



Congreso Nacional del Medio Ambiente
Cumbre del Desarrollo Sostenible

GRUPO DE TRABAJO

GT-TUR

Gestión del conocimiento en turismo y sostenibilidad

Documento Final

DOCUMENTO DEFINITIVO

NOMBRE DEL GRUPO DE TRABAJO:

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN TURISMO Y SOSTENIBILIDAD

PARTICIPANTES

Relatores

1. Nombre y apellidos Joaquín Cassinello Lorente
Institución Fundación Vida Sostenible
2. Nombre y apellidos Ramón Francisco Ramón Santiago
Institución INECO Consultores en Medio Ambiente y Comunicación del
Patrimonio
3. Nombre y apellidos Jesús Blázquez Sánchez
Institución PANGEA Rutas de Turismo Responsable

Colaboradores Técnicos

- Nombre y apellidos Manuel Jesús Cabello Medina
Institución Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía
- Nombre y apellidos Fernando Molina Vázquez
Institución Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía
- Nombre y apellidos José Luis Solano Burgos
Institución UGT
- Nombre y apellidos Javier Gómez-Limón García
Institución EUROPARC España
- Nombre y apellidos Ricardo Blanco Portillo
Institución Secretaría General de Turismo de España
- Nombre y apellidos Antonio López Lillo
Institución EUROPARC España

Nombre y apellidos Juan Julián del Nido Martín
Institución Consejería de Medio Ambiente. J. de Castilla y León

Nombre y apellidos Roberto Aquerreta
Institución Territorios Vivos

Nombre y apellidos Ángela Díaz Martín
Institución Sociedad Española de Ecoturismo

Nombre y apellidos Aránzazu Álvarez Montoya
Institución KOAN Consulting – Consultores Turísticos

Nombre y apellidos José María Luján Murillo
Institución Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía

Nombre y apellidos Daniel Villagrán.....
Institución ISMALAR

Nombre y Apellidos: Guillermo Chacartegui Cirerol.....
Institución Consejería de Medio Ambiente. CA Baleares.....

Nombre y Apellidos: Miquel Àngel Coll Ramis
Institución Consejería de Medio Ambiente. CA Baleares.....

Nombre y Apellidos: Fernando Prats Palazuelo
Institución AUIA.....

Nombre y Apellidos: José Antonio Fernández Bouzas.....
Institución Parque Nacional de las Islas Atlánticas

Nombre y Apellidos: Ramón Pardo de Donlebun
Institución Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía

Nombre y Apellidos: Fernando Alonso Martín
Institución Federación de Empresarios Marca Parque Natural de Andalucía

Nombre y Apellidos: Mercedes Carreño.....
Institución Centro Español de Nuevas Profesiones/ ANESTUR.....

Nombre y Apellidos: Arturo López Ornat.....
Institución Consultor Independiente en Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible

Nombre y Apellidos: Alberto García Lámperez
Institución RENFE

Nombre y Apellidos: Antonio de la Torre Arquillo.....
Institución OCU Ediciones

Nombre y Apellidos: Beatriz Román

Nombre y Apellidos: Cristina del Pozo Sánchez

Nombre y Apellidos: Carlos Díaz Rivero

Nombre y Apellidos: Fernando Fernández-Llebrez

Nombre y Apellidos: Jesús Alonso

Nombre y Apellidos: Gemma Rodríguez.....

Nombre y Apellidos: José Magro

Nombre y Apellidos: Javier Sánchez García

Nombre y Apellidos: Santos Núñez

Nombre y Apellidos: Katia Hueso Kortekaas

Coordinador

Nombre y Apellidos: José María de Juan Alonso



ABSTRACT

La industria turística asume en la actualidad grandes retos en lo que respecta a sus relaciones con el medio ambiente. El cambio climático, las exigencias ambientales de la demanda en los destinos turísticos, el uso racional del agua, la utilización de energías renovables, los códigos de conducta ambiental para empresas y turistas, la arquitectura ecoeficiente y bioclimática aplicada al turismo, entre otros muchos, son todos ellos temas que aún se encuentran en fase de plena discusión entre empresas, Administraciones públicas y expertos.

De forma especial, interesa conocer cuáles van a ser las reacciones de la industria turística y de los destinos turísticos ante el cambio climático.

Este Grupo de Trabajo, que nace con vocación de permanencia en el tiempo, trata de aglutinar propuestas técnicas y contribuir a la difusión del conocimiento y a la sensibilización sobre esta preocupación global, comenzando por tres grandes líneas de trabajo:

- turismo y cambio climático;
- el turismo en los espacios naturales protegidos;
- y los códigos de conducta ambiental en el sector turístico.

Problemáticas acuciantes, como el coste energético y económico del transporte, ponen al turismo en una complicada situación ambiental y económica; que influye de forma directa en las corrientes turísticas, y no sólo en la sostenibilidad, sino en el propio futuro de los destinos. Todo ello, sin olvidar el componente del impacto social del turismo en las comunidades receptoras, y las relaciones entre la capacidad de acogida turística y la capacidad de carga ambiental.

En este CONAMA9, tratamos de presentar un estado de la cuestión con los diversos puntos de vista de los agentes implicados, y de precisar cuáles son las perspectivas del futuro inmediato, dando visibilidad a algunas de las múltiples acciones que se desarrollan en este sentido tanto en España como en el contexto internacional.

Todo ello forma parte de la ética ambiental y del marketing ambiental, sin los cuales los destinos turísticos cada vez tienen menos posibilidades de sobrevivir y de ser competitivos, frente a un mercado turístico emisor cada vez más informado y sensible.

Por la amplitud y diversidad de los temas tratados, este documento no pretende ser exhaustivo, y dado que su vocación es de permanencia en el tiempo, no pretende agotar todos los temas a tratar en el marco de la sostenibilidad contemplada desde la industria turística y del ocio organizado. El tema de la sostenibilidad en un campo concreto, colateral a la actividad turística, como es el de la gestión de la sostenibilidad en los eventos y el mercado de las reuniones, se ha obviado es objeto de un Grupo de Trabajo específico en el seno de CONAMA9, Grupo que también nace con vocación de permanencia en el tiempo.

De forma especial, se apunta a las incipientes iniciativas del turismo responsable como una forma práctica y eficaz de ejercer el turismo sostenible desde las empresas, desde los destinos y desde los propios consumidores turísticos.

OBJETIVOS DEL GRUPO DE TRABAJO

Objetivos generales

Presentar un estado de la cuestión sobre la realidad de la actividad turística frente al medio ambiente y sus perspectivas de futuro inmediato, tanto en España como en el contexto internacional.

Identificar y sistematizar algunos de los principales documentos y fuentes que aportan datos y conocimiento sobre este tema en tres vertientes principales:

- turismo y cambio climático,
- turismo en espacios naturales protegidos,
- herramientas (códigos de conducta y manuales de buenas prácticas) para la gestión de la sostenibilidad en el turismo.

Poner progresivamente este conocimiento al servicio de la industria turística, de las Administraciones encargadas de su planificación y supervisión, así como de la sociedad en general y de la demanda turística en particular.

Objetivos específicos

Recopilar algunas iniciativas útiles para la gestión de la sostenibilidad y de la responsabilidad en destinos y empresas turísticas, de modo que ésta puede aplicarlas en su gestión diaria, en diferentes contextos territoriales y turísticos.

Sistematizar parte del conocimiento existente sobre turismo y sostenibilidad de modo que éste se haga accesible a los empresarios y profesionales turísticos.

Incorporar y valorar las medidas más actuales existentes para mejorar la gestión turística de los espacios naturales protegidos, acompañadas de algunos casos prácticos sobre su implementación.

Presentar un catálogo de las principales buenas prácticas y medidas concretas para mejorar la gestión de la sostenibilidad en los distintos agentes de la actividad turística.

Conocer y valorar las iniciativas y reacciones actuales de la industria turística frente al cambio climático.

Realizar propuestas que sean de aplicación al desarrollo sostenible de la actividad turística en el marco de la cooperación al desarrollo, en especial en América Latina.

Constituir a medio plazo un espacio de encuentro, debate y propuestas prácticas entre investigadores, técnicos, Administraciones implicadas e industria turística, así como los representantes del mundo académico y formativo en relación a la gestión de la sostenibilidad en el turismo.

INDICE DEL DOCUMENTO

1 – Introducción y justificación.

2 – Turismo y cambio climático.

2.1 Consideraciones generales sobre el cambio climático y su influencia en los destinos turísticos.

2.2 Influencia global del cambio climático en la actividad turística. Diferencias en la influencia del cambio climático sobre distintas tipologías de destinos y de modalidades turísticas.

2.3 Medidas y recomendaciones sobre mitigación de los efectos del cambio climático dirigidas a los gestores públicos y de destinos.

2.4 Turismo y cambio climático. Una primera reflexión desde España.

3 – El turismo en los espacios naturales protegidos.

3.1 Los problemas globales de sostenibilidad en los espacios naturales protegidos.

3.2 La gestión sostenible del turismo en los espacios naturales protegidos. Papel de la Secretaría de Estado de Turismo.

3.3 La Carta Europea del Turismo Sostenible en Espacios Protegidos.

3.4 La visión de la actividad turística desde los gestores de los espacios naturales protegidos. Algunas referencias a Castilla y León.

3.5 Casos prácticos de gestión del turismo en espacios naturales protegidos de España. El caso de Andalucía.

3.6 Casos prácticos de gestión del turismo en espacios naturales protegidos de España. El caso del Parque Nacional das Illas Atlánticas de Galicia.

3.7 Modelos de productos turísticos sostenibles en espacios naturales protegidos de España. Turismo ornitológico y de observación de cetáceos como alternativa de negocio en Andalucía.

3.8 Modelos de productos turísticos sostenibles en espacios naturales protegidos en el ámbito internacional. Caso práctico de productos turísticos en espacios naturales protegidos. "Vélo Loisir" en el parque natural regional de Lubéron.

3.9 Propuestas de marcas de calidad en sostenibilidad del turismo en los ENP: Marca Parque Natural. La marca parque natural de Andalucía. Una experiencia en desarrollo sostenible.

4 – Buenas prácticas en turismo sostenible.

4.1 Funciones de los códigos de buenas prácticas en turismo sostenible.

4.2 Necesidad de una reseña analítica de los principales códigos, decálogos y manuales de buenas prácticas existentes.

4.3 Relaciones entre turismo sostenible y turismo responsable

4.4 Recomendaciones aplicadas a las agencias de viajes e intermediarios turísticos.

4.5. Recomendaciones y casos para mejorar la gestión de la sostenibilidad en los Alojamientos y la Hostelería

4.6. Recomendaciones y Casos aplicados a espacios especiales y micro-destinos singulares en: Campos de Golf, Parques Temáticos, Puertos Deportivos y otros microdestinos singulares.

4.7 Código de buenas prácticas en turismo sostenible. Buenas prácticas para un turismo energético sostenible. Ejemplos y casos prácticos.

4.8 Las buenas prácticas ambientales en turismo y la mejora de los resultados

4.9 Recomendaciones y buenas prácticas aplicadas a los profesionales de la información y guiado de grupos turísticos.

4.10 Medidas y recomendaciones para consumidores de ocio en general y turistas en particular.

4.11 Un caso práctico: Estado actual de los sistemas de gestión ambiental en el sector turístico de las Islas Baleares

4.12. La participación de los Trabajadores en el Turismo Sostenible.

4.13 Turismo responsable en el marco de la sostenibilidad.

Grupo de Trabajo sobre Gestión del Conocimiento en Turismo y Sostenibilidad.

Apartado 1 – INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN.

Es necesario realizar una contribución técnica rigurosa y continuada en el tiempo sobre la situación y las perspectivas de evolución de las relaciones entre turismo, medio ambiente y desarrollo sostenible, con la gestión del conocimiento como eje transversal que orienta este documento de trabajo.

El Grupo de Trabajo pretende inicialmente llamar la atención sin eufemismos ni paños calientes sobre realidades muy duras en cuanto al impacto de algunos usos y modelos de actividad turística sobre el medio ambiente y el paisaje; que en algunos casos alteran irremediablemente las posibilidades de desarrollo futuro de las sociedades visitadas y comprometen seriamente otras posibilidades de desarrollo productivo.

Esta situación es común tanto a países desarrollados como a países en vías de desarrollo. La única diferencia es la respuesta mucho más débil que frente a esta situación puedes dar las zonas o países en desarrollo, tanto en aspectos técnicos como financieros.

La abundancia de conocimiento sobre esta temática es paralela a su dispersión, y llega con mucha dificultad a los actores de la industria turística en general, y con mucha mayor dificultad a los actores que se encuentran en zonas rurales profundas, destinos emergentes y países en vías de desarrollo. Para éstos, se necesita hacer un esfuerzo especial y prolongado en el tiempo.

Tanto instituciones como ONG,s dedicadas a la cooperación al desarrollo presentan en general grandes carencias en instrumentos técnicos específicos para la aplicación de las cuestiones cruciales de la sostenibilidad, cuando deben ser aplicadas de forma específica al desarrollo turístico.

Un objetivo fundamental del Grupo a medio plazo es pues la validación y puesta a disposición de instrumentos de sencilla utilización y aplicación a disposición de entidades formativas, instituciones de desarrollo, instituciones turísticas y cualesquiera otras empresas y entidades que puedan necesitarlos, especialmente en el ámbito local. En este momento existen ya algunos instrumentos al respecto, pero en general o son demasiado complejos para su aplicación local o no llegan a los micro-destinos más lejanos. El compromiso de este Grupo de Trabajo con la difusión, la formación y la capacitación debe ser pues necesariamente muy fuerte a partir de cierto momento.

En el caso específico de la cooperación al desarrollo, la definición precisa de los parámetros de sostenibilidad se agrava por la atomización de países, instituciones y entidades privadas que se aplican a la tarea del desarrollo sin marcos conceptuales comunes y con una escasa coordinación entre ellas.

La ausencia de una planificación a largo plazo es sangrante en la mayor parte de los casos, y muchos proyectos de desarrollo se cierran antes de estar plenamente en marcha y ser asumidos y gestionados eficazmente por la población y las entidades locales.

Esta misma ausencia de planificación afecta así mismo, lógicamente, a los aspectos ambientales y del territorio. Municipios pequeños y sin equipos técnicos se ven de pronto inmersos en procesos de desarrollo de enormes complejos turísticos y de ocio y de todas las infraestructuras para darles servicio, que lógicamente colapsan con frecuencia la capacidad local. Generalmente, tales entidades locales no tienen literalmente forme de saber qué va a ocurrir en lo que respecta a medio ambiente, territorio y paisaje en el futuro a medio y largo plazo , ... sin olvidar la cuestión del clima, que merece un tratamiento específico.

Dada la enorme atomización institucional y geográfica de este tipo de iniciativas de desarrollo con un mayor o menor componente turístico, toda contribución en esta materia con documentos de aplicación práctica es poca.

La incorporación de todo tipo de áreas rurales empobrecidas y de países en vías de desarrollo a la actividad turística con vocación sostenible es tan continua y febril como anárquica y carente de modelos globales, lo que hace aún más necesaria esta perspectiva del presente Grupo de Trabajo.

Hay que tener en cuenta que en el momento actual la industria turística se encuentra en una fase crítica de sus relaciones con el medio ambiente, el territorio y el clima. La confrontación de la industria turística con la estructura social y los valores culturales también es habitual en los procesos de desarrollo turístico, y con frecuencia es inseparable de las confrontaciones ambientales.

Por ello, el objetivo general del Grupo de Trabajo incluye la recopilación y el tratamiento de los avances que se han realizado hasta la fecha en estas materias y la propuesta de soluciones y de trabajos pendientes en el nivel macro y en el contexto global.

Hasta el momento, el problema del crecimiento turístico frente al medio ambiente, el territorio y el clima, no se ha abordado ni con la seriedad ni con la amplitud de miras que el tema requiere.

La extensión temática y la complejidad de trabajo se debe especialmente a la gran transversalidad del fenómeno turístico. Por otra parte, el turismo va también acompañado de muy diversos peligros potenciales tanto inmediatos como a largo plazo, que no suelen tenerse a fondo en cuenta en los procesos de desarrollo, dada la evidente capacidad del turismo de generar elevadas rentabilidades en plazos muy cortos.

No cabe duda de que la dispersión de competencias en las materias netamente turísticas y las que involucran a la actividad turística tampoco ayuda mucho a mejorar este panorama.

Curiosamente, existe un efecto muy directo del problema conceptual del desarrollo turístico (frente al medio ambiente, el territorio y el clima) sobre las acciones de cooperación al desarrollo. A pesar de que los factores de sostenibilidad de los modelos de desarrollo turístico que nos son propios, no están nada claros, ni sus efectos a medio y largo plazo tampoco; ocurre que estos modelos se exportan alegremente en los programas de cooperación. Por otra parte, en dichos programas, la descoordinación entre los aspectos turísticos y los aspectos ambientales y sociales es habitualmente muy grande.

Esta situación general se aplica no solamente al turismo convencional sino también a modelos más o menos alternativos como el turismo rural, cuya eficacia como estrategia de desarrollo territorial está relativamente cuestionada en España, con grandes diferencias de impacto entre unos y otros territorios, y se exporta como modelo válido a países con condicionantes turísticos totalmente diversos y contradictorios. Si a este contexto se le añaden los aspectos ambientales y sociales, el tema es muy complejo.

Incluso un modelo muy promocionado y generalizado como es el ecoturismo, o el turismo rural comunitario, especialmente en América Latina, está muy cuestionado y también lleva una serie de fracasos importante a sus espaldas.

Por cierto que una mínima unificación terminológica y conceptual en este aspecto necesita ser una de las primeras tareas del grupo para unificar lenguajes y poder intercambiar conocimientos con otros grupos y entidades de objeto similar.

Por todo ello es objetivo de este Grupo de Trabajo clarificar en lo posible y progresivamente, qué se sabe y que se está haciendo en cuanto a las relaciones del desarrollo turístico con la sostenibilidad, en las diversas modalidades turísticas. La sostenibilidad de los destinos es el objetivo general del que se desprende el tratamiento de la sostenibilidad de cada uno de los tipos de productos.

No nos cabe duda de la gran ambición y complejidad de los objetivos, pero lo consideramos totalmente necesario en el momento actual. Algunas temáticas específicas que se derivan del gran objeto del Grupo de Trabajo son especialmente críticas y sensibles, como el turismo en espacios naturales protegidos, el turismo con comunidades indígenas, la gestión del agua o la eficiencia energética.

Todo ello se enmarca de forma muy clara en los Objetivos del Milenio de lucha contra la pobreza de las Naciones Unidas. No hace falta profundizar en esta declaración de objetivos en las estrechas relaciones entre pobreza y deterioro medioambiental, que se ayudan mutuamente a avanzar en un círculo vicioso muy difícil de romper.

Puede decirse que la apuesta por la sostenibilidad del sector, continuamente publicitada por parte de las diversas Administraciones públicas en España y fuera de ella, se encuentra un poco vacía de contenido práctico, y este Grupo de Trabajo pretende hacer su contribución a rellenar ese hueco. Los beneficios que este trabajo puede reportar, tanto ambientales como económicos y sociales, son demostrables sobre iniciativas y micro-destinos concretos.

Apartado 2. TURISMO Y CAMBIO CLIMÁTICO.

2.1 Consideraciones generales sobre el cambio climático y su influencia en los destinos turísticos.

Debido a factores ambientales como el cambio climático, el turismo está experimentando una notable mutación. Suele decirse que el turismo moderno se “inventó” el 5 de julio de 1841, cuando Thomas Cook fletó un tren para llevar a un grupo de abnegados militantes a un congreso contra el alcoholismo. Este primer viaje organizado, que incluía billete de tren, merienda, partida de críquet y baile, tuvo tanto éxito que, 166 años después, se contabilizan 900 millones de turistas. Para el año 2020 se estima que se llegue a los 1.600 millones de turistas, y que China sea el principal destino turístico.

Pero, ¿seguirá creciendo el turismo durante muchos años? Puede ser que sí, pero ahí está el cambio climático que, de cumplirse las peores previsiones, tendrá un efecto directo sobre los flujos turísticos, sea para desviarlos de los destinos actuales a otros más septentrionales, sea para reducirlos, por voluntad propia de los ciudadanos, que opten por quedarse en casa o viajar a destinos más cercanos.

Se estima que el turismo mundial causa el 5% de las emisiones gaseosas que están provocando el cambio climático, emisiones debidas fundamentalmente al transporte aéreo de turistas. A su vez, el cambio climático tiene una influencia directa y enorme sobre el turismo, como actividad que depende especialmente de las condiciones atmosféricas, por realizarse al aire libre en su mayor parte. Algunos de los efectos que se avecinan (aumento del nivel del mar, inundaciones de zonas costeras e islas bajas, disminución de las zonas esquiabiles,...) pueden tener consecuencias muy serias para ciertos destinos turísticos.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) ya está hablando de los destinos neutros en carbono y de herramientas interactivas de turismo en línea. Son dos de las propuestas debatidas en la Segunda Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo. El cambio de comportamiento de los consumidores, fomentando los viajes neutros en emisiones de carbono, se promoverá a través del Premio de la OMT “Ciberturismo contra el Cambio Climático”.

Puede que en el futuro nos limitemos a visitar los lugares soñados desde casa y a través de Internet. En ocasiones, porque esos lugares habrán desaparecido por efecto del cambio climático. Otras veces, porque prefiramos no viajar para no contaminar más. Nos veremos condenados al ciberturismo, tan diferente de las alegres excursiones que promovía T. Cook, a menos que paremos el cambio climático.

Este año 2008, por primera vez en España una sentencia judicial ha usado el cambio climático como argumento para dar la razón a los grupos ecologistas. Según esta sentencia, la prevista estación de esquí de San Glorio no podrá construirse tal y como estaba diseñada por la Junta de Castilla y León, ya que se considera probado que “es muy dudosa la viabilidad económica de una estación de esquí en ese espacio natural por los cambios climáticos que se están produciendo y por las circunstancias físicas que concurren en él”.

La Organización Mundial del Turismo lleva tiempo alertando en el mismo sentido: la viabilidad de las estaciones de esquí, actuales o futuras, está fuertemente amenazada por los efectos del cambio

climático, ya que la subida de las temperaturas, la menor cantidad de días con nieve y la subida de la cota de nieve a mayores altitudes dificultan la práctica del esquí. En su estudio *Turismo y cambio climático. Hacer frente a los restos comunes*, la OMT pronostica que una subida de temperaturas de menos de 2 °C en el norte de los Alpes supondría la pérdida de 40 días de innivación, cerca de la cuarta parte de los actuales. Por ejemplo, para los Alpes Bávaros de Alemania, eso supondría perder el 60% de su potencial en estos deportes.

Recordemos que en Europa hay 600 estaciones de montaña que producen 50.000 millones de euros anuales: una reducción de su actividad, aunque fuese solamente del 10%, supondría cuantiosas pérdidas económicas.

En España hay ya ejemplos palpables de los efectos del calentamiento en las estaciones de esquí; las estaciones del Sistema Central, como Navacerrada o Valdesquí, llevan varios años bajo mínimos, sin apenas nieve. La caída es brutal, según datos de Francisco Ayala-Carcedo: el número anual de días de nieve ha descendido en el observatorio de Navacerrada casi un 41%, pues de una media de 100 días de nieve en los años setenta se ha pasado a menos de 60 días al final del siglo XX. Los efectos en el empleo, en la actividad comercial de esta comarca serrana y en el futuro de las instalaciones son muy duros.

Las soluciones que se han probado, como poner más cañones de nieve o reconvertir las estaciones en centros de actividades de montaña, acaban siendo inadecuadas, pues el atractivo básico, el paisaje nevado, deja de existir.

El cambio climático no es un juego de salón de varios científicos chalados. Es una realidad incuestionable y sus efectos, y los efectos de las medidas para combatirlo, modificarán sustancialmente el turismo.

2.2 Influencia global del cambio climático en la actividad turística. Diferencias en la influencia del cambio climático sobre distintas tipologías de destinos y de modalidades turísticas.

La vulnerabilidad de la industria turística al cambio climático -y también su significativo papel para la mitigación del mismo- han estimulado a la OMT, además de declarar el cambio climático como el tema central del Día Mundial del Turismo 2008, a desarrollar conjuntamente con el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y con la Organización Meteorológica Mundial (OMM) el estudio "*Cambio climático y turismo: responder a los retos mundiales*". El estudio proporciona al sector las bases para afrontar este fenómeno, señalando directrices de cambio institucional para el transporte, el alojamiento y todos los proveedores de servicios turísticos, así como los usuarios (negocios y tiempo libre); también sugiere herramientas prácticas que pueden utilizar los responsables y los gestores del turismo para promover el crecimiento sostenible del sector.

El citado estudio confirma los diagnósticos al detallar como el cambio climático afectará a numerosos destinos turísticos, sobre todo los ligados a las playas y a las montañas, y tendrá importantes consecuencias en la demanda y en la estacionalidad. Pero también identifica al sector como un relevante emisor de gases de efecto invernadero (GEI) y propone abordar su mitigación. Discute el papel del turismo como verdugo y como víctima del clima. Según dicho informe, el sector turístico debe responder con premura al cambio climático si aspira a desarrollarse de una forma verdaderamente sostenible, reduciendo con inteligencia sus propias emisiones de gases de efecto

invernadero y respondiendo expeditivamente al impacto de sus propias operaciones. Con ese objetivo, será necesario:

Mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero, derivadas especialmente de las actividades de transporte y alojamiento.

Adaptar las empresas y los destinos turísticos a unas condiciones climáticas cambiantes.

Aplicar las tecnologías existentes y las nuevas a mejorar la eficiencia energética.

Garantizar recursos financieros para ayudar a las regiones y a los países necesitados.

La OMT ha fijado 4 objetivos a este respecto: 1) comprender la dimensión del problema; 2) anticipar los cambios que se pueden producir; 3) adaptarse al nuevo entorno que ya está surgiendo, y 4) reaccionar uniéndose a esfuerzos de la comunidad internacional. Material relacionado puede encontrarse en <http://www.unwto.org/climate/index.php>, donde la OMT también se hace eco de los resultados de la Conferencia sobre Patrimonio Mundial, Turismo y Cambio Climático (Ibiza, mayo 2008) y presenta algunos estudios de caso, como es el de las islas Maldivas donde ya se desarrolla un programa de adaptación al CC.

El turismo es considerado, en comparación con otros sectores económicos, como una industria limpia, pero aún emite el 5% de todos los GEI. De esta cuota, el transporte es responsable del 75% de las emisiones, fundamentalmente el transporte aéreo (53%) y por carretera (42%). Encuentran que las vacaciones para las que no se recurre al avión, no incrementan de forma relevante las emisiones de GEI respecto a la vida diaria del mismo ciudadano. El alojamiento es el tercer responsable dentro del sector, emitiendo aproximadamente la mitad que los aviones; los grandes hoteles emiten más GEI en proporción que los pequeños alojamientos o los campings. La emisión desde las actividades es mucho menor (aprox. el 10% de las emisiones del transporte por carretera), y se encuentran diferencias relevantes; lógicamente aquellas que requieren motores, como el ski acuático, emiten mucho más que el senderismo. Pero destaca que las previsiones son de un crecimiento muy rápido, un 152% durante los próximos 25 años, y que la mitigación es más complicada que en otros sectores al provenir de diversos subsectores y de fuentes difusas.

Aunque se reconocen algunos posibles efectos positivos del CC en el turismo, por ejemplo para destinos nórdicos, Rusia y Canadá incluidas, en conjunto los efectos esperados son abrumadoramente negativos: eventos climáticos extremos, ciclones, sequías, incendios, proliferación de algas y medusas en las playas, pérdida de destinos de nieve o acortamiento de las temporadas, además de la subida del nivel del mar. En las costas los destinos más vulnerables serán todas las pequeñas islas y arrecifes coralinos, la erosión o desaparición de playas en zonas llanas y acantiladas, y el grave impacto sobre ciudades costeras, desde Venecia hasta Manhattan. Con un incremento de temperatura media de apenas 2°C la pérdida de nieve en las montañas puede generar el cierre del 60% de las instalaciones en los Alpes alemanes; los glaciares también están desapareciendo a gran velocidad en los Alpes, Himalaya, EE.UU., Canadá. En África se prevé el avance del desierto y la pérdida de enormes poblaciones de animales acuáticos como las aves en los lagos, y de animales terrestres como los leones, elefantes y rinocerontes; en total, la pérdida de un 20% a 30% de las especies del continente. Las sequías y los incendios también afectarán a las extensiones boscosas en países tropicales, y por supuesto a todo el Mediterráneo. Aunque estos cambios serán graduales, ejercerán una presión insostenible en muchos destinos turísticos. Ante estos escenarios, un número creciente de turistas empieza a plantearse la necesidad de reducir sus emisiones, evitar los vuelos, ó enfocarse hacia productos más sostenibles.

La OMT propone mejorar la eficiencia y la tecnología en el transporte, reducir el uso de energía, utilizar combustibles alternativos y compensar las emisiones de carbono. En cabeza de la lista está la utilización de aviones y automóviles, más eficientes, para lo que hacen falta incentivos y medidas

legislativas que estimulen a la industria, así como la inclusión del transporte aéreo en el régimen de comercio de emisiones de la Unión Europea. Proponen algunas medidas concretas para el sector del transporte aéreo. Los automóviles por su lado tienen un potencial de evolución mucho mayor –sin necesidad de recurrir a los discutidos biocombustibles; igualmente los alojamientos, utilizando diseños bioclimáticos y aparatos y luces más eficientes. Algunos grupos hoteleros (Accor) tienen ya previsto equipar todas sus instalaciones con energía solar antes de 2012.

Una forma de acercarse a la neutralidad en la emisión de GEI es a través del comercio de carbono, que permite a una persona o empresa contribuir a la protección del medio ambiente mediante la compra de estos créditos que compensan de forma monetaria y gravan las actividades menos sostenibles. Estos créditos se suelen emplear en medidas mitigatorias o de adaptación al CC como son la siembra de árboles ó el impulso de las energías renovables. Aunque esta es una solución polémica ya que desplaza la responsabilidad del proveedor al consumidor, no debe despreciarse su incentivo -económico y disuasorio- como una herramienta más para enfrentar un problema tan atomizado y complejo.

La OMT insta al sector turístico a promover la innovación como principal factor en la búsqueda de la neutralidad climática a largo plazo y apela a los sectores público y privado a reafirmar su compromiso de compartir técnicas, tecnología y datos. Actualmente los Estados miembros de la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI) trabajan actualmente en la elaboración de un sistema mundial normalizado para medir las emisiones por tipos de aeronaves y rutas.

El cambio climático no es una preocupación nueva para la OMT; ya participó en la Cumbre de la Tierra en Rio de Janeiro (1992), convocó recientemente una conferencia mundial sobre turismo y CC en Djerba (Túnez 2003) y su reciente actualización en Davos (2007), participó como agencia de Naciones Unidas en la Conferencia Mundial sobre Cambio Climático en Bali (2007), además de una activa participación en foros mundiales sobre turismo, Conferencias Ministeriales, y ha creado un servicio de intercambio de información sobre clima y turismo en Internet (www.unwto.org). La OMT está trabajando en la producción de recomendaciones para todos agentes del sector turístico, entre ellos gobiernos, organizaciones de gestión de destinos, empresas de transportes, operadores, hoteles, y los propios turistas.

2.3 Medidas y recomendaciones sobre mitigación de los efectos del cambio climático dirigidas a los gestores públicos y de destinos.

En el siguiente texto se ahonda respecto a la relación entre el turismo y la energía, analizando posibles medidas paliativas que reduzcan la demanda energética actual del sector y reconduzcan la situación actual no sostenible. De acuerdo con las directrices del grupo de trabajo, se analizan medidas capaces de invertir la situación actual denominadas en el texto como estructurales.

En la actualidad, al igual que el resto de labores en el que el hombre participa, las actividades turísticas requieren energía y, por tanto, son directamente dependientes de la disponibilidad de recursos energéticos, lo que implica consecuencias tanto económicas como medioambientales. No obstante, la repercusión económica derivada del consumo energético en este caso no supone una barrera, en el sentido de limitar sensiblemente la actividad del sector turismo.

Se detecta que a nivel particular no se es consciente de las consecuencias ambientales que conllevan las actividades asociadas al sector turismo, si bien sus efectos se ponen de manifiesto

cuando estas actividades son realizadas por un elevado número de ciudadanos. Por ejemplo, si consideramos que la operación salida de un puente festivo en España implica aproximadamente unos 6 millones de desplazamientos, se deduce que el consumo energético de dichos desplazamientos equivale a consumir aproximadamente el 10% de la producción global de energías renovables de Andalucía en el año 2005.

Desde el punto de vista energético, los sectores principalmente implicados en el consumo energético de las actividades asociadas al sector turismo son: el sector transporte y el de edificación y servicios. Dichos sectores transfieren su dependencia energética a las actividades asociadas al sector turismo, con la que están directamente relacionados.

La energía en el sector transporte tiene una notable relevancia, transfiriendo su dependencia energética al sector turismo, de ahí el interés de plantear buenas prácticas energéticas en el sector transporte que minimicen y optimicen su consumo.

Dado que la actividad turística implica, independientemente del medio utilizado, desplazamientos, tanto hacia el lugar como en el propio lugar objeto de la actividad turística, se deberán utilizar los distintos medios de transporte o combinación de estos que impliquen un menor impacto medioambiental.

La demanda de energía requerida para un desplazamiento está en función del medio empleado y la distancia a recorrer. No obstante, a fin de poder establecer comparaciones y evaluar la repercusión energética de cada medio, ésta se deberá establecerse por usuario. Como punto de reflexión, se estima que el coste de consumo energético entre un desplazamiento en el que se use un vehículo privado es aproximadamente 22 veces superior al que supondría el mismo desplazamiento en tren. En esta cifra, se tiene presente que el coste energético de un medio de transporte no es únicamente el formado por el coste directo asociado al propio medio (el combustible utilizado), sino que existen otros costes indirectos, tales como los derivados de los servicios complementarios y auxiliares del medio, (por ejemplo, consumo de energía en estaciones, aeropuertos, servicios de mantenimiento y auxiliares, etcétera), así como todos los relacionados con la construcción de las infraestructuras de los medios de transporte.

El otro sector principalmente implicado en el sector turismo es el sector edificación y servicios, pues el alojamiento y el uso de servicios turísticos son componentes de la actividad turística. Ambas actividades se caracterizan por una menor dependencia energética que el transporte, si bien el uso continuado y acumulado de estas puede alcanzar valores representativos de consumos energéticos por usuario.

Al igual que en el caso del transporte, el coste energético derivado del uso de un edificio asociado a actividades turísticas estará formado por un coste directo, derivado del consumo de los combustibles y energía eléctrica que le son necesarios para su funcionamiento, y costes indirectos requeridos para los servicios que son demandados del exterior, pero que son derivados de la propia actividad turística.

Como consecuencia de lo anterior se deben exponer medidas y recomendaciones paliativas, que contribuyan a mejorar los efectos negativos que el exceso de consumo supone para el medioambiente, y estructurales, que conviertan la situación mejorada en una situación **energéticamente sostenible**. La convergencia hacia una postura sostenible y optimizada, en cuanto a la utilización de los recursos energéticos, en el sector turismo puede exigir amplias reformas en cuanto al concepto de esta actividad y requerir un plan de acción a largo plazo. Dicho plan de acción

se escapa del objetivo de este texto, si bien a continuación se establecen algunas directrices de tipo estructural que se consideran fundamentales.

Se entiende por medida estructural, aquella que pretende una redefinición de la estrategia global para la reorientación del problema energético existente.

- a) Potenciar el **turismo autóctono** en detrimento del turismo que implique desplazamientos.

Se recomienda que los ofertantes de turismo de cada pueblo, ciudad comarca y provincia elaboren un estudio de las necesidades turísticas de sus habitantes, para así ampliar su oferta de servicios y conseguir evitar que necesiten desplazarse para realizar actividades que se pudieran ofertar en su propio pueblo, ciudad, comarca o provincia. Por ejemplo: una ciudad en la que se detecta que sus habitantes tienen interés por congresos de medio ambiente debería ofertar congresos en su ciudad, evitándose desplazamientos de sus habitantes a otros lugares donde se ofertan dichos congresos.

- b) Fomento del **transporte público**. Para ello, se debe trabajar en tres ejes fundamentales:

- Creación de **nuevas ofertas del transporte público** en función de necesidades detectadas. Se recomienda crear nuevas ofertas de tipos de transportes públicos disponibles para viajar de un punto a otro. Se pretende dar opciones al usuario, de manera que su elección facilite su uso.
- Creación de **nuevas interconexiones** entre transportes públicos. Se deben detectar las dificultades existentes en la conexión entre los distintos tipos de transportes públicos, para potenciar la creación de nuevas redes que se caractericen por su continuidad; así se fomentarán aquellos viajes que impliquen el uso de distintos tipos de transportes públicos.
- **Accesibilidad** al transporte público. Una vez diversificado y mejorado el transporte público, se propone implementar herramientas a través de las cuales cualquier usuario pueda solicitar su ruta en transporte público, desde un punto a otro de su interés, y obtener información rápida y clara.

- c) Establecer un **sello de sostenibilidad energética** en centros asociados al sector turismo. Desarrollo de un marco legal que habilite el empleo de un sello de sostenibilidad energética a los centros asociados a actividades del sector turismo que se caractericen por una alta calificación energética.
- d) Creación de una red de **alojamientos y actividades sostenibles**. Diseño y ejecución de nuevos hoteles y actividades que impliquen un respecto máximo con el medio ambiente.
- e) Fomentar **redes de ocio** alrededor de grandes ciudades. Incrementar opciones de nuevas actividades turísticas en torno a urbes con gran población, pretendiendo evitar la salida de la población de un determinado radio a la redonda, pero siempre cubriendo sus necesidades de ocio y turismo.
- f) Crear **programas de incentivos** mejorados para instalaciones asociadas al sector turismo en el ámbito local. Incentivar instalaciones destinadas al turismo y ocio en el ámbito local con el fin de evitar que los habitantes del entorno busquen zonas alejadas para el desarrollo de actividades de las que carecen. Se recomienda un estudio previo de necesidades turísticas de la ciudadanía de la zona.

