

Este puede ser un sistema bastante en servicios en los cuales no se exija infraestructura y una disponibilidad del permanente, características que no son habituales en los servicios de agua fija: la aportación de las cuotas ha de sostenimiento de los costes fijos de la obra y la estructura no directamente relacionada con la producción. El consumo se paga por el primer m³ consumido, a un precio superior a varios precios crecientes o decrecientes. El usuario puede ejercer su opción resolviendo del uso que haga del servicio, pagando por el primer m³ consumido. El usuario no se le facturarían los m³ consumidos. El usuario no se puede eludir, ya que respaldado por la disponibilidad permanente del servicio.

fija comportando mínimo consumo: El usuario no tiene opción de sostenimiento de los costes fijos. El servicio también existe pero desincentiva el consumo, por debajo de un determinado nivel de consumo. Puede tener una justificación si es necesario mencionar en municipios con una gran estacionalidad de la demanda o una alta demanda de residencias secundarias.

Se puede decir que la tendencia general es la de pasar de los sistemas citados, normalmente con precios por niveles o bloque de consumo, ya que se trata de un servicio de agua, a los Ayuntamientos.

EL PAPEL DEL CLIENTE DE LOS SERVICIOS HOTELEROS PARA UN USO RESPETUOSO CON EL MEDIO AMBIENTE

D. VÍCTOR YEPES PIQUERAS
Ing. Caminos. Jefe del Área de Infraestructuras y Ayudas
del Institut Turístic Valencià

Prof. Asociado. Univ. Politécnica de Valencia
D. JESUS OLIVER PINA

Dr. Ing. Caminos. Prof. Titular del Departamento de
Ing. de la Construcción. Univ. Politécnica de Valencia

La actividad turística tiene una importancia económica y social decisiva en la Comunidad Valenciana¹. Sin embargo el desarrollo de un turismo masivo tradicional de «*sol y playa*» ha originado conflictos y problemas medioambientales y de calidad de producto. Entre otros factores, la aparición de nuevos mercados que gozan de un posicionamiento más competitivo en dichas materias y el paulatino cambio en las tendencias de la demanda, cada vez más cualificada, obliga a la realización de los esfuerzos necesarios para la consecución de unos óptimos niveles de calidad en nuestro entorno.

Se ha venido considerando el desarrollo del turismo y la conservación del medio ambiente como dos objetivos *antagónicos e incompatibles*. No obstante, hoy en día parece clara la consideración de ambos conceptos como partes integrantes de un *macrosistema relacionado*² y como *dos realidades sinérgicas*.

Un desarrollo turístico sostenible debe perseguir un mayor equilibrio en las complejas interrelaciones entre visitante, entorno turístico y comunidad local receptora; exige satisfacer los requerimientos del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones venideras para cubrir sus necesidades en el futuro. Sostenible entendido en varias vertientes: *sostenibilidad ecológica* preservando la biodiversidad y el mantenimiento de los recursos naturales, *sostenibilidad social y cultural* en el sentido de posibilitar que los pueblos afectados puedan mantener el control de sus propias vidas y su identidad como comunidades y *sostenibilidad económica*, de modo que sea capaz de generar empleo y rentas por sí mismo.

Dentro de este contexto de «*desarrollo sostenible*» se enmarca el 5º Programa de Acción sobre el Medio Ambiente aprobado por la Comisión Europea en 1992³, que orientará la política de la CE en esta materia durante el período 1993-2000. Refuerza las estrategias preventivas frente a las correctivas, incide de

una manera especial en la necesidad de promover un uso más racional de los recursos y sostiene la responsabilidad de todos los agentes sociales —gobiernos, industrias y ciudadanos— en la protección ambiental.

La preocupación por la calidad ambiental y territorial, a su vez, es una exigencia de la demanda turística. Hoy en día, la práctica totalidad de los estudios que abordan esta temática coinciden en apuntar que dicha cualidad constituye una de las variables más importantes que tiene en cuenta el consumidor a la hora de elegir un destino turístico.

