

1. IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA DEL TURISMO

Es indiscutible la trascendencia socioeconómica del turismo para nuestra Comunitat y el resto del Estado Español. Los datos macroeconómicos corroboran cualquier afirmación al respecto: 3,3 billones de pesetas de saldo favorable, lo que supone el 10% del PIB español; 8% de la población activa sumando los 700.000 empleos directos y los 500.000 indirectos¹.

En el caso del País Valenciano los datos porcentuales aumentan en relación con el resto del Estado y es interesante analizar la distribución de población activa por comarcas:

	% empleo directo ²
La Marina Alta y Baja	25
Baix Maestrat	10
Vega Baja	10

Si analizamos el caso concreto de Benidorm podemos ver que el sector servicios en su conjunto ya ocupa al 86% de la población³.

El hecho de que el 80% del turismo se dirija a la costa⁴ ha generado esta exagerada dependencia socioeconómica de parte de nuestro territorio hacia el sector. Esta tendencia lleva a una contradicción fundamental: *la concentración del sector en zonas limitadas está deteriorando la calidad ambiental de dichas áreas y amenazando el futuro del sector y del territorio*. Por tanto **la estrategia básica de actuación debe ser cuidar el sustrato de la actividad que no es otra cosa que asegurar su calidad ambiental global.**

2. IMPACTOS AMBIENTALES DEL TURISMO

Si pensáramos en las repercusiones medioambientales de los sectores económicos, raramente encontraríamos a alguien que incluyera al sector turístico entre los más agresivos

¹ Ministerio de Medio Ambiente. *La costa de todos, naturalmente*. 1998.

² Elaboración propia. 1997.

³ IVE. 1996.

⁴ Ministerio de Medio Ambiente, op. cit.

con el medio ambiente. Sin embargo, esta infravaloración del potencial impacto del turismo proviene de la falta de análisis riguroso de su interacción con el entorno, pues son evidentes los numerosos aspectos y elementos del medio sobre los que el turismo ejerce presiones.

El sector turístico en su conjunto genera problemas ambientales en una doble vertiente:

- Uso elevado de recursos naturales no renovables en general:
 - materias primas y consumibles (con el agravante ambiental de su procedencia no local);
 - agua (especialmente conflictivo en una Comunitat estructuralmente deficitaria);
 - energía (debiendo tener en cuenta que el 97% de la energía empleada en el País Valenciano proviene de recursos no renovables y contaminantes, como la nuclear y los combustibles fósiles);
 - territorio (después de la agricultura y las infraestructuras es el sector que más territorio consume y como señala la OMT en el año 2000 se habrá duplicado el espacio ocupado por el sector turístico en 1990).
-
- Generación de contaminación:
 - residuos;
 - aguas residuales y pérdida de calidad de aguas subterráneas (la Unión Europea ha señalado que en el periodo 1990-2000 se habrá triplicado la cantidad de residuos y el volumen de aguas residuales generados por el turismo);
 - contaminación atmosférica;
 - ruido;
 - destrucción de biodiversidad;

Además del impacto cuantitativo hay que tener en cuenta la fragilidad del lugar del impacto, el litoral, espacio en el que se concentra toda la actividad y gran parte de los recursos naturales.

3. SITUACIÓN MEDIOAMBIENTAL DEL PAÍS VALENCIANO

El análisis anterior puede concretarse en la realidad valenciana y, especialmente, en la situación de diferentes parámetros que indican el estado del medio ambiente y las tendencias del sector turístico en nuestra Comunitat.

PRODUCCIÓN DE RSU	Kg/hab.·día
- España	1,2
- Comunitat Valenciana	1,4
- La Marina	1,7
LITORALIZACIÓN	(nº viviendas/nueva edificación)
- Provincia de Castelló	3,5
- Benicàssim	6,3
- Provincia de Alacant	3,7
- Benidorm	16,9
CALIDAD DEL MEDITERRÁNEO	
- Playas no aptas para el baño	5
- Residuos en fondos marinos de las Islas Columbretes (kg/año)	500
CONSUMO ENERGÉTICO	(Mwh/año)
- Elda (52.000 habitantes)	122
- Benidorm (50.000 habitantes)	258

Como se aprecia con este somero análisis existe una notable presión sobre el litoral que redunda en una pérdida de calidad del propio sistema receptor del sector.