Finalmente, se debe destacar la necesidad de plantear un **plan energético estratégico**, de carácter estructural, que aproveche las sinergias de los actores implicados en el sector turismo: políticos, empresarios, trabajadores y ciudadanía, en aras de alcanzar, a nivel local, un turismo energético sostenible y, a nivel global, contribuir a la reducción del cambio climático.

2.4 TURISMO Y CAMBIO CLIMÁTICO. UNA PRIMERA REFLEXIÓN DESDE ESPAÑA

Turismo y Cambio Climático: todo indica que las claves que han sustentado el turismo español desde los años sesenta están agotadas y que una serie de temas centrales están alterando de forma sustancial sus cimientos. En un mundo cada día más condicionado por la velocidad de los cambios y el aumento de las incertidumbres, reflexionar en torno al turismo y su futuro requiere considerar no sólo sus propias transformaciones internas sino, también, su relación con la evolución de los sistemas vitales de la biosfera y, muy especialmente, con el Cambio Climático Global, reconocido en la actualidad como uno de los mayores retos de futuro.

Los procesos subyacentes. Para entender esas relaciones entre Turismo y Cambio Climático, conviene recordar que en el fondo del panorama general subyacen procesos de tanta importancia, como el alza estructural del precio de la energía o los compromisos europeos relacionados con el proceso abierto en Kioto que ya están teniendo efectos importantes sobre la aviación (reducciones significativas de impacto climático al 2011) y que apuntan a decrecimientos en las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) para el año 2020 en torno al 20% con relación al año 1990.

El déficit español. Sin embargo en nuestro país, por diversos motivos, apenas hemos empezado a plantearnos las correspondientes relaciones entre turismo, energía y clima, lo que está provocando un serio déficit de posicionamiento institucional y empresarial con relación a tres cuestiones clave: el conocimiento sobre el alcance de la interdependencia entre esas tres variables; las acciones de mitigación de la emisión de gases de efecto invernadero; y los planteamientos de adaptación al cambio energético/climático que se nos está echando encima.

La necesidad de abordar el reto energético/climático. Trabajar con la hipótesis de que el Sistema Turístico Español, con el peso que tiene en la actividad económica del país y en sectores clave como el transporte, la edificación, el alojamiento y el ocio, podría eludir el reto climático, puede constituir un grave error estratégico. Ya existen iniciativas de "impacto climático 0" en el mundo y todo apunta a que hay que abordar el reto climático desde ahora mismo.

2.4.1 Turismo y cambio climático. La experiencia internacional.

El estado de la cuestión en el mundo. Lo cierto es que las instancias internacionales vinculadas al turismo, tanto las institucionales como las privadas, apenas han reaccionado hasta hace muy poco tiempo. Desde las primeras formulaciones de la Cumbre de Río en 1992 ha existido un largo vacío (con el paréntesis de la Conferencia de Djerba (2003)) hasta 2007, año en el que la Organización Mundial de Turismo (NNUU-OMT) ha multiplicado las reuniones sobre el tema en Davos, Londres y Cartagena (Colombia) como preámbulo de la Cumbre del Clima en Bali (diciembre 2007).

Las últimas aportaciones. Varias son las aportaciones de los últimos estudios de NNUU-OMT sobre la relación entre Turismo y Cambio Climático en el mundo:

- La necesidad de considerar el turismo en sus relaciones con la energía/clima como un sistema integrado que contemple el conjunto de sus eslabones clave (transporte, destinos y servicios).
- Una primera estimación sobre la creciente importancia de la “huella climática” inducida por el turismo (el 5% del total mundial equivalente a 1.307 Mt de CO₂ en 2005) y una llamada de atención sobre la progresiva incidencia ambiental y climática de los procesos de transporte, alojamiento y actividad de 850 millones de turistas internacionales y de, aproximadamente, cinco veces más de turistas nacionales.
- La especial importancia del transporte (incluida la movilidad en destino) como uno de los sectores clave (representa en torno al 75% del impacto turístico total) y, más en concreto, de la aviación que supone el 40% del impacto turístico total.
- Un “mapamundi” en el que se identifican los “puntos calientes” en la relación Turismo – Cambio Climático.
- Una serie de escenarios 2005 – 2035 sobre la emisión de GEI, en función de distintas estrategias energético/climáticas, que van desde un crecimiento del 152% s/2005, en el caso de mantenerse las tendencias actuales, hasta una reducción del - 16% s/2005 si se adoptaran medidas significativas de ahorro, eficiencia, etc..

Las políticas de mitigación propuestas por la NNUU-OMT en Davos. Cuatro son las principales recomendaciones establecidas en las Conferencias de NNUU-OMT sobre el tema:

- 1º) Reducción del consumo energético: especialmente fomentar los viajes con menor carga energética/climática por modo de desplazamiento y distancia.
- 2º) Mejora de la ecoeficiencia en transporte, destinos, instalaciones y servicios.
- 3º) Utilización de energías renovables, principalmente solar y los biocombustibles en los transportes.
- 4º) Compensación de las emisiones de carbono con acciones que consigan ahorros similares a los impactos generados; tema simbólico (utilizado por NNUU-OMT en sus Conferencias), aunque discutible si no se acompaña del resto de las medidas apuntadas.

2.4.2 Turismo, sostenibilidad y cambio climático. La necesidad de reformular el modelo turístico español.

La necesidad de reformular las lógicas de desarrollo del turismo: El turismo español atraviesa un momento difícil que requiere una reconsideración a fondo de las pautas de desarrollo vigentes en las últimas décadas. Los rasgos críticos que apuntan a ese cambio se cifran en términos de estancamiento de la economía turística (pernoctaciones, gasto medio e ingresos país en valor constante); de emergencia de importantes transformaciones en la cultura turística y el ocio vacacional; de límites de competitividad tradicional basados en una difícil relación “bajo precio – alta calidad”; de desbordamiento de la carga ambiental en el Mediterráneo y las islas; etc. etc. Y, en esa necesaria reformulación del paradigma turístico, la inclusión del “reto climático” constituye una cuestión ineludible.

Algunos datos anuales significativos del turismo español (nacional + internacional) (reglado + “residencial”):

El turismo español viene a representar el 11% del PIB y genera incidencias ambientales significativas:

- Incidencia urbanística : 19 millones de plazas (creciendo)
- Incidencia en transportes : 214 millones de viajes (creciendo)
- Incidencia de la estancia : 1.255 Millones de pernoctaciones (estabilizada)

Fuente: Informe sobre sostenibilidad del "Plan Estratégico del Turismo Español Horizonte 2020.

Los efectos del Cambio Climático en España. Todos los análisis apuntan a que el Cambio Climático está afectando ya, y lo seguirá haciendo con mayor intensidad en el futuro, a nuestro país. Se estiman aumentos de temperatura por década de unos 0,4º grados en invierno y 0,6º- 0,7º en verano, reducción de precipitaciones y de disponibilidad de agua, así como aumento de sequías, desertización y riesgos ambientales. Los territorios más afectados – el litoral, el Mediterráneo, el interior más árido y las zonas de montaña – coinciden, en gran medida, con los principales destinos turísticos del país y en ellos se irán produciendo alteraciones significativas en los ecosistemas, la biodiversidad, los sectores agrario y forestal, etc. etc.

La especial incidencia del Cambio Climático en el litoral. De hecho, según recientes estudios del Ministerio de Medioambiente, ya se constatan subidas del nivel del mar del orden de 2,5 mm/año y se estima que el efecto combinado del aumento del nivel del mar, el correspondiente retroceso de la línea de costa (15 cm/2050) y el aumento de la energía y la variación de dirección del oleaje, pueden llegar a producir retrocesos de hasta 70 m en algunos tramos costeros en el año 2050.

El Cambio Climático afectará al conjunto del Sistema Turístico, incluido el Transporte. Aumentará la presión para reducir su factura energética/climática, incrementado la necesidad de aumentar las medidas de reducción y ecoeficiencia. Las alteraciones inducidas por el precio de la energía y la regulación del transporte aéreo europeo en 2011 podrán repercutir significativamente en las correspondientes tarifas y en los destinos más distantes de los países emisores. Todo ello repercutirá en el fomento de sistemas menos contaminantes, de planes de movilidad sostenibles en destinos y de estímulo de las "vacaciones de proximidad"

El Cambio Climático también afectara a los Destinos y Servicios turísticos, elevando la presión para establecer límites de carga energética/climática (energía, edificación, movilidad...), la implantación de

energías renovables y de sistemas de gestión medioambiental. Además será necesario prever y acometer medidas de adaptación al cambio, especialmente en el litoral, Mediterráneo, Espacios Naturales Protegidos y la montaña vinculada a los deportes de invierno.

Un “Escenario Tendencial 2020” no deseable. ¿Qué pasaría si no se reformularan a fondo las lógicas vigentes, posición ante el Cambio Climático incluido? Esta es una pregunta interesante que, por falta de previsión y de información, apenas estamos en condiciones de responder. Sin embargo, entre los trabajos realizados en torno al “Plan Estratégico del Turismo Español Horizonte 2020” se ha formulado una aproximación al tema, basada en la proyección al año 2020 de nueve indicadores agregados clave, con un resultado ciertamente preocupante: estancamiento de los ingresos-país a valor constante, más oferta alojativa y peor ocupación del parque turístico existente, y aumento de la carga ambiental y climática.

2.4.3 El Plan Horizonte 2020, una oportunidad que no debería desaprovecharse.

El “Plan Horizonte 2020”. EL 7 de noviembre de 2007 el Consejo Español del Turismo aprobó por el “Plan Estratégico del Turismo Español Horizonte 2020”. Se trata de un documento de posicionamiento general que realiza una reflexión innovadora sobre los problemas y soluciones del modelo turístico español y entre otros aspectos (productos, conocimiento, innovación, etc.) apuesta por: una revalorización del sistema turístico superadora de la lógica del “crecimiento ilimitado” centrada en la generación de “valor añadido”; la sostenibilidad como uno de los ejes básicos de sus metas; la necesidad de reducir el impacto ambiental inducida por el sector y de tomar en consideración los compromisos europeos de Kioto y post - Kioto. En todo caso, se trata de un documento interesante cuyo valor final dependerá de su, todavía pendiente, concreción operativa.

Las posibilidades de un posible “Escenario Alternativo 2020”. Como alternativa al “Escenario Tendencial”, el grupo de trabajo del “Área de Sostenibilidad” del Plan propuso un “Escenario Alternativo 2020” que haría posible compatibilizar tres objetivos clave: la contención del crecimiento urbanístico, la reducción de la carga ambiental/climática en un – 1,4% anual hasta el 2020 – y la mejora de los ingresos turísticos. Eso sí, sobre la base de apostar a fondo por la revalorización sostenible del conjunto del Sistema Turístico Español, un aumento razonable del gasto turístico (1,5% anual) y ambiciosos programas de ahorro y ecoeficiencia en el conjunto del sector (25% en 2020).

En todo caso, el Plan, que cuenta con un Programa Marco al 2020 aprobado por el Consejo Español del Turismo y las Comunidades Autónomas, y unas Líneas de Acción al 2012 en las que se concretan una serie de acciones prioritarias.

2.4.4 Diez referencias para construir un nuevo paradigma en la relación entre turismo y cambio climático en España.

Un decálogo de ideas para el debate: finalmente y a modo de reflexión para el debate se apunta un decálogo de ideas para incorporar el reto del Cambio Climático a la reformulación del modelo turístico español.

1. Ante todo, afrontar el reto del Cambio Climático. Y ello significa invertir en conocimiento sobre el tema; asumir las responsabilidades correspondientes sobre la mitigación de las emisiones que lo generan; y sopesar y planificar, con la debida anticipación, la adaptación a los cambios.
2. Pensar en clave de Sistema Turístico y Ciclo de Vida de los procesos. Esto es, trabajar con una visión integral de la cadena del valor del sector – transporte, destinos y servicios – y hacerlo con una consideración de los impactos climáticos incluidos en el conjunto del ciclo de vida de los procesos, desde la “cuna a la tumba”.
3. Trabajar con escenarios de referencia al año 2020 con el objetivo de alinear la huella energética/climática del turismo con los compromisos climáticos europeos e internacionales. Y contrastar como se comportan los factores clave de un escenario integral: ingresos, productividad, impactos ambientales y climáticos, etc. Y, a partir de ahí, tomar decisiones que conduzcan a una deseable confluencia con los compromisos europeos para el año 2020.
4. Reconocer la necesidad de reformular el modelo turístico vigente. Porque, además de los impactos ambientales, las contradicciones del modelo de “crecimiento ilimitado” han acabado por afectar a la propia viabilidad del sector y porque esta sólo podrá recuperarse con un giro radical de las lógicas turísticas vigentes hacia nuevos paradigmas que asimilen una planificación y gestión respetuosa con la existencia de “límites de carga” ambiental/climática.

5. Una nueva lógica: sustituir el “crecimiento ilimitado” por el “incremento del valor integral” del Sistema Turístico. Esa nueva lógica debería permitir articular la recuperación de valor y, a la vez, evitar seguir alterando los ciclos vitales de la Biosfera, ya que sólo desde esa perspectiva será posible crear una nueva relación sostenible entre el turismo y el Cambio Climático en España.

6. La revalorización en clave sostenible del sistema turístico, debería permitir compatibilizar: optimización de las oportunidades turísticas y socioeconómicas, reequilibrio territorial, contención del crecimiento inmobiliario, mucho más ahorro/eficiencia y progresiva reducción de la carga ambiental y climática. Y ello es posible, tal y como apuntan los escenarios elaborados para el “Plan Estratégico del Turismo Español Horizonte 2020”.

7. Máxima atención al transporte por su alta incidencia ambiental y climática. Activa asimilación de los nuevos compromisos aéreos comunitarios al 2011, ahorro y fomento de los modos menos contaminantes, planes de movilidad sostenible en destinos, impulso del turismo de proximidad etc.

8. La importancia de los destinos y servicios. Sin duda, uno de los eslabones clave: más valor para una mejor economía, mayor aprovechamiento de los recursos existentes y menor impacto ambiental y climático. Tales cuestiones debieran estar incluidas en las agendas de trabajo de los destinos turísticos del país para, plantearse hacia el futuro, calificaciones excelentes con relación a su comportamiento climático.

9. Anticipación en la adaptación de las zonas más vulnerables, especialmente el litoral mediterráneo y los destinos de naturaleza y montaña, porque sólo disponiendo de tiempo se podrán gestionar adecuadamente los problemas derivados de la incidencia del Cambio Climático en dichas zonas.

10. Aprovechar y concretar las oportunidades abiertas por el Plan Horizonte 2020. El Plan plantea una serie de oportunidades que es muy importante que se lleguen a concretar desde el primer momento:

- Más Innovación, más Conocimiento, más Talento y más Redes de Cooperación en torno a las relaciones Turismo – Sostenibilidad – Cambio Climático, así como la creación de un Observatorio sobre la Sostenibilidad del Turismo (OST) que incluya los factores climáticos.

- Creación de grupos de trabajo específicos en torno al diseño de medidas de mitigación y adaptación al Cambio Climático en los eslabones clave de la cadena de valor turístico.
 - Lanzamiento de prototipos emblemáticos replicables en el conjunto del Sistema Turístico (destinos, empresas, etc.) que incorporen estrategias sostenibles y climáticas (mitigación + adaptación) coherentes.
 - Impulso a la rehabilitación integral de los destinos turísticos maduros del litoral y de proyectos integrales en el interior del país, en clave sostenible y con planteamientos de “excelencia” con relación a sus comportamientos energético/climáticos.
 - Un liderazgo institucional comprometido y compartido para convertir el Plan Horizonte 2020 en una acción conjunta en torno a un cambio de paradigma turístico en clave de sostenibilidad local y global, incluido el Cambio Climático. Y, para el año 2012, entre otros temas, debieran poder concertarse compromisos concretos con relación al alineamiento climático del turismo español en torno a las posiciones europeas post – Kioto.
-

NOTA: Se proponen otros temas pendientes de tratar en mayor profundidad, en sucesivos encuentros del Grupo de Trabajo, en el apartado de Turismo y Cambio Climático, como son:

Previsiones en las reacciones y tendencias de la demanda.

La influencia del cambio climático en la deslocalización de destinos turísticos tradicionales.

La reacción de la industria turística ante el cambio climático.

La reacción de los gestores públicos de los destinos turísticos ante el cambio climático.

Crear una base de referencias de los principales datos, manuales y materiales existentes.

Apartado 3 – TURISMO EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

3.1 Los problemas globales de sostenibilidad en los espacios naturales protegidos

El término “desarrollo sostenible”, que nació con la intención de crear una nueva conciencia del desarrollo capaz de mantenerse dentro de la capacidad de carga de la propia naturaleza, se ha convertido en un término ambiguo hasta el punto de servir como “burladero para escapar a la crisis ecológica y a las connotaciones éticas que conlleva el crecimiento económico” (Naredo, 1996). Este hecho está potenciando el auge de un nuevo concepto como es el de “servicios de los ecosistemas”, un término menos susceptible de interpretaciones abiertas y que refleja la importancia de respetar y mantener los procesos ecológicos fundamentales.

Los espacios naturales protegidos (EENNPP), como áreas del territorio destinadas a la protección de la biodiversidad y al mantenimiento y conservación de procesos ecosistémicos básicos, constituirían, potencialmente, piezas fundamentales a la hora de articular políticas territoriales basadas en la sostenibilidad desde sus tres parámetros fundamentales: las esferas ambiental, social y económica.

Asimismo, la gestión de los EENNPP ha ido evolucionando desde una visión fundamentalmente proteccionista y dirigida a la conservación de espacios prístinos y sin intervención humana -herencia de los primeros espacios protegidos declarados en EEUU durante el siglo XIX y fundamentada en “islas de conservación”-, a una perspectiva en la que los EENNPP desarrollan un papel más integrado en el conjunto del territorio, con una mayor o menor intensidad de actividades humanas y donde se desarrolla una gestión del uso público, además de contemplativa y recreativa, también centrada en la **comunicación** ambiental. Desde esta perspectiva, los EENNPP pueden considerarse “laboratorios de sostenibilidad”, donde las actividades productivas se compatibilizan, idealmente, con los objetivos de conservación del espacio de modo que se asegura el mantenimiento del flujo de bienes y servicios ambientales provistos por el EENNPP.

Sin embargo, uno de los principales problemas globales de sostenibilidad en los espacios protegidos es la gestión del territorio fuera de éstos. Los EENNPP no son sistemas aislados, sino que están estrechamente relacionados con los sistemas ambientales, económicos y sociales en los que se integran. En este sentido, sólo una ordenación territorial desarrollada a escala suficientemente amplia (comprendiendo todo el mosaico de usos del territorio y sus relaciones) podría asegurar que las funciones desarrolladas en las esferas económica y social no condicionen irreversiblemente la capacidad de la esfera ambiental de mantener las funciones que le son propias y que, en última instancia, ejercen de soporte para las anteriores.

La experiencia que quizá haya permitido desarrollar con mayor o menor intensidad el papel que las áreas protegidas pueden cumplir en el marco de la sostenibilidad, es la llevada a cabo a través de planes y estrategias para el desarrollo sostenible cuyo ámbito de actuación han sido espacios protegidos y sus áreas de influencia socioeconómica. En general, se trata de procesos de planificación y acción orientados al largo plazo, fundamentalmente participativos y en los que las áreas protegidas ejercen de “piedra de toque” para la puesta en marcha de proyectos piloto potencialmente replicables, cuyo fin es la compatibilidad de los usos con los objetivos de conservación y la valorización económica del patrimonio natural. Su mayor o menor capacidad de generar procesos firmes hacia la sostenibilidad ha recaído en su capacidad de integrar la variable

ambiental en los procesos de decisión, en la disponibilidad de recursos técnicos y financieros suficientes y en el compromiso de las administraciones implicadas.

Por otra parte, la progresiva pérdida de peso del sector primario y secundario en las economías rurales y la creciente importancia del sector servicios, estimulada por la demanda procedente de los ámbitos urbanos, está facilitando que desde el mundo rural se esté comenzando a percibir los espacios protegidos menos como limitadores del desarrollo y más como potenciales proveedores de oportunidades, ya sea como atractores turísticos o generadores de valor añadido. Tenemos buenos ejemplos en la creación de la “Etiqueta Doñana 21, Calidad Natural”, que trata de poner en alza los valores diferenciales de las empresas y productos de la Comarca de Doñana, o en la marca “Natural” impulsada desde la Junta de Castilla y León y que busca reconocer la calidad específica de determinados productos y servicios ofrecidos desde las zonas de influencia socioeconómica de la Red de Espacios Naturales de esta Comunidad Autónoma.

La Red Natura 2000, como red de espacios protegidos que nace con vocación de coherencia (es decir, con el objetivo de mantener una red interconectada de áreas protegidas), se inserta en Europa, y particularmente en los países mediterráneos, en paisajes que muestran una dilatada historia de relación entre el hombre y la naturaleza, entre usos productivos y procesos ecológicos fundamentales. Red Natura 2000 queda, así, intrínsecamente ligada al mundo rural. Sin embargo, aunque la vocación de Red Natura 2000 no es, ni debe ser, el desarrollo rural, una adecuada – y, necesaria- integración de ésta en la planificación para el desarrollo puede potenciar el impulso de actividades productivas a partir de la puesta en valor de los recursos endógenos del territorio y la creación de modelos propios de crecimiento y bienestar.

En lo que respecta al desarrollo socioeconómico en torno a espacios naturales protegidos, el turismo se perfila como una de las actividades económicas más pujantes. Desde los años 60, los EENNPP constituyen un destino cada vez más frecuente para el público en general, gracias al aumento de la movilidad, la disponibilidad de más tiempo libre y el atractivo de los espacios abiertos para una ciudadanía cada vez más confinada en entornos urbanos, de forma que, dentro del sector turístico, el turismo en áreas naturales presenta una de las tasas de crecimiento más altas, con crecimientos de entre el 25% y el 30% anuales en los últimos años (OMT). En España, el turismo en la Red de parques nacionales ha crecido más de un 20% desde 1984, con 50 millones de visitantes anuales. En este sentido, la actividad recreativa a sustituido en muchos casos la generación de rentas derivada de actividades extractivas en dichos espacios, generando así una nueva fuente de ingresos para los habitantes de estas áreas.

Así, en el 5º Congreso Mundial de Parques ya se estableció el compromiso de reafirmar el “papel insustituible” de las áreas protegidas hacia el cumplimiento de los objetivos de desarrollo de la *Declaración del Milenio* de la ONU, entre los cuales se encuentra, junto a la necesidad de erradicar la pobreza extrema y el hambre, la necesidad de garantizar la sostenibilidad ambiental.

En cualquier caso, el turismo ha sido utilizado como herramienta de lucha contra la pobreza en multitud de proyectos y programas de cooperación al desarrollo, a veces con resultados cuestionables al no haber tenido en cuenta la complejidad y elementos inherentes a este mercado y generando un impacto sobre las comunidades locales y los recursos que se pretendían proteger mucho menor de lo previsto y deseable.

Por otro lado, el auge del concepto “ecoturismo” es lo suficientemente amplio en su significado como para que iniciativas que no estén fundamentadas en la sostenibilidad se engloben dentro de este término. En este sentido, la existencia de numerosos conceptos como turismo de naturaleza, turismo sostenible, etnoturismo, incluso turismo rural o el mismo “ecoturismo” se solapan unos con otros o se

usan indistintamente. Tras estos conceptos debe subyacer un verdadero compromiso y coherencia respecto al medio natural y cultural en el que se apoya.

En cualquier caso, la planificación para el desarrollo turístico en áreas de interés natural y cultural, y especialmente en áreas protegidas, precisa de un conocimiento profundo del área en el que se va a desarrollar, sus limitantes y potencialidades fundamentales, así como del sector turístico y sus mecanismos, perspectiva a largo plazo y recursos técnicos y económicos suficientes, así como compromiso y capacidad de gestión por parte de la comunidad receptora. Estos son algunos de los ingredientes fundamentales que pueden contribuir al desarrollo de iniciativas turísticas sostenibles, en todo el sentido del término.

3.2 La gestión sostenible del turismo en los espacios naturales protegidos. Papel de la Secretaría de Estado de Turismo.

En el contexto del Plan de Turismo Español Horizonte 2020, elevado a la Conferencia Sectorial de Turismo (7-11-07), y en el marco presupuestario del "Plan de Turismo Español 2008-2012" (aprobado por Consejo de Ministros del 8-11-07), se contempla el Eje Sostenibilidad del Modelo. Éste incluye el Programa Turismo, Medioambiente y Sociedad que establece como actuación impulsar potentes experiencias integrales de referencia en sostenibilidad y con un amplio reconocimiento de actividades empresariales clave en destinos concretos como son los espacios protegidos.

En esta línea de trabajo La Secretaría de Estado, a través de la Subdirección General de Planificación y Sostenibilidad, ha trabajado en los últimos años en el ámbito de los espacios protegidos acreditados con la Carta Europea de Turismo Sostenible, diseñando y ejecutando distintas asistencias técnicas que han servido para sustentar todo un proceso de trabajo en este tipo de destinos, cooperando con una gran variedad de actores implicados, desde las consejerías de medio ambiente gestoras de estos espacios, a las direcciones generales de turismo, los grupos de desarrollo rural y las asociaciones empresariales.

¿Por qué trabajar en los espacios protegidos acreditados con la CETS?

La Secretaría de Estado de Turismo apuesta por los espacios protegidos acreditados con la Carta Europea de Turismo Sostenible, porque esta herramienta demuestra el compromiso de los gestores de los parques con la sostenibilidad, y por tanto convierte a los espacios que la tienen en destinos turísticos sostenibles. Al usar estos territorios como ámbitos de trabajo, se cuenta con el valor añadido de disponer de una clara delimitación de estos destinos por instrumentos legislativos y de planificación como los Planes de ordenación de recursos naturales, los planes rectores de uso y gestión. Es decir, que se parte con la ventaja de trabajar y apoyar territorios compuestos por los parques y sus entornos o áreas de influencia socioeconómica que cuentan con una imagen como destinos turístico y una batería de posibilidades de intervención con distintos instrumentos financieros (ayudas a entidades locales y empresas en las áreas de influencia socioeconómicas, programas de desarrollo rural, etc).

El papel de la Secretaría de Estado en la CETS: el apoyo a los empresarios de turismo, y el diseño y financiación del Sistema de Adhesión de empresas de turismo a la CETS.

Para la Secretaría de Estado de Turismo, los espacios naturales con CETS son destinos turísticos en los que existe una garantía de éxito para cumplir dos funciones básicas exigidas por la Carta: ayudar

a las empresas turísticas a crear productos turísticos, y asistirles para que éstos sean más sostenibles.

Para cumplir la primera función la Subdirección Gral. de Calidad e Innovación Turística puso en marcha en 2006 un proceso piloto de creación de productos de ecoturismo en los 15 espacios acreditados, y actualmente sigue trabajando en este producto. Este proceso se plasmó a finales de 2006 en la creación piloto de 32 paquetes de ecoturismo teóricos, susceptibles de servir de ejemplo a operadores de viajes y empresas turísticas. Actualmente está apoyando a los parques que se acreditaron en el 2007 con un proceso similar para formar a los empresarios sobre las posibilidades de la CETS como aval para lanzar una oferta turística diferenciada y especializada en estos destinos.

Para cumplir con la segunda función e involucrar a las empresas turísticas en la CETS, en el 2007 la Subdirección Gral. de Calidad e Innovación Turística diseñó, junto con Europarc – España (en representación de todas las administraciones ambientales autonómicas), el Sistema español para la adhesión de las empresas turísticas a la CETS. En el diseño del Sistema intervinieron las administraciones turísticas de las CC.AA. con parques acreditados (Asturias, Cataluña y Andalucía). El Sistema pretende servir para que las empresas turísticas, ubicadas en los parques naturales acreditados con la CETS, establezcan un vínculo estrecho con los gestores de estos espacios, de tal forma que las empresas que se adhieran a la CETS adopten medidas para mejorar la sostenibilidad de sus negocios, y por tanto hacerlos más competitivos.

El Sistema diseñado ha sido aprobado por Europarc-España en su Consejo y por su Asamblea Gral. de miembros en diciembre de 2007, y por la Federation Europarc en marzo de 2008. Por el momento España y Reino Unido han desarrollado sus respectivos sistemas, pero por ahora sólo el Estado español ha conseguido la validación europea para su implantación en España, por lo que el proceso de implantación de la SET es pionero y será tomado como referencia a nivel europeo (se está traduciendo al inglés por Europarc-España ante las petición de algunos países europeos).

En los años 2006 y 2007 la SET financió la difusión de la CETS y del Sistema de Adhesión entre los empresarios de los parques con la edición de folletos y la realización de presentaciones sobre el terreno. Además el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio cofinanció la Red Ibérica de Parques con la CETS con un congreso específico.

La financiación del apoyo a la CETS.

La SET ha incluido la implantación del Sistema de Adhesión de empresas de turismo a la CETS y otras acciones de apoyo a la creación de producto en el Horizonte 2020. Con respecto al Sistema se encargará de prestar las asistencias técnicas necesarias para la implantación del Sistema, incluyendo la verificación del cumplimiento y su futura renovación por parte de las empresas que se adhieran.

El Sistema de Adhesión de las empresas de turismo a la Carta Europea de Turismo Sostenible será la base para la creación de un club de producto turístico reconocido a nivel europeo por los consumidores, para lo que habrá de acometerse la oportuna promoción diferenciada. Estas acciones podrían aprovechar los instrumentos disponibles como convenios con Turespaña, planes de competitividad, y acciones de soporte promoción de destinos.

3.3 La Carta Europea del Turismo Sostenible en Espacios Protegidos

Introducción

La Carta Europea del Turismo Sostenible en espacios protegidos (CETS) es una propuesta para avanzar de manera efectiva en los principios del turismo sostenible en los espacios naturales protegidos. Se inscribe en las prioridades mundiales y europeas expresadas por las recomendaciones de la Agenda 21, adoptadas en la Cumbre de la Tierra en Río en 1992. Fue elaborada por un grupo constituido por representantes europeos de los espacios protegidos, del sector turístico y de sus colaboradores. Refleja la voluntad de las instituciones encargadas de la gestión de los espacios protegidos y de los profesionales del turismo de favorecer un turismo que cumpla con los principios del desarrollo sostenible. La puesta en marcha de un turismo de este tipo requiere una reflexión global concertada y el refuerzo de todas las interacciones positivas entre la actividad turística y el resto de sectores del territorio.

La Federación EUROPARC, organización que reúne a espacios naturales protegidos de 39 países europeos, es la entidad gestora y garante de la Carta. Ha desarrollado la metodología de adhesión y concede la Carta a los espacios protegidos donde verifica que existe un compromiso para aplicar los principios del turismo sostenible.

EUROPARC-España, sección del Estado español de la Federación, apoya activamente la Carta promoviendo su difusión a través de la organización de jornadas y encuentros, y proporcionando foros para el intercambio de información y experiencias.

Objetivos fundamentales de la CETS

- Fomentar el conocimiento y el apoyo a los territorios con la naturaleza mejor conservada de Europa, los espacios naturales protegidos, que representan una parte fundamental de nuestro patrimonio natural y cultural, y que por ello se deben conservar para el disfrute de las generaciones actuales y futuras.
- Orientar hacia la sostenibilidad la gestión y el desarrollo turístico de los espacios protegidos, es decir, hacer compatible la conservación de los valores del territorio con la satisfacción de las aspiraciones de los empresarios, las expectativas de los visitantes y las necesidades de la población local.

Los principios de la Carta Europea de Turismo sostenible en los espacios naturales protegidos

1. Implicar a todas las partes relacionadas con el turismo en el espacio protegido y su entorno, en la gestión y el desarrollo turístico del territorio.
2. Elaborar y aplicar una Estrategia de turismo sostenible y un Plan de Acción para el espacio protegido.
3. Proteger y promocionar el patrimonio natural y cultural del territorio *para el turismo y con el turismo*, evitando un desarrollo turístico excesivo que pusiera en peligro su conservación.
4. Ofrecer a los visitantes una experiencia de alta calidad en todos los aspectos.
5. Proporcionar información adecuada a los visitantes sobre los valores especiales y singulares del territorio.

6. Promocionar productos turísticos genuinos que permitan a los visitantes descubrir, comprender y establecer una relación con el territorio.
7. Ampliar los conocimientos sobre el espacio protegido y los temas de la sostenibilidad entre los actores relacionados con el turismo.
8. Garantizar la mejora de la actividad turística sin que por ello se reduzca la calidad de vida de la población local.
9. Aumentar los beneficios del turismo para la economía local.
10. Controlar e influir sobre los flujos de visitantes para reducir los impactos negativos que pudieran generar.

Las fases de aplicación de la CETS

La aplicación de la Carta Europea de Turismo Sostenible se ha diseñado en tres **fases**:

- En la **1ª Fase**, puesta en marcha en 2001, es el **espacio natural protegido**, con el acuerdo y compromiso de las empresas turísticas y otros actores locales, quien solicita y recibe la acreditación de la CETS.
- En la **2ª Fase**, son las **empresas turísticas** de los espacios protegidos acreditados las que se pueden adherir a la CETS. Esta fase se ha puesto en marcha en julio de 2008.
- En la **3ª Fase**, son las **agencias de viajes** las que pueden adherirse a la Carta Europea de Turismo Sostenible. Aún no se ha desarrollado.

Los beneficios que proporciona la Carta a los espacios naturales protegidos

- Ser distinguido en Europa como territorio de excelencia en materia de turismo sostenible.
- Fijarse objetivos ambiciosos en materia de turismo sostenible.
- Incrementar la implicación de los profesionales del turismo en la planificación turística del espacio protegido.
- Influir sobre el desarrollo del turismo en su territorio.
- Reforzar su acción de sensibilización de los visitantes.
- Favorecer un desarrollo socioeconómico que sea respetuoso con el medio ambiente.
- Poseer un instrumento de planificación y de control para realizar el seguimiento y evaluar la política turística llevada a cabo en su territorio.

¿Qué tiene que hacer un espacio protegido para adherirse a la CETS? (1ª Fase)

1. Difundir la CETS en el territorio para acordar con los actores la solicitud y notificar a EUROPARC su interés en adherirse para que EUROPARC lo registre como espacio protegido candidato.
2. Trabajar en la elaboración del Dossier de Candidatura durante un periodo de tiempo suficiente para lograr la implicación de los actores. El dossier incluye la elaboración de un Diagnóstico de la situación del territorio respecto a las exigencias de la CETS, de una Estrategia y de un Plan de Acción para cinco años, que le permita avanzar en el cumplimiento de los principios de la CETS. Todo este proceso ha de ser participado, implicando a todas las partes relacionadas con el turismo en el espacio protegido.
3. Enviar el Dossier de Candidatura a EUROPARC.
4. EUROPARC evalúa el Dossier y envía a un auditor al espacio protegido para verificar la veracidad del Diagnóstico, el compromiso de los actores y la viabilidad del Plan de Acción.
5. EUROPARC concede finalmente –o no- la acreditación al espacio protegido.

En la actualidad 58 espacios protegidos europeos poseen la Carta, de ellos 21 son españoles: Parque Natural de la Zona Volcánica de la Garrotxa, Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y las Villas, Parque Natural de Grazalema, Parque Natural de los Alcornocales, Parque Natural de la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Espacio Natural de Sierra Nevada, Espacio Natural de Doñana, Parque Natural Sierra Maria-Los Vélez, Parque Natural Sierra de Cardeña y Montoro, Parque Natural Sierra Mágina, Parque Natural Sierra Norte de Sevilla, Parque Natural Sierra de las Nieves, Parque Natural de La Breña y Marismas del Barbate, Parque Natural del Delta del Ebro, Parque Natural de Somiedo, Parque Natural del Cabo de Gata-Níjar, Parque Natural del Estrecho, Parque Natural Sierras Subbéticas, Parque Natural de las Batuecas-Sierra de Francia, Parque Nacional de Garajonay y Parque Natural Baixa Limia-Serra do Xurés.

Durante los cinco años siguientes a la adhesión, el espacio protegido y sus colaboradores tendrán que ejecutar el Plan de Acción y realizar un seguimiento del mismo. Transcurrido este periodo deberá presentar la candidatura para la renovación, en un proceso similar al anterior, demostrando la adecuada aplicación de la Estrategia y el Plan de Acción, y elaborando un nuevo compromiso para los próximos cinco años.

Cada cinco años el espacio protegido deberá renovar su acreditación. Por lo tanto, para mantenerla, el espacio protegido y sus colaboradores deben realizar un trabajo y una mejora continuos.

La adhesión de las empresas turísticas a la Carta Europea de Turismo Sostenible (2ª Fase)

Los objetivos de esta fase de la Carta son:

- Fomentar una estrecha colaboración entre los gestores de los espacios naturales protegidos acreditados con la CETS y las empresas turísticas, basada en sólidos compromisos mutuos para avanzar hacia un turismo más sostenible.
- Diferenciar a las empresas de turismo por su compromiso voluntario con el desarrollo turístico sostenible del espacio protegido en el que operan, ayudándolas desde todas las administraciones públicas implicadas a mejorar continuamente la sostenibilidad de sus negocios.

¿Qué tiene que hacer una empresa para adherirse a la CETS?

