

Cuidar la 'gallina de los huevos de oro'

TURISMO SOSTENIBLE

Este concepto surge en pleno siglo XXI, debido a las necesidades de distintos enclaves turísticos, que deben responder a las demandas del público y a la conservación de los recursos naturales.

Las playas son el recurso básico de la industria turística española, además de ser el imán para atraer extranjeros. Cada año, la costa convierte a España en el segundo país receptor del mundo de turistas y contribuye en buena medida a ese PIB (Producto Interior Bruto) de cerca del 12%. Sin embargo, la relevancia del turismo de sol y playa en la actividad económica del país no debe dejarnos pasivos, ni mucho menos dirigirnos a su abuso. Las especulaciones inmobiliarias y la creciente oferta de alojamientos en la costa están interfiriendo de forma grave en el medio ambiente y, por ende, en la sociedad y actividad económica. Conviene cuidar la que siempre fue nuestra "gallina de los huevos de oro", y que ahora está dando claros síntomas de agotamiento. Por tanto, urge garantizar la sostenibilidad del turismo y se hace necesario reflexionar sobre la necesidad de llevar a cabo una gestión eficiente en las empresas que asegure la buena marcha del negocio, su calidad y supervivencia en el tiempo.

El concepto de turismo sostenible emerge en pleno siglo XXI, como una pieza clave en el desarrollo de cualquier enclave turístico, ya que es necesario que el turismo responda a las necesidades del público y no dañe los recursos naturales. La correcta gestión del medio ambiente es una fuente de innovación y de aumento de competitividad que ayuda a las empresas al logro de un desarrollo sostenible. Las empresas están comprobando los beneficios que conlleva el hecho de ser ecológicamente responsables porque no sólo es un compromiso con las generaciones futuras sino que, a su vez, genera un valor nuevo y una ventaja competitiva.

El turista actualmente no sólo quiere playa, quiere más: calidad y buen precio. Los expertos encuentran en sus clientes una nueva vocación de sentirse como personas, de dejar de ser masas. No quieren ir a destinos masificados, donde no se respeta el entorno medioambiental. En este terreno,



se deberían fortalecer frente a los mercados tradicionales, los mercados turísticos alternativos, y adoptar planes de responsabilidad social corporativa por parte de la empresa turística.

El visitante sabe lo que quiere, tiene acceso a más información (Internet), busca nuevas actividades y reclama una oferta diversificada de más nivel, que le proporcione mayor satisfacción. Nos encontramos con un turista que busca una combinación de vacaciones, turismo y cultura.

Es necesaria una oferta diferenciada

Por este motivo, las diversas comunidades autónomas buscan esa diferenciación para competir, ampliar la oferta turística y desestacionarla. La Generalitat de Cataluña, dentro de su Plan Estratégico de Turismo se ha fijado unos objetivos a cumplir en los próximos cinco años ante los síntomas evidentes de masificación en el modelo de sol y playa. Quiere dar respuesta al nuevo escenario internacional que se ha dibujado en estos últimos años con la entrada de importantes competidores, como Turquía, por ejemplo.

La Generalitat considera que "las ofertas alternativas que ofrecen las diferentes localidades son un referente muy importante para que un turista elija un destino u otro. Tenemos que posicionarnos, somos la segunda potencia mundial pero no podemos limitarnos a vender la imagen turística de nuestro

El modelo de turismo actual da muestras de agotamiento, dejando paso a una tendencia de turismo sostenible



país como una mezcla de sangría, paella, fiestas nocturnas y especulaciones inmobiliarias. Está en manos de todos –instituciones, empresarios, políticos y gente de a pie– el crear una imagen consolidada de turismo de calidad, con profesionales cualificados y con alternativas interesantes”.

En Baleares, donde la masificación de la oferta de alojamientos es también un hecho, se ha puesto en marcha una nueva ONG denominada Turismo Justo, una organización sin ánimo de lucro que pretende servir de conciencia a la sociedad y al sector turístico de la necesidad de trabajar por un turismo más responsable. La nueva entidad está fundada por Carles Tudurí y Joan Miquel Gomis, periodistas y profesores universitarios especializados en turismo.

Los propósitos de la ONG pasan por fomentar el desarrollo turístico sostenible y justo desde el punto de vista económico, social y medioambiental con la finalidad de que la actividad turística beneficie a la población de aquellos destinos menos desarrollados en los que se lleva a cabo.

La preocupación en esta materia llega a Andalucía, donde los problemas ambientales han tenido también un impacto directo sobre todos los agentes económicos. El desarrollo sostenible es hoy una consigna para políticos que debaten una solución junto a las organizaciones internacionales y expertos medioambientales.

Los diferentes gobiernos dicen haber desarrollado, durante las últimas décadas, políticas nacionales relacionadas con la mejora continua para crear el entorno cultural, técnico y organizativo



que anime a las empresas a lograr el objetivo de crecer económicamente de manera sostenible. Pero no ha sido suficiente. Las especulaciones inmobiliarias continúan dándose en la costa, que sigue masificándose de forma vertiginosa y sin demasiado control. Como meta y tarea, el desarrollo sostenible debe garantizar que los mecanismos, estructuras y procesos turísticos no dañen nunca a la sociedad presente y futura. ■

El éxito del turismo sostenible depende del ciudadano, de que sea responsable del cuidado de los entornos que visite