunes» intocables (el clima, el paisaje, el agua, un mínimo de condiciones de bienestar para las comunidades afectadas por la industria,...).
- Determinados tipos de turismo, respetuosos con los equilibrios ambientales y generadores de bienestar directo a las comunidades que

El punto crucial es ir más allá de la multiplicación de «proyectos piloto» y microacciones en actuaciones de «fin de tubería». Las ETN y los gobiernos ya llevan años implantando acciones demostrativas sobre cómo ahorrar energía apagando las luces al salir de la habitación o colocando difusores de agua en algunos dispositivos de agua. Por su naturaleza, a menudo supeditada a las necesidades de imagen de marca o empresa, los resultados han sido prácticamente irrelevantes.

decidan democráticamente promoverlo, pueden ser decisivos para sostener sociedades amenazadas por la miseria y condenadas a la emigración masiva.

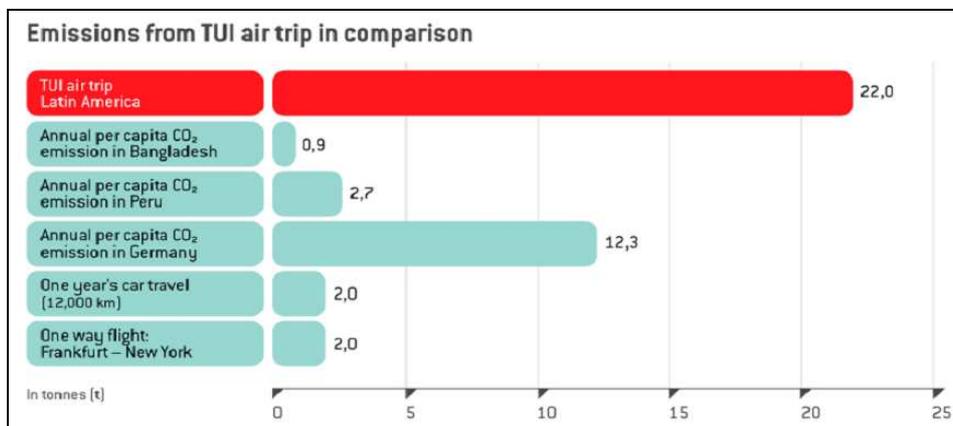
El punto crucial es ir más allá de la multiplicación de «proyectos piloto» y microacciones en actuaciones de «fin de tubería». Las ETN y los gobiernos ya llevan años implantando acciones demostrativas sobre cómo ahorrar energía apagando las luces al salir de la habitación o colocando difusores de agua en algunos dispositivos de agua. Por su naturaleza, a menudo supeditada a las necesidades de imagen de marca o empresa, los resultados han sido prácticamente irrelevantes. Sin perjuicio de todo este despliegue (por otro parte, intermitente, voluntario y no sometido a ninguna supervisión independiente de calidad), el reto urgente es incidir en tres campos generalistas para que la RSC pueda traducirse en una práctica real: el ambiente, el bienestar social de las comunidades afectadas y la transparencia económica y democrática a escala local y global.

En primer lugar, la industria turística internacional ha de plantearse una reforma verde de la oferta para poder afectar positivamente el balance ambiental. Las prioridades estratégicas deberían pasar por:

- **La ecologización de la planta y servicios existentes.** Las ETN podrían poner en marcha planes de solarización y eficiencia energéticas en todas sus instalaciones, a fin de bajar su factura en CO² y otros gases invernadero así como reducir la presión a favor de más centrales fósiles o nucleares. Paralelamente, deberían instalar generalizadamente planes de minimización y reutilización del agua y los residuos. Entre las iniciativas deseables, se tendría que considerar la renuncia a los campos de golf y parques acuáticos en las zonas bioclimáticamente más frágiles, como el Mediterráneo o el Caribe. En el caso de los desechos, la industria podría implantar programas de residuo mínimo, reduciendo drásticamente el uso de plásticos y materiales no reciclables.
- **El apoyo activo y no parasitario de la protección de la biodiversidad, especialmente los bosques tropicales y los sitios protegidos y litorales.** Ante el modelo «escaparate» (que convierte a los espacios protegidos en mero reclamo publicitario de desarrollos hoteleros e inmobiliarios), las ETN podrían contribuir económicamente a su gestión conservacionista y comprometerse a no implantar nuevas instalaciones y establecimientos en su interior. Este compromiso llevaría aparejado sine qua non el de la participación en la planificación y gestión de las comunidades y asociaciones ciudadanas locales a fin de garantizar que la protección ambiental incluyera también a las sociedades que han cuidado estos espacios a lo largo del tiempo.