1. **INFORMARSE.** Solicitar al espacio natural protegido la información y documentación relativa al proceso de adhesión de las empresas a la Carta.
2. **FORMARSE.** Asistir a las actividades formativas que promueva o supervise el espacio natural protegido para apoyar a las empresas a adherirse a la Carta, en las que recibirán ayuda para:
 - Comprobar que la empresa cumple con los requisitos exigidos por parte de EUROPARC y por parte del propio espacio natural protegido para su adhesión.
 - Realizar el Diagnóstico de la situación de partida de su empresa.
 - Elaborar el Programa de Actuaciones que se compromete a desarrollar en los tres años siguientes a su adhesión.
3. **SOLICITAR.** Enviar al espacio natural protegido el Programa de Actuaciones y la documentación que se le requiera para solicitar su adhesión a la Carta.
4. **COLABORAR EN LA VERIFICACIÓN.** La empresa recibirá la visita de un verificador encargado de comprobar la conformidad de la solicitud y del compromiso de la empresa, y colaborará en todo lo posible para mostrar las evidencias y documentos que demuestran dicha conformidad.
5. **FIRMAR.** Rubricar el Acuerdo de Colaboración con el espacio natural protegido y recibir el Certificado de Adhesión.
6. **TRABAJAR.** Durante los tres años siguientes la empresa desarrollará las actuaciones a las que se comprometió en el Acuerdo de Colaboración y realizarán un seguimiento de su grado de cumplimiento. Enviarán al espacio natural protegido un informe anual de la evolución de sus actuaciones.
7. **RENOVAR.** Al cabo de los tres años, para mantener su acreditación, la empresa deberá elaborar un nuevo Programa de Actuaciones, siguiendo nuevamente los pasos 1 a 7.

Los beneficios que proporciona la Carta a las empresas turísticas

- Estar ubicados en un espacio natural protegido distinguido en Europa como territorio de excelencia en materia de turismo sostenible.
- Tener la posibilidad de participar activamente y de forma organizada en la planificación y desarrollo de un turismo sostenible en su territorio.
- Mejorar su comunicación con el espacio protegido.
- Tener la posibilidad de desarrollar nuevas oportunidades comerciales (nuevas clientelas, oferta fuera de temporada, oferta orientada hacia el descubrimiento de la naturaleza y el patrimonio cultural, etcétera).
- Mejorar la organización y la calidad de la oferta turística general del territorio y aumentar la satisfacción de los visitantes.
- Beneficiarse de asesoría para mejorar la calidad de su oferta o productos turísticos.

- Dotar de valor añadido a su oferta con nuevos y exclusivos argumentos
- En un lugar de gran valor paisajístico, natural y cultural, donde además la Carta garantiza que se trabaja activamente por conservarlo para siempre.
- Un producto o servicio de calidad y sostenible.
- La empresa está comprometida con el turismo sostenible, por ello sus clientes, al elegirla, también contribuyen a la conservación de los valores y la mejora de la calidad de vida de la población local.

Beneficios para todos

Los gestores de los espacios protegidos están obligados a conservar sus valores, pero en muchos casos enfrentan presiones para hacer un mayor uso de los recursos del territorio. En tanto, los empresarios turísticos por una parte son conscientes de que tienen una gran ventaja al prestar su oferta en un espacio protegido pero, por otra, no lo aprovechan con toda su potencialidad. Además es frecuente la incomunicación entre los gestores y los empresarios.

Unos y otros tienen buenas ideas y la CETS constituye, entre otros, un espacio de encuentro, comunicación y colaboración para llevar adelante, entre todos, las mejores ideas.

3.4 La visión de la actividad turística desde los gestores de los espacios naturales protegidos. Algunas referencias a Castilla y León.

La progresiva evolución de la población española hacia una distribución preferentemente urbana y su mayor nivel de vida han motivado una demanda creciente de las actividades de ocio en contacto con la naturaleza. En todo el territorio nacional, y en concreto en Castilla y León, esta situación permite el desarrollo de un sector terciario de servicios turísticos de naturaleza.

Las actividades recreativas en nuestro medio agrario tienen un amplio campo de actuación porque según los datos del Plan Forestal de Castilla y León (AÑO), aproximadamente el 98% de los municipios de la Comunidad pueden considerarse rurales, siendo dos tercios forestales y el resto agrícola. Además, este sector de servicios puede ser, y en algunos casos es, un complemento económico a las tradicionales actividades agrícolas, ganaderas y forestales locales. A todo ello ayuda el hecho de que, según el Estudio del Turismo de Naturaleza en España realizado por la Secretaría General de Turismo, evidencia un sector en alza y con usuarios de un nivel socioeconómico medio alto, con una formación académica media o superior y que genera un gasto significativo.

El turismo de naturaleza se caracteriza, en líneas generales, por ser una actividad integradora donde el visitante consume tanto recursos de naturaleza como otros asociados a esas áreas (culturales, etnográficos, gastronómicos, etc.). Esto motiva que la gestión global del recurso ha de ser necesariamente participada entre las diferentes administraciones y los sectores implicados - alojamientos, restauración, empresas de turismo activo, promoción, etc.- y, por supuesto, ha de contar con unos equipamientos de uso público asociados al medio que permitan disfrutar, con calidad y seguridad, de un contacto directo con la naturaleza.

Para que esta actividad se desarrolle adecuadamente y se consolide como un sector que colabora en el mantenimiento y la mejora de las economías locales se deben cumplir tres requisitos básicos. En

primer lugar, se realizará una planificación participada con todos los sectores interesados e implicados en el desarrollo de las actividades de naturaleza, de manera que se concrete un modelo de desarrollo territorial que garantice la preservación de los recursos. En segundo lugar, los servicios suministrados se ajustarán a las expectativas de los visitantes. El éxito de que un destino de ocio en la naturaleza progrese y capte de manera permanente una cuota adecuada de mercado, que permita su pervivencia, depende de que la percepción final del visitante sea en su conjunto positiva, y para ello, han de funcionar adecuadamente todos los agentes participantes en su desarrollo, cumpliendo con unos estándares satisfactorios de calidad. Esta calidad es determinante en el sector porque aunque es un turismo en alza, sus numerosos destinos deben competir para captar la demanda. Considerando que el usuario medio posee un nivel sociocultural medio-alto, sus expectativas de calidad también lo son, asociadas a su vez a un territorio que subjetivamente le proporciona calidad (medio forestal y natural). En tercer lugar, es fundamental que las poblaciones locales perciban positivamente este nuevo uso que se desarrolla en su territorio, donde van a compartir actividad. Es necesario que los sectores no directamente ligados a este uso público del territorio no lo consideren como una dificultad sobrevenida a su actividad económica. No son raros los ejemplos donde las comunidades locales, mayoritariamente agrarias, se han opuesto en sus orígenes a la declaración de un Espacio Natural por pensar subjetivamente que este proceso iba a dificultar el desarrollo de sus actividades productivas. Además, y de manera más específica, la administración forestal deberá utilizar, dentro de los instrumentos de gestión de montes, aquellos métodos que técnicamente sean viables para su manejo según las condiciones específicas de cada monte y que se adapten a las demandas de los visitantes relativas a la percepción paisajística, la preservación de los valores naturales ligados a los terrenos forestales y de uso del territorio. Igualmente, en las zonas de especial uso social se han de programar los trabajos del monte de manera que sean compatibles con el uso público que sustentan. La capacidad de intervención sobre el paisaje de las actuaciones forestales, así como su repercusión en la conciencia de la colectividad, son en algunas circunstancias muy importantes.

En cuanto a las actuaciones específicas desarrolladas por las Consejerías de Medio Ambiente cabe destacar las que tradicionalmente, y desde hace años, se han realizado en los montes de utilidad pública y que básicamente se centran en los equipamientos constituidos por merenderos, áreas recreativas, senderos, refugios, etc. Estas infraestructuras tienen un carácter valioso porque son el soporte físico de actividades de ocio que redundan en las poblaciones locales tanto en beneficios directos (utilización de senderos por empresas de guías, etc) como indirectos (alojamientos, restaurantes, etc). Así, por ejemplo, según los datos del último inventario, el número de equipamientos de uso público en Castilla y León asciende a más de 1.000. Estos equipamientos son muy demandados por los visitantes y por los habitantes locales, y en su gestión y diseño se deben cuidar tanto los aspectos de comodidad y seguridad de los visitantes como el de protección del entorno natural en el que se ubican.

Los equipamientos de uso público que han alcanzado un mayor desarrollo y una amplia promoción son los de la Red de Espacios Naturales –REN- ya que las Consejerías de Medio Ambiente llevan a cabo actuaciones de impulso y crecimiento de las actividades de uso público dentro de los Espacios Naturales y que se plasma en la planificación, la ejecución de equipamientos y la prestación de servicios para el auge de las actividades recreativas.

Según la definición más extendida, acuñada por EUROPARC-España, se entiende por uso público el conjunto de programas, servicios, actividades y equipamientos que, independientemente de quien los gestione, se ejecutan con la finalidad de acercar a los visitantes a los valores naturales y culturales de éste, de una forma ordenada, segura y que garantice la conservación, la comprensión y el aprecio de tales valores a través de la información, la educación y la interpretación del patrimonio.

Con los Programas de Uso Público de la Red de Espacios Naturales de Castilla y León se persiguen tres objetivos básicos que han de ser complementarios en su ejecución y que son la conservación de los valores naturales, la promoción de las actividades de educación ambiental y el desarrollo socioeconómico de los Espacios Naturales donde se ubican.

Como primer objetivo, para la conservación de un Espacio Natural es imprescindible que en su gestión se regule el uso público del mismo. La declaración de un Espacio Natural lleva con frecuencia asociado un incremento de visitantes. La adecuada ordenación de este flujo de visitas es una necesidad básica para asegurar la pervivencia de los valores que han motivado la protección de ese territorio. Así, ha de realizarse un análisis del potencial y de la preferencia y la fragilidad del entorno para el uso público, asignando unos usos de forma que se elabore una planificación que, en la medida de lo posible, compatibilice estos usos, dé satisfacción a la demanda y no cree recelos y molestias a la población local. Esta planificación se plasmará en un diseño espacial y temporal adecuado de equipamientos, actividades y servicios que permita dirigir a los visitantes hacia las zonas aptas y en las épocas adecuadas para el uso público, y reservar el resto del territorio para otras actividades así como para el desarrollo de los procesos ecológicos propios de estos territorios.

De las diferentes actuaciones recogidas en los Programas de Uso Público, la creación de equipamientos es, quizás, la más fácilmente identificable por los usuarios. Éstos han de estar convenientemente señalizados y cumplir con unos criterios de calidad, seguridad y, en la medida de lo posible, accesibilidad. Dentro de los Espacios Naturales destacan las Casas del Parque ya que se convierten en un instrumento importante para el desarrollo adecuado de las actividades de uso público, al ofrecer una información gratuita y personalizada sobre todos los recursos de ocio que ese territorio les ofrece. La eficacia de este equipamiento, y por lo tanto su rentabilidad, está supeditada al número de visitantes que acude al Espacio Natural y quiera acercarse a la Casa del Parque. Por ello, es fundamental elegir una ubicación adecuada para esta infraestructura, teniendo en cuenta que no es un recurso turístico lo suficientemente atractivo, por lo que conviene situarla en una localidad de los accesos principales al territorio protegido y desde allí, mediante una información personalizada, derivar la mayor cantidad de visitantes hacia otros equipamientos del Espacio Natural; así se compatibiliza la afluencia de turistas con la conservación de los recursos naturales y se redistribuyen los beneficios generados entre los municipios que integran esta figura de protección. Además, esa atención personalizada permite informar más fácilmente y sensibilizar al visitante para que su actitud en la visita sea respetuosa con el entorno, haciéndole corresponsable de su conservación. En los servicios que ofrece la Casa del Parque se incluyen unas exposiciones que dan a conocer a los visitantes los valores naturales del Espacio, el diseño de la visita y la información sobre la normativa a cumplir, unos talleres para el desarrollo de las acciones de educación ambiental y unos espacios físicos para la celebración de actividades que dinamicen socialmente estos territorios protegidos.

Las Casas del Parque están abiertas a la participación y al disfrute de la población local. Así, cuando no hay actividades programadas se utilizan como lugares de reunión y para el desarrollo de talleres, teatro, cuentacuentos, etc., llenando de vida y sentido estas instalaciones y siendo un punto de encuentro entre el Espacio Natural y sus habitantes.

Otro equipamiento de gran interés turístico son los senderos, que deben estar adecuadamente diseñados y balizados y además recogidos en un folleto de fácil comprensión para su seguimiento en campo al objeto de permitir al visitante un contacto directo y seguro con el Espacio Natural. Estos equipamientos también ofrecen la oportunidad de transitar por el territorio y cumplir con sus expectativas de andar, tocar, oler, en definitiva, sentir el medio natural que han elegido conocer. En la amplia red de senderos deberá existir un número cuyo trazado sea fácil y posea una buena señalización para que las personas no habituadas a transitar por el medio rural no tengan la percepción de estar perdidas. Este equipamiento es el lugar idóneo para transmitir a través de

carteles la información relativa a los recursos naturales, históricos, etnográficos, etc. ligados a su trazado.

El segundo objetivo incluido en los Programas de Uso Público es la educación ambiental de los visitantes, tanto locales como foráneos. Se pretende lograr que cada grupo de destinatarios conozca los valores naturales del territorio protegido a través de unos cauces específicos de comunicación, de manera que llegue a valorar, apreciar y disfrutar responsablemente de los recursos que el entorno ofrece. Es decir, para el gestor de Espacios Naturales es importante que los turistas que visitan un Espacio Natural consuman los recursos ofertados de manera que a través de ese "consumo", adquieran nociones de la importancia de los valores que estos territorios encierran. Además, con estas actividades se quiere ir más allá del mero conocimiento del Espacio Natural visitado y se tratan también asuntos de interés general que tienen que ver con el comportamiento responsable como ciudadanos para con el medio ambiente. Para conseguir estos objetivos se crean unos equipamientos aptos y ejemplarizantes, como el uso de energías renovables, y se cuenta con un equipo de monitores formados en estas materias. Este proceso de formación y perfeccionamiento continuo del personal del Espacio Natural es otra de las herramientas fundamentales para lograr el éxito de estas actividades. Además, se elaboran programas con materiales educativos con el fin de consolidar una oferta constante y especializada para los diferentes usuarios (escolares, asociaciones, etc). Esta labor de educación ambiental se complementa con la edición de materiales divulgativos específicos y con la panelería explicativa de los distintos equipamientos (senderos, miradores, etc) y permite al visitante conocer y entender in situ dichos valores.

Por último, y no menos importante, hacer referencia al tercer objetivo de los Programas de Uso Público, el desarrollo socioeconómico de las poblaciones locales de los territorios protegidos; en este sentido, las actividades turísticas de naturaleza tienen gran importancia en las economías locales. Según la Organización Mundial del Turismo el crecimiento anual del sector es superior al 20% y supone en la actualidad un 15% del turismo mundial. En Castilla y León, por ejemplo, destaca el número de visitantes de la Sierra de Guadarrama, compartida con Madrid, que supera los 3.000.000 de turistas al año. En la tabla anexa se compara la evolución demográfica desde el año 1900 de la población de los municipios de la Red de Espacios Naturales y los municipios de Castilla y León de menos de 5.000 habitantes (se excluyen los grandes municipios que pueden distorsionar la evolución demográfica); se aprecia que hasta 1950 la evolución fue favorable en ambos casos, si bien la progresión fue mejor en los municipios agrarios. A partir de esta fecha, los dos grupos entran en una etapa de fuerte regresión poblacional, siendo en los últimos años la tendencia negativa mucho más acusada en los municipios agrarios que en los de la REN que, por primera vez en más de 100 años, tienen un indicador poblacional mejor que el resto de los municipios rurales al ver atenuada su pérdida de población.

Como ya se ha indicado, para que el turismo de naturaleza se consolide debe realizarse un esfuerzo por ofertar calidad al usuario en el conjunto de productos que consume. En este sentido, y por ejemplo, en los Espacios Naturales protegidos de Castilla y León, destaca la puesta en marcha de varios sistemas de calidad. El proceso se ha iniciado con la implantación de un sistema de calidad asociado a los equipamientos, los productos y los servicios que el Espacio Natural oferta y que se plasma con la "Q" de calidad turística que la Secretaría General de Turismo, a través del Instituto para la Calidad Turística Española, ha elaborado para diferentes sectores turísticos, entre ellos el uso público en Espacios Naturales Protegidos. Una vez acreditada la calidad propia, se desarrolla otro sistema de calidad regulado por la Carta Europea del Turismo Sostenible, en el que los objetivos de calidad y compromiso de desarrollo de actividades compatibles con la conservación de los recursos del territorio se extienden, comparten, participan y concretan con todos los sectores implicados en su crecimiento. La consecución de estas distinciones no sólo ayuda a una adecuada gestión de los recursos sino que mejora el entendimiento entre los diferentes agentes participantes y favorece la

consolidación y la promoción, a través de campañas institucionales, de estas áreas como un destino de naturaleza de calidad a nivel nacional y europeo.

Otra medida complementaria para el apoyo a las economías locales es el desarrollo de una marca de calidad propia asociada a los productos y a los servicios prestados o elaborados en la Red de Espacios Naturales y que dota a los productores interesados que acrediten una calidad adecuada de una estrategia propia de comercialización que asocia a la imagen de calidad del Espacio Natural protegido con la de su producto.

En definitiva, el uso turístico de los Espacios Naturales, basado en el uso social del monte o el uso público del mismo están llamados a convertirse en unas actividades respetuosas con el territorio, que complementen a las economías locales y que aporten no sólo riqueza, sino también trabajos de calidad y conocimiento de los recursos y las vivencias que la población local y los visitantes foráneos pueden compartir.

3.5 Casos prácticos de gestión del turismo en espacios naturales protegidos de España. El caso de Andalucía.

En los últimos casi 20 años de trabajo, el uso público ha ocupado un lugar prioritario en la gestión para la conservación en Andalucía, al igual que ha ocurrido en otras Comunidades Autónomas; es un periodo, además, en el que se han venido experimentando avances cualitativos y cuantitativos notables en esta materia. De una visión basada, casi exclusivamente, en la dotación de instalaciones se ha pasado a buscar un equilibrio entre equipamiento, provisión de servicios y organización de actividades. Y partiendo de una estrategia que se basaba en la respuesta inmediata a la demanda, se trabaja actualmente en la integración del uso público en estrategias más profundas y generales de sostenibilidad y de desarrollo de comunidades. Se trata de una nueva orientación despegando de sus comienzos con ciertas experiencias ya en marcha en las distintas Administraciones.

En el caso de Andalucía, la evolución reciente del uso público se recoge en dos documentos; el primero, de 1998, contiene unas breves pero esenciales reflexiones y orientaciones de gestión y, basándose en estos principios, en el año 2003 se realizó "Gestión del Uso Público en la RENPA (Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía), Estrategia de Acción", documento que marca las políticas y directrices de la gestión actual llevada a cabo por la Consejería de Medio Ambiente andaluza.

Como revisión de conceptos de partida, la Estrategia de Acción realiza un análisis comparado de las diferencias entre turismo y uso público, no sólo con un fin conceptual, sino práctico, considerándose que aclarar estas diferencias es el primer paso para establecer las vinculaciones entre sí de ambas materias y, de esta manera, orientar por un camino acertado las intervenciones de la Consejería de Medio Ambiente andaluza, competente en materia de uso público en espacios protegidos, pero responsable solo indirectamente de asuntos parciales del turismo. En cualquier caso, se concluye que uso público y turismo, si bien diferentes, son parte de un mismo fenómeno que comparte procesos y público entre otros componentes comunes.

La Estrategia de Acción construye una visión a largo plazo del uso público, y provee principios, objetivos, criterios de gestión e incluso una aproximación a líneas de acción. La estrategia propuesta se basa en principios que la relacionan con la globalidad del funcionamiento de la RENPA, la "ambientalización" del turismo de naturaleza, la contribución al desarrollo económico local, la dotación de una oferta de calidad y el mantenimiento de una comunicación fluida con el visitante. Partiendo de

estos principios, la visión que se establece para el uso público a largo plazo atiende el protagonismo local, el trabajo planificado, la vinculación al turismo de naturaleza, la educación –concepto inherente al uso público-, la calidad de la oferta y la posibilidad de que genere beneficios económicos, aspectos éstos que definen el modo actual de trabajo.

Estas directrices configuran un modelo de gestión cuya práctica se basa en la interrelación entre las siguientes líneas de trabajo:

- Ordenación del uso público: planificación, normas, instrucciones y orientaciones.
- Dotación, mejora y mantenimiento de equipamientos y ensayo de fórmulas para su gestión y promoción.
- Regulación actividades: normas, vigilancia y medidas correctoras
- Inserción en el desarrollo sostenible de las poblaciones locales: promoción social, organización de iniciativas sociales.
- Comunicación: difusión, orientación al público, programación de actividades y servicios.

Como consecuencia de esta sistematización de conceptos y prácticas de gestión, la Consejería de Medio Ambiente lleva a cabo unas líneas de acción que conducen a la sostenibilidad del uso público. Esta “estrategia de sostenibilidad” – denominación que usamos aquí de manera operativa e informal-, incluye la provisión de productos y servicios turísticos en los espacios naturales protegidos, así como la puesta en marcha del modelo de uso público que propone la citada Estrategia de Acción. Esta estrategia es, con ciertas matizaciones, exportable a otras realidades y recoge en buena parte planteamientos comunes de las distintas Comunidades Autónomas españolas. Las acciones que se están llevando a cabo se pueden sintetizar en siete líneas de actuación que se describen a continuación.

1. Oferta de equipamientos y promoción de su utilización.

La dotación de equipamientos ha sido una línea de trabajo permanente durante años en todas las administraciones. Actualmente, en Andalucía hay 852 estratégicamente situados por los espacios protegidos andaluces. Permiten la información y recepción, la educación, la interpretación, el alojamiento y el recreo en los espacios protegidos, un soporte básico para la actividad turística sostenible y un recurso para la educación y para orientar la distribución del público por el territorio. Por sí sola, la dotación de equipamientos puede conducir a un modelo de uso público estático, por ello, se hace necesario equilibrar esta oferta con una provisión de servicios adecuada y con la ordenación de actividades, los otros dos componentes que constituyen el uso público. Para el caso de Andalucía la dotación básica de equipamientos, sobre todo en los parques naturales, está prácticamente lograda, lo que aporta otra razón para que el siguiente paso sea trabajar sobre los componentes complementarios señalados. Basándose en este conjunto integrado de equipamientos–servicios–actividades se propone la dinamización del uso público.

Un ejemplo destacable a efectos de la promoción de servicios y productos turísticos es la red de senderos. Hay que considerar que los senderos son el modo más completo e inmediato de conocer el territorio. 2.500 km distribuidos por el territorio andaluz son la mejor manera de conocer el medio natural y son la base o el complemento para muchos servicios turísticos actualmente en marcha. Por esta razón en esta Comunidad Autónoma se ha puesto en marcha un trabajo de recopilación exhaustiva de información sobre esta red con el fin de utilizarla para materiales de promoción e interpretativos.

Las distintas Administraciones españolas utilizan variadas maneras para dinamizar el uso público y la utilización de los equipamientos pero resulta interesante resaltar dos de ellas puestas en marcha en

Andalucía puesto que inciden en dos audiencias esenciales: los agentes sociales locales y los escolares.

El Plan de Participación Social en los Equipamientos de Recepción tiene la finalidad de que la población local haga suyos los centros de visitantes como base para la organización de sus propias actividades. Este uso de los equipamientos contribuye a la organización de la sociedad local, a la formación de asociaciones, en definitiva a la “apropiación” ciudadana del espacio protegido. Sus conexiones podrían ir más allá si se logra conectar con los proyectos de desarrollo fomentados por la propia Administración y con las organizaciones comarcales de desarrollo; en este caso la vinculación con las actividades turísticas podría ser estrecha. Así, los equipamientos de recepción pasarían de ser meros lugares de información a lugares dinámicos para el fomento de iniciativas sostenibles principalmente locales.

Por otra parte, las Guías de Recursos Didácticos pretenden facilitar al docente la tarea de planificar la visita a un espacio natural a través de sus equipamientos de uso público. Este material promueve las visitas a los espacios protegidos y permite formar a los estudiantes en valores ambientales.

Adicionalmente, como producto muy directamente vinculado al turismo están los materiales de difusión, una gama amplia que abarca desde las guías oficiales de los parques naturales hasta la página web “La Ventana del Visitante”, un portal informático que ofrece la información completa de una visita a cualquier espacio protegido de Andalucía.

2. El programa de actividades en el medio natural.

Con estas iniciativas se pretende dar a conocer los espacios protegidos por medio de una oferta de actividades de turismo activo y de ecoturismo propias del lugar y apropiadas a la fecha en que se realizan. Este tipo de actividades toman formas diversas según la Comunidad Autónoma y los gestores pero en esencia tienen el fin común de dinamizar y educar. Paseos en embarcaciones, viajes en globo, caminatas, observación de estrellas o escucha nocturna de la berrea, son ejemplos de esta variada oferta de actividades guiadas que, en el caso andaluz pertenecen al programa “Andalucía en sus Parques Naturales”. “La Naturaleza y Tú”, dirigida a escolares; “Jornadas de Puertas abiertas” o “Naturaleza para Todos” dirigida a personas con discapacidad completan este programa. Además del conocimiento de los espacios que generan estas actividades, el programa facilita el empleo de monitores para guiar las actividades. En definitiva promueve el uso público y genera beneficios locales.

3. Utilización de tecnologías limpias.

Se está incorporando la utilización de energías renovables en equipamientos de uso público y su diseño se realiza bajo principios de eficiencia energética. Los criterios y estándares aplicados para la utilización de tecnologías limpias pueden partir de las normas de edificación generales (como el Código Técnico de la Edificación por ejemplo) pero también existen criterios de elaboración propia como es el caso del Manual de Equipamientos Ambientales para el Uso Público en los EENNPP de Andalucía, publicación que establece criterios de diseño, constructivos, funcionales y de gestión para la construcción y uso de los equipamientos.

Por otra parte, empieza a ser general la utilización de algún sistema de calidad o de gestión ambiental para la gestión del uso público tanto en las oficinas de los propios espacios protegidos como en la administración centralizada, entre ellos es frecuente el uso de la Q de calidad o la norma ISO 14001, que fija objetivos y metas ambientales de alcance progresivo.

4. La gestión como oportunidad de desarrollo.

Esta línea de actuación muestra de una forma muy directa la capacidad del uso público para producir beneficios económicos principalmente a la población local. La gestión de los equipamientos de uso público, especialmente los que requieren atención al público se puede realizar de forma indirecta, a través de empresarios, preferentemente locales. Esta fórmula implica varias ventajas, por un lado un servicio más esmerado ofrecido con mentalidad empresarial; por otra, la generación de empleo y el logro de beneficios económicos para particulares y, por último, la contribución del uso público para fortalecer la organización social local.

En Andalucía este cometido se organiza con los llamados “empresarios colaboradores” la mayor parte de la población local y organizados en pequeñas empresas formadas para este cometido. Como resultado de esta fórmula se gestionan 104 equipamientos de forma indirecta y se han generado, por el momento, 362 puestos de trabajo.

5. Apoyo a las iniciativas de turismo activo.

El apoyo al turismo activo organizado por empresas privadas constituye una fórmula reciente de colaboración con los servicios turísticos sostenibles. El impulso a iniciativas particulares para organizar actividades en el medio natural se basa en la planificación, el favorecer las relaciones entre las administraciones, las campañas de promoción, etc.

Sin embargo, la gestión emprendida en favor del turismo de naturaleza sostenible debe incluir el establecimiento de un marco de ordenación completo del turismo de activo. Con la distribución actual de competencias, sea cual sea el caso, este marco normativo puede ser posible de forma completa gracias a la colaboración entre las administraciones de turismo, de deporte y la ambiental para promulgar regulaciones conjuntas. En Andalucía este trabajo ha permitido regular el turismo activo en lo concerniente a las condiciones administrativas para las empresas y las condiciones para la práctica de las actividades turísticas, ofreciendo una base jurídica necesaria para el desarrollo de la actividad y de la que se carecía hasta este momento.

6. Planes de Desarrollo Sostenible (PDS).

Es una iniciativa llevada a cabo en Andalucía. El objetivo final de los PDS es la mejora del nivel y la calidad de vida de la población del ámbito de influencia de los Parques Naturales, de forma compatible con la conservación ambiental y considerando los espacios naturales protegidos como un activo importante de desarrollo económico y social.

Entre los retos que plantean los Planes de Desarrollo Sostenible (PDS) están:

- Integración de las distintas administraciones: nacional, autonómica, provincial y local.
- Participación de la población del área de influencia del parque.
- Mejora de la calidad de vida de la población.
- Puesta en valor de los recursos ambientales.
- Promoción y diversificación de iniciativas empresariales.
- Solución de los déficits en infraestructuras y servicios.
- Incremento de la concienciación ambiental.

A pesar de que ha sido Andalucía la Comunidad Autónoma que ha servido de ejemplo en la mayor parte de los casos, las acciones enumeradas más arriba son parte de las actuaciones que las distintas administraciones vienen desarrollando dentro del modelo de uso público en marcha y

relacionadas con los servicios y productos turísticos. Son también estrategias de futuro que implican nuevas formas o formas revalidadas de gestión. Todas ellas vinculan la gestión del uso público con el fomento de actividades sostenibles en el medio y con la participación de la población local superando la mera dotación de equipamientos. Las vinculaciones entre turismo y uso público se hacen de este modo interdependientes. Los contenidos de estas estrategias deberán ir validándose continuamente mediante procesos de evaluación, en la medida del avance de las prácticas y de los resultados de la gestión.

Conclusión: visión de futuro

En concordancia con la estrategia expuesta, el modelo de uso público y de provisión de servicios y productos turísticos sostenibles en espacios naturales protegidos deberá ir configurándose en el futuro siguiendo las líneas de trabajo que se reseñan a continuación:

- Dinamización del uso público, enfocando las próximas intervenciones prioritariamente en la provisión de servicios y en programas de actividades, como fórmula para fomentar el uso de los equipamientos y para equilibrar el esfuerzo que se ha venido realizando en dotación de equipamientos, los cuales, hasta el momento, han protagonizado la principal oferta de uso público.
- Inserción de la gestión del uso público en las comunidades locales, concibiéndolo y gestionándolo como un recurso para promover la organización social alrededor de la conservación, mediante fórmulas de participación y fomentando la educación y la formación en especialidades laborales relacionadas con las visitas.
- Ensayo de fórmulas alternativas de gestión de equipamientos y servicios de uso público para fomentar la implicación local en la gestión y generar oportunidades de negocio y empleo.
- Coordinación entre las administraciones competentes en medioambiente y en turismo, para trabajar en conjunto sobre la "ambientalización" del turismo de naturaleza, el cual solo será sostenible en la medida en que su desarrollo esté planificado en el marco de criterios ambientales.

3.6 Casos prácticos de gestión del turismo en espacios naturales protegidos de España. El caso del Parque Nacional das Illas Atlánticas de Galicia.

El turismo es un buen negocio, puesto que genera mucha riqueza y da empleo a alrededor de 200 millones de personas. Además, puede apoyar la gestión sostenible de áreas protegidas como una alternativa centrada en el mercado que se ocupa de atender el creciente volumen de viajeros con discernimiento que tratan de encontrar, comprender y disfrutar un entorno natural. El turismo puede contribuir a la protección de los recursos naturales, ya que gracias a él los habitantes toman conciencia del valor de lo que poseen y adquieren interés por conservarlo, pero puede ser a la vez el mayor enemigo de un espacio natural.

El turismo puede considerarse un fenómeno cultural propio de este final de siglo y con grandes repercusiones económicas y de cohesión transcultural. De acuerdo con el Informe europeo Dobris, basado en datos de la Organización Mundial del Turismo (WTO), este sector genera actualmente cerca del 5,5% del Producto Interior Bruto (PIB) de la Unión Europea y se prevé que para el año 2008 se haya convertido en la mayor actividad económica comunitaria. Esta previsible evolución puede tener graves repercusiones para el medio ambiente por la presión que se va a ejercer sobre los

hábitats, los servicios de transporte, el suelo en la costa y la montaña, los recursos energéticos e hídricos y las plantas de tratamiento de aguas residuales

El turismo es un motor económico importante, representa el 4% del PIB de la Comunidad Autónoma de Galicia. Una de sus formas es el Turismo rural, o el agroturismo que son ofertas con bastantes adeptos pero con muchas lagunas en atención en espacios naturales, con ofertas dispares. La comunidad autónoma esta intentando ofrecer soluciones a la falta de actividades en el turismo rural potenciando la creación de empresas de servicios para ofrecer actividades de ocio, visitas a espacios naturales, senderismo, ornitología, gastronomía, etnografía, cultura, buceo...con resultados algo esperanzadores, y acordándonos de un segmento de la población muy olvidado o silenciado que representa a un 10% de la población : los discapacitados o personas con dificultades de integración social.

Los espacios naturales comienzan a verse como algo más que positivo, atrae turismo, alguna que otra inversión, y queda muy bien en los folletos turísticos, aunque al día siguiente de su publicación los intereses económicos se olviden de la existencia de este espacio natural, o de la especie emblemática a preservar, siempre y cuando no interfiera en mi construcción o en el futuro trazado de mi idea empresarial, pero aún así empieza a consolidarse la red de espacios naturales protegidos.

En Galicia contamos con 6 Parques Naturales y un Parque Nacional que es el que represento el Parque Nacional Marítimo Terrestre de las Islas Atlánticas de Galicia, todos ellos con un futuro muy prometedor: el decano P. Monte Aloia, el Complejo dunar de Corrubedo e Lagoas de Carregal e Vixán, Baixa Limia-Serra do Xurés, O Invernadeiro, Serra da Enciña da Lastra, Fragas do Eume. No obstante, se debe intentar dar un paso más y darles a los Parques una autonomía propia, con gestión moderna y búsqueda de financiación externa para lograr una mayor dinamización en las zonas e implicar a todos los sectores implicados.

Se hace necesario involucrar a los habitantes de los parques y de las zonas de influencia socio económica, en dar a conocer su espacio natural y a estar orgulloso de lo nuestro.

Nuestro Parque Nacional, único en la comunidad gallega, está siendo gestionado desde julio de 2008 por la Xunta de Galicia, una vez que el Tribunal Constitucional reconoció la competencia de las Comunidades Autónomas en la gestión de estos espacios protegidos. Corren días de ilusión, nuevas ideas, conservación prudencia y esperanza.

Se abre un nuevo futuro para el Parque Nacional y para la Red Gallega de Espacios Naturales, estamos en un momento en el que el medio ambiente empieza a tener peso, siendo necesaria su integración en todas las políticas de desarrollo de nuestro país, en un intento de desarrollo equilibrado y con identidad propia gallega.

El turismo sostenible forma parte de una industria que bate récord de desplazamientos internacionales cada año: sólo en 2006 se produjeron 842 millones de desplazamientos internacionales.

Hoy en día, el turismo es una de las industrias punteras en muchos países; viajar se ha convertido en algo habitual para multitud de personas debido, entre otras razones, al abaratamiento de los paquetes vacacionales, en el que los Parques Naturales y Nacionales o incluso otro tipo de áreas protegidas empiezan a estar inmersos en España. Es Innegable el valor del turismo tanto para quien lo demanda como para quien lo oferta. Es decir, como espacio de disfrute del recreo y del ocio (descanso, playa, senderismo...) como generador de conductas de respeto y conservación del hábitat donde el visitante va a satisfacer sus necesidades de ocio.

Un Parque Nacional como el de las Islas Atlánticas de Galicia, que tiene 8500 hectáreas, con un 15% de medio terrestre y un 85% de medio marino, mueve un volumen de negocio impresionante, daré unos pequeños datos: este Parque era visitado hace 10 años por 75.000 personas, en estos momentos pasamos de las 300.000 personas, todo ello derivado de la declaración Parque Nacional.

Por otra parte desde el Parque queremos tener visitantes que disfruten del entorno natural y que podamos impregnar de esencias ambientales (sensibilización ambiental, la importancia de preservar el medio natural, responsabilidad en la gestión de residuos, enseñarles el porqué de la pesca sostenible y un largo etc del que se encarga el equipo de gestión del PN y el área de uso público.

Desde el Parque se han lanzado campañas educativas y de sensibilización con muy buenos resultados, encontrándonos datos tan representativos como la reducción del volumen de residuos que se gestionan en las Islas en más de un 50%, todo ello derivado desde que se desarrolló la campaña "no hay papeleras en las islas". (Cada visitante tiene la obligación de llevarse sus residuos al continente, las navieras facilitan una bolsa a cada grupo de visitantes si estos no disponen de una).

La gestión del impacto de los visitantes es cada vez más importante en vista del aumento del número de turistas y teniendo en cuenta que a menudo se concentran en grandes destinos turísticos situados en zonas ecológicamente vulnerables, tal como sucede en los Parques Nacionales, naturales o áreas con cualquier tipo de protección.

Los ciudadanos tienen que entender la filosofía de que visitar un Parque Nacional es acceder a un lugar tan especial como puede serlo un famoso museo, un importante enclave arqueológico, o un monumento mítico; un lugar cuyos valores intrínsecos y de existencia superan al conjunto de los restantes bienes y servicios que proporciona, y con el cual, en consecuencia, procede establecer una relación de respeto y modestia. Un lugar al que conviene prepararse a conciencia para ir, porque se irá pocas veces en la vida.

Pero para ello la administración deberá realizar un esfuerzo y elaborar un Plan de Uso Público que defina los objetivos que deben guiar las actuaciones en materia de uso público en un área protegida y su zona de influencia.