4. EL PUNTO DE PARTIDA

Por lo expuesto, parece a todas luces urgente establecer una estrategia global que atienda los problemas planteados y evite futuras amenazas sobre el territorio que, como se ha visto, incidirán finalmente en la viabilidad del propio sector.

No hay que ir muy lejos para conocer propuestas de acción de cara a obtener la sostenibilidad ambiental del sector turístico. Una marco de acción global nos lo proporciona el V Programa comunitario en materia de medio ambiente y desarrollo sostenible. El V Programa incluye el turismo entre los cinco grandes sectores económicos (junto a industria, agricultura, energía y transportes) que deben revisar completamente sus pautas de desarrollo.

El V Programa, aprobado en 1993, perfila tres objetivos básicos:

- Diversificación de los tipos de turismo, con el fin de evitar la concentración territorial.
- Optimización del comportamiento de los turistas, con objeto de dispersar su concentración temporal y la relajación de los hábitos de conducta.
- Aumento de la calidad de los servicios turísticos, con vistas a que las diferentes actividades del sector ganen en sostenibilidad ambiental.

Al mismo tiempo, el V Programa propone varios principios que conforman las bases de la política ambiental de la Unión Europea, de los que destacamos:

- Principio de Prevención, por el que deben priorizarse las actuaciones que eviten los impactos ambientales en su origen, especialmente aquellos de carácter irreversible (p.e. ocupación del litoral).
- Principio “Quién contamina paga”, basado en que las actividades que generen un deterioro del medio internalicen dicho coste.
- Principio de Responsabilidad Compartida, que sienta las bases para un trabajo común entre las administraciones, los agentes sociales y económicos y los ciudadanos.

5. RELACIONES CON EL EMPLEO. ALGUNAS PROPUESTAS

Tanto sindical como socialmente se está cambiando la percepción de la relación entre empleo y medio ambiente. De la consideración ya superada de que la protección del medio ambiente era un factor que amenazaba los puestos de trabajo se está pasando a un convencimiento asumido a escala global: sólo podremos hablar de empleo duradero en los sectores asentados en territorios cuyas características medioambientales sean de calidad y los recursos naturales se encuentran en cantidades suficientes.

Por tanto, en primer lugar, si lo que queremos es **proteger el empleo actual debemos no saturar los destinos que generan riqueza**. Nos engañamos colectivamente si apostamos por dirigir y concentrar el turismo en zonas absolutamente desbordadas y carentes de recursos (caso de Dénia y Xàbia, donde este verano –como en otros anteriores– no había agua potable en la red municipal). Hay que romper el ciclo masificación-agotamiento recursos-deterioro-aportaciones externas-masificación y vincular el uso de un territorio con su capacidad de acogida.

Aunque en estos momentos aún resulte anecdótico ya existen casos en los que los tour operadores empiezan a exigir unos mínimos requisitos medioambientales a sus proveedores. Por ejemplo, el tour operador TUI ha establecido una listado de condiciones

orientado a conocer las características ambientales de los destinos (actuación de los municipios en el tema ambiental) y de las propias empresas turísticas.

Junto a la reflexión anterior sobre el empleo actual, este análisis debemos completarlo con la prospección de nuevas oportunidades de empleo. Al mismo tiempo, la búsqueda de más empleo debe ir unida a un mejor empleo ya que hay que reconocer que **este sector es uno de los líderes en cuanto a precariedad laboral**, falta de formación y de profesionalización.

Los nuevos puestos de trabajo se pueden vincular a tres aspectos diferentes:

- nuevos destinos;
- nueva estacionalidad;
- nuevos servicios.

-NUEVOS DESTINOS-

La búsqueda de nuevos destinos turísticos sólo se puede hacer, en el caso del País Valenciano, mirando hacia el oeste, hacia el territorio interior de nuestra Comunitat.