La industria turística internacional ha de plantearse una reforma verde de la oferta para poder afectar positivamente el balance ambiental. Las prioridades estratégicas deberían pasar por: la ecologización de la planta y servicios existentes; el apoyo activo y no parasitario de la protección de la biodiversidad, especialmente los bosques tropicales y los sitios protegidos y litorales y dar prioridad al transporte regional por encima del transcontinental.

- **Dar prioridad al transporte regional por encima del transcontinental.** Esto pasaría por fijar un límite global al transporte aéreo de larga distancia en el marco de los acuerdos de protección del clima que sustituirán al Protocolo de Kyoto (que ignoraba deliberadamente la enorme responsabilidad global del transporte aéreo). A pesar del fiasco de la Conferencia de Copenhague (diciembre de 2009), la industria turística debería convertirse en parte activa comprometida con la preservación del clima. Naturalmente, se trataría de dar prioridad a la oferta vacacional intracontinental o regional, incrementando el recurso al transporte colectivo y de superficie (trenes, autobuses) o marítimo, los cuales tienen una huella climática mucho menor que el avión.



Fuente: Tourism Watch y Evangelischer Entwicklungsdienst, 2009.

- Minimizar el transporte de materiales y alimentos, adaptándose a la oferta local. Una parte muy importante de los servicios (la comida) e incluso instalaciones (materiales de obra, revestimientos, etc.) que ofrece la industria turística tiene un coste ecológico extremo porque proviene del exterior, incluso de lugares lejanos. Todo lo que sea recurrir a la oferta local o regional no hará sino mejorar el balance ambiental global.

Los resultados de esta nueva «misión» de las ETN turísticas deberían permitir reducir de manera sensible su huella ecológica en términos biofísicos. Para una comparación relevante, en una sociedad tan radicalmente modelada por la economía del turismo como la de las islas Baleares, la huella ecológica actual -equivalente a casi seis veces la capacidad bioproductiva de la region- tiene que suavizarse y la propia industria tiene un amplio margen de responsabilidad para hacerlo posible (Murray, Rullan, & Blàzquez, 2005).

Ha llegado la hora de vincular la rentabilidad empresarial legítima con la mejora real de las condiciones de vida de las comunidades locales afectadas por la industria turística internacional.

Paralelamente, ha llegado la hora de vincular la rentabilidad empresarial legítima con la mejora real de las condiciones de vida de las comunidades locales afectadas por la industria turística internacional.

Aparte de dar participación a las empresas y cooperativas regionales en todo lo que afectaría a las iniciativas ambientales citadas, habría cuatro direcciones esenciales de dignificación de la RSC de las ETN, a saber:

- Fomentar la libre sindicación y favorecer la participación de los trabajadores y trabajadoras en la toma de decisiones estratégicas de las empresas que afecten a su lugar de residencia.
- El empleo y, en su caso, formación profesional de cuadros directivos locales para las filiales en los estados del Sur, evitando el colonialismo en la estructura del personal (extranjeros en los puestos directivos, locales sólo en la parte baja).
- Ofrecer un fondo social a la parte trabajadora que garantice ventajas en materia de vivienda social, derechos sanitarios, apoyo a la formación profesional y escolarización.
- La inclusión del uso de las lenguas locales en los servicios ofrecidos así como el respeto por las tradiciones culturales propias del lugar.
- Ejercer un mecenazgo concertado con las asociaciones y líderes locales para favorecer la escolarización y la sanidad básicas, los servicios sociales, las becas para la educación universitaria y la implantación de nuevas tecnologías de usos colectivo, empezando por las redes comunitarias, centros de enseñanza, culturales y de jóvenes.

La idea de fondo es que las ETN sólo tienen futuro si hacen real su transparencia y ética fiscales y cumplen con sus deberes con las haciendas y las comunidades afectadas.