Es necesario mencionar el hecho de que el uso público es uno de los aspectos más controvertidos en lo que a la gestión de los espacios naturales se refiere y, especialmente, en los parques nacionales. Así, pese a ser una de las razones de la creación de dichos espacios y un elemento importante para el desarrollo de las zonas de influencia socioeconómica de los mismos, el desarrollo turístico descontrolado podría perjudicarlos.

El hecho de que el Plan de Uso Público tome como referencia no sólo el Parque en sentido estricto, sino también su zona periférica de protección resulta especialmente adecuado para moderar el impacto ambiental sobre sus recursos, de acuerdo con su fragilidad y con su capacidad para soportar una cierta intensidad de uso. Este Plan será el documento de planificación que integre líneas de acción y los programas de actuación que constituyen la guía para conjugar la oferta y la demanda de uso público en el ámbito del Parque y de su área de influencia, todo ello supeditado a la conservación de los valores y las características propias del Parque Nacional y de los procesos de evolución del patrimonio natural y cultural que en él devienen.

Por otra parte vemos que cada vez es necesario educar a los visitantes y a los responsables turísticos. En el Parque Nacional estamos llevando a cabo tareas de formación para personal propio, personal externo y para empresas del sector de transporte marítimo así como para guías turísticos

que puedan desempeñar su trabajo en el parque, con especial incidencia en la atención al público con algún tipo de discapacidad o dificultad de integración social.

El Parque dispone de itinerarios guiados, que son utilizados por el equipo de uso público para realizar su trabajo con los visitantes, como ejemplo podemos citar que el número de rutas guiadas realizadas en el Parque Nacional durante la temporada estival 2007 ha sido de 400 rutas, en las que participaron más de 5000 personas en grupos de 10-15 personas, teniendo una atención personalizada.

El cómputo total es la suma de las rutas ofertadas a los visitantes en las casetas de información de las islas y las que se conciertan con anterioridad en las oficinas del Parque Nacional para grupos o entidades concretas en el periodo comprendido entre el 15 de Junio y el 20 de Septiembre aproximadamente. Hay establecido un número máximo de participantes por ruta, siendo de 15 personas para las rutas de contenido general y de 10 para las específicas, como la del intermareal. Se consideran participantes en las rutas aquellas personas mayores de 12 años, ya que los contenidos de las mismas no están adaptados a niños menores de esa edad. Al ser considerados como acompañantes, no cuentan en el cómputo de participantes, pero sí en el de asistencia.

Otro aspecto a destacar respecto a las rutas guiadas es que no sólo ha aumentado el número de rutas realizadas (prácticamente todas las programadas, salvo aquellas que se suspendieron por el mal tiempo), sino el número de asistentes a las mismas. Además de cubrirse la totalidad de las plazas, en muchas ocasiones hubo que crear listas de espera para el caso de que quedasen vacantes a última hora. La existencia de carteles publicitando las rutas, la exhaustiva información, la mayor disponibilidad de los guías (más libres, al estar prácticamente alcanzados los objetivos del proyecto "Islas sin papeleras", que disminuyó la afluencia durante 2005 y "congeló" las cifras durante 2006) así como las motivaciones del visitante, que están empezando a cambiar, pueden ser las causas de ese aumento de la afluencia a las rutas guiadas.

El Parque Nacional está realizando los materiales educativos y el diseño de nuevas rutas(una de ellas será una ruta submarina para buceadores en la que podrán observar la riqueza de los fondos marinos, los pecios, restos arqueológicos... etc, y para ello implicaremos a las empresas que trabajan habitualmente en la zona de influencia del parque). Otro de los puntos que debemos destacar, es el diseño de actividades con el modelo de diseño universal para todos, destacamos este aspecto por ser uno de los principales compromisos del PN.

Hemos realizado unas audio guías en MP3 y MP4 que han sido revisadas por especialistas y se pondrán en Internet para que puedan ser descargadas gratuitamente para su uso.

Las rutas para personas con discapacidad, folletos para ciegos, atención personalizada con el servicio de uso público, para personas con dificultades de integración social, y sobre todo una formación continua, que es la fuente de un buen trato y una mejor conservación del espacio natural, son pilares de este espacio natural.

El aumento de visitantes se ve en algunos lugares como algo beneficioso para los espacios naturales, y no es cierto, cada espacio tiene su capacidad de carga y será ella junto con el sentido común quién marque el número ideal por espacio, época, objetivos que se buscan...No podemos olvidar que los espacios naturales están para conservar, para disfrutar, para ser vectores de desarrollo y para ser motores de sensibilización medio ambiental en la zona de influencia socioeconómica y en los visitantes del espacio.

Este Parque al ser marítimo tiene un volumen de negocio asociado a la náutica, y al buceo muy importante, cada año aumenta el número de solicitudes de navegación anual en el parque (requisito obligatorio previo para poder solicitar permiso de fondeo), en más de un 10%, actualmente tenemos

registrados casi "4.000 barcos"...¿cuánto dinero se mueve en reparaciones, venta de barcos, alquiler,...turismo náutico, muelles deportivos...?.

El transporte marítimo en este Parque va a modificarse radicalmente, ¿cómo? con la instauración de una Central de Reservas, que será gestionada y controlada por la Unidad Administrativa del Parque y controlada en Islas por los Agentes Medio Ambientales, en la que un visitante podrá escoger la naviera, el día en que quiere viajar y poder obtener su billete cómodamente sin sufrir las largas colas que hasta ahora tenían que padecer. Para ello las navieras tendrán que modernizarse y adaptarse a los nuevos tiempos.

Con esta central de reservas primaremos las empresas que tengan un enfoque más educativo-ambiental, que ofrezcan rutas guiadas, que se impliquen en la gestión del parque, y que no se dedique sólo a transportar turistas, por que nosotros queremos visitantes,y entre todos debemos lograrlo.

Otra de las novedades que se pueden destacar es la gran aceptación que ha tenido el sistema informático on-line, que permite a cualquier barco que esté previamente registrado obtener el permiso de fondeo en cualquier archipiélago del Parque. Lo mismo sucede con el buceo, las escuelas de buceo, las empresas de actividades subacuáticas utilizan este sistema con muy buena acogida, que permite planificar la visita al Parque con muy poco tiempo.

¿Cuánto recibe el Parque por estos servicios que ofrece? ¿Beneficios?-----NADA, NADA, NADA...Todo Gratis, ¿ es eso bueno? Creemos sinceramente que esto debería valorarse más.

Según la Organización Mundial del Turismo, el volumen de negocio que mueve el turismo supera o iguala al de las exportaciones de petróleo o de automóviles, pero necesitamos que este crecimiento sea con sentido común.

Los visitantes no quiere ir a una casa de turismo rural como si fuesen a un hotel en la ciudad, quieren algo más y ese más lo pueden dar los espacios naturales con los elementos que estos aportan a mayores: frescura, aire limpio, etnografía, naturaleza en estado puro, libertad, lluvia, sol, cultura, fauna, flora...ilusión, contacto con la tierra, volver a nuestros a orígenes aunque sólo sea por un fin de semana.

El turismo sostenible debe mantener un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos. El turismo debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de buscar la conservación de los valores naturales y culturales.

Nuestro patrimonio mundial natural se encuentra más amenazado que nunca, ya que las áreas naturales que albergan gran parte de nuestra biodiversidad sufren las presiones de un desarrollo insostenible.

"El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida"

Se ha consolidado como concepto operativo imprescindible para el turismo sostenible la "capacidad de carga turística" concreción del concepto más general de "capacidad de carga", que se refiere al número de personas que el planeta puede sustentar de forma sostenida –o sea, mantener de forma indefinida con un nivel de vida constante sin destruir la base de recursos naturales. Según McIntyre la

“capacidad de carga turística” se referiría a: "Nivel máximo de utilización de un área sin que se causen efectos negativos sobre los recursos, se reduzca la satisfacción de los visitantes o se provoque un impacto negativo sobre la sociedad, economía, o cultura locales". ¿ es una utopía?

Tales definiciones ponen en evidencia la existencia de límites al uso de los espacios turísticos por parte de los visitantes, así como la importancia de realizar estudios específicos de capacidad de carga para cada situación, contemplando las características individuales de cada escenario. También podemos concluir que resulta particularmente difícil concretar el concepto de capacidad de carga y aún más difícil racionalizarlo y cuantificarlo.

De hecho, el concepto es tan frágil que puede variar de un sitio a otro en función de los cambios de estación, la actitud del turista, los tipos de infraestructuras existentes, las modalidades y niveles de uso y el carácter dinámico del medio. Aún así, su estudio es fundamental para que el turismo no se acabe convirtiendo en un factor desestabilizador en las facetas ambiental, social, cultural y económica de la zona receptora del mismo.

Para la actividad turística, la sostenibilidad significa una forma de desarrollo de la actividad que permite solucionar las situaciones actuales de riesgo de la industria y evita las dinámicas de crecimiento que están generando desequilibrios económicos, sociales, culturales y ecológicos. Esta definición en términos operativos, resulta en una interacción de tres factores básicos de la industria turística:

1. El uso apropiado de nuestros recursos naturales y culturales;
2. Mejorar la calidad de vida de las comunidades locales; y
3. Éxito económico, que pueda contribuir a otros programas de desarrollo nacional.

Sostenibilidad turística no es sólo una idea o una respuesta a la demanda sino que debe ser entendida como una condición indispensable para competir con éxito ahora y en el futuro.

Cada día son más evidentes las exigencias de los turistas hacia un turismo más activo, más participativo con respecto a los intereses ambientales y socioculturales, con servicios de alta calidad, donde se procure la conservación y protección del medio natural, el aprendizaje y preservación de culturas locales, complementando con ello el disfrute de sus vacaciones.

Estamos ciertamente ante un nuevo juego de reglas de oferta y demanda donde cada vez con mayor fuerza el turismo, internacionalmente, es analizado y entendido como una actividad integral que no puede desligarse de su interacción y efecto sobre el ser humano, el medio ambiente, la cultura y la calidad de vida. Ante esta perspectiva resulta claro que la alteración o destrucción de los recursos (naturales, sociales o culturales, etc.) que forman nuestros atractivos y productos turísticos, conduce inevitablemente a la destrucción del turismo como actividad económica.

El hecho de que el turismo sostenible sea un concepto y una práctica económica en desarrollo, que no cuenta todavía con una base de referencia o parámetros de medición debidamente establecidos y aceptados universalmente, ha permitido que un número significativo de compañías, de manera irresponsable, se aprovechen del auge del turismo sostenible, propiciando lo que se denomina "Greenwashing" (abuso del término eco o sostenible), comercializando una experiencia turística no ajustada a la realidad vivida por el turista una vez que llega al destino natural.

Precisamente para contribuir en la consecución de una solución integral y global el Ministerio de Medio Ambiente Medio Rural y Marino y/o las distintas Consejerías de las Comunidades Autónomas ,

ven con preocupación el turismo insostenible que se da en algunos espacios naturales, teniendo una capacidad de carga muy superada y con dificultades para recuperar los hábitats degradados, la cultura menospreciada o la adulteración de costumbres, folclore o gastronomías adulteradas ("san jacobos", pizzas, ...en vez de migas, *caldeirada* de pescados...), siendo las herramientas como las certificaciones, la formación o la sensibilización básicas para frenar este deterioro.

Debemos convertir el concepto de sostenibilidad en algo real, práctico y necesario en el contexto de la competitividad turística, con miras a mejorar la forma en que se utilizan los recursos naturales y sociales, se incentiva la participación activa de las comunidades locales, y a brindar un nuevo soporte para la competitividad del sector empresarial.

El impacto de las personas en el medio natural

Debemos buscar que los visitantes a los espacios naturales o áreas limítrofes tengan una experiencia de calidad en el medio natural y debemos gestionar los impactos del uso recreativo en el medio sobre los recursos del medio natural. Según Jiménez García, los problemas que surgen como consecuencia de tener usos recreativos en espacios naturales se pueden dividir en: acciones ilegales, violación de las regulaciones por descuido o negligencia; las actividades de personas inexpertas; comportamiento uniforme y los impactos mínimos inevitables.

- Las actividades ilegales son las contravenciones directas de las regulaciones. Sería el caso, por ejemplo del vandalismo, roturas de señalización, robos de carteles.... La respuesta de manejo apropiada es la aplicación rigurosa de la ley.
- Las violaciones de las regulaciones por descuido o negligencia se deben a acciones irresponsables, como por ejemplo el vertido de basuras, la creación de atajos en los senderos o el encendido de hogueras en áreas prohibidas. El gestor puede alterar este comportamiento mediante la persuasión; haciendo que sea más fácil hacer lo correcto.
- Las actividades de personas inexpertas son prácticas que alguna vez se recomendaron y ahora se consideran impropias, como el enterramiento de basuras, la creación de zanjas alrededor de las tiendas de campaña, el vivaqueo con construcción de vivacs..., fondeos de embarcaciones en zonas protegidas o inapropiadas tanto para la seguridad del visitante como para el medio natural
- El comportamiento uniforme intensifica los impactos, es el caso del uso de los senderos más populares, así como la concentración en puntos que por su características no se pueden dejar de visitar por fama, o por su especial atracción; ejemplo (Silla de la reina en Cies, O *Buraco do Inferno* en Ons, o La playa de las Catedrales en el norte de Lugo). Cuando sucede esto es vital intentar dispersar al personal, con rutas alternativas o puntos de mismo interés, o establecer cupos de entrada e informar porqué.
- Los impactos inevitables, son producidos por todos los visitantes, como por ejemplo el pisoteo de vegetación, generación de residuos orgánicos, molestias a la fauna, o el *feeding*. Se deben potenciar prácticas de mínimo impacto, y si no se logra solucionar se deberá reducir o eliminar el uso.

Aún así nosotros creemos en un turismo posible y equilibrado en espacios naturales con sentido común y con la premisa que nunca podemos olvidar, la conservación es la primera razón de ser de estos espacios y en segundo lugar el uso público.

3.7 Modelos de productos turísticos sostenibles en espacios naturales protegidos de España. Turismo ornitológico y de observación de cetáceos como alternativa de negocio en Andalucía.

Frente al viejo planteamiento de compensar por proteger, que se impuso durante las primeras etapas de protección de espacios naturales, el gobierno andaluz optó, desde el principio, por un modelo de protección y gestión más acorde con la realidad económica y social de estos espacios.

Este planteamiento se recoge en el Decreto 194/2008, de 6 de mayo, por el que se regula la estructura Orgánica de la Consejería de Medio Ambiente y donde puede comprobarse cómo la Administración Ambiental andaluza tiene asumido entre sus competencias impulsar y fomentar el desarrollo socioeconómico en relación con el patrimonio natural y especialmente dentro de los espacios protegidos, así como el uso público con ellos relacionados.

En este marco planteado por el gobierno andaluz, el desarrollo socioeconómico de los espacios naturales protegidos pasa por establecer una diversa oferta de actividades que se pueden realizar sobre la base de los recursos naturales disponibles. Esta diversificación de oferta de actividades necesita del impulso de todas las administraciones implicadas en la gestión del territorio con herramientas concretas y consensuadas, como los Planes de Desarrollo Sostenible, estrategias entre administraciones, campañas de promoción, etc.

Los cambios en hábitos vacacionales de los turistas, la mayor sensibilidad por las cuestiones relacionadas con la preservación del medio ambiente, la creciente predilección por la vida sana y la práctica deportiva, etc... están influyendo muy positivamente en la consolidación del segmento del turismo de naturaleza en territorios como Andalucía, que cuenta con una oferta creciente (Pulido, 2005).

La apuesta por este sector turístico en los espacios naturales de Andalucía se sustenta, en primer lugar, en la riqueza ornitológica de la región. La situación geográfica andaluza, ubicada entre dos continentes, África y Europa, y entre dos masas de agua tan dispares como son el Mar Mediterráneo y el Océano Atlántico, la convierten en un espacio único para ser testigo de uno de los acontecimientos faunísticos más espectaculares que puedan disfrutarse en la naturaleza: el fenómeno migratorio.

Así, espacios como el Doñana es considerado como un paraíso para los amantes de la ornitología donde a principios de otoño y durante el invierno se puede disfrutar de la presencia de miles de aves acuáticas, como ánsares y anátidas procedentes del norte de Europa; en primavera y verano llegan desde África decenas de especies, buscando alimento y un clima suave.

Otro ejemplo, lo constituye el Parque Natural del Estrecho donde las aves son las grandes protagonistas. En este escenario natural, se calcula que hasta treinta millones de aves migratorias de trescientas ochenta especies distintas lo cruzan cada año, por lo que llega a estar considerado entre las siete principales áreas de concentración de estas aves en el mundo.

Del mismo modo que este espacio protegido destaca por ser punto estratégico clave en los procesos migratorios de aves, su situación geográfica, lo señala como uno de los lugares de mayor paso y avistamiento de grandes cetáceos y reptiles marinos. Calderones comunes, delfines mulares, comunes y listaos, tienen así una presencia regular en el Estrecho, avistándose en cualquier época del año. La orca, visita estas aguas en busca de su presa preferida, el atún, siendo frecuente su observación en los meses de julio y agosto, durante la pesca tradicional del atún rojo. Cachalotes y

rorcuales hacen uso de este espacio en sus movimientos migratorios, pudiéndose observar durante los meses de abril a junio.

La existencia de este rico patrimonio natural ligado a la dotación de infraestructuras para el avistamiento de estas especies abre un amplio abanico de posibilidades en la región andaluza a la hora de crear productos ornitológicos con una calidad suficiente como para promover el desplazamiento de turistas.

Pero la sola existencia de este rico patrimonio ornitológico e infraestructuras no es suficiente, la clave se encuentra en convertir los recursos ornitológicos en productos turísticos.

La creación de un producto de turismo ornitológico requiere además de los siguientes elementos:

- Empresas de servicios turísticos.
- Guías ornitológicos.
- Empresas de gestión que realicen las funciones de receptivo y de comercialización.

Necesidad de concienciar a las distintas entidades y ciudadanía

Considerando todo lo anterior, el sector del turismo ornitológico, es una de las alternativas que pueden potenciarse en los espacios protegidos. Sin embargo, la Consejería es consciente de que el impulso que se pretende dar a este sector turístico requerirá del apoyo de otras administraciones, empresas y otras organizaciones dedicadas al sector. Solo así podrán convertirse los recursos ornitológicos en productos turísticos.

Según el informe anual del turismo en Andalucía 2007: "el principal problema, refiriéndose a la actividad turística en estos espacios, sigue siendo la dispersión de competencias y la inexistencia de objetivos compartidos, más allá de la ejecución de las competencias particulares de cada institución u organismos. Por tanto, el reto con el que hacer frente con carácter más inmediato es la coordinación de todos los agentes que intervienen en el proceso.

En este afán, la administración andaluza, pretende diseñar fórmulas de gestión compartida entre distintas Consejerías (Medio Ambiente, Innovación Ciencia y Empresa, Turismo, Comercio y Deporte) en coordinación con otras entidades implicadas en este sector turístico. Además de incentivar a la población por ser otro de los grandes protagonistas.

Primera actuación: Feria Internacional de las aves

En estos primeros esfuerzos por dar impulso al sector del turismo ornitológico y de cetáceos todas las entidades con incidencia en este sector turístico han apostado por llevar a cabo la primera Feria Internacional de las Aves en la región. Este evento ha posibilitado la cohesión del empresariado turístico y de las administraciones públicas y organizaciones no gubernamentales, hecho insólito entre algunas de estas entidades que, con relativa frecuencia, han venido experimentando diversos desencuentros. Por otro lado, las distintas empresas dedicadas a este sector venían desarrollando su actividad de forma independiente lo que provocaba la división del sector y la necesidad de aunar los esfuerzos, compartir metas y diseñar una estrategia de acción conjunta para poder ofertar paquetes de turismo ornitológico.

En este sentido, la feria internacional de las aves ha resultado todo un éxito, donde todos los actores implicados han expresado su motivación por dar impulso a este sector turístico. De manera que la Feria ha sido planteada como escenario donde se han dado cita las compañías y las instituciones que velan y viven por la conservación de las aves y los ecosistemas que las sustentan y el incipiente mundo del ocio que gira en torno a la contemplación del mundo natural: Turismo, arte y fotografía, material óptico y accesorios para la fotografía y el avistamiento, ropa, complementos, libros, revistas... todos ellos concentrados en un total de 65 expositores.

El buen resultado del evento también se ha visto reflejado en la afluencia de visitas y puede decirse que se han superado las expectativas, con más de 5.000 visitantes.

Por otro lado, a lo largo de los 4 días de duración se llevaron a cabo una serie de actividades programas entre las que se incluían, diversas charlas relacionadas con el mundo de la ornitología y los cetáceos, y otras consistentes en varias visitas guiadas.

Acciones previstas

El calado que este evento ha producido entre todos los actores implicados queda reflejado en el compromiso adquirido durante la celebración de la Feria para desarrollar de forma conjunta la:

ESTRATEGIA PARA EL ORDENAMIENTO Y FOMENTO DEL TURISMO ORNITOLÓGICO Y EL AVISTAMIENTO DE CETÁCEOS EN ANDALUCÍA.

Estos hechos reflejan que, si en un primer momento, el esfuerzo inicial partió de la colaboración conjunta de las Consejerías de Innovación, Ciencia y Empresa, de Turismo, Comercio y Deporte y la de Medio Ambiente, hoy por hoy, se suman a las anteriores las demás entidades con intereses en el sector del turismo ornitológico y el avistamiento de cetáceos (empresarios, organizaciones conservacionistas, etc...). Todos ellos, a través de un proceso participativo elaborarán un diagnóstico, marcarán los objetivos a alcanzar y programarán una serie de recomendaciones y líneas de actuación con el objetivo de elaborar la Estrategia para este sector turístico.

También es necesario tener presente que el turismo ornitológico y de cetáceos se desarrolla, normalmente, en entornos naturales de especial valor e interés. Por ello, su práctica debe adecuarse tanto en su localización como en su intensidad y estacionalidad, a las normas de uso y gestión de dichos espacios naturales.

NORMATIVA ESPECÍFICA

De una forma más genérica, englobando a todo el sector del ecoturismo o Turismo Ecológico (categoría en la que se incluye tanto observación de aves como la de cetáceos), las Consejerías de Medio Ambiente y la de Turismo, Comercio y Deporte han elaborado una Orden Conjunta por la que se determinan las actividades que integran el ecoturismo y las obligaciones y condiciones medioambientales a las que deberá someterse su práctica para hacerlas compatibles con la protección del medio ambiente, de la flora y fauna silvestres, de sus ciclos biológicos y hábitats naturales, así como el medio social y el cultural.

En esta orden se definen las actividades que integran el ecoturismo y se define la observación de aves como: actividad basada en el avistamiento y la identificación de especies de aves silvestres y la

Observación de cetáceos como: actividad basada en la observación de cetáceos desde embarcación náutica.

En esta normativa se establecen unas condiciones ambientales generales para la práctica del ecoturismo y otras específicas para la observación de aves y cetáceos.

En los anexos de esta orden se adjunta un modelo de autorización para la práctica de este tipo de actividades.

Actualmente la orden se encuentra aprobada por ambas Consejerías, Medio Ambiente y Turismo, Comercio y Deporte, está pendiente de publicación.

Propuestas de futuro

- Dar continuidad a la Feria Internacional de las Aves con una periodicidad anual.
- Adecuación de infraestructuras especializadas en los puntos de interés para la observación. Algunas de ellas son:
 1. Creación de itinerarios, rutas (regionales que a su vez estén conectados con otros itinerarios nacionales e internacionales) y observatorios y mejora de los existentes.
 2. Creación y mejora de acceso a los lugares de visita.
 3. Señalización con paneles informativos y de interpretación en los lugares de interés para el visitante.
 4. Dotar a la zona de equipamientos donde se pueda obtener información acerca de la ornitología del lugar como pueden ser: centros de visitantes o puntos de información.
- Puesta en marcha de un Programa de visitas a espacios naturales de interés ornitológico y avistamiento de cetáceos.
- Fórmulas de incentivos mediante ayudas a empresarios que quieran desarrollar actividades en el sector del turismo ornitológico y de cetáceos.
- Estimular la creación de empresas dedicadas a ofertar este tipo de turismo como pueden ser alojamientos rurales, empresas de alquiler de vehículos y bicicletas, etc..
- Se formularán paquetes turísticos en los que el turismo ornitológico y/o de cetáceos sea un complemento más de una serie de actividades integradas en un paquete turístico.
- Impulsar la profesionalización del sector mediante una propuesta de formación de guías-intérpretes: idiomas, atención al cliente, interpretación del patrimonio natural. De manera que puedan cubrirse las necesidades de 3 colectivos fundamentales de turistas:
 1. Experto ornitólogo.
 2. Aficionado o con motivación por el turismo de naturaleza y turista vacacional.
 3. No experto en ornitología que puede vincularse a diversos segmentos turísticos.
- Elaborar una propuesta de infraestructuras mínimas necesarias para el desarrollo de estas actividades.

- Convenio de colaboración con fincas particulares.

3.8 Modelos de productos turísticos sostenibles en espacios naturales protegidos en el ámbito internacional. Caso práctico de productos turísticos en espacios naturales protegidos. “Vélo Loisir” en el parque natural regional de Luberon.

Un proyecto de territorio que se estructura al servicio del medio ambiente, la calidad de vida y la economía turística local

La bicicleta, medio de transporte "suave" por excelencia, se corresponde completamente con los valores adoptados por el Parque Natural Regional Luberon. Siendo un espacio protegido adherido a la Carta Europea de Turismo Sostenible desde 2001, la estrategia del parque es desarrollar el turismo con un valor añadido para conservar, valorar y apreciar esta área.

El Parque de Luberon se ha afiliado a “*Vélo Loisir en Luberon*” (VLL) para promover el desarrollo de una red de profesionales al servicio del cicloturismo.

Un área estructurada por rutas ciclistas

Iniciado en 1993 por el Parque Luberon, los recorridos para el descubrimiento en bicicleta representan hoy 364 kilómetros de rutas que recorren el notable paisaje de Luberon. Hasta hoy estas rutas son diseñadas de modo que se puedan entrelazar: una de 78 kilómetros en las Pagas de Forcalquier (Alpes de Haute Provence, construida en 2002), otra de 51 kilómetros por Ogres du Roussillon (construida en 2000) y la tercera, con una pequeña parte en el norte, construida en 1995 (Cavaillon- Apropiado-Forcalquier) y una parte en sur, construida en 2002. En total, la red de vías ciclistas en Luberon se extienden sobre aproximadamente 236 kilómetros.

Una actividad económica en alza

En 2007 el parque realizó un estudio sobre los ingresos económicos del cicloturismo. Este estudio incluyó la importancia económica de este tipo de turismo así como la tipología y las necesidades de los ciclistas. Los ingresos económicos anuales directos e indirectos son estimados en unos 8,9 millones de euros, mientras el coste de inversión realizado se estima entre 1995 y 2007, sólo en 1,5 millones.

Pasión por el ciclismo

Para el 29% de los turistas el ciclismo es la motivación principal para su viaje a Luberon. La promoción del cicloturismo se hace sobre todo por la propaganda de boca a boca. El ciclista organiza su viaje individualmente usando cada vez más Internet.

Los ciclistas en su mayoría masculinos (el 66 %) compuesto por un 54% de extranjeros y en un 41% de trabajadores independientes con un elevado poder adquisitivo.

El ciclista usa principalmente el alojamiento pagado (el 85 %), consume productos locales para el almuerzo (el 24 %), va a un restaurante para la cena y compra servicios relacionados con el ciclismo (alquiler de bicicletas 24%, transporte de equipaje 16 %).

Los visitantes están satisfechos con las rutas cicloturistas (el 90 %) y el paisaje (el 96 %). Sin embargo, exigen el desarrollo de estándares de seguridad y un mejor servicio de las rutas, mejor acceso a los puntos de agua (el 62 %), paneles de información (el 30 %) y mejor calidad del pavimento (el 25 %).

Hoy el Parque Natural Regional Luberon y VLL inician un plan de desarrollo para el cicloturismo para seguir con el auge de esta actividad, que incluye la creación de nuevas rutas en el sur del parque, la mejora de servicio e infraestructura, información a los visitantes y el desarrollo del turismo VTT.

3.9 Propuestas de marcas de calidad en sostenibilidad del turismo en los ENP: Marca Parque Natural. La marca parque natural de Andalucía. Una experiencia en desarrollo sostenible

Normativa de la marca Parque Natural de Andalucía (PNA)

La marca Parque Natural de Andalucía (PNA) es un distintivo de calidad que otorga la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía a los productos artesanales y naturales y servicios de turismo de naturaleza en el ámbito de los parques naturales y nacionales andaluces.

La primera norma de la marca PNA es la Orden de 1 de agosto de 2001, por la que se regula su régimen jurídico y el procedimiento de concesión de la licencia de uso. Es sustituida por la Orden de 15 de diciembre de 2004 y en breve entrará en vigor una nueva Orden.

La LEY 2/1989 de Inventario de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía, trae a colación el carácter amplio del concepto de conservación que se aplica en Andalucía: fomento de la riqueza económica mediante el aprovechamiento ordenado de los recursos naturales. Así promueve actuaciones que fomentan el desarrollo sostenible, conforme a la Cumbre de la Tierra de Río en 1992.

La marca PNA es propiedad exclusiva de la Consejería de Medio Ambiente (CMA). El logotipo y otras características de la marca se establecen en el Manual de Identidad Gráfica.

Los productos o servicios que pueden obtener esta licencia han de ser elaborados o prestados en el territorio de los parques naturales y sus áreas de influencia socioeconómica; se excluyen los núcleos urbanos con más de 100.000 habitantes. Deben ser conformes a las especificaciones de las normas CMA-PNA/PA de Producto Artesanal, CMA-PNA/TN de Turismo de Naturaleza o CMA-PNA/PN de Producto Natural.

La competencia para conceder la licencia de uso corresponde a la Dirección General de Sostenibilidad en la Red de Espacios Naturales (D.G.S.R.E.N) de la Consejería de Medio Ambiente. La licencia, válida para tres años, lleva aparejada la autorización para utilizar la denominación y, en su caso, el anagrama del espacio natural de que se trate.

Contenido de la marca Parque Natural de Andalucía

a) PRODUCTO ARTESANAL

Pueden pertenecer a alguno de los grupos siguientes: panes y pasteles; vinos y licores; embutidos y chacinas; quesos y derivados lácteos; productos cosméticos naturales; artículos de corcho y cuero; muebles; tejidos; objetos de cuerno, de cerámica, metálicos, de piedra, de madera y de hueso;...

No se encuentra en la naturaleza como tal y procede de la transformación y/o combinación de otros productos, efectuada mediante procesos total o parcialmente manuales que impliquen que las características de dichos productos se vean determinadas por la habilidad y experiencia del productor.

Requisitos de calidad: cumplimiento de la legislación sectorial y aseguramiento de la calidad. Requisitos medioambientales: cumplimiento de la legislación medioambiental (Plan de Ordenación de los Recursos Naturales, Plan Rector de Uso y Gestión) y compromiso de establecer al menos un objetivo anual de mejora relativo a las actividades relacionadas con el producto.

b) TURISMO DE NATURALEZA

Su objeto es atender alguna necesidad de los usuarios turísticos o de aquellos que lo demanden, relacionada con su situación de desplazamiento de su residencia habitual por motivos distintos a los de carácter laboral.

Las actividades de ocio han de realizarse al menos en un 75% en el interior del parque natural. Las empresas de turismo activo han de llevar un año prestando el servicio. Los servicios de alojamiento deben llevar asociados servicios de restauración y ocio o incluir información sobre ellos; dar información sobre el parque natural e incluir actividades de promoción de productos de ese espacio acogidos a la marca PNA; no pueden sobrepasar las plazas que fija la normativa sectorial. Los servicios de restauración deben incluir en su menú un apartado de gastronomía local e informar sobre el PN. Las actividades de ocio deben estar ligadas al conocimiento y disfrute de la naturaleza. Las empresas de turismo activo deben tener sede en el área de influencia socioeconómica del parque natural donde presten sus servicios. Las edificaciones deben estar integradas en el paisaje.

La empresa debe tener planificada y asegurada la calidad del servicio. Se le requiere el cumplimiento de la legislación medioambiental y fijar un compromiso de al menos un objetivo anual de mejora medioambiental. Ha de tener un Manual de Buenas Prácticas Ambientales.

c) PRODUCTO NATURAL

Un producto natural "...se encuentra en la naturaleza como tal, bien aislado o integrado en otros y se obtiene directamente o mediante procesos físicos simples donde no se usen agentes químicos, a excepción del agua". Se citan: corcho; madera; hierbas; legumbres y frutos secos; aceite; setas; miel; sal; frutas y hortalizas; huevos; carnes y pescados.

El productor debe disponer de las autorizaciones sectoriales que procedan. Ha de tener planificada y asegurada la calidad del producto.

El producto debe obtenerse y manufacturarse de forma que la instalación y los procesos implicados cumplan la legislación pertinente. Ha de tener identificados documentalmente todos los requisitos legales aplicables a sus instalaciones y a su actividad; ha de tener establecidos los procedimientos documentados de control operacional e inspección que aseguren el cumplimiento de los requisitos legales anteriores y mantener esos registros. Por último debe asumir un compromiso de mejora continua del comportamiento medioambiental con al menos un objetivo anual de mejora en relación con las actividades objeto de la licencia.

Protagonistas de la marca Parque Natural de Andalucía

LAS EMPRESAS Y SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS.

La evolución de la marca PNA es espectacular.

AÑO	EMPRESAS	PRODUCTOS / SERVICIOS
2000:	16	37
2006:	165	805
2008:	188	1.102

PRODUCTO/ SERVICIO	Nº DE EMPRESAS		Nº DE PROD. / Sº	
PRIMARIO Natural y Transformado	63	33,5%	487	44,2%
ARTESANÍA DE USO	17	9,0%	108	9,8%
TURISMO DE NATURALEZA	108	57,5%	507	46,0%
TOTAL	188	100,00%	1.102	100,00%

Clasificación prevista en nueva Orden (20/05/2008)

LABOR DE ASESORAMIENTO

Expertos que asesoran a las empresas de los trámites y cambios que habría de operar a fin de que superen la fase de auditoría para obtener la marca.

LA ENTIDAD DE CERTIFICACIÓN (FUNDACIÓN ANDANATURA)



Para que un producto o servicio obtenga la licencia de uso ha de obtener un certificado emitido por una entidad de certificación acreditada por la Entidad Nacional de Certificación (ENAC)) o reconocida en la Unión Europea. Andanatura trabaja para la marca PNA en su calidad de Entidad de Certificación y certifica la conformidad de los productos y servicios según las normas de la marca PNA. Para ello realiza una auditoría a la empresa para cuyos productos o servicios se solicita la licencia de uso de la marca. Si cumple los requisitos de la norma, emite un certificado de producto que es el documento en el que se apoya la Consejería de Medio Ambiente para formalizar un contrato con la empresa y conceder la licencia de uso.

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE EMPRESARIOS DE LA MARCA (FASEPAN)

Coordina las acciones de promoción de las empresas licenciatarias de la marca PNA. Representa a los socios en el Comité de Certificación de la marca PNA y ante las Administraciones, entidades y organismos públicos y privados. La Federación se organiza en tres Asociaciones: AGROPAN



FASEPAN
Federación
de Asociaciones de
Empresarios Licenciatarios
de la Marca Parque
Natural de Andalucía

(agroalimentario); ASARPAN (artesanos); y PANTUR (turismo de naturaleza). La Secretaría Técnica realiza labores de coordinación y las funciones técnicas. Asume la presencia de la marca en las Ferias (Ferantur, Expotural, Fitur, Biofach,...)

COMITÉ DE CERTIFICACIÓN

Lo preside el Gerente de Andanatura y lo componen además un funcionario de la DG S REN, el Presidente de FASEPAN y un representante de los consumidores. Se pronuncia sobre las propuestas de concesión del certificado de producto que les remite el gerente de Andanatura.

COMITÉ DE ASESORAMIENTO

Órgano colegiado de asesoramiento para los asuntos relativos a la marca PNA. Su dependencia es directa de la D G S REN, que lo preside. Los miembros del Comité representan a un elenco amplio de responsabilidades en la Administración Autonómica y también a los demás sectores concernidos. Actúa con plena autonomía e independencia. Emite los informes que le solicite la Consejería. Un Secretario asiste técnica y administrativamente al Comité.

EMPRESA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL (EGMASA)

Contribuye a la promoción de la marca PNA en medios de comunicación; degustación y obsequio de productos en Ferias y en campañas de uso público y de difusión de los Parques; catálogos de productos y servicios; etc.



egmasa
Empresa de Gestión Medioambiental
CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE

AGENCIA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO (IDEA)

La Agencia IDEA es responsable de la dinamización y el seguimiento de los Planes de Desarrollo Sostenible los cuales contemplan entre sus acciones la difusión y activación de la marca Parque Natural de Andalucía.



Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA
CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA

GRUPOS DE DESARROLLO RURAL

En Andalucía, los 50 Grupos de Desarrollo Rural desempeñan un papel decisivo en lo relativo a las medidas de fomento socioeconómico en los ámbitos rurales. Tienen una larga experiencia en la gestión de fondos públicos para la puesta en marcha de esas medidas y son animadores de la marca PNA en sus respectivos ámbitos de actuación y la promocionan a través de diversos actos. También la han fomentado facilitando las labores de asesoramiento.



Actuaciones de promoción

La marca PNA ha celebrado hasta la fecha seis Ferias específicas, las cuatro últimas en el contexto de la Feria Andaluza de Turismo y Desarrollo Rural (Ferantur) en el Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla (FIBES).