Es importante que este proceso se entienda como la búsqueda de una doble sinergia: la desaturación de áreas litorales y el aumento del empleo en el medio rural. En definitiva se trata de evitar una sensación de huida desde la costa y que lo único que se haga sea trasladar los problemas que ya existen en dichas áreas hacia otras. En este sentido, las iniciativas que se desarrollen deben respetar al máximo la realidad natural, humana y cultural del medio rural.

El denominado **turismo rural** está dando una primera respuesta a las necesidades antes comentadas. El turismo rural ha crecido en nuestra Comunitat y en el Estado Español pero, sin duda, de una manera muy desigual e insuficiente en el caso del País Valenciano. Un claro indicador de la situación del turismo rural es el número de establecimientos dedicados a esta modalidad. Los datos en 1999 para España⁵ son:

España	3.313	
Aragón	482	14,5%
Comunitat Valenciana	123	3,7%
Castelló	73	59,3%
Alacant	28	22,8%
València	22	17,9%

⁵ Elaboración propia a partir de *Guía de Turismo Rural. Ed. El País-Aguilar. 1999*

En la provincia de Castelló destacan especialmente las poblaciones de Albocàsser y Catí.

Los datos muestran a las claras que el turismo rural en el País Valenciano es absolutamente minoritario y se encuentra en un tercio de la aportación general de nuestra Comunitat a la socioeconomía del Estado (se suele considerar que el País Valenciano aporta el 10% de la población, del PIB, etc.). Estos datos aún son más descorazonadores al evidenciar la importante vocación turística de nuestra Comunitat.

Otra modalidad turística interesante es la relacionada con los **espacios naturales protegidos**. De nuevo aquí se presenta un considerable déficit. En una mera comparación entre las posibilidades de visita de dos parques naturales similares, emblemáticos y próximos como son los del Delta de l'Ebre y l'Albufera resultamos ampliamente goleados. En el caso del Delta de l'Ebre se ha producido una suma de intereses públicos y privados que ofrecen al turista una impecable variedad de ofertas y posibilidades de disfrute de un territorio magnífico. En el caso de l'Albufera, sólo la búsqueda del centro de información ya resulta una aventura en sí misma. Otro indicador en el mismo sentido es comprobar que en los accesos viarios a València la única información turística visible es la relacionada con la Ciudad de las Artes y las Ciencias.

-NUEVA ESTACIONALIDAD-

Uno de los grandes objetivos de las políticas turísticas es aumentar el período de tiempo de utilización de las infraestructuras turísticas. Esta reducción de la concentración temporal mejoraría el empleo, la calidad de los servicios, la adecuación de las infraestructuras medioambientales a su utilización, etc.. Sin embargo, es cierto que es, quizás, uno de los objetivos más complejos debido a la tradición de vincular vacaciones y verano, de la conexión con los periodos vacacionales escolares y, además, por la evidente bondad del clima en esa franja anual de julio y agosto. No obstante, la existencia de dificultades sólo debería servirnos para marcar la necesidad de adecuar estrategias de acción en lugar de llevar a la falta de iniciativas que es lo único que se puede comentar en este sentido. De hecho, existen experiencias en nuestro país y fuera de él que están incidiendo en la problemática de la estacionalidad.

Una estrategia es el desarrollo de paquetes turísticos estrictamente condicionados a otras épocas del año (senderismo, tradiciones culturales, etc.). Otra, es introducir cambios locales en los períodos vacacionales escolares, como ocurre en Suiza. Otra medida, vinculada a la Administración en su faceta de empresa, sería promover el disfrute de vacaciones por parte de los empleados públicos en épocas diferentes al verano. Estas

propuestas, junto a otras que ya se están desarrollando⁶ deben entenderse como la demostración de que existen caminos a explorar con vistas a solucionar ese cuello de botella del turismo.

-NUEVOS SERVICIOS-

Uno de los campos en los que es más evidente la creación de empleo ligado al turismo es en la posible aparición de servicios directos e indirectos que se ofrezcan al turista de manera individualizada o al conjunto del sector.