Por ejemplo, en el caso del mercado alemán, y según una encuesta sobre motivaciones de los turistas alemanes de la antigua República Federal, ya en 1985 se consideraba «*vivir en la naturaleza*» y «*alejarse de un ambiente contaminado*» como factores muy importantes para realizar desplazamientos del lugar de residencia habitual por motivos vacacionales.

Tal es la importancia que el mercado alemán concede al medio ambiente, que la propia Asociación de Tour Operadores y Agentes de Viajes Alemanes (DRV), con más de 3.500 agencias de viajes y prácticamente todos los grandes tour operadores como miembros, se han comprometido con el medio ambiente y la cultura, instaurando un Premio Anual de Medio Ambiente de la DRV desde 1987, para proyectos especiales de hoteles o regiones o grupos y editando recomendaciones en hoteles y complejos turísticos, que son enviados a los destinos turísticos como medio de sensibilización a favor del medio ambiente de los gestores y prestadores de servicios en las zonas turísticas.

Para los empresarios del sector, es una buena estrategia intentar captar la fidelidad de un segmento creciente de turistas que cada día se interesan por el medio ambiente.

Un hotel podemos considerarlo como un sistema abierto y dinámico, compuesto por una serie de sub-

fuentes el peso generado por el sector turístico en un 11,5%.

2. Ya en 1978 un grupo de expertos convocados por la OCDE en Salzburgo concluyeron, entre otras consideraciones que «el medio ambiente es una baza importante para el turismo. El mantenimiento de un "buen" medio ambiente es, pues, esencial para el crecimiento turístico. Recíprocamente, una degradación del medio ambiente puede entrañar, y ya lo ha hecho en ciertas regiones, un declive en el crecimiento turístico. Por contra, en ciertos lugares el turismo ha contribuido a la mejora del medio ambiente».
3. Programa de la Comunidad Europea de política y acción en relación al medio ambiente y al desarrollo sostenible (COM [92] 23 final: vol. I, II y III).
4. Tal es la importancia del espacio turístico, que están naciendo iniciativas y proyectos de catalogación de establecimientos turísticos en «ecohoteles» y destinos turísticos en «comunidades», como es el caso del Gobierno Balear, que al ser una iniciativa pionera a nivel europeo, cuenta con el apoyo de Bruselas.

BIBLIOGRAFÍA

ANTÓN, S. (1992). «Medio ambiente y política turística. Medidas comunitarias y estrategias de competitividad del turismo español». Estudios Turísticos, nº 116, pp. 5-25. Instituto de Estudios Turísticos.

ARAGONÉS, J. I. y otros. (1990). La conservación del entorno. Programas de intervención en psicología ambiental. Junta de Andalucía. Agencia de Medio Ambiente.

CAMISÓN, C.; YEPES, V. (1994) «Normas ISO 9000 Y gestión de Calidad Total en la empresa turística». I Congreso de Calidad de la Comunidad Valenciana. Valencia, noviembre.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1994). Informe de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo y al Comité Económico y social

compromiso previo del propio establecimiento hotelero, desde su nacimiento hasta su gestión diaria. Tampoco tiene sentido el esfuerzo individual del cliente, e incluso del hotel sin un destino turístico motivado en el mismo sentido, tanto de las instituciones públicas como de las privadas, e incluso de los propios residentes y resto de turistas y visitantes de la zona 4.

También están apareciendo iniciativas de cadenas y/o establecimientos independientes de hoteles que vienen ofreciendo a sus clientes, en los últimos tiempos, la oportunidad de influir en el «comportamiento ecológico» de un establecimiento, contribuyendo con su libre decisión a reducir el consumo de agua y detergentes que habitualmente utiliza el hotel en los procesos de lavado de toallas de las habitaciones. Esta práctica ha sido estimulada desde Alemania fundamentalmente, debido a las características del estilo de vida de los consumidores de dicho país. Otro tipo de medidas en las cuales puede influir el propio cliente es en el consumo de agua, aire acondicionado o calefacción, utilización de transportes públicos, consumo de productos autóctonos, uso de papel reciclado, etc., lo cual no supone el no poder utilizar las instalaciones hoteleras en toda su intensidad, sino simplemente no derrochar lo innecesario.