Se participa en otras muchas ferias sectoriales: Fitur (Madrid), Biofach (Alemania), Salón Internacional de Gourmets (Madrid), Expovacaciones (Bilbao), Parques Naturais e Ambiente (Olhão, Portugal), Biocultura (Barcelona), British Watching Fair (Londres), Exponatural (Madrid), Aratur (Zaragoza), Turicom (Gijón), Tierra Adentro (Jaén), Intur (Valladolid).

Se editan y actualizan las ediciones de los dvd interactivos con el catálogo de empresas y sus productos y servicios. Edición en soporte papel de catálogos por sectores. Se mantiene y actualiza el catálogo en la página web de la Consejería de Medio Ambiente y en la que gestiona FASEPAN (www.marcaparquenatural.com). Sesiones fotográficas a fin de actualizar los catálogos en sus distintos soportes...

Campañas de publicidad en radio anunciando las Ferias de la marca. Se ha insertado publicidad en prensa de alcance regional y en revistas especializadas (Paisajes, Andalucía Ecológica, Para Vivir Andalucía, Turismo Rural, Europa Cork, Europa Agraria).

En colaboración con la Consejería de Agricultura y Pesca se han organizado once jornadas sobre agricultura y ganadería ecológicas en los parques naturales. Por último, la Consejería de Medio Ambiente y otros organismos han hecho regalos institucionales con productos de la marca PNA además de degustaciones con motivo de eventos determinados.

Entre septiembre de 2008 y enero de 2009, un autobús especial promociona la marca PNA recorriendo los 24 parques naturales de Andalucía.

NOTA: Otros temas que se propone abordar desde el Grupo de Trabajo, en el apartado de Turismo en Espacios Naturales Protegidos, son:

Recomendaciones de sostenibilidad a los productores turísticos en los ENP.

La gestión sostenible del turismo en los ENP como oportunidad de mercado.

La visión del mercado de los operadores e intermediarios turísticos.

Tendencias, perfiles y motivaciones de la demanda.

Apartado 4 – BUENAS PRÁCTICAS EN TURISMO SOSTENIBLE.

4.1 Funciones de los códigos de buenas prácticas en turismo sostenible.

“El turismo es como el fuego: puedes cocinar tu cena en él, pero si no tienes cuidado incendiará tu casa”

Dicho asiático encontrado en la página web de WWF UK¹

Los códigos de buenas prácticas en Turismo Sostenible buscan ser una herramienta que facilite a las administraciones, empresas, consumidores y en definitiva cualquier agente implicado en el sector turístico, adoptar acciones concretas que les permitan orientar su gestión hacia la práctica de un turismo sostenible.

El turismo sostenible ha sido definido por la Organización Mundial del Turismo como aquel que “satisface las necesidades presentes de los turistas y de las regiones hospederas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro. Se prevé como guía en la gestión de todos los recursos, de modo que lo económico, social y las necesidades estéticas puedan ser satisfechas, a la vez que se mantiene la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo de la vida”²

Conseguir hacer del turismo sostenible una realidad, conlleva múltiples dificultades que en muchas ocasiones no son fáciles de identificar y atajar. Desde numerosos colectivos se han puesto en marcha diferentes propuestas que buscan soluciones a impactos concretos y a menudo esas soluciones se hacen de una manera empírica en base a prueba y error lo que a veces da buenos resultados pero con un coste elevadísimo en recursos económicos, humanos y en pérdidas de un tiempo precioso para el futuro del sector y del planeta. Por eso cobran tanta importancia los códigos de buenas prácticas ya que permiten aprovechar el conocimiento acumulado por otros, permitiendo ahorrar recursos y estableciendo unos criterios comunes. Por supuesto ni todos los agentes implicados, ni todas las tipologías de turismo, ni todos los destinos son iguales pero al menos se pueden establecer unas bases comunes desde las que avanzar. ¿Y que son las “buenas prácticas”? son aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión y operación de las empresas turísticas. Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico así como su imagen frente al cliente y que se hace más eficiente el desarrollo empresarial y, por ende, su desempeño socioeconómico.

Por ejemplo la implementación de las Buenas Prácticas en el ámbito de las empresas, pretenden corregir o mejorar la actual gestión operativa de las empresas, a fin de prevenir o minimizar los posibles impactos negativos que puede generar la actividad turística, optimizando la calidad de los servicios ofrecidos al visitante.

De esta manera, se lograrían los beneficios fundamentales del turismo sostenible: mejorar la calidad de vida de las poblaciones anfitrionas, brindar al visitante una experiencia de alta calidad y conservar la calidad del medio ambiente del que dependen los actores involucrados en la actividad turística: poblaciones locales, visitantes y empresas.

Los manuales de buenas prácticas tienen por finalidad ser una herramienta metodológica que acompañe al guía, tour operador, hotelero, transportista y/o administración local en el camino hacia una operación sostenible.

La importancia de esos códigos de conducta llevo a recoger en la “*Carta del Turismo Sostenible*” en su apartado 17 la siguiente declaración:

“Con el fin de que el turismo pueda ser una actividad sostenible, es fundamental que se adopten y pongan en práctica códigos de conducta que favorezcan la sostenibilidad por parte de los principales actores que intervienen en la actividad, en particular por los miembros de la industria turística. Dichos códigos pueden constituir instrumentos eficaces para el desarrollo de actividades turísticas responsables”.

El Turismo Sostenible es hoy prioritario en la agenda internacional. La séptima sesión de la Comisión para el Desarrollo Sustentable se centró en el turismo, la Convención para la Diversidad Biológica se ha involucrado en programas de turismo sustentable, las instituciones financieras bilaterales y multilaterales han colocado al turismo en lo alto de sus listas de prioridades.

En el ámbito nacional el crecimiento del turismo receptivo a partir de los años 2002/03 ha generado presión sobre el uso y goce de los recursos protegidos así como sobre aquellos que no lo están, razón por la que es necesario sentar las bases de planificación para un uso eficiente, sustentable y rentable de los destinos turísticos que reciben la mayor frecuentación de visitantes.

El desarrollo turístico con criterios de sostenibilidad se considera una Política de Estado que debe articular las diferentes competencias no solo a nivel horizontal sino también descentralizado y como tal articulando entre organismos nacionales, y entre ellos y los organismos locales.

Entre sus funciones promover la realización de programas, proyectos y actividades destinadas a fortalecer las capacidades de la Secretaría, para emprender una gestión proactiva en materias de protección ambiental y de promoción del turismo sostenible.

- Gestionar y administrar los recursos que permitan poner en marcha programas y proyectos que contribuyan a los objetivos.
- Diseñar, coordinar y realizar actividades de educación, sensibilización e información ambiental y sobre modalidades de turismo responsable, para los turistas, los pobladores locales y los agentes de viaje y prestatarios de servicios en destinos de naturaleza.
- Generar foros de intercambio y difusión sobre experiencias de turismo sustentable y buenas prácticas relacionadas con el turismo y el ambiente para multiplicar la concienciación y generación de conocimiento al respecto.
- Fomentar el desarrollo de modelos de gestión para el aprovechamiento turístico inteligente de los recursos ambientales en áreas de montaña y zonas de extrema fragilidad ambiental, procurando su articulación con experiencias internacionales de comercio justo y turismo solidario.
- Incentivar y facilitar la adopción de códigos de ética ambiental y turística entre los agentes intervinientes en la comercialización turística, los usuarios y los destinatarios, tendiendo, en un mediano plazo, a instalar la necesidad de obtener la certificación ambiental de los servicios del sector para fomentar la sostenibilidad de las operaciones turísticas.

El Turismo se ha convertido en una de las más importantes actividades económicas del mundo, y de

las que crece a mayor velocidad. Como consecuencia, el mismo tiene un efecto importante en muchos campos de la sociedad: la economía, la infraestructura social y cultural, y el medio ambiente. Sin embargo, el crecimiento poco meditado y no sostenible del turismo puede causar también un efecto negativo en estos campos y a largo plazo, esto puede tener graves consecuencias para todos.

Con el objeto de centrar aún más la definición de turismo sostenible incorporamos Las doce metas para hacer turismo sostenible que se describieron en “*Haciendo un turismo más sostenible: Una guía para los formuladores de políticas*” (Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) – Organización Mundial del Turismo (OMT), 2005) como:

1. **Viabilidad económica:** Garantizar la viabilidad y competitividad de los destinos y empresas turísticas, de modo que puedan continuar prosperando y ofreciendo beneficios en el largo plazo.
2. **Prosperidad local:** Maximizar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino anfitrión, incluyendo la proporción de gastos de los visitantes que se retiene localmente.
3. **Empleo de calidad:** Fortalecer la cantidad y calidad de trabajos locales creados y apoyados por el turismo, incluyendo el nivel del pago, las condiciones del servicio y la disponibilidad para todos sin discriminación por género, raza, incapacidad o en otras formas.
4. **Equidad social:** Buscar una amplia y justa distribución de los beneficios económicos y sociales del turismo en toda la comunidad receptora, incluyendo mejores oportunidades, ingresos y servicios disponibles para los pobres.
5. **Satisfacción de los visitantes:** Ofrecer una experiencia segura, grata y satisfactoria a los visitantes, disponible para todos sin discriminación por género, raza, incapacidad o en otras formas.
6. **Control local:** Involucrar y empoderar a las comunidades locales en planificación y toma de decisiones sobre la administración y desarrollo futuro del turismo en su área, en consulta con otros actores sociales.
7. **Bienestar de la comunidad:** Mantener y fortalecer la calidad de vida de las comunidades locales, incluyendo estructuras sociales y acceso a recursos, buenas costumbres y sistemas de apoyo de la vida, evitando cualquier forma de degradación o explotación social.
8. **Riqueza cultural:** Respetar y mejorar el patrimonio histórico, la cultura auténtica, las tradiciones y las cualidades distintivas de las comunidades anfitrionas.
9. **Integridad física:** Mantener y mejorar la calidad de los paisajes, tanto urbanos como rurales, y evitar la degradación física y visual del ambiente.
10. **Diversidad biológica:** Apoyar la conservación de áreas naturales, hábitat, y vida silvestre, y minimizar el daño a estas.
11. **Eficiencia de los recursos:** Minimizar el uso de recursos escasos y no renovables en el desarrollo y operación de instalaciones y servicios turísticos.
12. **Pureza ambiental:** Minimizar la contaminación del aire, el agua y la tierra y la generación de desechos por parte de empresas turísticas y visitantes.

A continuación reseñamos algunas fechas importantes en la historia del turismo sostenible⁴ que nos ayudaran a entender la evolución de muchos de los trabajos o propuestas reseñadas posteriormente.

1981.	Primera reunión del comité ambiental de la OMT en Madrid.
1992.	Elaboración de la Carta de las Ciudades Europeas hacia la Sostenibilidad en la Cumbre Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de Río de Janeiro.

	<p>Texto clave para la puesta en marcha de la Agenda 21 local, que identifica los principales problemas ambientales y define el turismo sostenible como el que "satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones de destino, al tiempo que protege y garantiza la actividad de cara al futuro".</p> <p>También nace la Comisión de Desarrollo Sostenible (CDS) de la ONU, cuya función principal es analizar el cumplimiento de la Agenda 21.</p>
1995.	<p>El Programa de Naciones Unidas por el Medio Ambiente (PNUMA) establece la Guía para un Turismo Ambientalmente Responsable.</p> <p>La Conferencia Mundial del Turismo Sostenible adopta la Carta Mundial del Turismo Sostenible.</p>
1996.	<p>El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), el Consejo de la Tierra y la OMT adoptan una declaración conjunta, la Agenda 21 para la Industria Turística: Hacia un desarrollo sostenible.</p>
1997.	<p>Declaración de Manila sobre el Impacto Social del Turismo.</p>
1999.	<p>La VII Comisión de Desarrollo Sostenible (CDS) de Naciones Unidas elabora unas recomendaciones a los agentes implicados, incluidos los gobiernos.</p>
2002.	<p>OMT y UNCTAD presentan en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible una iniciativa para utilizar el turismo para erradicar la pobreza.</p>
2003.	<p>Primera Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo.</p>

4.2 Necesidad de una reseña analítica de los principales códigos, decálogos y manuales de buenas prácticas existentes.

Sin duda este ha sido el apartado que ha supuesto la tarea más ardua de este Grupo de Trabajo debido a la gran cantidad de documentos existentes que han sido surgiendo desde todo tipo de entidades, organizaciones e instituciones. Sistematizar esta información es un trabajo de sumo interés por lo que puede aportar de cara al futuro ya que en innumerables ocasiones volvemos a girar una y otra vez sobre temas que ya han sido abordados por especialistas de distintas disciplinas. No podemos olvidar el carácter globalizador del turismo y su marcado carácter polifacético que abarca todo tipo de componentes donde en un primer momento tuvieron gran peso aquellos de carácter económico pero que posteriormente han ido extendiéndose a elementos más sutiles y que se entroncan con fenómenos de carácter sociológico, éticos y porqué no decirlo también ideológicos. No podemos olvidarnos que este cambio es lógico ya que la sociedad cambia y avanza poco a poco y el concepto de sostenibilidad se va extendiendo poco a poco en nuestro acervo común.

Una gran cantidad de estos documentos han quedado referenciados en el apartado de bibliografía por lo que remitimos a ese apartado para los que quieran profundizar en alguno de los apartados.

Sin embargo podríamos apuntar una división en cuatro grandes grupos de trabajos.

1. Documentos de carácter generalista que versan sobre la sostenibilidad en el sector turístico desde un punto de vista que muchas veces podríamos considerar que buscan crear una especie de cuerpo deontológico para el sector pero que se ven limitados precisamente por su intento de abarcar todas las peculiaridades del sector. Resumiendo, de forma un tanto burda en muchas ocasiones se quedan en listados de recomendaciones para los operadores del sector.
2. Documentos dirigidos a países emergentes y que tratan de cubrir la carencia de legislaciones específicas en estos destinos y que se convierten en auténticas guías para adaptar o poner en marcha proyectos intentando reducir los distintos impactos sobre el medio ambiente de los desarrollos turísticos.
3. Otro tipo de documentos abordan la sostenibilidad de alguno de los operadores del sector turístico o de algunos espacios o destinos y microdestinos concretos. En este apartado también tendríamos que incluir los documentos que se dirigen a los planificadores y administraciones con competencias en el sector y los que se dirigen a la demanda, a los propios turistas para ayudar a elegir entre productos y destinos que destaquen por su trabajo a favor de la sostenibilidad.
4. El último de nuestros apartados se refiere a aquellos trabajos que se centran en tratar de evaluar los resultados de las propuestas que se han puesto en marcha ya sea en sectores concretos o en destinos concretos. Aquí hay que destacar que quizás es donde tendremos que trabajar de forma más intensa en los próximos años. Es fundamental esta tarea de evaluación que en el momento actual no se está realizando de forma sistemática y que como en otros campos relacionados con la busca de la sostenibilidad presenta numerosas dificultades para medir los efectos reales de las actuaciones llevadas a cabo.

Por supuesto esta división se podría hacer de otras formas y encontraremos infinidad de documentos que tendrán un difícil encaje en alguna de estas divisiones pero al menos nos servirá de herramienta metodológica para avanzar en el estudio de todos estos documentos.

4.3 Relaciones entre turismo sostenible y turismo responsable

Si bien el Turismo sostenible, se había venido definiendo como:

“El turismo sostenible es una actividad que intenta reducir el propio impacto que produce en la naturaleza; da igual valor a largo, mediano y corto plazo, garantizando así que las generaciones actuales puedan disfrutar y delegar un ambiente similar o en mejores condiciones que las experimentadas y donde los actores sociales tienen idéntico trato para aminorar los traumas culturales que produce el intercambio de visiones, con el deseo de tener un crecimiento armónico y un respeto por su diversidad e historia” . (Jorge Cruz Osorio. Venezuela, 1993).

“Cualquier modalidad de turismo que desarrolla sus productos sin afectar negativamente ni a los pobladores locales ni al medio ambiente que los sostiene y los nutre, de manera que sea viable en un periodo de tiempo determinado”

“Tourism and Environment”. (Colin Hunter and Howard Green).

“El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles”. (OMT - Organización Mundial del Turismo, 2004).

Esta orientación a la demanda es de vital importancia para garantizar la sostenibilidad económica de las iniciativas y destinos de Turismo Sostenible.

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

El concepto de Turismo Responsable dá un paso más implicando además tanto a la Demanda, y a su actitud responsable ante el consumo de productos y actividades turísticas, como a la oferta y su sistema de producción basado en intercambios equitativos y justos.

Apela a la Responsabilidad Social de la Empresa, pero también a la actitud del Consumidor.

La nueva cultura del Turismo surgida en la última década reconoce el carácter ambivalente de este sector: por un lado, constituye un importante motor de desarrollo y un excelente mecanismo de compensación económica y cultural internacional, y, por otro lado, mal enfocado y gestionado puede llegar a representar uno de los elementos más destructivos del medio ambiente y un poderoso factor de agresión a las culturas y economías locales.

Pero no es el único ejemplo, existen al menos 16 de campos de golf en España que han apostado por eliminar las costosas praderas de hierba lo que no impide que la actividad deportiva se desarrolle sin problemas. Es decir sólo se riegan con el agua de lluvia. Campos en Andalucía, Castilla la Mancha, Castilla León, Cataluña y Madrid. Estos campos de golf se van haciendo un hueco también en los medios de comunicación, como el reportaje realizado por la revista Aire Libre en el número de 180 de octubre de 2008.

También hay ejemplos fuera de nuestras fronteras como el campo de golf de La Pause en Agalay Desert en las cercanías de Marrakech, Marruecos. Todos estos ejemplos demuestran que se puede compatibilizar el desarrollo turístico y la sostenibilidad.

4.4 Recomendaciones aplicadas a las agencias de viajes e intermediarios turísticos.

El consumidor ha tomado el poder y ha decidido que el consumo forma parte de sus elecciones vitales. Hoy día estamos más formados y somos más conscientes. Nos hemos dado cuenta de que el acto de comprar un determinado producto u otro es determinante en la mejora social de los lugares de los que provienen las mercancías. Ideologías como la Ecología inciden en la responsabilidad del

individuo en los problemas globales y de cómo la acción individual afecta al mundo global. Nos hallamos ante un mundo global en el que lo individual adquiere una enorme dimensión.

Esta nueva situación obliga a la empresa de servicios, a tomar posición y a establecer estrategias relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa. Es éste un término basado en la concepción de la empresa como agente social que debe tomar en cuenta la acción de la empresa en su actividad cotidiana, y las repercusiones de esta para con el medio y la sociedad en la que se inscribe. No es por tanto únicamente una acción social puntual apoyando proyectos sociales (aunque esto ayuda) sino también y principalmente el control de cómo la propia acción diaria afecta al entorno donde se realiza. No es tanto, en el caso de un servicio turístico, el apoyar económicamente proyectos de cooperación en la otra punta del mundo, cómo apoyar a la población local mediante la contratación justa de fuerza de trabajo o la compra de las mercancías en el mercado más cercano.

La empresa ya no es una entidad cuyo único objetivo es la búsqueda de beneficios sino que éstos deben de partir de una acción aceptable éticamente por el consumidor.

En el turismo además la experiencia es inherente al propio producto. Se consumen experiencias proporcionadas por empresas de servicios. Si estos servicios se insertan al máximo en la comunidad de acogida mediante estrategias de responsabilidad social corporativa se incide directamente en una mejor y más auténtica experiencia.

Hoy día muchas asociaciones de cooperación al desarrollo, encuentran en el turismo un enorme potencial en el campo de estrategias de desarrollo ya que les permite aporte económico endógeno a sus proyectos al mismo tiempo que inciden en estrategias interculturales de sensibilización.

Sin embargo estas asociaciones no pueden organizar viajes en un mercado tan reglado como el turístico por lo que deben buscar estrategias de cooperación con empresas privadas que "profesionalicen" el producto.

¿Es rentable ser sostenible? En el campo del turismo hay un grupo de clientes que están haciendo, poco a poco, cambiar los valores del mercado. Frente a los años 80 donde primaba un materialismo activo y una identidad de grupo hoy día el cliente busca un desarrollo personal primando el individualismo en sus actos dentro de una idea ética global.

En él se une unos modos de vida caracterizados por una orientación holística en los que se interconectan no sólo culturas globales, mediambiente y sistemas políticos sino también conexiones entre mente, cuerpo y espíritu.

Entre sus líneas de interés principales entran la vida sana, las medicinas alternativas, el desarrollo personal y la economía sostenible. Este tipo de cliente está ahí, es accesible y entra dentro de una estructura socio-económica media alta, simplemente hay que saber llegar hasta él y satisfacer sus necesidades....Y creemos que esto se hace mediante estrategias de información clara, sin concesiones al engaño y tratando de utilizar un alto nivel de transparencia en la gestión mediante estrategias 2.0

No obstante esta situación encontramos un problema en la definición del termino ya que éste es tan abierto (Responsabilidad Social) que es complicado realmente el comprobar que, efectivamente, aquella acción que se realiza es responsable socialmente o no, además de la dificultad añadida de contemplar la acción de la empresa desde sus diferentes focos (cultural, mediambiental, social y económico)... Ocurre que aquellas empresas con mayor capacidad financiera por cuestiones de

tamaño son las que han conseguido antes “certificarse” o “trabajar” en el campo de la RSE y es fantástico que así lo hagan.

Sin embargo, en nuestra concepción de la RSE, cobra especial importancia la PYME y la Micropyme. De hecho creemos que es una línea muy interesante de diferenciación ya que son éstas las que, sobre todo a causa de su tamaño, están más cerca de la sociedad para la que trabajan y pueden, por tanto, controlar de una manera más real su cadena de suministros, ofreciéndose como nodos implicados en una red compleja como es un destino turístico.

Y sin embargo, aunque estén actuando bajo criterios sostenibles desde el principio de su actividad, aún no han encontrado la vía para vender sus productos desde esta perspectiva y, mucho menos, lanzar políticas activas que los encaucen por esta línea de trabajo, haciendo difícil su diferenciación.

Las razones son variadas: desde problemas financieros para hacer frente a costosos planes promocionales o de sellos de calidad hasta falta de interés por una forma de trabajar que, parece ser, no da beneficios en el corto plazo... Por esta razón consideramos que es imprescindible la continuación de un debate abierto entre tod@s donde podamos converger para objetivizar la RSE en el campo del turismo, apoyando así a las pequeñas empresas turísticas que quieran diferenciarse objetivamente dentro del campo de la responsabilidad social y formando redes de empresas (stakeholders) interesadas en la búsqueda de líneas de acción conjuntas en esta materia (productos turísticos). Igualmente pensamos que la creación de redes en turismo en las que las distintas PYMES de aspecto local unan sus esfuerzos para crear estructuras de comercialización y promoción enfocadas en esta línea es una de las principales estrategias dentro de mercados turísticos sostenibles.

Consideramos por tanto que lo primero debe ser decidir cuales son los puntos concretos que hay que cumplir a partir de un chequeo continuo de la actividad de la empresa que permita a ésta decir en que grado (y tipo) de responsabilidad está creando así una competencia en sostenibilidad que permita la mejora continua de los servicios en este campo.

La gran empresa puede certificarse fácilmente buscando para ello financiación a partir de sus recursos propios y sabiendo que le va a reportar beneficios a largo plazo tanto en gestión como en imagen... De hecho certifica todo lo imaginable, llegando a controlar cada uno de sus procesos como entes separados... En ciertos casos hasta tal punto llega el asunto que hoy día algunas empresas pueden certificar un 5% de su producción como socialmente responsable y ponerse el sello de serlo creando campañas de promoción en los que informan sobre una sostenibilidad irreal, pues si bien por un lado están creando proyectos o campañas de sensibilización, por otro no están apoyando una economía realmente justa ya que su economía de escala no les permite la realización de políticas realmente justas de compra de suministros.

Es la Pequeña y Mediana Empresa la que está inserta en la sociedad, la que trabaja en red con el conjunto de ciudadanos que conforman un destino turístico y ésta es la clave del desarrollo del turismo responsable... y sin embargo le faltan recursos y acceso a los complejísimos sistemas de calidad que se aplican hoy día y que les permiten diferenciarse en este campo.

En el Norte del mundo, en muchos casos, el sello de calidad se ha convertido en una forma subvencionada de conseguir un distintivo para la diferenciación... Y las administraciones públicas asumen, en muchos casos, el coste para el distintivo de la PYME. Pero en el Sur del mundo esto no es posible... Creemos que debemos buscar otro método que permita tanto a las empresas del sur como a las empresas del norte saber cuales son las líneas maestras de trabajo para poder

diferenciarse en este campo. Y creemos que estas líneas maestras deben ser las mismas tanto para unas como para las otras.

Creemos que éste es un camino que no hemos hecho más que empezar y para el que queremos contar con todos los actores implicados en él por lo que este artículo se convierte en una carta abierta para que aquellas entidades interesadas en este trabajo muestren su deseo de participar en el mismo.

4.5. Recomendaciones y casos para mejorar la gestión de la sostenibilidad en los Alojamientos y la Hostelería

Todo proceso medioambientalmente correcto es más eficiente y, por tanto, más rentable. Permite optimizar recursos, materias, agua, energía etc. y el producto resultante es de mayor calidad y más acorde a los criterios de los consumidores, siendo muchas las ventajas que aporta una correcta gestión medioambiental a la empresa.

Evidentemente, las empresas turísticas nos son ajenas a estos beneficios, más bien al contrario, constituyen uno de los sectores que más rentabilidad pueden obtener de la puesta en marcha de un plan de gestión.

De hecho, las grandes cadenas hoteleras y empresas de hostelería medioambientalmente correctas mantienen un ritmo creciente, contemplándolo en el sector como un aspecto estratégico. El problema lo tienen las pequeña y medianas empresas que no encajan en el diseño de esta implantación de planes de gestión ambiental y/o sostenible.

Al iniciar acciones de minimización de residuos y emisiones, las Buenas Prácticas a diferencia de cambios técnicos de los procesos (sustitución de materiales, modificaciones de equipos o diseño de nuevos productos) son útiles tanto por su simplicidad y bajo coste como por los rápidos y asombrosos resultados que se obtienen. Requieren, sobre todo, cambios en la actitud de los trabajadores y empresarios y en la organización de las acciones. Debido a su baja inversión su rentabilidad es alta pero requiere gran un esfuerzo de sensibilización y capacitación del personal.

Como resultado de la implantación de las Buenas Prácticas Ambientales, se conseguiría:

- Reducir el consumo de los recursos energéticos.
- Reducir el consumo de agua.
- Disminuir la generación de residuos y facilitar su reutilización y reciclaje.
- Minimizar el efecto ambiental de las emisiones atmosféricas, de los ruidos y vertidos de agua.
- Mejorar la competitividad de la empresa, a través de:
 - La racionalización del consumo de materias primas y el ahorro de recursos naturales (energía y agua), lo que reducirá costes.
 - La mejora en el control de los procesos y el aumento de la eficiencia.
- Planificar la estrategia y la actividad de la empresa, al introducir como factor de mejora continua la protección del medio ambiente.
- Mejorar la imagen de la empresa ante los clientes, los usuarios y los trabajadores.
- Informar y formar a los empleados y clientes, lo que redundará en beneficio de una buena integración de las medidas adoptadas para la mejora del medio ambiente.

En la actividad turística puede distinguirse dos niveles claramente diferenciados, pero con evidentes interrelaciones. El primero es el relacionado con los establecimientos hoteleros y el segundo el relacionado con el destino turístico.

La existencia en el mismo destino turístico de establecimientos incapaces de mantener servicios o productos de calidad en todos los aspectos, incluidos los medioambientales, puede generar insatisfacción en los clientes que repercute sobre la valoración total del destino turístico.

Esta situación implica un mayor esfuerzo por parte de los Ayuntamientos para poner en práctica de forma eficaz las competencias que tienen asignadas en materia medioambiental, con una incidencia directa en la apreciación del destino turístico. En España, la Dirección General de Turismo del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio ha desarrollado el proyecto de *Municipio Turístico Sostenible* (anteriormente llamado Municipio Verde) con el objetivo de definir e implantar un sistema de gestión medioambiental para municipios turísticos, con una asistencia técnica especializada y la participación de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) como interlocutor principal.

En este momento las grandes empresas turísticas de alojamientos y hostelería poseen gran variedad de herramientas para mejorar la sostenibilidad. Cada vez más negocios de turismo realizan auditorias voluntarias para programas de certificación que ofrecen un sello de aprobación por el cumplimiento de buenas prácticas ambientales y sociales.

Con el objetivo de que la certificación turística sea eficiente como herramienta de conservación, esta debe adherirse a estándares consistentes y rigurosos, y en el cual la industria y los consumidores de todo el mundo demuestren su apoyo.

La complicación reside en el gran número de instrumentos de certificación para alojamientos y hostelería que hay internacionalmente, tales como los conocidos Sistemas de Gestión Medioambiental **EMAS** que es la certificación medioambiental europea e **ISO 14001** que es la certificación medioambiental internacional. Otras herramientas son las etiquetas ecológicas; tal es el caso de la **Q verde**, La Marca Turística de Calidad Ambiental creada por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), las diferentes ecoetiquetas que tiene cada país de la UE, interesantes si el establecimiento es frecuentado por turistas de una nacionalidad en su mayoría (por ejemplo si el hotel recibe muchos turistas franceses la Chef Verte le garantizan con todo el confort, la protección de la naturaleza y del medio ambiente). La ecoetiqueta de la UE para animar al negocio a productos de mercado y servicios que son respetuosos con el medio ambiente o la etiqueta ecológica en el turismo a nivel internacional **Green Globe 21** entre otras.

"Si la gente no conoce cómo diferenciar entre los diferentes programas de certificación existentes, y no saben cuáles son reales y cuáles representan un "lavado verde" cosmético, la certificación pierde su efectividad", manifiesta Ronald Sanabria, director de Turismo Sostenible de Rainforest Alliance.

Red de Certificación en Turismo Sostenible de las Américas

La asociación mundial Rainforest Alliance con el Apoyo de la Organización Mundial del Turismo, OMT, la Sociedad Mundial del Ecoturismo y el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente, PNUMA, contribuyeron a su creación con el fin de desarrollar estándares para la certificación turística, pudiendo consultarse el catálogo [SmartGuide to Sustainable Travel in](#)

the Americas, con información de hoteles, restaurantes, tour operadores y atracciones turísticas certificadas en las Américas.

Existen también otras iniciativas como es la revista Greenhotelier publicada cuatrimestralmente por ITP (Internacional Tourism Partnership) y patrocinada por Milton. www.greenhotelier.org. Una guía a seguir de casos prácticos estudiados para un turismo responsable en grandes cadenas hoteleras a nivel mundial.

Pero la situación de la pequeña y mediana empresa es otra. Con una estructura interna totalmente diferente necesita de otros métodos para llevar a cabo un negocio turístico sostenible. Este podría ser el caso que propone la Agencia Andaluza de la Energías sobre medidas atenuantes que reduzcan la demanda energética. En concreto, se analizan medidas que mejoran temporalmente la situación energética denominándose en el texto como paliativas¹. A continuación se plasman algunas medidas paliativas genéricas recomendadas, en su aplicación al sector de la edificación, en el cual entrarían a formar parte los Alojamientos y la Hostelería de este epígrafe.

- Impulsar la realización de auditorías energéticas en las empresas del sector turismo
- Fomentar las empresas de servicios energéticos en el sector turismo
- Impulsar medidas de ahorro energético y las energías renovables en el sector turismo tradicional.
- Fomentar la incorporación de sistemas de energías renovables en zonas aisladas.
- Incentivar la sostenibilidad energética en las empresas del sector turismo.
- Impulsar la incorporación del T.I.C.² para la mejora de la gestión energética.

Aunque de momento puede ser cierto que el turismo masivo disfruta de un mayor potencial de actuación para la protección de la naturaleza y de las sociedades, la tendencias observadas en turismo indican una creciente demanda del turismo a pequeña escala, rural y basado en la naturaleza.

Un caso de Buenas Practicas Ambientales en el sector de la Hostelería es del Restaurante “La corza blanca” del Grupo Adocrin, enmarcado en la Guía de Buenas Prácticas Ambientales en el sector de la Hostelería. (Programa de renovación sostenible del pequeño comercio y la hostelería de Zaragoza de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza. 2007). La buena práctica ambiental desarrollada fue la de potenciar como proveedores habituales a empresas que se ubican en la zona del Moncayo y que crían dos razas de ganado, ambas en peligro de extinción: Cabra Moncaína y Oveja Churra Tensina; y transmitir al consumidor las bondades de los productos de esa zona, teniendo como resultados el fomento de la gastronomía de productos autóctonos y ecológicos, generando a su vez puestos de trabajo en el medio rural y en consecuencia el desarrollo sostenible.

Otro caso más completo de turismo sostenible para pequeña empresa de alojamiento turístico es la metodología creada por un grupo de investigadores del Dpto de Ingeniería Química de la UAB (I. Baleares): “*Aproximación técnica para un desarrollo turístico sostenible. Estudio caso en las Islas Baleares*” Fortuna, Marc; Soler, Reoger; Canovas, Catalina; Sánchez, Antoni. *Journal of Cleaner Production*, 16 (7): 860 – 869 2008” publicada este año junto con la aplicación de la misma en una casa rural situada en la isla de Mallorca.

¹ Aquellas que pretenden mejorar temporalmente un desajuste energético, si bien no trata de erradicar dicho equilibrio.

² Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

En este contexto, el estudio realizado por los investigadores del Departamento de Ingeniería Química de la UAB ha tenido como objetivo proporcionar una metodología general y sencilla para la conversión de pequeñas empresas turísticas "convencionales" (existentes o de nueva concepción) en negocios turísticos sostenibles. La metodología se ha aplicado posteriormente en el desarrollo de un proyecto de turismo sostenible en una casa rural "Sa Cova", situada en la isla de Mallorca.

Metodología

La metodología aplicada se estructura en cinco fases:

Auditoría Inicial.

Se realiza una evaluación de los aspectos generales que puedan estar asociados con impactos ambientales, básicamente teniendo en cuenta tres grandes áreas: agua, energía y residuos. Se evalúa también la disponibilidad de recursos y las demandas asociadas a los diferentes puntos de consumo, y la generación y gestión de distintos tipos de residuos.

Definición de objetivos y selección de soluciones.

Se define claramente la política y los objetivos del modelo o tipo de transformación deseada, en función del producto final ofrecido. En el proceso de selección de soluciones, también se debe tener en cuenta la disponibilidad de recursos locales y el contexto geográfico y sociocultural.

Aplicación de las soluciones seleccionadas.

En esta fase es importante cuantificar los beneficios de los cambios aplicados para evaluar de manera precisa la magnitud del beneficio ambiental alcanzado. También es necesario asegurar que los cambios introducidos sean visibles o evidentes para los huéspedes.

Evaluación económica y ambiental.

En la selección de soluciones se debe calcular la inversión y el coste de mantenimiento asociados a cada solución, así como su período de retorno. Este cálculo se debe hacer en función del ahorro obtenido en cada caso, comparándolo con la alternativa convencional más común. También es necesario cuantificar el beneficio ambiental alcanzado en una unidad común, como por ejemplo los ahorros de CO₂ o de TEP (toneladas equivalentes de petróleo).

Seguimiento y revisión de los resultados obtenidos.

Una vez se han implementado las nuevas prácticas, es esencial hacer un seguimiento de los resultados obtenidos e intentar mejorarlos donde sea posible.

Caso de estudio real: "Sa Cova"

Auditoría inicial.

La casa no está conectada a las redes públicas de agua o electricidad. El agua proviene de la recolección y acumulación de agua de lluvia, y la electricidad, de un sistema solar fotovoltaico con un

grupo electrógeno de soporte. La calefacción se basa en una caldera de biomasa manual y se emplea butano para el agua caliente de uso sanitario, la cocina y los equipos de refrigeración. Los requerimientos de agua, electricidad y butano se calcularon mediante datos estadísticos y una encuesta a los usuarios de la casa, mientras que la demanda por calefacción se calculó mediante un programa especial. Finalmente, se evaluó la producción y la gestión de los residuos y de las aguas residuales.

Definición de objetivos y selección de soluciones

El objetivo era transformar la casa en un negocio de turismo rural sostenible, mejorando la capacidad de alojamiento, los sistemas de obtención y uso de agua y energía, y el sistema de tratamiento de residuos. Para una capacidad máxima de alojamiento de 20 personas, las soluciones elegidas fueron:

- Bloque hídrico: Optimización del sistema de recogida y acumulación de aguas pluviales y minimización del consumo hídrico para alcanzar la autosuficiencia.
- Energía eléctrica: ampliación del sistema fotovoltaico y reducción de los consumos de baja potencia.
- Energía térmica: mejoras en el aislamiento de la casa y refuerzo de la caldera de biomasa que ya existe, con la caldera de propano que se tendría que instalar para reforzar el nuevo sistema solar térmico para el Agua Caliente Sanitaria.
- Gestión de residuos: Un sistema de compostaje para la fracción orgánica y un sistema natural de lecho vegetal para el tratamiento y la reutilización de las aguas residuales.

Aplicación de las alternativas seleccionadas.

Optimizando el sistema de recogida de agua e incrementando la capacidad de almacenamiento disponible, se alcanzó un aumento final de la disponibilidad de agua del 29%, la cual se trató con ozono antes del consumo. Se fijó un objetivo de demanda hídrica de 72 litros/persona/día mediante la instalación de reductores de caudal en los grifos, sistemas de doble descarga en los inodoros, sustitución de electrodomésticos por otros de alta eficacia e instalación de un sistema de aprovechamiento de aguas grises.