Siendo importantes la cooperación ambiental y social, sus progresos no podrán durar si no se consigue garantizar la transparencia económica de las ETN y sus proyectos turísticos. Eso exigirá que las propias transnacionales, motu proprio, o bien por exigencia de los gobiernos y las comunidades, si quieren seguir viviendo del reclamo turístico, se abran a participar en procesos de creatividad democrática inéditos hasta ahora. La idea de fondo es que las ETN sólo tienen futuro si hacen real su transparencia y ética fiscales y cumplen con sus deberes con las haciendas y las comunidades afectadas. Además, para que el Planeta sea ambientalmente viable se necesita que firmas como Sol Meliá, Barceló, NH, Riu, Iberostar, H10 o Fiesta, dejen de seguir operando a su aire, al margen de toda regulación democrática internacional y sin que ninguna instancia independiente y participada por asociaciones de prestigio de las

comunidades donde realizan sus negocios pueda supervisar si cumplen con su verdadera responsabilidad social como corporaciones.

En concreto, es urgente que las ETN emitan señales claras de su voluntad de cambio a favor de las comunidades y el ambiente. Entre las más importantes, el acento podrían ponerlo en:

- Hacer publica su contabilidad domiciliada en paraísos fiscales tanto ante la opinion publica internacional y local como ante las haciendas publicas de los estados donde estan implantadas. Ello permitiría que las comunidades empobrecidas y explotadas turísticamente recuperaran los ingresos que dejan de percibir por evasión fiscal y les permitiría financiar programás de desarrollo humano absolutamente urgentes para satisfacer, por ejemplo, los Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas.
- Comprometerse a reinvertir en las sociedades turistizadas parte de los beneficios en programas conservacionistas y de bienestar comunitario, partiendo siempre de la base que debe existir una normativa legal marco que garantice la participación ciudadana local en la toma de decisiones y en su seguimiento.
- Participar activamente y de manera reglada en los procesos de Agenda 21 global, regional y local en marcha junto con los demás sectores (institucionales, sociales y expertos/as).
- Adoptar como sector una estrategia de RSC concertada que permita ganar volumen y capacidad de incidencia relevante en los ámbitos clave citados, además de incrementar la credibilidad del grado real, general, de sensibilidad ética ante la ciudadanía mundial.
- Ensayar formulas de supervisión independientes del propio sector a la hora de programar, evaluar y mejorar los compromisos de RSC. Obviamente, las ONG de reconocido prestigio internacional y local tendrían que ser partícipes destacados de estos procesos.

Lógicamente, por el camino, es bastante probable que la misión, los valores y la marca de aquellas transnacionales audaces en su respeto por los bienes comunes se hubieran transformado tanto que su valor añadido brillara con luz propia a los ojos de la opinión pública mundial.

Aunque hay que reconocer que, hasta ahora hemos padecido la fase neoliberal de la RSC, aquella que dejaba a la voluntad de cada empresa

Más allá de su creciente retórica sobre RSC y su altruismo, las ETN turísticas españolas básicamente se han dedicado a amasar fortunas en medio mundo sin ninguna consideración con el ambiente, los derechos sociales y la democracia.

decidir qué y cómo hacer las cosas al margen de cualquier regulación pública y participación social. El resultado hubiera encantado a Milton Friedman, que hablaba del «peligro» del concepto de «responsabilidad social corporativa» porque constituiría una doctrina «subversiva» en una sociedad libre. Para el ideólogo más radical del neoliberalismo, la única responsabilidad social exigible a una transnacional sería la de hacer crecer sus beneficios (www.nytimes.com, 13 de septiembre de 1970). Más allá de su creciente retórica sobre RSC y su altruismo, las ETN turísticas españolas básicamente se han dedicado a amasar fortunas en medio mundo sin ninguna consideración con el ambiente, los derechos sociales y la democracia. En plena hecatombe financiera y social provocada por las recetas neoliberales, hoy sabemos que Friedman y sus adláteres no tenían en cuenta que la supervivencia del negocio turístico es cada vez más inseparable del cuidado del hábitat del que se nutre, de tener respeto por la gente y las comunidades donde se esta establecido y de enseñar manos limpias en un planeta donde la exigencia de conseguir una verdadera democracia mundial tiene un eco cada vez mayor.