El punto de partida pasa por asumir que el turismo valenciano debe ser algo más que aparcar gente en la playa durante quince días o un mes. Es necesario personalizar el turismo, conectándolo con nuestra realidad cultural, geográfica y medioambiental. Por tanto, es conveniente promover actividades relacionadas con la educación ambiental y con los valores humanos locales. En esta línea, también encaja perfectamente el desarrollo de actividades medioambientales que persiguen el disfrute responsable de nuestro medio natural.

Al mismo tiempo, un aspecto que suele dejarse desatendido es la desproporción entre el incremento poblacional y la mengua o saturación de algunos servicios públicos medioambientales: gestión de residuos, depuración de aguas residuales, etc. Este problema, que se repite año tras año, podría ser atendido mediante la adecuada dotación tanto de medio técnicos como humanos e, incluso, mediante la reordenación de algunos dispositivos (p.e. contenedores de recogida selectiva).

Una reflexión ligada a la cuestión de los servicios medioambientales municipales es aquella relativa a su financiación. Desde UGT-PV entendemos que sería adecuado intensificar el estudio de fórmulas que están a punto de emplearse en otras Comunidades, que recogen el principio “quien contamina paga” y que ya fueron objeto de propuesta por parte del Parlamento Europeo en 1990⁷: una Ecotasa sobre el turismo para mantener y rehabilitar ambientalmente las zonas turísticas.

Otra línea de trabajo la encontramos en la estrategia de **conseguir cambios de pautas tanto en los turistas como en las empresas del sector**. Respecto a lo primero, es necesario definir un Código de Conducta del turista que se acompañe de campañas de sensibilización durante la temporada vacacional, así como de manera previa al inicio de vacaciones, de manera que todos salgamos hacia nuestros destinos más concienciados

⁶ Plan “D”. Conselleria de Turismo. Govern Balear. 1999.

⁷ Resolución del Parlamento Europeo sobre las *medidas necesarias para proteger el medio ambiente del posible deterioro causado por el turismo de masas, dentro del marco del Año Europeo del Turismo*.

respecto a la necesidad de contribuir a respetar el medio del entorno al que nos dirigimos. En segundo lugar, las empresas turísticas deben desarrollar programas de gestión medioambiental en el marco de la implantación y certificación de un Sistema de Gestión Medioambiental. Hoy por hoy, son muy pocas las empresas del sector que han obtenido una certificación ISO 14001 o EMAS.

6. CONCLUSIONES

Las actuaciones de las diferentes administraciones, especialmente de la Generalitat Valenciana, siguen muy lejanas de los planteamientos que aquí hemos expuesto y que, como se ha dicho, en ocasiones no son más que reflejo de la posición de la Unión europea. Y como prueba de ello sirvan tres ejemplos en los que se aprecia perfectamente la diferencia de estrategias entre la búsqueda de la sostenibilidad del sector turístico y las iniciativas (o pasividades) de la Generalitat Valenciana:

Un TURISMO SOSTENIBLE necesita...	La GENERALITAT VALENCIANA ...
Diversificación de destinos	Promueve un complejo de ocio y actividades aux. (Terra Mítica) en una zona completamente saturada (Benidorm)
Protección del litoral	Aprueba un Decreto que elimina la moratoria sobre la ampliación y construcción de puertos náuticos.
Promoción de los Espacios Naturales Protegidos	Se ha aplazado un año más la aprobación del Catálogo de Zonas Húmedas, el Plan de Gestión de l'Albufera y determinados espacios siguen sin director.

Estas tres situaciones deben inducirnos a todos los agentes sociales y económicos a reclamar a la Generalitat Valenciana una mayor adecuación medioambiental de sus políticas turísticas y, en general, de las relacionadas con la ordenación del territorio.

A modo de conclusión final, dos son las necesidades urgentes que planteamos desde UGT-PV en materia de turismo, medio ambiente y empleo:

- 1) La elaboración de un **Plan Autonómico para la Integración del Turismo y el Medio Ambiente**, en el que primen criterios de ordenación territorial, eliminación de desigualdades socioeconómicas y el consenso social.
- 2) Intensificación de los **Programas de Sensibilización y Formación** de todos los integrantes del sector turístico, a partir de la colaboración entre las administraciones y las organizaciones empresariales y sindicales representativas.