NOTAS

1. Según las últimas estimaciones, realizadas por el Banco Bilbao Vizcaya (1991), la participación del turismo en el PIB de la Comunidad Valenciana fue del 8,8%. Si bien es ésta una cifra de mínimos que no cuantifica los efectos inducidos y multiplicadores, pues si se consideran las interrelaciones económicas del turismo con otros sectores, ese porcentaje sin duda se ubica en valores muy superiores. Ello lo confirman las estimaciones realizadas, situando en un 11,6% la participación del turismo en el PIB (1987) de la Comunidad, según recoge el «Libro Blanco del Turismo en la Comunidad Valenciana». Respecto a la proporción del total de empleo, en 1985 se estimaba por las mismas

tivos, por la comparación de los es necesario un estudio riguroso del para crear un producto donde podamos perfilar de forma «ecológico» de la infraestructura de un estudio de impacto del edificio y su diseño adecuadas energéticas, recomendándose mientos térmicos y acústicos. Elementos de decoración con materiales ecológicos, ubicación de espacios, reducción de espacios as-plantas autóctonas y abonos orgánicos básicos para que el mínimo.

ya vez está la instalación hotelera, la administración del hotel puede influir en la protección ambiental: gestión de productos, ruido, uso de detergentes, combustibles, etc. auspiciado por el World Travel (TC), se ha desarrollado por parte de la Tierra, y apoyado por el Programa de la ONU, el programa denominado es el primer programa medioambiental de los viajes y el turismo a

er gran bloque lo constituyen los por parte del cliente, colaboración ambiental. Es evidente que favorable para que los propios establecimientos hoteleros participen en un proceso globalizado ambiental. El turista está interesado en tener programas turísticos que tengan recursos, e incluso puede invertir en colaborar al mantenimiento pero ello no tiene sentido sin un

- sobre las acciones comunitarias que afectan al turismo. COM (94) 74 final. Bruselas, 06.04.1994.
- CONSELLERIA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO, (1990): Libro Blanco del Turismo de la Comunidad Valenciana. Generalitat Valenciana. Institut Turistic València.
- CROSBY, A. Dir. (1992). Manual Mejoras Ecológicas para su Hotel. Ed. Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística. Serie de monográficos NA-TOUR.
- DUCASSE, I. (1991). «Incorporación de la preocupación ambiental en la política turística española». I Conferencia Internacional EcoTrans: Turismo y medio ambiente. Tomo II.
- ELLIOT-SPIVACK, S. M. (1990). «Turismo y medio ambiente: dos realidades sinérgicas», PAPERS DE TURISME, 1990 (3), pp. 26-43.
- GIL, A. (1993). Guía para vivir sin contaminar en España. Libro-til. Editorial Cirene.
- MIDDLETON, V.; HAWKINS, R. (1993). «Practical environmental policies in travel and tourism-part I: the hotel sector». EIU Travel & Tourism Analyst No 6. 1993.
- MIDDLETON, V.; HAWKINS, R. (1994). «Practical environmental policies in travel and tourism-part II: airlines, tour operators and destinations». EIU Travel & Tourism Analyst No 1. 1994.
- INTERNATIONAL HOTELS ENVIRONMENT INITIATIVE. (1993). Environmental Management for Hotels: The industry guide to best practice. Butterworth-Heinemann Ltd. Oxford.
- OCDE (1980). L'impact du tourisme sur l'environnement. Rapport Général. Paris, Organisation de Coopération et de Développement Economiques.
- OLIVER, J. (1995). Recomendaciones sobre el papel del cliente de los servicios hoteleros para un uso respetuoso con el medio ambiente. Dictamen ITVA. Valencia, 1995.
- YEPES, V. (1995) «Turismo sostenible en el interior de la Comunidad Valenciana: posibilidad de un desarrollo turístico complementario al de "sol y playa"». PAPERS DE TURISME, 1995 (17).