En realidad, sin verdaderas democracias locales, sin gobernanza democrática mundial con capacidad de control de los flujos financieros y de la ética empresarial de las transnacionales turísticas, la idea de RSC no dejara de ser parte del departamento de marketing de cada ETN sin ninguna trascendencia relevante en el balance ambiental y social global. Por ello, es urgente que las comunidades no dejen al albur de las propias transnacionales las decisiones, ya que el riesgo de ser pisoteadas, ignoradas y explotadas se confunde con la historia real de las ETN turísticas. Mucho más importante que lo que decidan éstas, para que exista RSC lo fundamental es ganar democracia económica, capacidad de regulación pública sobre sus tejemanejes y actuaciones así como la vertebración de comunidades vivas y fuertes donde la prioridad no sea apoyar o oponerse a proyectos turístico-inmobiliarios sino poder ejercer la facultad de decidir qué tipo de vida, qué tipo de economía y de bienestar colectivo queremos.

Entre las herramientas a utilizar, no cabe duda que las decisivas para garantizar una RSC digna de tal nombre tienen que ver con:

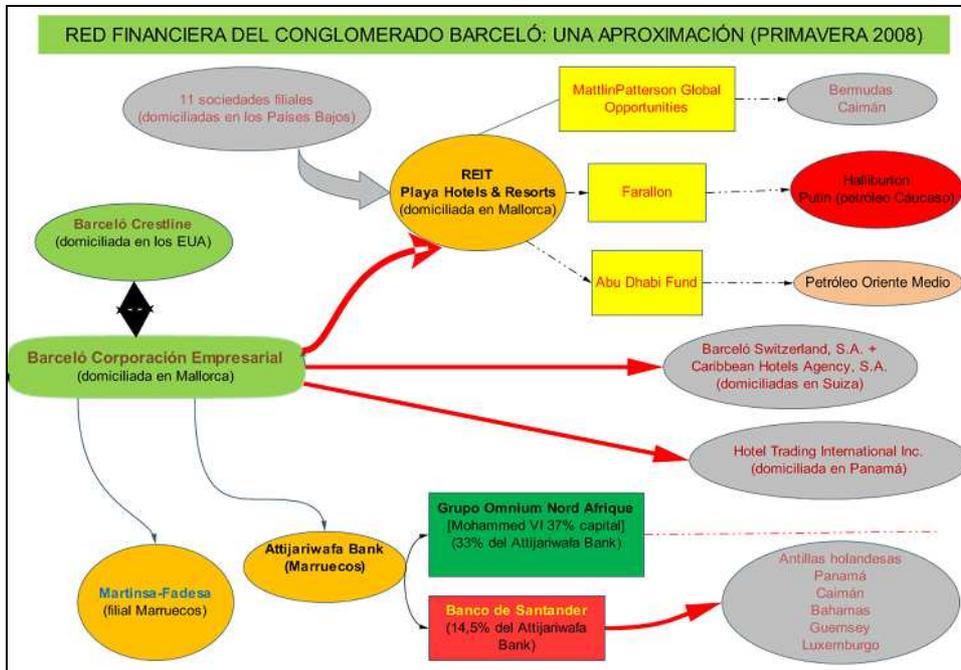
- La promulgación de normativa pública a escala estatal, regional e incluso local sobre planificación territorial integrada, es decir, que tenga en cuenta la capacidad de carga y el balance socioambiental de la región y haga obligatoria la consulta y participación de las comunidades en los beneficios del turismo.
- Establecer las prioridades de uso de los bienes comunes como el agua, el paisaje o el suelo, garantizando la discriminación positiva de las

Sin verdaderas democracias locales, sin gobernanza democrática mundial con capacidad de control de los flujos financieros y de la ética empresarial de las transnacionales turísticas, la idea de RSC no dejara de ser parte del departamento de marketing de cada ETN sin ninguna trascendencia relevante en el balance ambiental y social global.

necesidades básicas tanto de las comunidades como de las empresas que innoven en su vertiente ambiental o social.

