

## X. TURISMO. SOSTENIBILIDAD, INNOVACIÓN Y CALIDAD

La favorable coyuntura experimentada por la economía española en los últimos años en el marco de un crecimiento económico internacional no ha sido debidamente aprovechada para trabajar en la corrección de los déficits estructurales de la actividad turística y en la adaptación a los crecientes cambios de la demanda.

Sobre el mercado turístico español se ciernen indudables amenazas y perturbaciones. Desde el año 2.000 la actividad viene desacelerándose, afectando a la rentabilidad de las empresas y a sus expectativas. Por otro lado, la firme competencia de algunos destinos del Mediterráneo frena flujos turísticos hacia España.

El gobierno del Partido Popular no ha desarrollado una política turística que fijase un modelo coherente de desarrollo sostenible y una acción política basada en el liderazgo, desde un método abierto de cooperación con el conjunto de las Comunidades Autónomas, municipios y agentes concernidos del sector.

Se ha predicado con insistencia la sostenibilidad como modelo y se ha impuesto el protagonismo del ladrillo y del desorden urbanístico, con el crecimiento desmesurado del parque de segundas residencias, (solo las de propiedad de extranjeros se estiman en 1,5 millones de viviendas, y en el año 2002 un 20% de turistas extranjeros ya no se alojaron en plazas turísticas sino en viviendas en propiedad), y con la saturación y degradación –en algunos casos difícilmente reversibles- de los espacios del litoral que concentra ya casi el 90% de las pernoctaciones hoteleras en España.

Y mientras tanto, siguen sin abordarse muchos problemas urgentes, como la seguridad turística de una manera integral, añadiendo al necesario trabajo policial una mayor y profunda colaboración con los agentes locales en los respectivos destinos; o el crónico problema de la estacionalidad; o los seculares problemas de ausencia de un modelo acabado de financiación para los municipios turísticos; o, en fin, las actuaciones para hacer más atractiva y competitiva nuestra oferta.

La política turística del Gobierno socialista tiene su base en cinco grandes principios:

- La mejora del bienestar y calidad de vida de todos los ciudadanos.

- La mejora de la competitividad de las empresas turísticas.
- El incremento de la cohesión interterritorial.
- La preservación del patrimonio natural y cultural.
- El liderazgo del turismo español en la contribución a la paz, la seguridad y la solidaridad.

Por todo ello, los socialistas proponemos la adopción de las siguientes medidas:

### **Incorporación de criterios de sostenibilidad en la ordenación del territorio, el urbanismo y las infraestructuras**

Garantizar el desarrollo del turismo y la competitividad de España como destino sobre la gestión racional, integral y de calidad de los recursos así como sobre el equilibrio territorial y la sostenibilidad. Promoviendo:

- La armonización del desarrollo turístico y la ordenación del territorio desde la sostenibilidad: estableciendo límites al uso del suelo, promoviendo medidas para la recuperación de destinos saturados, fomentando la extensión en los destinos de programas de ordenación de la edificación, planes de custodia del territorio y otras medidas de ordenación del territorio y protección del medioambiente, que impulsen de forma efectiva un desarrollo turístico más sostenible. El concepto de capacidad de carga o acogida deberá estar en la base de todo desarrollo turístico.
- La incorporación a la gestión del turismo de sistemas de indicadores medioambientales para destinos y empresas.
- El empleo de diversos instrumentos de sostenibilidad para adecuar el ritmo de crecimiento urbanístico a las posibilidades de los recursos naturales y de la demanda turística evitando crecimientos desordenados, inviables o insostenibles.

### **Mayor implicación de todos los agentes turísticos e interlocutores sociales en la formulación e implementación de las políticas. Más cooperación pública y más colaboración público-privada, promoviendo**

- La revitalización de los instrumentos de cooperación puestos en marcha en el “Plan Marco de Competitividad del Turismo Español” (FUTURES), motores esenciales de la acción pública turística: Comisión Interministerial, Conferencia Sectorial, y Consejo Promotor del Turismo.
- La creación de un “Consejo Nacional Asesor del Turismo” que haga efectiva la participación empresarial, sindical y social en la política turística a través de recomendaciones e informes en materia de normativa, I+D+i, promoción exterior, así como programas y políticas específicas dirigidas a pymes y trabajadores autónomos.
- El impulso de nuevos instrumentos que refuercen la colaboración público privada y la cooperación interregional y transeuropea.
- El fomento de la participación española en las redes transnacionales de destinos turísticos que colaboran mediante la puesta en común de buenas prácticas de turismo sostenible
- La sensibilización medioambiental de los residentes y los turistas y la implantación de sistemas de pautas sostenibles de comportamiento. La “Agenda Local 21” es un buen instrumento (testado a nivel mundial) de participación ciudadana en planes de acción hacia la sostenibilidad

### **Información e innovación para competir mejor, promoviendo**

- La reorientación del “Instituto de Estudios Turísticos” (IET) en un instituto de vanguardia mundial en la investigación, la innovación y transferencia tecnológica que profundice, además de en el estudio y seguimiento de la actividad turística, en el conocimiento de nuestros grandes mercados y en el comportamiento de sus consumidores, analizando sus motivaciones, sus preferencias, sus hábitos de consumo, y sus expectativas en el momento de elegir un destino, y que impulse el desarrollo de proyectos de innovación y nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de recursos, destinos y empresas.