En relación con el bloque energético, duplicando la superficie de captación solar fotovoltaica actual y aplicando medidas de ahorro energético, se consiguió suministrar, sólo mediante energía solar, el 86% de la demanda energética de baja potencia, lo que supuso un ahorro de 7.500 euros y 20 toneladas de CO₂ por año, gracias a un ahorro de combustible del 90%. En la calefacción, la reducción de las pérdidas, así como las mejoras en el aislamiento y la instalación de dobles vidrios en la casa, permitieron alcanzar un 22% de la reducción anual de la demanda térmica y un ahorro del 70% en los costos y las emisiones de CO₂.

Por último, se diseñó un sistema de compostaje casero con una necesidad total de volumen de 4.000 litros y un tiempo de procesamiento de unas 10 semanas. Para el tratamiento de las aguas residuales, se diseñó un sistema no intensivo que permite su reutilización para el regadío según las exigencias de la legislación local vigente.

Evaluación económica

La inversión inicial necesaria para la aplicación de todas las soluciones seleccionadas se estimó en 90.000 euros. La estimación de las reformas arquitectónicas necesarias resultó en 83.000 euros, de manera que la inversión inicial total necesaria fue de 173.000 euros. El peor escenario de ocupación dio como resultado un periodo de retorno de la inversión total de sólo 4 años, lo cual significa que la aplicación de este modelo de turismo sostenible, en este caso de estudio particular, es económicamente favorable. El beneficio ambiental total del proyecto se calculó en 25 toneladas de CO₂ ahorradas al año.

4.6. Recomendaciones y Casos aplicados a espacios especiales y micro-destinos singulares en: Campos de Golf, Parques Temáticos, Puertos Deportivos y otros microdestinos singulares.

CAMPOS DE GOLF

Sin duda es este uno de los ejemplos que contiene una mayor carga simbólica de los desmanes que en ocasiones la industria turística ha ocasionado en el medio ambiente. La proliferación de campos de golf en nuestro país con un marcado clima mediterráneo es un caso especialmente significativo. Habitualmente estas instalaciones presentan un elevadísimo consumo de recursos especialmente agua, suelo y generan importantes problemas de contaminación de suelos y acuíferos derivados de un intenso uso de productos fitosanitarios y fertilizantes químicos.

El sector es consciente de la mala imagen que se está creando en buena parte de la opinión pública y está trabajando de manera activa para cambiarla. Como consecuencia en los últimos años se han puesto en marcha diversas iniciativas que buscan paliar estos problemas y que sin duda merecen ser destacadas como buenas prácticas del sector.

De hecho, el reconocimiento de la trascendencia medioambiental de algunos de los impactos que el golf puede (potencialmente) ocasionar (consumo de agua, empleo de plaguicidas, etc.), está motivando una mayor atención tanto por parte de la Administración Pública como de las propias empresas. Así, por un lado, cada vez está más extendida la obligatoriedad de llevar a cabo un estudio de impacto ambiental de los nuevos proyectos de golf (como ocurre en Andalucía); y por otro, los gestores de los campos de golf comienzan a desarrollar nuevas estrategias de sostenibilidad, aceptando la idea de que un conocimiento adecuado de la incidencia ambiental de esta actividad es fundamental para una correcta gestión de los mismos: la variable medioambiental empieza a ser considerada a nivel estratégico por parte de la dirección de estas organizaciones.

La progresiva aplicación de diversos instrumentos voluntarios, como los Sistemas de Gestión Ambiental (ISO 14001 y Sistema Comunitario de Ecogestión y Auditoría –EMAS⁵-) y los Programas de Gestión Ambiental (como los de Audubon⁶, Committed to Green⁷ y Green Globe 21), demuestra que el sector se encuentra cada vez más sensibilizado con este tema, a la vez que pone de manifiesto el largo camino que aún queda por recorrer. Por fortuna, son instrumentos de gestión que empiezan a ser percibidos como elementos de competitividad, que refuerzan la imagen de la empresa ante la sociedad en general y ante sus clientes en particular, además, incluso, de reducir ciertos costes (al disminuir el consumo de determinados recursos, como el agua, entre otros). En definitiva, tal y como se señala en el Libro Blanco del Golf en Cataluña, un campo de golf bien diseñado y cuidado supone una mejora para todo el entorno.

Como veremos por los ejemplos algunos de ellos apuestan por minimizar impactos, otros buscan una solución más integral y apuestan por una política de calidad que abarca todos los procesos del campo de golf.

De especial interés nos parece la marca de garantía PROTOCOLOS Q-plus de Campos de Golf por el trabajo sistemático, minucioso y basado en la determinación de indicadores de fácil evaluación, este documento se puede consultar en el apartado de bibliografía. Contamos con tres campos certificados bajo esta marca en nuestro país en las provincias de Alicante, Madrid y Murcia.

Ofrecemos como ejemplo el de Alicante, denominado Alicante Golf.

Alicante Golf, primer campo de España con los certificados de calidad medioambiental Q-Plus e ISO 14001

Esta certificación es el reconocimiento adquirido tras años desarrollando un programa de gestión y manejo sostenibles en los que cada actuación ha estado basada en el respeto y la contribución a la mejora del ecosistema que conforma el campo de golf. Desde que en el pasado mes de marzo Alicante Golf, propiedad de la promotora alicantina Hansa Urbana, recibiera los dos certificados medioambientales de mayor reconocimiento y prestigio (Q-Plus e ISO 14001), la inmensa mayoría de los campos verdes de España, si no todos, se unen al firme convencimiento de que el Golf y el Medio ambiente siguen avanzando en el proceso de simbiosis que cada día está más cerca de ser una realidad en España.

Hasta ahora, las normas de estandarización internacional (ISO) certificaban multitud de aspectos en la actividad de empresas y organismos pero en el ámbito de la construcción, gestión y manejo de los campos de Golf se ha dado un paso más gracias a la aparición de la marca de garantía 8220;Q-Plus de Campos de Golf²²¹;, cuyo objetivo es diferenciar los campos de golf en los que las buenas prácticas de gestión y el respeto al medio ambiente son su punto de referencia al cumplir la normativa de aplicación al respecto. Normativa que es uno de los pilares básicos de Hansa Urbana en la construcción y mantenimiento de los campos de golf que desarrolla.

¿Cómo se es respetuoso con el medio ambiente?

La certificación Q-Plus es una verificación independiente de la aplicación eficaz de buenas prácticas sectoriales frente a aquellos campos de golf en que esta labor se desarrolla de forma anárquica y al margen de la legislación. El proceso de certificación tiene que ser llevado a cabo por organismos que cumplan la normativa europea EN-45011.

El protocolo cuenta con el respaldo de la Asociación Española de Greenkeepers para regular y acreditar ante la sociedad las buenas prácticas de mantenimiento mediante una marca de garantía que acredite su calidad. Esta iniciativa, pionera en Europa, permite a los Campos de Golf regular sus actividades de mantenimiento.

El proceso de certificación es minucioso y estricto con todos y cada uno de los aspectos relacionados con la actividad de un campo de Golf. Se auditan numerosos puntos de control englobados en 4 grupos: Gestión de la calidad, formación, seguridad, etc. Mantenimiento de las distintas áreas de un campo de golf.

Mantenimiento de otras zonas: bunkers, lagos, instalaciones, etc. Sistemas de calidad, controles de documentos y registro, procedimientos, etc.

Para la consecución de todos estos objetivos se han llevado a cabo una serie de actuaciones de cada una de las actividades desarrolladas en el campo; conservación de flora y fauna, gestión de recursos hídricos, gestión de césped y plagas, seguridad y gestión de los residuos, eficiencia energética y plan de rescate de la arboleda autóctona.

Hoy en día la imagen que la opinión pública tiene de los campos de golf ha sufrido una degradación, considerándose una mera inversión económica alejada del respeto al medio ambiente y del necesario desarrollo sostenible. Sin embargo, muchos de los campos de golf españoles realizan un excelente trabajo de planificación y gestión medioambiental, integrando en su programa de mantenimiento o construcción las actuaciones correctas para que cada actividad diaria no sólo respete, sino que contribuya a mejorar el entorno natural existente.

Tras años de trabajo desarrollando un programa de manejo sostenible de todas las actividades del campo, actualmente Alicante Golf es un ejemplo de mantenimiento y gestión de un campo de golf respetuoso con el medio natural, y así ha sido reconocido al serle otorgado la Certificación de la marca de garantía Q-plus para campos de golf.

Un segundo ejemplo es el sistema Biosphere Golf.

El proyecto de implantación del Sistema Biosphere Golf en los seis Campos de Golf de Gran Canaria está impulsado y apoyado por el Patronato de Turismo de la isla, a través de una subvención específica para el mismo.

Los objetivos de dicho proyecto son los siguientes:

- Identificar los aspectos más importantes relativos al medio ambiente y el desarrollo sostenible en las zonas turísticas donde se encuentran los Campos de Golf con la certificación Biosphere Golf.
- Promover la implementación de políticas Sostenibles y Responsables en dichos campos.
- Reconocer los esfuerzos de los Establecimientos Biosphere con una certificación avalada y reconocida por UNESCO.
- Garantizar el cumplimiento sistemático y continuado de todas las disposiciones legales que sean de aplicación al campo de golf y especialmente las de finalidad medioambiental.
- Contribuir al Desarrollo Sostenible, integrando al campo de golf en el entorno natural, cultural y humano del lugar.

PUERTOS DEPORTIVOS

Otro de los ejemplos que hemos decidido abordar es el de los Puertos Deportivos y analizaremos aquí la Guía de buenas prácticas ambientales para puertos deportivos en la Comunitat Valenciana Valencia.

El documento realiza muchas aportaciones de cómo mejorar la gestión del puerto deportivo de una forma integral, hemos mantenido casi íntegro el primero de sus apartados para poder entender las medidas propuestas y después sólo hemos referenciado el índice para mostrar que la propuesta busca abarcar todo el ámbito de actuación del puerto deportivo.

Este sería el marco, el manual de buenas prácticas, pero después hay que ir más allá y para ejemplificar ese siguiente paso y presentar un ejemplo de buenas prácticas hemos elegido El Proyecto Blau: Mar & Sostenibilidad, que desarrollaremos más adelante.

Los puertos deportivos y las actividades que en ellos se desarrollan pueden ser generadores de impactos negativos sobre el medio ambiente. Actualmente, el medio marino está sufriendo las consecuencias de una contaminación ambiental creciente debido a la mala gestión de los aprovechamientos de los recursos naturales. Esta situación es especialmente delicada en los puertos deportivos, puesto que por su ubicación y por la naturaleza de las actividades que se desarrollan en sus instalaciones, son susceptibles de provocar afecciones al medio ambiente que los rodea.

Los puertos deportivos deben tomar conciencia y asumir la responsabilidad derivada de su comportamiento en la preservación del entorno del puerto para -con el esfuerzo conjunto- evitar la pérdida de biodiversidad marina, el agotamiento de los recursos, la acumulación de sustancias peligrosas y, en definitiva, el empeoramiento paulatino del estado del medio ambiente, así como favorecer su regeneración.

Buenas prácticas ambientales en la gestión general del puerto

Es indudable que la actividad portuaria en general es generadora de un elevado número de residuos de distinta naturaleza que es necesario gestionar. Se generan todo tipo de residuos no peligrosos procedentes de las tareas habituales en el puerto y durante la navegación. Por otro lado, se producen residuos peligrosos, básicamente procedentes de las labores de mantenimiento y reparación de motores y cascos, y de las oficinas.

Conviene recordar lo siguiente: 1) que la actividad de producción de residuos peligrosos requiere la correspondiente autorización administrativa de la Consejería competente en la materia, y 2) que todos los residuos peligrosos generados deben entregarse a una empresa autorizada.

A continuación se relacionan las buenas prácticas ambientales en el área de gestión y organización integral de las instalaciones del puerto deportivo, cuyo responsable es la autoridad portuaria. Se recomienda:

Consumo de energía eléctrica

- No encender la luz si existe suficiente luz natural.
- Al terminar de utilizar los aseos, asegurar el apagado de la luz.
- Utilizar bombillas de bajo consumo.
- A la hora de adquirir nueva maquinaria, conviene realizar la selección teniendo en cuenta su eficacia en el consumo de energía.
- El correcto mantenimiento de las instalaciones de iluminación facilita el ahorro energético.
- Plantear la posibilidad de implantación de sistemas de utilización de energías renovables para el suministro de energía eléctrica en todas las instalaciones del puerto.

Consumo de agua

- Instalar grifos con desconexión temporizada.

- Instalar contadores de agua en las tomas de agua de los pantalanes.
- Reducir el volumen de agua de las cisternas de los WC, minimizando las descargas.
- Revisar regularmente las instalaciones de fontanería para evitar goteos o fugas.
- Solucionar con rapidez cualquier fuga o funcionamiento anómalo.

Alumbrado

- Instalar farolas que dirijan el haz hacia abajo, con lo que se reducirá la contaminación lumínica que causa molestias a la fauna y a las personas, pudiendo provocar equívocos con las señales luminosas de ayuda a la navegación.



Congreso Nacional del Medio Ambiente

Cumbre del Desarrollo Sostenible

Gestión de residuos sólidos

- Proveer las instalaciones de contenedores apropiados a la clase y al volumen de residuos que se produce, en número suficiente y en lugar accesible.
- Ubicar los contenedores en los sitios adecuados, tales como en las áreas de frecuente tránsito de personas, en la salida del muelle, cerca de los baños, en las dependencias generales del puerto, en el varadero, en el taller, en las oficinas y en las instalaciones anexas.
- Señalizar la ubicación de los contenedores e informar de la misma a los usuarios.
- Alejar de los muelles el área de emplazamiento de los contenedores para evitar que la basura puede caer al agua por descuido o por arrastre de agua o viento.
- Iluminar el lugar de ubicación de los contenedores, de manera que sean fáciles y seguros de encontrar.
- Informar a los usuarios del lugar de ubicación de los contenedores, de su tipología en cuanto a la clase de residuos que pueden admitir, así como de la manera adecuada de utilizarlos.
- Utilizar tapas o algún sistema que mantenga el contenedor cerrado para evitar la entrada de animales o agua de lluvia y mantener siempre la basura en su interior, por ejemplo contenedores tipo tapa-pedal
- Habilitar lugares adecuados para el almacenamiento de los residuos peligrosos, en áreas cubiertas con suelo impermeabilizado, utilizando contenedores herméticos y específicos para cada tipo de residuo peligroso, debiendo estar perfectamente etiquetados e identificados. Solo de esta forma podemos evitar la mezcla de residuos. Las áreas de ubicación deben disponer de un acceso fácil para los usuarios por un lado, y por otro, para los gestores autorizados que retiren los residuos.

Gestión de vertidos

- Debe llevarse un control estricto de las actividades que se realizan en los amarres para evitar el vertido de sustancias peligrosas al mar.
- Contar con equipamientos e instalaciones para la extracción segura de las aguas sanitarias y las aguas de las sentinas.
- Usar grasa insoluble en agua en las grúas y la maquinaria que se utilice en contacto con el agua del mar.
- Fomentar el intercambio de excedentes de pintura, barnices u otras sustancias entre los usuarios.
- Evitar realizar operaciones de reparación, lijado y pintura, en lugares diferentes del taller o del varadero.
- En barcos con motores fueraborda o intra/fueraborda, realizar los cambios de aceite, sustitución de filtros, etc., en la zona de reparación y carena.
- El puerto deberá disponer de unas barreras anticontaminación desmontables para evitar la salida o impedir la entrada de vertidos de entidad en caso de vertidos accidentales y para facilitar la limpieza del puerto.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Gestión de personal

- Contratar servicios locales para apoyar al desarrollo local y reforzar su relación con la población.
- Adaptar las instalaciones a colectivos con discapacidades o con movilidad reducida.

Acciones de información, educación y formación ambiental en el puerto

- Sensibilizar al personal del puerto respecto de las incidencias ambientales que pueden causar los procesos en los que trabajan. Formarles y capacitarles para la mejora ambiental del puerto deportivo
- Comunicar a todo el personal y usuarios del puerto (mediante folletos, carteles, charlas u otros medios) de los beneficios de la aplicación de las buenas prácticas ambientales y de las medidas adoptadas al respecto.
- Divulgar entre el personal y los usuarios del puerto esta Guía de Buenas Prácticas Ambientales en Puertos Deportivos.
- Facilitar la información a los clientes de las instalaciones del puerto deportivo en las lenguas oficiales y en otros idiomas.
- Facilitar a los clientes de las instalaciones del puerto deportivo información práctica (servicios de restauración, transporte, farmacias, actividades culturales, espacios naturales, etc.)
- Informar a los clientes de las instalaciones del puerto deportivo sobre las actuaciones desarrolladas para la mejora ambiental del puerto deportivo.
- Ofrecer a los clientes de las instalaciones del puerto deportivo información sobre los espacios naturales protegidos del entorno (centro de visitantes, régimen de protección, limitaciones para la navegación, necesidad de permisos, etc.), actividades de turismo de naturaleza en el entorno próximo, etc.

A continuación incluimos el índice del documento que pueden consultar en la bibliografía:

Buenas prácticas ambientales en la gestión de las instalaciones y servicios

- Oficinas
- Pantalán
- Varadero
- Taller
- Almacenamiento y suministro de combustible
- Instalaciones complementarias
- Buenas prácticas ambientales para los usuarios de las instalaciones

El Proyecto Blau: Mar & Sostenibilidad

Este proyecto se inicia en el año 2000 con el apoyo del Salón Náutico Internacional de Barcelona y el Departamento de Medio Ambiente de la Generalitat de Catalunya. El objetivo final del proyecto Blau es ayudar a las empresas náuticas a ser más respetuosas con el uso



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

del mar, en un mercado cada vez más competitivo y tecnológico, que prima el respeto por el medio ambiente.

Durante los primeros años de trabajo se han realizado distintas actividades que van desde el diseño de imagen y comunicación del proyecto, pasando por un programa de formación integral en sistemas de calidad, legislación ambiental, eco-diseño, etc., hasta el desarrollo del Distintivo de Calidad Ambiental (dQb)

El dQb se genera a partir de la creciente necesidad de las empresas de implantar Sistemas de Calidad Ambiental. Pero las empresas náuticas (85 % pymes) no tienen ni la dimensión adecuada, ni los recursos económicos suficientes, ni tampoco el tiempo para poderse certificar con los sistemas típicos tipo ISO /EMAS.

El dQb consiste en la implantación de un Sistema de Gestión Ambiental sencillo y eficaz que incide directamente sobre la gestión de los residuos, la adecuación de las instalaciones y la mejora de los procesos de trabajo.

Al marco del Proyecto Blau: Mar & Sostenibilidad también surge el Anteproyecto del Centro de Reciclaje de Embarcaciones que es una iniciativa sin precedentes en Europa que quiere aportar soluciones al incremento progresivo de embarcaciones en desuso y mitigar el fuerte impacto ecológico que representan estas embarcaciones abandonadas.

Más información sobre este interesantísimo proyecto en www.nereo.org y www.salonnautico.com

4.7 Código de buenas prácticas en turismo sostenible. Buenas prácticas para un turismo energético sostenible. Ejemplos y casos prácticos.

En el siguiente texto y de acuerdo a las directrices establecidas por el grupo de trabajo se analizan posibles medidas atenuantes que reduzcan la demanda energética actual del sector y sean la base para una gestión adecuada de la energía. En concreto, se analizan medidas que mejoran temporalmente la situación energética denominándose en el texto como paliativas.

Se entiende por medidas paliativas aquellas que pretenden mejorar temporalmente un desajuste energético, si bien no se trata de erradicar dicho desequilibrio. Es decir, una medida paliativa sirve para “salir del paso” de la situación hasta acometer una medida estructural que realmente lo repare desde la raíz.

A continuación se plasman medidas paliativas genéricas recomendadas, según su orden lógico de ejecución, tanto de aplicación al sector transporte como el de la edificación.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

1. Diversificar el transporte público.

Se recomienda ampliar la oferta de tipos de transportes públicos disponibles para viajar de un punto a otro. Se pretende dar opciones al usuario de manera que su elección facilite su uso.

2. Mejorar la interconexión entre transportes públicos.

Se deben detectar las dificultades existentes en la conexión entre los distintos tipos de transportes públicos, para potenciar una continuidad en aquellos viajes que impliquen el uso de distintos tipos de transportes públicos.

3. Ofertar precios competitivos en aparcamientos disuasorios próximos a zonas de transporte público.

Una de las mayores dificultades a la hora de utilizar transporte público detectada es como desplazarse desde la vivienda particular al transporte público donde iniciar el viaje con finalidad turística. En el caso de disponer de mucho equipaje se depende, normalmente, del vehículo privado o del taxi. En el caso del taxi, hay demandas elevadas en periodo de fin de semana y vacacional, por lo que suele conllevar espera de colas con el consecuente movimiento de equipaje y disminución del confort al que usuario del vehículo privado está acostumbrado, por lo que ofertar la posibilidad de ir en vehículo privado hasta la zona de transporte público y dejarlo aparcado hasta el regreso en un lugar seguro y por un precio competitivo y asequible facilitaría la elección de utilizar el transporte público por los usuarios.

4. Impulsar la realización de auditorías energéticas en las empresas del sector turismo.

La elaboración de una auditoría energética, equivale a diagnosticar en que estado se encuentra el emplazamiento e instalaciones que albergan a la empresa (normalmente un edificio) desde el punto de vista energético y recomendar medidas de ahorro y eficiencia energética y desarrollo de energías renovables para alcanzar una gestión racional de sus recursos energéticos. Las auditorías son detonantes de toma de decisiones para acometer inversiones en materia energética. Por ello, se recomienda la realización de campañas de promoción para impulsar la realización de auditorías energéticas en edificios asociados a actividades turísticas en colaboración con las asociaciones empresariales más representativas del sector turismo.

5. Fomentar las empresas de servicios energéticos en el sector turismo.

Las prioridades por parte de los responsables del sector turismo (hoteleros, etc.), en la mayoría de los casos, no contemplan el ahorro energético. Por ello, es conveniente dar paso a empresas especializadas, impulsando la expansión de las denominadas empresas de servicios energéticos (E.S.E) para las cuales la gestión racional de la energía es su principal prioridad.

6. Impulsar medidas de ahorro energético y las energías renovables en el sector turístico tradicional.

Desarrollar campañas de comunicación y difusión de las medidas de ahorro energético implementables en las instalaciones hosteleras tradicionales como los hoteles, ya sea de iluminación, climatización, lavandería o cocina y de las alternativas de uso de las energías



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

renovables (solar, biomasa u otras) para la generación de agua caliente sanitaria o climatización de edificios o calentamiento/climatización de piscinas.

7. Fomentar la incorporación de sistemas de energías renovables en zonas aisladas.

Como equipamiento de generación en zonas aisladas para el sector turismo, reforzando el concepto del turismo sostenible, es necesario aumentar la confianza en el suministro energético mediante fuentes de energías renovables de zonas alejadas de núcleos urbanos, particularmente fomentando la viabilidad de soluciones energéticas aisladas de red en espacios naturales, alojamientos rurales, campamentos y áreas de acampada, cortijos, etc.

8. Promover los Planes de Gestión de la Energía en el sector turismo.

Los planes de gestión energética son herramientas que deben implantarse en el sector turístico, sobre todo en aquellas actividades de alta intensidad energética. Además, se recomienda establecer una planificación para la creación y fomento de estructuras que permitan analizar la evolución de la gestión energética de edificios asociados al sector turismo, con el fin de asegurarse en el tiempo el seguimiento y mantenimiento de la eficiencia energética de las instalaciones.

9. Incentivar la sostenibilidad energética en empresas del sector turismo.

Las empresas ofertantes de servicios y actividades turísticas, sobre todo aquellas ubicadas en espacios naturales protegidos y zonas limítrofes, deberían apostar por la ejecución de medidas de ahorro y eficiencia energética e instalaciones de energías renovables aplicadas a las instalaciones y actividades. Estas empresas, además, son un medio de concienciación al turista por lo que se deberían apoyar por parte de los poderes públicos y publicitar las actuaciones energéticas en este sentido.

10. Impulsar la incorporación de T.I.C. para la mejora de la gestión energética.

La apuesta por Tecnologías de la Información y Comunicación (T.I.C.), tanto en el sector transporte como edificación, pretende detectar y evitar pérdidas energéticas y económicas que contribuyen a la optimización de recursos energéticos.

11. Promover la implementación de medidas de ahorro en segundas residencias.

Una realidad ha tener en cuenta es el gran número de segundas residencias existente a nivel nacional, por ello se hace necesario la incorporación de medidas de ahorro y eficiencia energética e instalaciones de energías renovables adaptadas a los condicionantes de este tipo de vivienda (baja ocupación, etc.).

12. Informar respecto a consumos energéticos a los usuarios de edificios.

Desarrollo de campañas de concienciación en el sector transporte y edificación dirigida a dar a conocer a los usuarios, de cada sector, los consumos energéticos relacionados con la actividad objeto del viaje.

13. Optimizar el alumbrado arquitectónico.



Congreso Nacional del Medio Ambiente

Cumbre del Desarrollo Sostenible

En el caso de la iluminación de los monumentos y otros edificios de carácter turístico, deberían articularse instalaciones que permitan la regulación de la intensidad luminosa de función de las necesidades, reduciendo así la demanda energética que conlleva.

4.8 Las buenas prácticas ambientales en turismo y la mejora de los resultados

Todo proceso medioambientalmente correcto es más eficiente y, por tanto, más rentable. Permite optimizar recursos, materias, agua, energía... y el producto resultante es de mayor calidad y más acorde a los criterios de los consumidores. Las ventajas que aporta una correcta gestión medioambiental a la empresa pueden resumirse en:

- Mejor utilización de los recursos.
- Conformidad con las regulaciones, tanto de la empresa como de su producto.
- Conformidad con las exigencias crecientes de los consumidores en cuanto a los aspectos medioambientales.
- Mejor satisfacción de las necesidades de los clientes y consumidores.
- Mejora de la imagen de la empresa ante la sociedad.
- Reducción del coste de explotación al ir asociados los procesos medioambientales correctos con procesos más eficientes.
- Mejor comunicación entre los departamentos, al ser la variable medioambiental una transversal en cuanto a la gestión de la empresa.
- En este mismo sentido, mejora el trabajo de dirección y gestión.
- Al mismo tiempo, aumenta la confianza en los gestores.
- Se obtiene mayor satisfacción del personal.
- Calidad superior tanto del producto como del servicio. De hecho, no es posible hoy en día implantar procesos de calidad sin tener en cuenta la dimensión medioambiental.
- Se obtienen niveles superiores de seguridad, lo cual limita riesgos.
- Consiguientemente, resulta más sencillo negociar seguros, permisos y otras autorizaciones.
- Consistencia de las relaciones con los proveedores.
- Supone una demostración de capacidad por parte de la empresa como efecto ante su competencia.
- Permite un acceso creciente al capital... o evita la descapitalización. Según el estudio de Economistas sin Fronteras, el 64% de los inversores estaría dispuesto a vender acciones de una empresa que esté relacionada con un desastre ecológico o que vulnere los derechos humanos. Madrid, 8 abril de 2008 (Efe).
- Posibilita transferencia de tecnología.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Evidentemente, las empresas turísticas no son ajenas a estas ventajas; más bien al contrario, constituyen uno de los sectores que más rentabilidad pueden obtener de la puesta en marcha de un plan de gestión basado en buenas prácticas ambientales.

De hecho, el crecimiento de las empresas medioambiental correctas en el sector turístico mantiene un ritmo creciente que está dando como resultado que las principales empresas del sector lo contemplan ya como un aspecto estratégico. Son las pequeñas y medianas empresas las que pueden perder posiciones en esta marca de ventajas competitivas. También constituyen el principal caladero donde pescar de cara a mejorar los resultados medioambientales del turismo.

Sin embargo, el carácter pragmático de estas empresas lleva a que previamente hay que convencer con resultados, pero con resultados "a su medida". Los beneficios por una correcta gestión medioambiental de las grandes empresas juegan en "otra liga". Por ello, es necesario no tanto el elaborar "Manuales de Buenas Prácticas Ambientales", sino el que estos Manuales vayan acompañados de los resultados, en términos económicos, que se obtienen por aplicar dichas prácticas.

Como ejemplo, cito la siguiente referencia publicada en mayo de 2008:

"Cinco pasos para transformar un negocio turístico convencional en una alternativa sostenible

Investigadores del Departamento de Ingeniería Química de la UAB han desarrollado una metodología general y sencilla para transformar pequeñas empresas turísticas "convencionales" en negocios de turismo sostenible. Para validar su eficacia la aplicaron en la casa rural "Sa Cova", de Mallorca. El ahorro calculado de CO₂ fue de 25 toneladas anuales, con un plazo de amortización de la inversión de sólo 4 años. "

Referencias:

"Technical approach for a sustainable tourism development. Case study in the Balearic Islands". Fortuny, Marc; Soler, Roger; Canovas, Catalina; Sanchez, Antoni. JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION, 16 (7): 860-869 2008.

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes del mundo, una situación que ha implicado la aparición de graves impactos sociales y ambientales en las regiones donde el turismo se ha desarrollado a menudo sin estar asociado a un incremento directo del bienestar de los residentes locales.

Junto a este hecho, ha aparecido el concepto de desarrollo turístico sostenible, que se define –en general- como "un producto turístico que quiere evitar o minimizar el impacto ambiental irreversible y preservar el patrimonio cultural, al tiempo que proporciona oportunidades de autoaprendizaje y contribuye al mantenimiento o mejora de las estructuras de las comunidades locales, aportando beneficios para sus economías".



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Hoy en día existen algunas herramientas bien conocidas para mejorar la sostenibilidad de las empresas (EMAS, ISO14001, ecoetiquetas, etc.). El problema de estos sistemas es que están concebidos para grandes empresas con una estructura interna totalmente diferente a la de la pequeña y mediana empresa. Aunque de momento puede ser cierto que el turismo masivo disfruta de un mayor potencial de actuación para la protección de la naturaleza y de las sociedades, las tendencias observadas en turismo indican una creciente demanda del turismo a pequeña escala, rural, y basado en la naturaleza.

En este contexto, el estudio realizado por los investigadores del Departamento de Ingeniería Química de la UAB ha tenido como objetivo proporcionar una metodología general y sencilla para la conversión de pequeñas empresas turísticas "convencionales" (existentes o de nueva concepción) en negocios turísticos sostenibles. La metodología se ha aplicado posteriormente en el desarrollo de un proyecto de turismo sostenible en una casa rural "Sa Cova", situada en la isla de Mallorca.

Considero que sería necesario hacer una recopilación de casos prácticos de mejora medioambiental siguiendo el siguiente esquema:

Caso:	
Medidas adoptadas:	
Inversión realizada:	
Retorno de la inversión:	
Beneficio económico:	
Beneficio ambiental:	

Este trabajo cumpliría con el doble objetivo de ofrecer indicaciones y sugerencias a otros promotores y de convencer sobre su viabilidad tanto medioambiental como económica.

Es un grado más de exigencia acorde a los avances que se van logrando en materia medioambiental en el sector turístico. Con ello trato de evidenciar que los Manuales de Buenas Prácticas tradicionales están ya totalmente obsoletos... tanto como las campañas que apelan exclusivamente a la sensibilidad medioambiental.

4.9 Recomendaciones y buenas prácticas aplicadas a los profesionales de la información y guiado de grupos turísticos.

Por la propia estructura del mercado turístico, la figura del guía, acompañante y/o informador de grupos y viajeros, es especialmente relevante ya que actúa como mediador o intermediario en el proceso de conocimiento y acercamiento.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Con respecto a recomendaciones y buenas prácticas aplicadas a la actividad de guiado e información y a los profesionales que ejercen esta actividad, existen algunos ejemplos:

Código de Buenas Prácticas en el Ejercicio de las Visitas Guiadas FEDERACIÓN MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE GUÍAS DE TURISMO (World Federation of Tourist Guide Associations)

La adhesión al Código de Buenas Prácticas en el Ejercicio de las Visitas Guiadas de la WFTGA proporciona la garantía de un alto nivel de profesionalidad y un servicio de valor añadido ofrecido por los guías de turismo individuales a sus clientes. Las Asociaciones de Guías de Turismo que pertenecen a la Federación Mundial de Asociaciones de Guías de Turismo (WFTGA) aceptan en nombre de sus miembros los principios y objetivos de la WFTGA:

- Proporcionar un servicio profesional a los visitantes; profesional tanto en la atención como en el compromiso; y profesional al proporcionar una comprensión objetiva del lugar visitado, libre de prejuicios o propaganda.
- Asegurar tanto como sea posible que lo que se presenta como un hecho o realidad es verdadero, y que se realiza una distinción clara entre esta verdad e historias, leyendas, tradiciones u opiniones.
- Actuar justa y razonablemente en todas las transacciones con todos los que contratan los servicios de guías y con colegas que trabajan en todos los aspectos del turismo.
- Proteger la reputación del turismo en nuestro país haciendo el esfuerzo de asegurar que los grupos guiados tratan con respeto el medio ambiente, la vida salvaje, lugares y monumentos, y también las costumbres y sensibilidades locales.
- Como representantes del país anfitrión, dar la bienvenida a los visitantes, y actuar de tal manera que se prestigie el país visitado y se promocióne como destino turístico.

FEDERACIÓN EUROPEA DE GUÍAS

CARTA DE CALIDAD de la FEG

Los Guías de Turismo son los profesionales responsables de despertar y canalizar el interés de los visitantes en relación con los principales bienes del patrimonio cultural y natural común en Europa. La calidad de nuestros servicios se apoya en dos pilares fundamentales: “el respeto a nuestros visitantes como individuos y a las tradiciones culturales que estos representan y la protección, difusión y respeto por nuestro común patrimonio cultural europeo.

El objetivo de satisfacer el interés del usuario turístico se apoya en el suministro de una información, veraz, correcta y actualizada con nuestras habilidades personales y de comunicación. Nuestro compromiso es desarrollar continuamente ese “savoir faire”, implementando y desarrollando el conocimiento en todos los ámbitos.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

La profesionalidad de los Guías de F.E.G. tiene su apoyatura en lo siguiente:

Acogida: La imagen del guía se sostiene en una excelente apariencia personal, la puntualidad y el calor de la acogida que hará de todo punto agradable la estancia de los que nos visitan.

Conocimientos: F.E.G. y las distintas organizaciones que agrupan a los Guías de Turismo en Europa se encargan de aportar a través de cursos, congresos, reuniones y otros un amplio bagaje de conocimientos y recursos que mantienen y mejoran la calidad de nuestras presentaciones

Desarrollo profesional continuo: A través de medios propios y de las distintas instituciones, los Guías F.E.G. se procuran una formación continuada en el tiempo, adaptando nuestros conocimientos a la realidad cambiante y reevaluando nuestras habilidades donde quiera que sea posible, especialmente en los campos de la comunicación y la cultura y sin olvidar el campo del lenguaje y de la comunicación viva y entusiástica.

Competencia: La profesionalidad de los Guías de Turismo se basa en la especialización, para desarrollar nuestro trabajo en el ámbito determinado, en las lenguas que conocemos y con las técnicas y conocimientos que manejamos.

Organización: La puntualidad, el aprovechamiento del tiempo disponible, la disciplina, la adaptabilidad a las circunstancias imprevistas, y el cumplimiento de los objetivos contratados son la base de nuestra organización.

Ética: El respeto y salvaguarda del Patrimonio, las normas territoriales y locales, el espíritu de servicio y colaboración tendentes a presentar en todo momento una imagen positiva de nuestra profesión.

4.10 Medidas y recomendaciones para consumidores de ocio en general y turistas en particular.

Existen algunas iniciativas y propuestas interesantes de recomendaciones para consumidores y turistas, destacable sería la del Programa Ecoviajeros.

un programa de Ecoturismo Responsable para el Desarrollo, promovido por: Instituto Jane Goodall España, con la colaboración de Koan Consulting y la Sociedad Española de Ecoturismo.

Ecoviajeros es un programa, por tanto, que pretende que el turista:



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

- 1) aprenda sobre la realidad ambiental y socioeconómica del destino
- 2) disfrute de unas vacaciones con un alto contenido natural y cultural, apoyando directamente a los emprendedores turísticos privados o colectivos locales
- 3) tenga la posibilidad de realizar un tipo de turismo responsable e incluso ir más allá, ayudando a la organización del proyecto llevando a cabo pequeñas partes del mismo, llamadas misiones.

Ecoviajeros es un programa de ecoturismo responsable de 6 años de duración que trabaja en las líneas de desarrollo socioeconómico, protección y valorización del entorno natural de los destinos, sensibilización de los viajeros e intercambio cultural, dentro del marco del comercio justo y los objetivos del milenio.

Se trata de convertir el ecoturismo en una oportunidad de mejora socioeconómica y de conservación del medio ambiente, en vez de en una amenaza. Eso se consigue a través de viajeros comprometidos y sensibles a la responsabilidad de viajar en territorios frágiles, donde la relación entre desarrollo y degradación del entorno es tan problemática como la relación entre pobreza y conservación. El propio viajero se convierte en motor de un sector, el ecoturístico, con muchas ramificaciones y con un gran potencial para evitar la degradación natural, evitar el éxodo rural, preservar tradiciones, paliar la pobreza especialmente entre colectivos sensibles como mujeres y jóvenes, y distribuir los beneficios de la actividad económica entre los que trabajan en ella.

Cada ruta ecoturística propuesta es un proyecto de mejora socioeconómica y ambiental en sí misma, y los ecoviajeros ayudan no sólo con el propio viaje, sino realizando una pequeña o gran misión dentro de esa ruta. A su vuelta se convierten en parte de una comunidad que aprende y enseña lo que ha aprendido a otros ecoviajeros, y ayudan, si lo desean, a hacer realidad una parte de las mejoras necesarias en esa ruta.

CLAVES DEL PROGRAMA

Ecoviajeros es un programa pionero en su aproximación a las amenazas y oportunidades que ofrece el turismo sobre destinos frágiles, afrontándolas desde todos los ángulos, la demanda y la oferta, la sensibilización y la mejora del producto, e incluyendo los puentes que hacen posible la conexión entre una y otra, es decir, los canales promocionales y de comercialización.