- Proteger el espacio litoral así como todo tipo de sitios de alto valor ambiental, incluyendo la prohibición de nuevos desarrollos hoteleros e inmobiliarios que los despersionan.
- Fijar legalmente la obligatoriedad de domiciliar fiscalmente en la región afectada aquellas sociedades que pretendan explotarla turística y/o urbanísticamente, a fin de garantizar la transparencia y permitir recuperar mediante impuestos justos capacidad inversora en proyectos de desarrollo humano participados por las asociaciones locales (escolarización, sanidad, servicios sociales, cultura, educación superior).
- Crear agencias públicas de evaluación ambiental, que terminen con el negocio de las consultorías ambientales a sueldo de las ETN y permita a los poderes públicos una justa apreciación de los costes ambientales y sociales de las inversiones propuestas.
- Condicionar la aprobación eventual de proyectos al empleo a nivel directivo e intermedio de personal de la región y a la inversión en capacitación profesional de jóvenes del área.
- Favorecer fiscal y administrativamente la generación de proyectos de escala local y regional de turismo responsable, basadas en la iniciativa de las empresas de la zona y en el uso de materiales y servicios de la región. Especialmente, hay que fomentar con prioridad aquellos servicios que garanticen la participación cooperativa de empresas locales en toda la cadena de valor.
- Otorgar el estatus de entidades de consulta obligatoria a las asociaciones ciudadanas de reconocido prestigio de tal manera que se garantice que puedan poder opinar y llevar un seguimiento sin trabas de los derechos comunitarios ante todo tipo de planes, programas y proyectos relacionados con el turismo.
- Dotar a las municipalidades y entes regionales de técnicos/as ambientalistas y de desarrollo comunitario que permita disponer a las sociedades afectadas de personal experto cualificado para valorar con independencia y desde el interés general los proyectos, planes y programas.

Anexo 1:



Referencias:

Baños Ramírez, O., & Castañeda Navarrete, J. (2007) : «Las tres economías de una region ganadora: la península del Yucatán, 1970-2004». *Comercio Exterior* , 357 (4 y 5), 314-322 y 392-404.

Boissevain, J.(1996) : *Coping with tourist. European Reactions to Mass Tourism*. Oxford: Berghahn Books.

Bote Gómez, V. (1998) : «El desarrollo del turismo en España: cambio de rumbo y oportunidades científicas», *Revista Valenciana d'Estudis Autonòmics* (25), 29-43.

Buades, J. (2006): *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*, Palma: La Lucerna.

Buades, J. (2007): «Migraciones: el imán de la especulación turística e inmobiliaria», *Ecología política. Cuadernos de debate internacional* (33), 65-66.

Buades, J. (2008): «Dessalar la Mediterrània? De quimera, negocis i béns comuns», *Scripta Nova. Revista electronica de geografia y ciencias sociales*, XII (270(30)). [www.ub.es/geocrit/sn/sn-270/sn-270-30.htm].

Buades, J. (2009): *Do not disturb, Barceló. Viaje a las entrañas de un imperio turístico*, Barcelona: Icaria.

Cañada, E. (2009): *El Imperio Turístico Balear "donde nunca se pone el sol"*. *Entrevista con Joan Buades y Macià Blàzquez*. Managua: Albasud. [www.albasud.org]

Castellano, Alfonso (2009): «Exportando conocimiento», *Hosteltur*, 179, 12. [www.hosteltur.com/mensuales/274-hosteltur-179-internacionalizacion-riesgos-oportunidades.html]

Chavagneux, C., & Palan, R. (2007): *Les paradis fiscaux*, Paris: La Découverte.

Christ, C., Hillel, O., Matus, S., & Sweeting, J. (2003): *Tourism and Biodiversity. Mapping Tourism's Global Footprint*, Washington: Conservation International y United Nations Environment Programme. [www.unep.org]

Diaz, F., & Loures Loures, M. L. (2006): *Housing, tourism and the real state sector: the Spanish mediterranean coast. "Housing in an expanding Europe: theory, policy, participation and implementation"*, Ljubljana: Urban Planning Institute of the Republic of Slovenia. [http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2775/1/W24_DiazLoures.pdf]

Equations. (2007): «Expansión del turismo internacional y liberalización de los servicios», en C. Tricontinental: *Turismo de hoy: Ganadores y Perdedores. Alternativas meridionales* (pp. 27-61), Madrid: Popular.

GOB Mallorca. (2000). Camps de golf: "Lobos con piel de cordero". Palma: GOB Mallorca. [www.gobmallorca.com]

GOB Mallorca. (2006). *Salvem Mallorca*. Palma: GOB Mallorca. [www.salvemmallorca.org]

Hotels. (2008, 7 de Enero 7). Corporate 300 Ranking 2007. [www.hotelsmag.com/article/CA6575623.html]

Jiménez Martínez, A. d., & Sosa Ferreira, A. P. (2007): *Cocktail Cancún: reflexiones sobre los impactos sociales del turismo en la comunidad local*. Cancún: Universidad del Caribe.