### **Mejorar las condiciones laborales y reforzar el empleo de calidad, promoviendo**

- La igualdad de derechos a las prestaciones laborales y sociales de los trabajadores a tiempo parcial o temporales con las de los fijos y fijos discontinuos.
- La mejora continua de la formación a lo largo de toda la vida como elemento de cualificación del capital humano y como vía de desarrollo profesional y de estabilidad en el empleo para los trabajadores.
- El desarrollo de programas y productos turísticos específicos que cubran la ocupación en momentos de baja de demanda y que ayuden a mantener la estabilidad en el empleo.
- El incentivo del autoempleo y otras fórmulas de economía social en la puesta en marcha de nuevas iniciativas de servicios turísticos.
- El incremento del apoyo a pymes y trabajadores autónomos en la consecución de estos objetivos.
- La participación activa de los trabajadores en los procesos de mejora y certificación de la calidad, asegurando que unas correctas condiciones laborales sean elementos esenciales de la calidad total.
- El impulso de una política de contratación de inmigrantes más justa y ágil, que dé respuesta a la cada vez mayor demanda empresarial, favoreciendo la participación del sector en la conformación del contingente y en la elaboración de planes de selección, acogida y formación profesional.

### **Una estrategia de comunicación y comercialización más especializada y por segmentos con mayor protagonismo empresarial. Quien vende es el empresario no la Administración, lo que exige:**

- Mayor participación empresarial en el diseño y aplicación de las acciones en materia de comunicación y comercialización.
- Promover la imagen de las Oficinas Españolas de Turismo en el Exterior (OETs) como instrumentos para la comercialización de productos y destinos al servicio de las empresas y los entes gestores de destinos. Desde estas oficinas se establecerá un Observatorio de los mercados emisores.
- Reforzar las actuaciones promocionales integradas con otros organismos como el ICEX, Instituto Cervantes, Cámaras de Comercio, etc. o misiones institucionales de carácter interdepartamental para ofrecer las distintas posibilidades de los destinos turísticos españoles.

- Apoyar decididamente los programas y proyectos dirigidos a la incorporación de las nuevas tecnologías y redes de telecomunicaciones a la comercialización de destinos, productos y empresas turísticas.
- Promover la participación de las empresas españolas en las grandes empresas de comercialización a través de internet para asegurar y mantener el liderazgo turístico español no sólo en destinos sino en la formación y distribución de la demanda

**Desestacionalizar y diversificar la oferta, para configurar un destino más atractivo, seguro y duradero, promoviendo**

- La puesta en marcha de planes específicos para las zonas turísticamente maduras cuyo PIB autonómico depende en porcentajes importantes del turismo, de cara a su modernización, a la implantación de planes de excelencia y mejora cualitativa de entornos y ofertas complementarias.
- La diversificación de la oferta turística de España mediante la elaboración de Planes específicos para el desarrollo de productos, que contribuyan a una efectiva cohesión interterritorial y favorezcan la difusión de una imagen de España diversa y de calidad, con especial atención a los turismos cultural, en espacios naturales/rurales y urbano y congresos y convenciones, gastronómico, deportivo, etc.
- El fomento de Planes Estratégicos locales de seguridad turística, sobre un modelo de auditoría (diagnóstico, estrategias y propuestas concretas de carácter preventivo, corrector y de mejora para optimizar la gestión integral de la seguridad), así como Planes marco de gestión de crisis y situaciones de riesgo o emergencia, para cada ámbito territorial de competencia.
- El apoyo al desarrollo de productos interregionales como el Camino de Santiago, la Ruta de la Plata, la España Verde y nuevos productos que puedan estructurarse al objeto de optimizar el aprovechamiento turístico de numerosos recursos naturales y culturales comunes a diversas Comunidades Autónomas, así como reforzar la cooperación entre ellas en la gestión y comercialización de estos productos.
- Puesta en marcha de un amplio Programa de Accesibilidad del Turismo Español que asegure la posibilidad de disfrute turístico de todas las personas con discapacidad.
- La mejora del programa de Turismo Social Español dándole mayor flexibilidad de oferta y demanda y mayor calidad, siempre teniendo como principio el de máximo mantenimiento de puestos de trabajo, así como la investigación e impulso de programas de turismo social a nivel europeo que aseguren el efecto positivo del intercambio cultural y social, mejoren el empleo no estacional y promuevan el desarrollo del concepto de ciudadanía europea.
- La integración del traspais turístico de los principales destinos litorales con el objetivo de generar valores añadidos medioambientales y de rentabilidad económica entre la costa y el interior.
- El estudio de fórmulas de financiación especial suplementaria para los municipios turísticos que se involucren en actuaciones de mejora de la calidad integral como destino.