Todo ello desde una perspectiva evolutiva. El perfeccionamiento del producto se realiza mientras está en funcionamiento, introduciendo la filosofía de mejora continua.

Las claves que hacen de Ecoviajeros un programa innovador y de utilidad real, son las siguientes:

MERCADO

Ecoviajeros no solo mejora el destino, sino que lo conecta con la demanda potencial, de forma continuada, gracias a la asesoría de los ecoviajeros.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

DE PERSONA A PERSONA

De viajero a micronegocio, directamente. El viajero actúa como motor de la microeconomía local y como fuente de intercambio cultural.

CONSERVAR DISFRUTANDO

Durante sus vacaciones, los viajeros colaboran con la comunidad para identificar problemas e implementar soluciones para la conservación.

SENSIBILIZACIÓN ORIGEN Y DESTINO

Desarrollo de una cadena de viajero@s informad@s y sensibilizad@s en España y de comunidades sensibilizadas en destino.

PARTICIPATIVO

Programa sin ánimo de lucro, que pretende incluir y promocionar a todas las iniciativas de turismo responsable.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA ECOVIAJEROS

El objetivo principal del programa es mejorar la calidad de vida de poblaciones esencialmente rurales, evitando el éxodo hacia las ciudades, en zonas con elevado potencial ecoturístico en peligro de degradación inminente, dentro del marco del comercio justo y los objetivos del milenio.

Este objetivo se consigue a través de tres vías principales:

1. Sensibilización en España Formación y sensibilización a los viajeros en turismo responsable, cultura y problemáticas específicas de los destinos, fomentando el entendimiento cultural.
2. Conservación y protección ambiental Con la protección y valorización del entorno natural de los destinos a través de proyectos enmarcados en las rutas.
3. Asesoría Mejora del producto ecoturístico en todas las facetas del mismo, desde la formación hasta las infraestructuras.

Decálogo el viajero responsable:

EMPATIZA con el entorno, es decir, puede ponerse en la situación de las personas (o incluso animales) con los que se relaciona y comprender mejor sus reacciones ante su presencia.

Ejemplo: En algunas zonas las personas parecen muy serias cuando te reciben, especialmente en áreas rurales. Ponerse en su lugar significa entender que ellos son tanto o más tímidos que nosotros e incluso en algunos casos pueden sentir cierto temor. Una sonrisa, un saludo, un minuto de conversación y normalmente todo cambia.

Contraejemplo: en presencia de animales salvajes, siempre hay que seguir las indicaciones de los guías. Pese a saberlo, algunos turistas cometen errores que puede resultar graves.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Acercarse demasiado, tener comida cerca, obtener la mejor foto, gritar o incluso lanzarles objetos para llamar la atención, etc, no son conductas responsables.

APRENDE de lo que ve para poder adaptarse al nuevo entorno. Viajar es la mejor experiencia de aprendizaje (ver www.mundoescuela.net)

Ejemplo: dicen por ahí que cada lengua que se pierde es una manera de ver la vida que se pierde. Así pues, cada lengua que se aprende, es una manera diferente de aproximarse a las diferentes realidades. Aprender frases en otro idioma nos aproxima a los locales y nos permite ver las cosas desde otros ángulos.

Contraejemplo: quejarse todo el tiempo porque la comida no es exactamente de nuestro gusto, o no hay electricidad las 24 horas, o no hay agua caliente, etc, impide disfrutar del viaje y crea una distancia todavía mayor con el entorno local. Asumir estas situaciones nos permite aprender sobre nuestros propios límites y prejuicios.

IMPACTA POSITIVAMENTE en el entorno con su presencia, favoreciendo el comercio justo y el enriquecimiento local, al tiempo que reduce al máximo su huella ecológica y cultural.

Ejemplo: Priorizar establecimientos de propiedad local o comunitaria, tanto para dormir, como para comer, moverse o hacer compras, favorece las microeconomías locales.

Contraejemplo: generar demanda de productos importados, como comida u otros, normalmente solo conlleva un perjuicio para los productores locales y un montón de envases y otros desperdicios difíciles de eliminar o reciclar.

RESPETA las costumbres locales en el modo de vestir y comportarse públicamente.

Ejemplo: Utilizar pantalón largo e incluso manga larga en algunos países pese al calor, permite un acercamiento más tranquilo a la población local, que no se siente tensa por la situación.

Contraejemplo: pese a que normalmente nadie se queja, fumar o beber en público no está demasiado bien visto en algunas culturas, así como demostraciones muy intensas de afecto entre hombre y mujer.

DEMUESTRA PACIENCIA Y COMPRENSION ante situaciones que le resultan extrañas o absurdas según sus estándares

Ejemplo: en muchos sitios, los vehículos públicos salen cuando se llenan. Demostrar paciencia en esas ocasiones es una de las mejores formas de empezar a entender el tiempo en términos de los habitantes locales.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Contraejemplo: en los restaurantes locales, ponerse a gritar y protestar porque la comida tarda no funciona. Lo que sí funciona es pedir el plato del día, lo que tienen ya preparado y no tienen que ir a buscar al huerto.

RECONOCE LA IMPORTANCIA DE LA DIGNIDAD de ambas partes, locales y extranjeros.

Ejemplo: este es uno de los conceptos clave para viajar responsablemente. Cada cultura tiene sus códigos, y no es necesario ni mostrarse paternalista, ni intentar esconder quienes somos y de donde venimos cuando viajamos. Así nos respetarán más y nos sentiremos más cómodos.

Contraejemplo: es un detalle, pero algunos viajeros no se dan cuenta que están hablando con alguien sin quitarse las gafas de sol, tan necesarias en muchas ocasiones, pero que crean una especie de jerarquía innecesaria en tales situaciones. FOTOS: pedir siempre permiso!

AHORRA RECURSOS usando los medios menos contaminantes y escogiendo rutas razonables en términos de distancias y tiempos.

Ejemplo: en bicicleta, a pie, en barco a vela, en piragua, en transporte público, o en última instancia, en transporte privado compartido, son maneras sanas y divertidas de conocer un territorio.

Contraejemplo: Intentar cubrir un país entero en unos pocos días no es la manera óptima de llegar a conocerlo y es más contaminante. Es mejor concentrarse en un área para llegar a conocer a fondo su cultura, paisajes y características específicas.

AYUDA a proteger los ecosistemas naturales, respetando la fauna y la flora local, y no contaminando.

Ejemplo: pasear por los parques usando los recorridos establecidos y no salir fuera de las pistas; no arrancar vegetación local; no consumir carne de animales en peligro de extinción o prohibidos.

Contraejemplo: hay un preocupante incremento en el uso de quads y otros vehículos terrestres o acuáticos, terriblemente dañinos para algunos entornos. Evitar usarlos es una buena manera de prevenir la degradación del entorno.

EDUCA y enseña también, especialmente a los niños, a que el viajero no es un regalo andante.

Ejemplo:



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Hay muchas maneras de ayudar sin perjudicar la cultura local: ofrecer materiales comprados localmente o dinero a organizaciones de ayuda, misiones, a asociaciones de mujeres, escuelas... ofrecerse voluntario/a para realizar labores educativas, o simplemente pasar un buen rato con niños o adultos compartiendo información.

Contraejemplo: es tentador, pero dar dinero, caramelos, bolígrafos (que se revenden), camisetas, globos, juguetes, solo convierte a los niños en pedigüños y perjudica los mercados locales. No se trata de un caso, sino de miles de turistas haciendo lo mismo. Es altamente impactante en la cultura local y en el desarrollo del turismo.

COMPRA exclusivamente artículos que no perjudiquen los ecosistemas locales, y que no estén prohibidos.

Ejemplo:

Cada vez más se encuentran más productos artesanales realizados con elementos reciclados o maderas que no están en peligro de extinción o que perjudiquen gravemente los ecosistemas locales. Libretas o muñecas realizadas con materiales reciclados, o incluso telas y vestidos son un buen ejemplo.

Contraejemplo:

Comprar artesanía fabricada con marfil, ébano, u otras maderas tropicales solo favorece la caza furtiva y la deforestación, con la pérdida de hábitat para miles de especies de fauna y flora. La compra masiva de tambores djembe empieza a ser un problema.

Otra iniciativa de recomendaciones y Buenas prácticas dirigidas al consumidor turístico, es la propuesta por el Gobierno de Aragón en la publicación *"Buenas prácticas para usuarios de instalaciones o actividades turísticas"*, que se resumirían en:

Mantén limpio tu entorno y ayuda a reducir el volumen de residuos generados.

Recuerda:

Cuando se abandonan residuos en el medio natural tardan mucho tiempo en desaparecer. El mejor residuo es el que no se genera.

Realizar una gestión adecuada de los residuos que se generan en un entorno natural o en un alojamiento turístico también depende de nosotros mismos.

Algunas recomendaciones:

Cuando salgas de excursión, no dejes la basura ni la entierres. Deposítala en el contenedor de residuos más cercano o mejor, llévatela a casa.

Lleva contigo una bolsa para meter los residuos y luego deposítala en un contenedor.

Utiliza las posibilidades de reciclaje que se te ofrezcan en los establecimientos, contenedores de papel, vidrio, envases, pilas. Es muy importante por ejemplo, gestionar las pilas adecuadamente, pues contienen metales pesados, altamente contaminantes para el medio ambiente y son un agente nocivo para la salud.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Respecto a los envases hay que minimizar el uso de aquéllos altamente contaminantes, como los fabricados con PVC, bandejas de poliestireno y plásticos en general.

Mantén limpia el agua.

El agua es un elemento natural imprescindible para la vida, pero es un recurso no renovable, por lo que necesita de una gestión adecuada, de la que todos somos responsables.

Recae sobre cada uno de nosotros el compromiso de realizar un buen uso de este recurso.

Algunas recomendaciones:

Cierra el grifo cuando te cepilles los dientes, te afeites o te enjabones en la ducha.

Dúchate en vez de bañarte.

No tires desperdicios por el inodoro, pueden provocar problemas en su funcionamiento.

En el campo:

No te enjabones en los cursos fluviales.

Hay que evitar utilizar jabones y detergentes en los ríos pues conllevan importantes consecuencias para los ecosistemas acuáticos.

Mantén limpia el agua.

Utiliza la energía de forma racional.

La principal fuente de energía y vida es el sol, pero el hombre tradicionalmente, ha utilizado otras como petróleo, carbón, gas natural, energías de las que cada día hay menos reservas, por lo que se les llama energías no renovables. A su vez su combustión genera gases que contribuyen a problemas ambientales como el efecto invernadero, la lluvia ácida, etc. Su utilización debe ser racional y, en la medida de lo posible, sustituida por otro tipo de energías alternativas de bajo impacto en el medio ambiente, como la solar, la eólica... que a su vez son energías renovables.

Algunas recomendaciones:

No dejes electrodomésticos encendidos si no los utilizas.

Emplea aparatos que no necesiten pilas o que puedan enchufarse a la red.

Usa pilas recargables. Pueden recargarse hasta 1000 veces.

Aprovecha la luz del día.

En lo que respecta al uso de la calefacción y el aire acondicionado:

Regula los termostatos a unos 22°C, es una temperatura adecuada, tanto para el invierno como para el verano.

Evita abrir las ventanas cuando esté encendida la calefacción o el aire acondicionado.

Vigila el ruido.

¿Sabías qué España es considerado uno de los países más ruidosos del mundo?.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Los entornos naturales son lugares que por regla general gozan de una muy buena calidad sonora. Pero estos espacios, en determinadas épocas del año, se pueden ver sometidos a fuentes de ruido que llegan a alterar estos ecosistemas y a sus habitantes.

Algunas recomendaciones:

Utiliza modos de transporte públicos y poco contaminantes.

Realiza excursiones a pie o en bici.

Circula con prudencia.

¡Ojo con el fuego! sólo se puede hacer en los lugares y épocas permitidos.

En actividades de ocio y tiempo libre como excursiones o acampadas, suele utilizarse este recurso para calentarse o preparar comidas. En muchas ocasiones una hoguera o una colilla mal apagada pueden ser la causa de un gran incendio.

Nunca tires colillas encendidas en el campo, ni desde tu vehículo.

Evita hacer fuego y llévate la comida preparada de casa.

No hacer fuego en entornos naturales.

En caso de incendio, avisa urgentemente al 112.

Cuida con la introducción de especies foráneas.

La práctica de determinados deportes relacionados con los medios acuáticos ha generado, en ocasiones, diversos problemas ambientales.

De forma voluntaria o no, se han introducido especies de fuera que desequilibran nuestros ecosistemas. Son seres oportunistas (mejillón cebra, black-bass, alburno...) que desplazan y ponen en peligro a especies autóctonas, o que afectan a las infraestructuras (conducciones de agua, etc.).

En el caso del mejillón cebra, se han establecido una serie de normas, para frenar la expansión de esta especie en los embalses de Mequinenza, Ribarroja, Flix y tramos inferiores del Ebro.

Normativa establecida para usuarios de embarcaciones, para evitar la

propagación del mejillón cebra. Resolución del 24 de septiembre de 2002. Para los embalses de Mequinenza, Ribarroja y Flix y tramo inferior del Ebro.

ORDEN DE 15 de febrero de 1999, del Departamento de Agricultura y Medio Ambiente, por la que se establecen las normas para que el ejercicio de la pesca en las aguas continentales en el territorio de Aragón.

Algunas recomendaciones:

Limpia a fondo los botes y equipos de los mismos, incluso los remolques, antes de botar la embarcación. Elimina el agua que haya quedado en ella.

No uses cebos vivos provenientes de otras aguas.

Actividades en la naturaleza



Congreso Nacional del Medio Ambiente

Cumbre del Desarrollo Sostenible

En ocasiones, la estancia en determinados entornos naturales puede plantear algunos problemas imprevistos relacionados con la climatología, ante los que es necesario tomar determinadas medidas preventivas. Es el caso de las tormentas, que sobre todo en verano pueden ser fuertes y frecuentes. Es recomendable consultar la información meteorológica antes de realizar una excursión o una actividad al aire libre.

Las actividades recreativas practicadas en la naturaleza y en el medio rural en general, necesitan del establecimiento de unos límites y condiciones de uso para que puedan considerarse sostenibles; es decir, que no se esquilme el recurso y pueda mantenerse indefinidamente su posibilidad de utilización y potencial económico.

Senderismo, equitación o rutas en BTT.

Estas actividades, si se realizan de una forma respetuosa con el medio ambiente, no generan impactos importantes.

Algunas recomendaciones:

Caminar por los senderos marcados/señalizados. Los atajos contribuyen a la erosión del suelo.

Procurar no pisar campos de labor ni sembrados.

Respetar los cursos de agua como fuentes, ríos. No verter en ellos jabones ni detergentes.

Respetar la flora.

Respetar la fauna.

Uso de vehículos 4x4.

Su utilización incontrolada puede acarrear importantes agresiones al medio (ruido, erosión, etc.).

Hay que evitar la conducción fuera de pista aunque estos vehículos estén preparados para ello.

En numerosos lugares existen restricciones que es necesario respetar.

Recogida de setas

La búsqueda y recolección de setas y hongos es una acción que se realiza principalmente en otoño. Existe una reglamentación respecto a su recogida. Hay que pensar que son muchas las personas que en temporada realizan esta actividad, por lo que hay que tener actitud respetuosa con el entorno que la acoge.

Algunas recomendaciones:

Hay que evitar remover el suelo de forma que se altere la capa superficial, ya sea manualmente o utilizando rastrillos, azadas, etc. Esto destruye los primordios (tejido inicial de la espora que originará el hongo) de las fructificaciones, incrementa la erosión y daña la vegetación y fauna del suelo.

Hay que evitar utilizar bolsas de plástico, pues impiden la dispersión de las esporas. Es más adecuado guardar los hongos en una cesta.

Es conveniente usar un cuchillo o navaja para cortar las setas, esto evitará arrancarlas.

Es recomendable llevar un trapo para limpiar las setas y no llevarse a casa tierra, hierbas u otros elementos vivos.

¡Ojo! Es muy importante reconocer las especies y si no estamos seguros del tipo de seta que es, no recogerla.

Recolección de materiales de interés geológico y paleontológico.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

En ocasiones la recolección de rocas, minerales y fósiles por parte de aficionados coleccionistas puede generar impactos negativos sobre el entorno en el que se encuentran.

En Aragón no existe una normativa que prohíba con carácter general la recolección de material geológico o paleontológico. Sí que en los Espacios Naturales Protegidos se prohíbe la recolección de rocas, minerales, fósiles, plantas, y animales.... salvo autorización por parte de la dirección del ENP.

¡Ojo! En Aragón existen diversos yacimientos paleontológicos protegidos como BIC (Bien de Interés Cultural), regulados por la Ley de Patrimonio Aragonesa.

4.11 Un caso práctico: Estado actual de los sistemas de gestión ambiental en el sector turístico de las Islas Baleares

Introducción

El entorno natural, además de ser el soporte de la vida, cumple una triple función: como patrimonio de todos los habitantes, como atractivo turístico, y como recurso económico.

Todas las actividades están estrechamente ligadas a la calidad ambiental de la zona en la que se desarrolla. Con lo cual, proteger el entorno natural es garantía de futuro y prosperidad.

La implicación de la totalidad de los sectores y la sociedad en la mejora del medio ambiente es un paso absolutamente necesario para conseguir. El estado de nuestro medio ambiente es un aspecto fundamental de este siglo, que afecta a nuestro nivel de vida a medio y largo plazo.

El programa ECOTUR de la Conselleria de Medio Ambiente de las Islas Baleares, a través de la Dirección General de Calidad Ambiental, nació en el año 1995 con la finalidad de integrar el turismo y el medio ambiente. Así pues, el programa tiene como objetivo la promoción de la implantación de instrumentos voluntarios para la mejora integral del medio ambiente. Para ello lleva a cabo toda una serie de actuaciones de promoción:

- [Publicación](#) de guías de buenas prácticas ambientales (gestión del agua, residuos, puertos deportivos, jardines, EMAS, etc.).
- Asesoramiento sobre la certificación de inversiones ambientales (RD 1777/2004, deducción del 10% del impuesto sobre sociedades).
- [Subvención](#) para la implantación de Sistemas de Gestión Medioambiental y verificación de EMAS.
- Difusión de actuaciones y registrados, en jornadas, ferias y congresos.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

- [Información](#) y soporte general a registrados e interesados. Coordinación con otros agentes implicados.

Principales distintivos de gestión ambiental en el sector turístico de las Islas Baleares

Los Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) permiten incorporar el medio ambiente a la gestión general de la empresa, dándole un valor estratégico y de ventaja competitiva. Un Sistema de Gestión Ambiental dota a la empresa de una herramienta de trabajo para sistematizar las buenas prácticas realizadas hasta el momento y asegurar su mejora paulatina. Se trata de un plan estratégico que, de acuerdo con la política ambiental de la empresa, determina los objetivos y metas a corto, medio y largo plazo y coordina los recursos humanos, técnicos y económicos necesarios para su consecución.

Para el caso concreto del sector turístico de las Islas Baleares, los distintivos de gestión ambiental que se aplican mayoritariamente, son los siguientes: **EMAS, ISO 14.001, Ecoetiqueta europea y Distintivo ecoturístico del Municipio de Alcudia.**

Año 2008*	Centros turísticos	Camas
EMAS	68	27.035
ISO 14001	19	15.977
Distintivo Ecoturístico Alcudia	21	4.592
Ecoetiqueta Europea	1	478
Total camas		48.082

Fuente: Conselleria de Medi Ambient. CAIB (Datos provisionales 2008).*

Actualmente, un total de 48.082 de camas turísticas disponen de un Sistema de Gestión Ambiental, lo que supone el 11,36 % de todas las camas de Baleares. Estos datos, suponen un incremento de un 0,30% respecto al año 2007 (11,06 %), lo que pone de manifiesto la creciente concienciación ambiental dentro del sector turístico de Baleares.

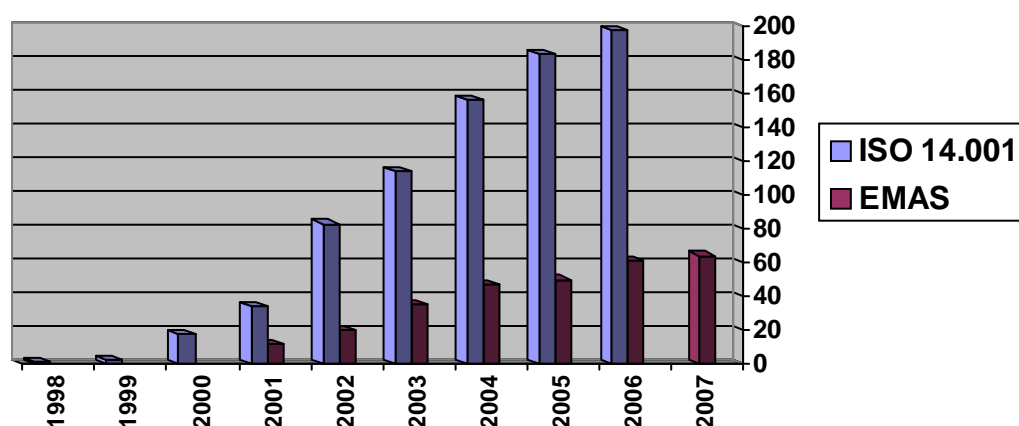
Referente a la tipología de los distintivos, el EMAS es el que cuenta con mayor número de camas turísticas, con un total de 27.035. En cambio, la ecoetiqueta europea es el distintivo con menor implantación, tan solo cuenta con 478 camas turísticas en Baleares.

En el siguiente gráfico, se puede observar como en Baleares durante los últimos años, la evolución de certificaciones ISO 14.001 ha sido muy superior a la de las verificaciones EMAS.



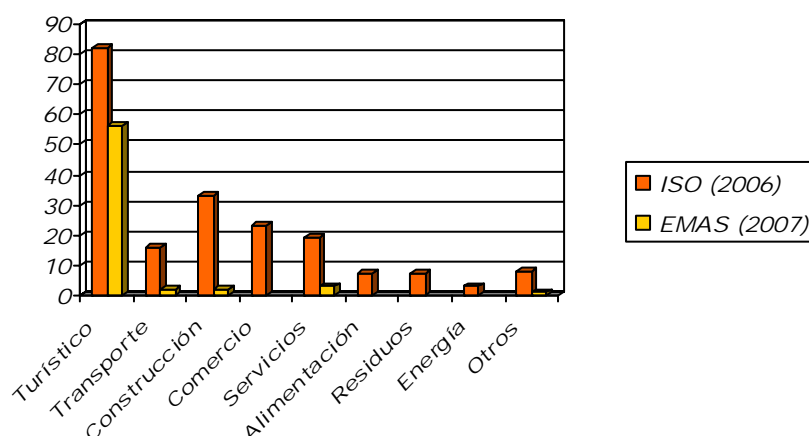
Congreso Nacional del Medio Ambiente
Cumbre del Desarrollo Sostenible

Evolución de certificaciones (ISO) y verificaciones (EMAS) en Baleares



Fuente: Conselleria de Medi Ambient. CAIB.

Sin embargo, hay que matizar que el nivel de implantación del ISO 14.001 y el EMAS, varía en función del tipo de sector de actividad. Como se observa en el siguiente gráfico, el ISO 14.001 se ha implantado en la mayoría de sectores, no obstante, destaca su presencia dentro del sector turístico, transportes, comercio y servicios. En el caso del EMAS, su presencia se restringe sobretudo al sector turístico, aunque de cada día son más las empresas de otros sectores, que se deciden a implantar el sistema EMAS.



Fuente: Conselleria de Medi Ambient. CAIB.

Estado actual del sistema EMAS en Baleares.



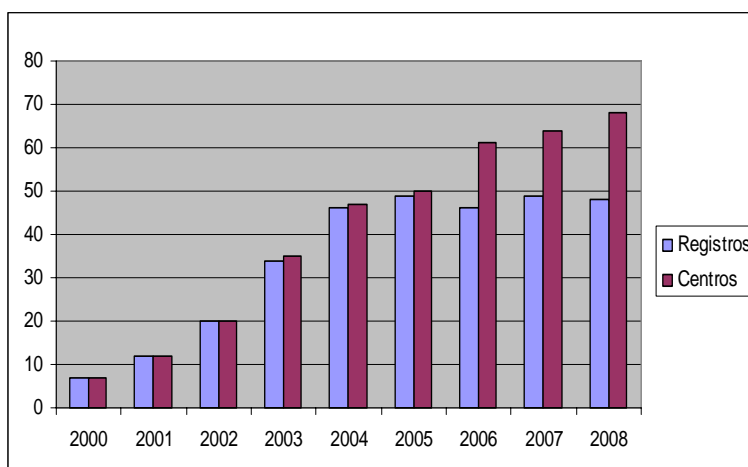
Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

En los últimos años, parece ser que se ha estancado el número de registros, sin embargo, se ha producido un crecimiento constante del número de centros con EMAS. Esto se debe, en parte al paso de registros individuales a multiemplazamientos, es decir, la existencia de empresas que disponen de un solo registro para diversos centros.

EMAS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Registros	7	12	20	34	46	49	46	49	48
Centros	7	12	20	35	47	50	61	64	68

Fuente: Conselleria de Medi Ambient. CAIB.

En el siguiente gráfico, se puede observar claramente como a partir del año 2003, se empieza a romper la tendencia de un registro para cada centro.

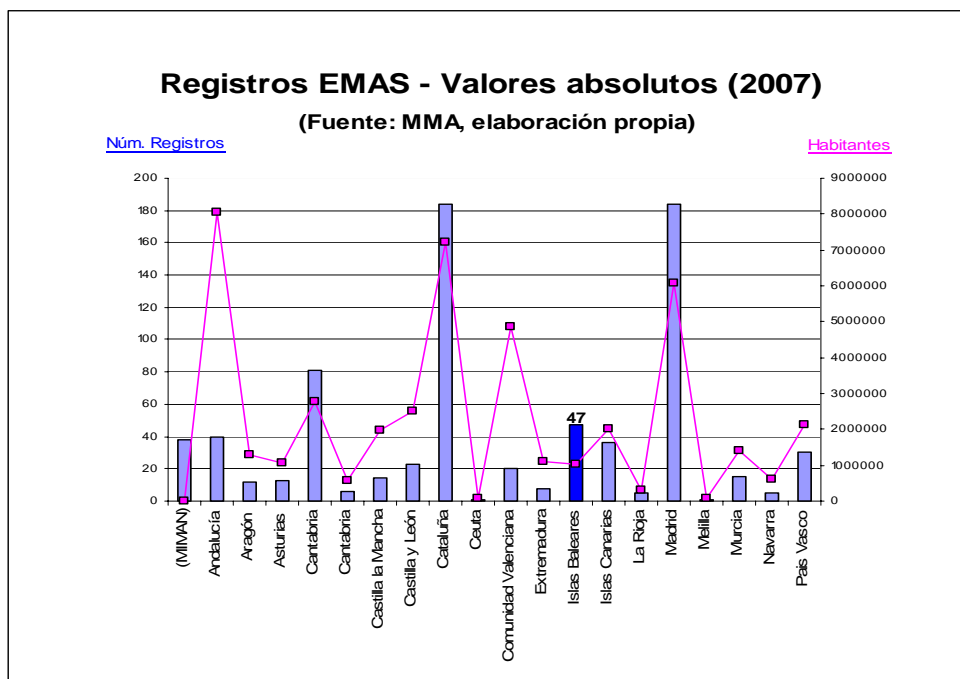


Fuente: Conselleria de Medi Ambient. CAIB.

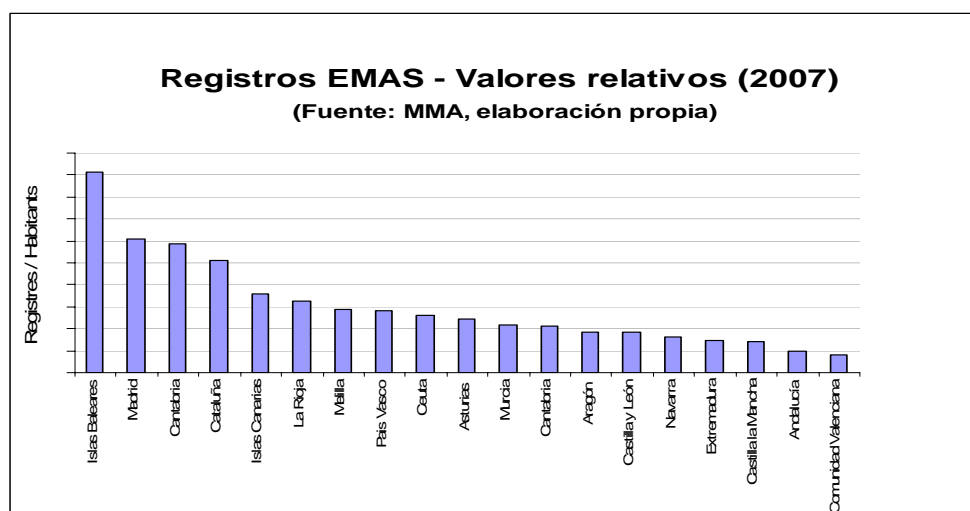
Comparando los datos de registros EMAS de cada una de las Comunidades Autónomas, en el año 2007, las Islas Baleares eran la cuarta comunidad con mayor número de registros. Por delante de ella, se situaban Cataluña y Madrid con 184 registros respectivamente, y Cantabria con 81 registros.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible



Si relacionamos el número de registros con la población de cada Comunidad Autónoma, observaremos en el siguiente gráfico, que las Islas Baleares son la región de España con un mayor número de registros por número de habitantes. En concreto, según datos del 2007, en Baleares había un registro por cada 21.896 habitantes, seguida de lejos por la segunda Comunidad, que en ese momento era la de Madrid con un registro cada 32.944 habitantes.





Congreso Nacional del Medio Ambiente

Cumbre del Desarrollo Sostenible

Si analizamos los datos por sectores, hay que resaltar que en el año 2007, de los 3.935 registros EMAS que había en la Unión Europea, 236 eran de la categoría CNAE-55 (hoteles y restaurantes). En las Islas Baleares, teníamos 41 de estos registros, lo que suponía un 17,3 % de todos los registros de la UE en este sector. Estas cifras, dan muestra de la buena aceptación que ha tenido el sistema EMAS dentro del sector turístico balear.

En la actualidad, las Islas Baleares cuentan con 68 centros y 48 registros EMAS. Como se puede observar en la siguiente tabla, el sistema EMAS predomina especialmente en las cadenas hoteleras. No obstante, también se encuentra implantado en hoteles independientes, cadenas de restauración, pimes, campo de golf, puertos deportivos, etc.

Tipo de empresas registradas con EMAS	Centros	Registros
Cadenas Hoteleras	40	26
Hoteles independientes	12	11
Cadenas restauración	6	1
PIME	5	5
Otros (puertos deportivos, campos de golf, etc.)	5	5
TOTAL	68	48

Fuente: Conselleria de Medi Ambient. CAIB. Datos actualizados Octubre 2008.

Conclusiones

En general se puede considerar que el sector turístico de Baleares durante estos años ha apostado claramente por la implantación de sistemas de gestión ambiental, especialmente con la ISO 14.001 y el EMAS. En el caso del EMAS, se ha detectado un crecimiento moderado y continuado dentro de las cadenas hoteleras.

A partir del año 2003, se viene detectando cambios importantes en el registro EMAS, debido a la venta de centros o cadenas hoteleras. Lo cual ha provocado el paso de registros individuales a multiemplazamientos. Por último, se esta observando que el sistema de gestión ambiental EMAS, poco a poco se esta implantando en sectores no turísticos.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

4.12. La participación de los Trabajadores en el Turismo Sostenible.

Ninguna empresa del sector turístico actualmente puede permanecer ajena al factor ambiental, ya que está presente en todas las actividades humanas, bien como agente que condiciona o como elemento que resulta afectado por ellas. Así mismo, la cada vez más numerosa y estricta normativa ambiental, el interés de los consumidores y la concienciación de la importancia de la lucha contra el cambio climático y por el cuidado de nuestro entorno son factores que tienen que influir necesariamente en la política ambiental a adoptar por las empresas turísticas.

Los Sistemas de Gestión Medioambiental (SGMA) son uno de los instrumentos de trabajo que más interés despiertan actualmente, y a los que una empresa se acoge de manera voluntaria para lograr un comportamiento que no dañe el medio ambiente, teniendo en cuenta unas normas, unos riesgos ambientales y unas presiones tanto sociales, como financieras, económicas y competitivas en permanente cambio. La implantación de SGMA en las empresas del sector de turismo tiene dos repercusiones fundamentales, por un lado la aparición y detección de nuevos costes, y por otro unos beneficios, asociados a su implantación, y derivados de una reducción de los consumos, ahorro de costes de gestión, mejora de la imagen de cara a los clientes, motivación y sensibilización de los trabajadores, acceso a subvenciones y ayudas fiscales, introducción en mercados restringidos, etc.

Las empresas del sector turístico que deseen implantar un SGMA pueden hacerlo sin seguir una norma (por lo tanto, no pudiendo solicitar su reconocimiento oficial), adoptando buenas prácticas (suele ser lo más frecuente en el caso de pequeñas empresas), o ateniéndose a una norma y solicitando un reconocimiento, certificación, verificación y registro, con el consiguiente reconocimiento social. Las normas principales de referencia para las empresas que quieran certificar su SGMA son el Reglamento 761/2001 de la Unión Europea: Sistema Comunitario de Gestión y auditorías medioambientales (EMAS) y la Norma UNE-EN-ISO 14001:2004

El artículo 1.2. del Reglamento CE 761/2001, subraya el valor de la participación de los trabajadores y trabajadoras en el sistema de gestión medioambiental para promover mejoras continuas en el comportamiento medioambiental de las organizaciones. Las empresas que establecen su gestión medioambiental a través de los EMAS están obligadas a contar con la participación de todos los trabajadores, a formarlos y a hacer pública su política medioambiental en un informe anual, mientras que las que lo hacen mediante ISO, sólo tienen el deber de informar a los trabajadores. Esto hace que las ISO estén más de “moda”, a pesar de que el EMAS es un sistema de gestión medioambiental mucho más interesante y riguroso. Los parámetros y los costes de ambos sistemas son prácticamente los mismos, pero el nivel de compromiso y participación con los trabajadores y las autoridades exigido a las empresas en el caso de los EMAS es mucho mayor.

De lo que no cabe duda es que no implicar al trabajador en la política medioambiental sólo puede ser perjudicial para los intereses de las empresas, ya que un sistema de gestión medioambiental que no cuente con los trabajadores suele estar condenado a no ser eficaz, con el consiguiente



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

coste económico añadido. Los trabajadores poseen un conocimiento práctico y una experiencia en el puesto de trabajo que resultan indispensables como fuente de información. Además, son ellos quienes, en último término, aplican los cambios introducidos. Por lo tanto, es un requisito importante que sean parte activa en el cambio hacia la sostenibilidad, que participen involucrándose en la toma de decisiones, planificación e implementación de cambios en la empresa y no sólo como elementos pasivos que reciben información y formación.

El número de trabajadores y trabajadoras pertenecientes al sector turístico en España en enero de 2008, ha pasado a ser de 3.147.368 personas, lo que significa que hay 116.673 trabajadores más que hace un año afiliados a la Seguridad Social en el sector. En las actividades características del turismo, el aumento ha sido de un 3,7%, mientras que en la hostelería y las agencias de viajes el crecimiento de las altas en la Seguridad Social ha ascendido a un 3,9%. En la actualidad, casi el 75 por ciento (2.371.717) de los afiliados en el sector corresponden a asalariados, mientras que el resto son autónomos. Y en el mundo, el sector turístico emplea a uno de cada diez trabajadores. Estos datos nos hacen pensar inevitablemente en que fomentar la participación e implicación de tan elevado número de trabajadores y delegados sindicales en la mejora del comportamiento ambiental de sus centros de trabajo es una vía de garantizar muy extensamente el impacto sostenible del sector turístico en la sociedad. La apuesta medioambiental del sindicalismo es una consecuencia de su dimensión social y no simplemente laboral.

Por último, las propuestas de UGT con el fin de afianzar este compromiso sindical con el turismo sostenible, desde la participación de los trabajadores y a través de la negociación colectiva son: Creación de la figura del Delegado de Medio Ambiente entre los representantes de los trabajadores, con formación específica impartida por la empresa y unas funciones concretas centradas en exigir a la empresa que sus actuaciones sean respetuosas con el medio ambiente.

Todos los convenios sectoriales deben incluir una cláusula específica cuyo contenido mínimo establezca el derecho de los representantes de los trabajadores a ser consultados e informados sobre el comportamiento ambiental de la empresa, en lo que respecta a ciertas cuestiones que pudieran tener repercusión en el medio ambiente, como pueden ser la toma de decisiones, la modificación de procesos productivos o el cumplimiento de disposiciones legales por parte de la empresa.

Formación a los representantes de los trabajadores, así como a los demás trabajadores en materia de medio ambiente, tanto en aspectos genéricos de sensibilización como en temas más específicos de carácter técnico y normativo. En este sentido se han de establecer un número de horas del total de la oferta normativa para cursos sobre temas de medio ambiente.

Constitución de Comisiones de Medio Ambiente integradas, por los representantes de los trabajadores (Delegados de Medio Ambiente) y de la empresa, con posible participación de la Administración competente, llamadas al estudio y debate de los temas relacionados con la materia.



Congreso Nacional del Medio Ambiente

Cumbre del Desarrollo Sostenible

Elaboración y puesta en marcha, por parte de la empresa de un mapa de riesgos ambientales y compromiso de la empresa para su adhesión en plazo a un Sistema de Gestión y Auditoría Medioambiental.