- Klein, N. (2001): *No Logo. El poder de las marcas*, Barcelona: Paidós.
- Klein, N. (2007): *The Shock Doctrine. The Rise of Disaster Capitalism*, Nueva York: Metropolitan Books.
- Mundt, J. W. (2004). *Tourismuspolitik*, Munich: Oldenburg.
- Murray, I., Rullan, O., & Blázquez, M. (2005): «Las huellas territoriales de deterioro ecológico. El trasfondo oculto de la explotación turística de Baleares», *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, IX (199). [www.ub.es/geocrit/sn/sn-199.htm]
- OMT. (2009): *Breve visión general de las tendencias clave. Barómetro OMT del turismo mundial*, 7 (1), 3. [www.world-tourism.org]
- OMT. (2001): *Código ético mundial para el turismo*, Madrid: Naciones Unidas y Organización Mundial del Turismo. [www.world-tourism.org]
- OMT. (2007): *De Davos a Bali: La contribución del turismo al reto del cambio climático*. Madrid: OMT. [<http://www.unwto.org/climate/index.php>]
- Palan, R., Murphy, R. & Chavagneux, C. (2010): *Tax Havens. How Globalization Really Works*, Nueva York : Cornell University Press.
- Ramírez Cover, A. (2008): *Turismo como nuevas forma de acumulación y conflictividad socio-ambiental relacionada a los recursos hídricos: perspectivas para Guanacaste*. San José: Instituto de Investigaciones Sociales (Universidad de Costa Rica). [www.iis.ucr.ac.cr/jornadas/12.php]
- REL-UITA. (2008): *Las cadenas hoteleras españolas en América Latina y las libertades sindicales*, Buenos Aires: REL-UITA. [www.rel-uita.org]
- Santa Ana, M. d. (2004): *Paisajes del placer, paisajes de la crisis*, Tegui: Fundación César Manrique.
- Simpson, M., Gossling, S., Scott, D., Hall, C., & Gladin, E. (2008): *Climate Change Adaptation and Mitigation in the Tourism Sector: Frameworks, Tools and Practices*, Paris: UNEP, University of Oxford, UNWTO, WMO. [www.geog.ox.ac.uk/news/events/ccamts]
- Tomkins, R.(2006, 11 de Noviembre): «Welcome to the age of less», *Financial Times*.

Tourism Watch y Evangelischer Entwicklungsdienst. (2009): *Climate Change, CSR and Tourism. Decision Makers Need to Act*, Bonn: EED. [www.eed.de/fix/files/doc/Climate%20Change,%20CSR%20and%20Tourism.pdf]

UNCTAD. (2007): *FDI in Tourism: The Development Dimension*, Nueva York: United Nations. [www.unctad.org/en/docs/iteiia20075_en.pdf]

Werner, K., & Weiss, H. (2004): *El libro negro de las marcas. El lado oscuro de las empresas globales*, Barcelona: Debate.

WTTC. (2002): *Corporate Social Leadership in Tourism & Travel*. Londres: WTTC. [www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Tourism_Policy_Research/General_Publications]

WTTC. (2009): *Leading the challenge on climate change*, Londres: WTTC. [www.wttc.org/bin/pdf/original_pdf_file/climate_change_final.pdf]

La investigación que da lugar al presente trabajo se financia con el proyecto de investigación titulado "La funcionalización turística de las Islas Baleares (1955-2000): adaptación territorial y crisis ecológica del archipiélago" (SEJ2006-07256/GEOG) del Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Dirección General de Investigación del Ministerio de Educación y Ciencia.

ALBA SUD es una organización catalana especializada en investigación y comunicación para el desarrollo. Su sede social se encuentra en Barcelona, pero tiene presencia permanente en Nicaragua, El Salvador y México, y su ámbito geográfico de actuación prioritario es el área de Centroamérica y El Caribe. Fundamentalmente lleva a cabo investigaciones y producciones audiovisuales en base a una serie de programas temáticos: Turismo Responsable; Soberanía Alimentaria; Recursos Naturales y Cambio Climático; Comunicación y Educación para el Desarrollo.