Vigilancia y control de la contaminación ambiental mediante la realización de Ecoauditorías por los representantes unitarios y sindicales de la empresa.

En aquellas empresas del sector que hayan adquirido certificación medioambiental de acuerdo a la normativa ISO 14001, se negociarán unas cláusulas que garanticen la participación de los representantes sindicales en la Comisión de Medio Ambiente que se constituye al amparo del Sistema de Gestión Medioambiental.

Compromiso de elaboración de protocolos de ámbito sectorial para la gestión, manipulación, uso, manejo, almacenamiento y transporte de las sustancias y residuos peligrosos que se generen en las actividades turísticas.

Compromiso de utilización de productos ecológicos, ahorro de materias primas, favoreciendo la reutilización de productos de deshecho y el reciclado y sustitución de fuentes energéticas contaminantes por otras no lesivas para el medio ambiente.

Adopción de sistemas unificados de coordinación con los servicios de emergencias para casos de accidentes laborales con implicaciones medioambientales.

4.13 Turismo responsable en el marco de la sostenibilidad.

¿Qué es el turismo responsable? ¿Qué sitio hay para él en el mercado turístico actual? De algún modo, cualquier producto turístico que se adapte rigurosamente a cualquiera de las definiciones de turismo sostenible o de ecoturismo generalmente aceptadas puede ser un producto de turismo responsable; es decir, que el concepto de turismo responsable ya está inventado hace tiempo, y ha ido adoptando en las últimas décadas términos diversos, como el más reciente de turismo justo, o siendo mezclado con otros conceptos afines, como el turismo solidario.

De lo que se trata en el momento actual es de extender el concepto de turismo responsable a todas las modalidades del turismo, a causa de una cada vez mayor sensibilidad de los viajeros sobre cómo influye el turismo en los destinos que visitan y en las gentes que los habitan.

De momento es un fenómeno ligado a proyectos de turismo con comunidades locales de determinadas ONG's, que utilizan el turismo como herramienta de desarrollo, y de algunas agencias de viajes muy concienciadas con su impacto en los destinos.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

En el turismo responsable se trata sobre todo de primar la mano de obra local y sus productos, de generar el mayor valor añadido posible en la comunidad local productora y de no comprometer sus recursos patrimoniales, naturales o culturales, para el futuro. Se trata así mismo de generar un turismo difuso en el territorio, que beneficie a la mayor cantidad de habitantes posible, y que se integre de forma armónica en el paisaje, en la vida de la gente, y por supuesto en su economía. Por su propia naturaleza, el turismo responsable no puede entregarse a la masificación de la oferta ni al monocultivo turístico, que haría a las comunidades locales dependientes únicamente de los caprichos del mercado.

Desde un punto de vista global, el turismo responsable sólo se entiende en el marco del desarrollo sostenible, e implica una colaboración activa por parte del operador y del turista. Por su misma definición, el turismo responsable es también solidario “per se”, ya que predetermina un reparto equitativo de los beneficios. Se trata de un turismo que colabora a la consecución de los Objetivos del Milenio para la reducción de la pobreza, y que a su vez se compromete con una serie de condiciones inevitables a su filosofía, como pueden ser: la lucha contra la explotación sexual comercial en el turismo, sobre todo infantil; salarios dignos; integración de mujeres y jóvenes al negocio turístico; integración de colectivos discapacitados de cualquier tipología; la reducción y compensación de las emisiones de CO₂ generadas por el turismo en el marco de la lucha contra el cambio climático; y otra serie de convenios ligados a esta misma filosofía de responsabilidad.

Podemos decir a grandes rasgos que el turismo responsable se apropia también de los conceptos del comercio justo y los aplica al turismo. Es el concepto de “fair trade in tourism” que ha aparecido recientemente en el mercado. El turismo responsable trata para conseguir este mayor beneficio para la comunidad local eliminando intermediarios o haciéndolos suyos.

La clave del concepto de turismo responsable está en varias palabras: respeto, equilibrio y distribución. Respeto a los valores naturales y culturales de la comunidad local, equilibrio entre los impactos que se generan y los beneficios que se obtienen, y distribución equitativa de los beneficios entre las empresas organizadoras e intermediarias, los gestores de los recursos y la comunidad local. Hemos estado en los últimos años en diversos congresos de turismo justo, responsable, solidario, sostenible, ecoturismo, y hemos podido constatar que no hacían falta muchos más términos ni muchas más definiciones; lo único que hace falta es aplicar sin eufemismos y sin prostituirlos, los que ya existen.

Los que hacemos cooperación en turismo en los países en vías de desarrollo sabemos que esta justicia en el reparto de la riqueza generada por el turismo no es muy habitual, aunque cada vez hay más iniciativas desde el seno de la propia industria turística, a veces en el marco de la RSC- Responsabilidad Social Corporativa, que tratan de beneficiar por su cuenta a las comunidades locales cercanas. El modelo de resort o de hotel-resort tan frecuente en el Caribe tiende a aislar a los visitantes de la comunidad local, distribuyendo muy poco gasto en ella. Lo mismo ocurre, por ejemplo, en las Islas Galápagos con los grandes cruceros, que no pueden ser a priori calificados como ecoturísticos ni responsables porque apenas revierten económicamente en la comunidad local y apenas la visitan.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Posiblemente toda esta colección de términos está generando en la demanda una gran confusión de términos y productos; y también en el sector de operadores e intermediarios turísticos, que no sabe en absoluto de qué estamos hablando el sector académico, consultor y de la investigación sobre turismo; que, aunque poco, de este tema algo sabemos.

Además, por ejemplo, cuando una empresa decide por intereses éticos y/o de marketing aplicar su responsabilidad social corporativa en el ámbito turístico, por medio de estrategias de turismo responsable, tiene muchas preguntas sobre cómo hacerlo, cuya respuesta no le es fácil de encontrar.

En este momento, una de las grandes problemáticas de las iniciativas de turismo responsable es su comercialización; con la progresiva madurez del mercado español se acerca el momento de hacer viables, como existen en otros países de Europa, estructuras de agencias de viajes dedicadas al turismo responsable y afines; que sean viables al margen de subvenciones, para no seguir metiendo a las comunidades locales receptoras de los beneficios de este tema en una vía de paternalismo, tutela y neocolonialismo que ya está demostrado que no da frutos eficaces desde el punto de vista de su eficiencia económica a largo plazo; ya que, hasta la fecha, la mayoría de los proyectos turísticos ligados a la cooperación al desarrollo funcionan muy mal en el mercado, si es que llegan alguna vez a él.

El turismo responsable puede funcionar como marco global, y dentro de él podemos englobar modelos de producto, o una gama de productos si nos gusta esta terminología, como:

- turismo comunitario, a cargo de las comunidades locales,
- teniendo claro que puede haber turismo responsable y solidario aunque no lo lleven a cabo directamente las comunidades locales (o porque no están preparadas o simplemente porque no las hay)
- ecoturismo
- ecoturismo comunitario
- turismo rural, agroturismo, ecoagroturismo
- turismo rural comunitario
- turismo solidario (que incluye participación activa y consciente del turista en las acciones de solidaridad y relaciones organizadas con la comunidad local)
- turismo con comunidades indígenas y pueblos originarios
- turismo étnico o etnoturismo



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

En cuanto al comercio justo, éste es sólo una consecuencia , a veces ; y una acción complementaria inevitable , casi siempre , de la aplicación de estas definiciones en el comercio ligado al turismo responsable o en las zonas en las que el turismo responsable funciona . Resulta difícil imaginar un proyecto de desarrollo de ecoturismo , o de turismo justo , o del que sea de estos modelos , que luego compra los productos locales a precios irrisorios y presionando en plan salvaje al agricultor local al que por otra parte decimos que queremos ayudar con los proyectos turísticos (lo que no quiere decir que ésto no ocurra todos los días) .

En el otro turismo , en el masivo , impactante , insostenible , etc. , lo que se puede proponer es acciones puntuales progresivamente más amplias de incorporación de elementos o indicadores , de sostenibilidad , justicia , respeto ambiental , respeto cultural , integración de la comunidad local en la mano de obra , incorporación de compra de sus productos , etc. . Es decir, ir haciéndolo poco a poco un poco más responsable. Pero ésa es otra historia.

A este respecto acaba de crearse recientemente una nueva red europea para el turismo responsable **EARTH** (*European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality*), que ha sido constituida oficialmente en Bruselas en la tarde del jueves 16 de Octubre de 2008.

Han participado en la fundación de la red EARTH **25** organizaciones comprometidas con el turismo sostenible y responsable, de seis países europeos (**Italia, Francia, Alemania, España, Inglaterra, Bélgica**).

La red ha sido presentada a las instituciones, al público en general y a los medios de comunicación en las ocasiones:

16 de Octubre, a las 18,30 coincidiendo felizmente, por lo adecuado del espacio de encuentro, con la inauguración de la feria del Turismo Responsable y Solidario "*Tourisme Autrement*", en Bruselas, en su tercera edición, con la presencia de agentes locales de turismo responsable y comunitario de los cinco continentes.

17 de Octubre, a las 10,00, ante el *Comité Económico y Social* de la Unión Europea, en su sede; han participado en la presentación y el posterior encuentro: Staffan Nilson (Comité Económico y Sociale de la UE), Franco Ianniello (CE-DG Empresa e Industria / Turismo), Nicola Premoli (CE-DG Regiones) y en representación de EARTH, Maurizio Davolio (AITR-Associazione Italiana Turismo Responsabile), José María de Juan Alonso (Sociedad Española de Ecoturismo/ KOAN



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Consultores Turísticos), Patricia Barnett (Tourism Concern), Manuela Bolchini (Viajes Lo Spirito del Pianeta), Micaela Solinas (CTS), Giorgio Bertinelli (Legacoop), Luca Pastorelli (Diesis).

«EARTH dará voz a escala europea a las organizaciones de turismo responsable – explica Maurizio Davolio, Presidente de la AITR y recientemente elegido Presidente de EARTH –, favorecerá el trabajo en red entre los operadores del sector y así mismo sensibilizará a la opinión pública por medio de campañas de promoción de un turismo alternativo, respetuoso con la naturaleza, las comunidades y las culturas de los lugares visitados».

En breve serán distribuidas informaciones sobre la web de EARTH, en últimos detalles de construcción como corresponde a una organización recién nacida; así como las primeras acciones a desarrollar y la composición del Consejo de Dirección, que representa como es de rigor a varios países europeos y a diversos tipos de entidades relacionadas con el turismo responsable.

La secretaría técnica se encuentra en Bruselas, en la sede de la organización miembro DIESIS.

La red EARTH ha sido así mismo presentada en el FITS – Forum International de Turismo Solidario, celebrado en Bamako, Mali, entre el 20 y 22 de Octubre de 2008; representada por su Presidente y dos Vicepresidentes (España y Francia) presentes en el mismo.

Así mismo, la red EARTH ha sido presentada por el Vicepresidente española en los siguientes eventos:

I Seminario Internacional de las Rutas de la Lana.
Zalla (Vizcaya, España), 23-25 Octubre, 2008.

Responsible Tourism Day + Responsible Tourism Seminar
WTM -World Travel Market, Londres, 10-13 Noviembre 2008.



Congreso Nacional del Medio Ambiente
Cumbre del Desarrollo Sostenible

I Seminario Técnico sobre Desarrollo Rural y Áreas Naturales Protegidas – Ministerio de Medio Ambiente. Arnedo, La Rioja, 19 Noviembre, 2008.

I Congreso de APTP – Asociación Portuguesa de Profesionales del Turismo + Consejo de UIPT – Unión Iberoamericana Iberoamerican de Profesionales Del Turismo. Terceira, Açores, 21-23 Noviembre, 2008.

CONAMA9 + EIMA6 – Iberoamerican Meeting on Environment
Madrid, 1-5 Diciembre, 2008.

Seminario “Madera justa, comercio justo y turismo responsable”
(CECJ- COPADE-KOAN CONSULTING- FACTOR CO2-SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ECOTURISMO)



Congreso Nacional del Medio Ambiente
Cumbre del Desarrollo Sostenible

PUNTOS A DESTACAR DE LA RELATORÍA DE LA SESIÓN DEL GRUPO DE TRABAJO DURANTE CONAMA9 EN EL JUEVES 4 DE DICIEMBRE DE 2008

En la sesión del Grupo durante CONAMA9, José Antonio Fernández Bouzas reseña el documento de principios de los años noventa "Loving them to death?" como un incitante ya histórico a la reflexión sobre la posibilidad de que el turismo pueda ser un hecho asfixiante para determinados espacios naturales protegidos muy emblemáticos, muy atractivos y muy accesibles. Desde su punto de vista, los objetivos de estos espacios deben ser primero conservación, segundo educación, y tercero explotación turística. Aporta que el turismo en los espacios naturales protegidos debe ser sostenible pero ante todo debe ser sensato y equilibrado entre estas tres líneas de trabajo. Desde su punto de vista, el problema es grave pero no está claro que el sector turístico en su conjunto esté sensibilizado de forma suficiente hacia este problema.

Se han suscitado en esta sesión algunas de las reflexiones tradicionales sobre el turismo en estos espacios, como la necesidad de adecuar programas y productos especiales para las personas con discapacidad y otros colectivos con necesidades especiales de inclusión social. También, el tema del pago por determinados servicios de ocio y turismo en los ENP y la necesidad de regular la capacidad de carga.

El pago por los servicios permitiría que los ENP compartan ganancias y puedan gestionar mejor los productos y servicios turísticos y el propio espacio. Ello se enmarcaría en la búsqueda creativa de ingresos a la que se ven obligado los gestores de estos espacios.

Se propone que el mínimo de gestión de los ENP se realice vía impuestos generales y que el resto se obtenga de la gestión de las actividades de ocio organizado y turismo. En todo caso, se propone que no sea nunca la capacidad económica una causa de discriminación para disfrutar del turismo en los ENP.

Se vuelve así mismo sobre el tema del turismo como herramienta de conservación y sobre las perspectivas de futuro con el traspaso de los Parques Nacionales a las comunidades autónomas y qué efecto podrá tener ello sobre la gestión de los ENP, tema éste que queda



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

para debatir, junto a alguno de los anteriores, en futuras ediciones de CONAMA. La tendencia puede ser a crear más espacios pero acompañándolo de una mayor capacidad de gestión de los mismos.

Fernando Alonso, de ASEAPAN, insiste en la necesidad de que los ENP vinculen más sus actividades y su gestión a la integración en la producción y a la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones locales que viven en ellos.

Aparece también el tema de que hay un cierto grado de aleatoriedad, de personalismo y de vinculación política en la gestión de los ENP. Se estima como importante que exista cierta flexibilidad en la interpretación de los PORN y los PRUG. En todo caso, se tiene claro que hay que fomentar la primacía de la compra de productos locales y del trabajo de las empresas y profesionales locales. Es decir, no gestionar los ENP de espaldas a la población.

En cuanto al tema de las cifras, se estima que de momento, salvo en el caso de determinados ENP, las cifras de turistas de naturaleza son poco fiables y difíciles de interpretar, tema éste también recurrente en los encuentros en este campo. Para Europarc-España, las cifras de visitantes de los ENP están bien tomadas aunque a veces hay información sensible que no puede ser distribuida en público de forma indiscriminada.

Para Soledad Morales, de Maká Ecoturisme, la falta de planificación del sector del turismo de naturaleza del pasado debe ser sustituida por una gran capacidad de innovación, ahora que las cosas no van tan bien en cuanto a llegadas turísticas. Según su punto de vista, hay mucha información pero no se comparte bien.

En cuanto al tema de la CETS, se estima que para que pueda trabajar de forma directa con las agencias de viajes y operadores turísticos se necesitan al menos cinco años de consolidación.

Se propone que la figura del director-conservador de un ENP debe ir acompañada de otro gestor de fomento que se ocupe de las actividades productivas. Se expone el caso de Doñana como un ejemplo de dinamización socio-económica y su plan de desarrollo sostenible integral, que ha ido seguido de otros muchos en Andalucía.

Los PTS o planes de turismo sostenible de Andalucía quedan para ser debatidos de cara a la próxima edición de este Grupo de Trabajo.

Desde el punto de vista de los clubs náuticos, Josep Seguer expuso en la sesión el interés de estos espacios por su progresiva adecuación ambiental y paisajística, y por la incorporación de sistemas eficaces de gestión ambiental certificadas, como es el caso del Club Náutico de Salou.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Juan Pablo Cambor, de ZOEА, explicó las líneas de trabajo del buceo sostenible y la aplicación de la gestión y certificación ambiental a estas actividades, como un modelo de trabajo a seguir en otras modalidades de turismo activo y en el propio buceo, que desde nuestro punto de vista no están lo suficientemente reguladas en este aspecto. De forma especial, cuando el buceo o el resto de las actividades se desarrollan en los espacios naturales protegidos.

El buceo ecológico sería también una actividad sostenible y “sensata”, término que se ha utilizado coloquialmente durante la sesión, siendo necesariamente:

- ambientalmente sostenible
- socialmente justo
- económicamente viable

Se observa en la demanda la tendencia a un cliente multideporte, con menor tiempo disponible y más exigencia de calidad y de operatividad de las actividades.

De modo general, se apunta que existe una gran confusión y descoordinación en los aspectos legislativo y administrativo. Hay que pasar de los comportamientos voluntarios y las propuestas de buenas prácticas a las normativas concretas.

En cuanto a los sistemas de gestión ambiental, como EMAS, se plantea que tanto las empresas como los clientes se muestran satisfechos, aunque de momento el problema es que estos sistemas, como la información en general sobre los mismos, de momento no llegan a las pequeñas empresas del sector turístico por falta de capacidad técnica y económica. De todos modos, aún no son una demanda habitual del turista ni existen suficientes estudios sobre su efectividad y su percepción por parte de la demanda.

Se hace una especial mención a la presencia de representantes de la AEPT-Asociación Española de Profesionales del Turismo y de APIT-Asociación Profesional de Informadores Turísticos de Madrid. Para sucesivas ediciones del CONAMA y de este Grupo de Trabajo, se irán incorporando nuevos representantes asociativos de las distintas ramas de actividad del sector turístico.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

TEMAS PENDIENTES PARA EL FUTURO DEL GRUPO DE TRABAJO

Además de los antes citados, quedan como temas propuestos para sucesivas fases de este Grupo de Trabajo:

- la continuación de los estudios y medidas contra el cambio climático desde la industria turística, a partir de las preocupaciones y documentos de EXCELTUR y otros organismos.
-
- la revisión de otras medidas de responsabilidad social en el turismo, y en especial el Código de Conducta para la protección de niños, niñas y adolescentes contra la explotación sexual comercial en viajes y turismo (ECPAT-OMT);
- las medidas y estrategias relativas a la implantación de salarios y prestaciones sociales dignos en el ámbito del turismo (“decent work”).
- las recomendaciones y casos de buenas prácticas aplicados a las empresas productoras de actividades y servicios turísticos complementarios.
- las recomendaciones y casos de buenas prácticas aplicados a la industria del transporte turístico.
- otros aspectos sociales de las propuestas de sostenibilidad en turismo.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

ALGUNAS LÍNEAS DE DEBATE PARA EL DESARROLLO DEL TALLER DE TRABAJO EN EL CONGRESO

¿Cuáles son las reacciones que está tomando el sector turístico frente al cambio climático?
¿Son suficientes?

¿Cuál es el grado de conocimiento que tiene el sector sobre los efectos del cambio climático en su actividad, y sus posibilidades de mitigación?

¿Qué parte del conocimiento existente sobre turismo y sostenibilidad se puede adaptar a su uso por parte de los agentes de la industria turística de todos los niveles de decisión?

¿Qué adaptaciones hay que hacer para que estas medidas sean aplicables en países en desarrollo en el marco de la cooperación al desarrollo sostenible, aplicada de forma específica al turismo?

¿Cuáles son las principales medidas de gestión práctica de la sostenibilidad que se pueden proponer a los gestores públicos y privados del turismo?

¿Cuál es el grado de utilidad e implantación efectiva para mejorar el mercado turístico de las medidas de sostenibilidad existentes actualmente en los espacios protegidos?

¿Qué se puede hacer para mejorar instrumentos como la CETS desde el punto de vista de su aplicación práctica al mercado turístico?

¿Qué más se puede hacer para mejorar la imagen, comercialización de sus productos y el desarrollo local en los espacios naturales protegidos de España?

¿Cuál es el grado de implicación mutuo de los gestores de los espacios y de los agentes turísticos?

¿Cuál puede ser y cuál está siendo el papel del turismo como herramienta de lucha contra la pobreza en los países en desarrollo?

¿Está la industria turística aplicando medidas efectivas y coordinadas de gestión ambiental?



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

BIBLIOGRAFÍA RELACIONADA

- Segunda Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo. Organización Mundial del Turismo (OMT).
- Estudio *“Turismo y cambio climático. Hacer frente a los restos comunes”*, Organización Mundial del Turismo (OMT).
- Estudio *“Cambio climático y turismo: responder a los retos mundiales”*. Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), Organización Meteorológica Mundial (OMM) y Organización Mundial del Turismo (OMT).
- *“Informe europeo Dobris”*, basado en datos de la Organización Mundial del Turismo (WTO)
- Normativa de la marca Parque Natural de Andalucía (PNA). Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.
- *“Carta del Turismo Sostenible”* Lanzarote (Islas Canarias): Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, 1995. Disponible en: www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf
- *“Haciendo un turismo más sostenible: Una guía para los formuladores de políticas”*. Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) – Organización Mundial del Turismo (OMT), 2005.
- *“Seminario avanzado sobre: buenas prácticas en proyectos de turismo sostenible en el norte de África”*. Programa Azahar. Valsaín (Segovia), del 7 al 12 de Mayo de 2007.
- DE JUAN, JOSÉ MARÍA et al. Manual de Turismo Sostenible Araucaria XXI. Ed. AECID. Madrid, 2006.
- MUÑOZ FLORES, Juan Carlos. *“TURISMO Y SOSTENIBILIDAD EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS: La Carta europea del Turismo sostenible en la zona volcánica de la Garrotas y el Plan de Desarrollo Sostenible en Cabo de Gata-Níjar”*. (Tesis doctoral). Girona: Universitat de Girona, 2006.
- *“Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión municipal*. OMT (World Tourism Organisation).
- *“Desarrollo sostenible del Ecoturismo. Una compilación de buenas prácticas en las pyme”*. OMT (World Tourism Organisation).
- *“Manual de buenas practicas para el turismo sostenible: Guía metodológica para el desarrollo de turismo sostenible en el Perú”*. Lima: Instituto Machu Picchu, 2006.
- MALDONADO, Carlos. *“Turismo y comunidades indígenas: impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta”*. [s.l.]: Oficina Internacional del Trabajo, Programa de Desarrollo de Pequeñas Empresas. Departamento de creación de empleos y desarrollo de la empresa, 2006.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

- *"Turismo sostenible y desarrollo local"*. Programa Delnet-Centro Internacinal de Formación de la OIT. En @local.glob, núm. 4, Año 2007.
- *"Ahorro de energía en el sector hotelero: recomendaciones y soluciones de bajo riesgo"*. Convenio de colaboración entre IDEA y SGT. Madrid: IDEA, 2001.
- *"Proyecto sostenibilidad y empleo en espacios naturales: Guía de buenas prácticas"*. [s.l.]: Fundación del Patrimonio Natural de Castilla y León.
- *"Guía de buenas prácticas ambientales en el sector de la hostelería"*. Programa de renovación sostenible del pequeño comercio y la hostelería de Zaragoza. Zaragoza: Cámara de Comercio e Industria, 2007.
- *"Manual de buenas prácticas ambientales en la hostelería y el ocio"*. Proyecto cofinanciado por la Fundación Biodiversidad, la Cámara de Comercio de Granada y el Fondo Social Europeo.
- *"Buenas prácticas medioambientales en playas. guía dirigida a los usuarios de nuestros espacios costeros y playas"*. Valencia: Generalitat Valenciana, [s.n.].
- AYUSO, Silvia. *"Gestión sostenible en la industria turística"*. (Tesis Doctoral). Barcelona: Universidad Autónoma, 2003.
- *"Manual de buenas prácticas en Turismo Rural"*. Cuenca: Diputación Provincial de Cuenca, 2005.
- *"Buenas prácticas en la prestación del servicio: alojamientos turísticos"*. Madrid: Ministerio de Economía, 2002.

www.unwto.org
www.unwto.org/climate/index.php
www.marcaparquenatural.com

http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/EDUAMB/DOCUMENT/FOLLETOS/BUENAS+PRACTICAS+AGENTES_COR.PDF.

Turismo Sostenible: Buenas prácticas para usuarios de instalaciones o actividades turísticas. [s.l.]: Departamento de Medio Ambiente. Gobierno de Aragón.

<http://www.iberpymeonline.org/Documentos/ClusterTurismoFOMIN.pdf>.

SOLER, Santiago, LESENFANTS, Yves, VELA, Martinza y ARTEAGA, Federico de. CLUSTER DE TURISMO SOSTENIBLE: Resultados, Lecciones Aprendidas y Futuro. [s.l.]: MIF/FOMIN, 2007.

http://aevv.horus.be/SiteResources/data/MediaArchive/pdf/bonnes_pratiques_esp.pdf. GÚIA DE BUENAS PRÁCTICAS DE VÍAS VERDES EN EUROPA: Ejemplo de Realizaciones Urbanas y Periurbanas. Madrid: Asociación Europea de Vías Verdes, 2000.

<http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/EDUAMB/SENSIBILIZACION/JORNADAS/GRUPO5/SOSTENIBLE.PDF>

LÓPEZ MARTÍN, Fernando [et. Al.]. Educación Ambiental: Turismo Sostenible. En III Jornadas de Educación Ambiental de la Comunidad Autónoma de Aragón, 24, 25 y 26 de Marzo de 2006. Zaragoza: Servicio de Información y Educación Ambiental, 2006.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

<http://www.turismosostenible.es/monograficos/guias/GBPATuristico.pdf>.

Guía de buenas prácticas ambientales en el sector turismo rural. Guadalajara: Cámara de Comercio e Industria, 2003.

VIÑALS, M.J (Coord). Herramientas para la gestión del turismo sostenible en humedales. Valencia: Universidad Politécnica, 2002. Serie Cuadernillos Técnicos.

PARDO, Alfonso, ARRUEBO, Tomás y RODRIGUEZ, Carlos. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE BUCEO BAJO HIELO Y EN LAGOS DE MONTAÑA. Zaragoza: Fundación Biodiversidad. Fundación San Valero. Federación Aragonesa de Actividades Subacuáticas, 2005.

<http://www.cma.gva.es/contenidoHtmlArea/contenido/5886/cas/GUIA.pdf>.

GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA PUERTOS DEPORTIVOS EN LA COMUNITAT VALENCIANA. Valencia: Generalitat Valenciana, 2007.

http://www.malagacalidad.es/subidas/archivos/ara_20.pdf. BUENAS PRÁCTICAS EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO: RESTAURANTES. Madrid: Ministerio de Economía, 2002.

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES EN LA HOSTELERÍA Y OCIO. Granada: Cámara de Comercio. TURISMED, [s.n.].

http://www.navactiva.com/web/es/descargas/pdf/amedioa/crana_hosteleria.pdf.

GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES. HOSTELERÍA. [s.l.]: Centro de Recursos Ambientales de Navarra, 2004.

<http://www.protocoloplus.com/archivos/descargas/des20.pdf>.

MARCA DE GARANTÍA PROTOCOLOS Q-PLUS DE CAMPOS DE GOLF. [s.l.]: CONSERCERT (Asociación Española de Entidades de Certificación Agraria y Alimentaria), 2004.

<http://www.protocoloplus.com/archivos/descargas/des17.pdf>.

VARGAS, SÁNCHEZ, Alfonso. VACA ACOSTA, Rosa M^a y SOTO CAMACHO, Elena García. TURISMO Y GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL. DIAGNÓSTICO DE LOS CAMPOS DE GOLF DE LA PROVINCIA DE HUELVA. [s.l.]: CONSERCERT (Asociación Española de Entidades de Certificación Agraria y Alimentaria), 2004.

<http://www.um.es/dp-geografia/turismo/n14/02-CAMPOSDEGOLF.pdf>.

ESPEJO MARÍN, Cayetano. CAMPOS DE GOLF Y MEDIO AMBIENTE. UNA INTERACCIÓN NECESARIA. En Cuadernos de Turismo, (14): 67-111, 2004.

VARGAS SANCHEZ, Afonso, VACA ACOSTA, Rosa M^a y GARCIA DE SOTO CAMACHO, Elena. GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES. SECTOR TURISMO (Hoteles y Campos de Golf). Madrid: Fundación Biodiversidad, 2003.

<http://www.fundacionbiodiversidad.es/fbiodiversidadweb/webdinamica/galerias/downloadarchivo.do?arclid=168> GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL DE EMPRESAS DE TURISMO RURAL. Badajoz: Diputación de Badajoz, Fundación Biodiversidad, 2006.

<http://www.golfspainfederacion.com/pdf/notas/biosferagolf0905.pdf>.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

BIOSPHERE GOLF: Responsable Golf. Instituto de Turismo Responsable. Gran Canaria: Asociaciones de Campos de Golf, 2004. Disponible en

http://www.tncmar.net/english/what's_new/training_tools/documents/Cruceros.pdf.

BUENAS PRACTICAS Y CÓDIGOS DE CONDUCTA PARA EL TURISMO DE CRUCEROS DEL SISTEMA ARRECIFAL MESOAMERICANO. SICAC/CCAD/Unidad Coordinadora del Proyecto (UCP)-SAM, 2006. Disponible en:

ftp://ftp.fao.org/paia/mnts/case/case_studies_es.pdf. EL TURISMO SOSTENIBLE EN LAS MONTAÑAS EN ACCIÓN. Estudios de Casos. International Ecotourism Society (TIES).

VARGAS, Erick (Coord.) PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE PARA DESTINOS LOCALES DEL ÁREA DE CONSERVACIÓN TORTUGUERO.

GÁNDARA, José Manuel, FRAIZ BREA, José Antonio Y ALÉN GONZALEZ, María Elisa. HOTELES SOSTENIBLES PARA DESTINOS SOSTENIBLES. La calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad. 2005.

Benayas, J. (Coord.). 2000. Manual de buenas prácticas del monitor de naturaleza: espacios naturales protegidos de Andalucía. Junta de Andalucía. Consejería de Medio Ambiente. 250 pp.

Benayas, J. y Ruiz J. P. 1993. Capacidad de acogida de visitantes. Nacimiento del río Mundo (Albacete). Departamento de Ecología, Universidad Autónoma de Madrid.

Carbonell, X. 2004. Aplicaciones del enfoque marco lógico. Reflexiones a partir de casos prácticos. Curso de Bakeaz sobre participación ciudadana en procesos de Agenda 21 local. CEIDA – Bilbao.

De Castro, R. 1998. Participación y voluntariado ambiental. Características y potencialidades. En: Voluntariado ambiental, participación y conservación del medio ambiente, pp. 33-47. Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía. 205 pp.

Castro, R. de (Coord.). 2005. Más que palabras. Comunicación ambiental para una sociedad sostenible. Gea editorial, Valladolid.

Decreto 20/2002, de 29 de enero, de Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo. Consejería de Turismo y Deporte. Junta de Andalucía. BOJA nº 14 de 2 de febrero de 2002.

Drumm, A. y Moore, A. 2002. Desarrollo del ecoturismo. Introducción a la planificación del ecoturismo (Vol. I). The Nature Conservancy, USAID. 100 pp.

Eagles, P. F. J.; McCool, S. F. Haynes, C. D. 2002. Sustainable tourism in protected areas. Guidelines for planning and management. UICN. 183 pp. (existe una versión en castellano publicada por el Organismo Autónomo Parques Nacionales)

EUROPARC Federation. 1999. La Carta Europea del Turismo Sostenible en Espacios Protegidos. Texto oficial. http://www.europarc-es.org/intranet/EUROPARC/publicado/biblioteca_virtual/doc_referencia/carta_turismoenp.pdf

EUROPARC Federation. 2001. Loving them to death?. Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks. 136 pp.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

EUROPARC-España. 2002. Plan de Acción para los espacios naturales protegidos del Estado español. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. 165 pp. <http://www.europarc-es.org/intranet/EUROPARC/publicado/planaccion.pdf>

EUROPARC-España. 2005. Manual sobre conceptos de uso público en espacios naturales protegidos. Manual 01. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid. 94 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: www.europarc-es.org)

EUROPARC-España. 2006. Evaluación del papel que cumplen los equipamientos de uso público en espacios naturales protegidos. Manual 02. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid. 96 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: www.europarc-es.org)

EUROPARC-España. 2007. EnREDando. Herramientas para la comunicación y la participación social en la gestión de la red Natura 2000. Manual 04. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid. 216 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: www.europarc-es.org)

EUROPARC-España. 2007. Catálogo de buenas prácticas en materia de accesibilidad en espacios naturales protegidos. Manual 05. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid. 343 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: www.europarc-es.org).

EUROPARC-España. 2008. Planificar para gestionar los espacios naturales protegidos. Manual 07. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid. 120 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: www.europarc-es.org).

Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. 2001. Manual de senderismo. Comité de Senderismo de la F.E.D.M.E. <http://www.fedme.es/FEDME/Senderos/publicaciones/pdf/MSenderismo.pdf>

Fundación ANDANATURA. 2007. Guía para la adhesión de las empresas turísticas a la Carta Europea de Turismo Sostenible. 160 pp. (en PDF en la web de EUROPARC-España: www.europarc-es.org).

Garrido López, J. M. 2002. Fórmulas legales aplicables a la gestión de equipamientos de uso público en los espacios naturales protegidos. Curso de uso público en espacios naturales protegidos: los programas de uso público. Valsain (Segovia), 8 al 12 de abril de 2002.

Gómez-Limón, J. y Múgica, M. 2007. Estrategias sostenibles en los destinos naturales. La implantación de la Carta Europea del Turismo Sostenible en espacios naturales protegidos. Estudios Turísticos, nº 172-173, (233-239).

Gómez-Limón, J.; Medina, L.; Atance, I. y Garrido, A. 2003. Los visitantes de Doñana. Sostenible. Monográfico nº 4. Fundación Doñana 21. Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía. 103 pp.

Gómez-Limón, J. y Múgica, M. 2002. Impactos del turismo en los espacios naturales. Límites al disfrute en las montañas. Quercus 200: 45-48.

Gómez-Limón J. 2002. La demanda turística en espacios naturales. En: Viñals (Ed.) Turismo en espacios naturales y rurales II, pp. 117- 137. Universidad Politécnica de Valencia. 341 pp.

Gómez-Limón, J. y Ramírez, L. (Eds.). 1997. Seminario sobre educación ambiental en espacios naturales protegidos. Parque del Ticino. Lombardía, Italia. (Partnership Exchange Programme). Cooperación Técnica entre Areas Protegidas de Europa, Asia y América Latina. Financiado por la Unión Europea, DG I. Fundación "Fernando González Bernáldez". 94 pp.

Gómez-Limón, J. 1996. Usos recreativos en los espacios naturales. Frecuentación, factores explicativos e impactos asociados. El caso de la Comunidad de Madrid. Tesis Doctoral. Departamento Interuniversitario de Ecología, Universidad Autónoma de Madrid, 250 pp.



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

Gómez-Limón J. y de Lucio, J.V. 1995. Recreational activities and loss of diversity in grasslands in Alto Manzanares Natural Park, Spain. *Biological Conservation* 74: 99-105.

Gutiérrez Pérez, J. 1995. Evaluación de la calidad educativa de los equipamientos ambientales. Serie Monografías. Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente. 150 pp.

Hammitt W. E. y Cole, D. N. 1987. *Wildland recreation. Ecology and management*. John Wiley & Sons, New York.

Heras, F. 2003. *Entretantos. Guía práctica para dinamizar procesos participativos sobre problemas ambientales y sostenibilidad*. Ed. GEA, Valladolid. 137 pp.

Junta de Andalucía. Consejería de Medio Ambiente. 2003. *Gestión del Uso Público en la RENPA. Estrategia de Acción*. 111 pp.

Junta de Andalucía. Consejería de Medio Ambiente. *Manual para el diseño, construcción, dotación y explotación de equipamientos de uso público en los espacios naturales protegidos de Andalucía*.

McNeely, J. A.; Thorsell, J. M. y Ceballos-Lascuráin, H. 1992. *Directrices: ordenación de los parques nacionales y zonas protegidas para el turismo*. OMT y PNUMA. 53 pp.

Morales, J. 1998. *Guía práctica para la interpretación del patrimonio. El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Junta de Andalucía. Consejería de Cultura. TRAGSA. 314 pp.

Música, M. 1993. *Modelos de demanda paisajística y uso recreativo de los espacios naturales*. Tesis Doctoral. Departamento Interuniversitario de Ecología, Universidad Autónoma de Madrid.

Organismo Autónomo Parques Nacionales. 2000. *Ponencia marco sobre el uso público en los parques nacionales*. Seminario de parques nacionales. Bayona (Pontevedra), febrero de 2000.

Pietx, J. 2000. *Custodia del territorio, una nueva estrategia de conservación*. *Quercus*, 169: 20-23.

Ramírez, L. y Gómez-Limón, J. (Eds.). 1997. *Seminario sobre turismo, uso público y atención a los visitantes en espacios naturales protegidos*. (Partnership Exchange Programme). Cooperación Técnica entre Areas Protegidas de Europa, Asia y América Latina. Financiado por la Unión Europea, DG I. Fundación "Fernando González Bernáldez". 77 pp.

Stankey, G. H. (Dir.). 1993. *Visitor Impact Management (VIM). A review of research*. Vol. One. National Parks and Conservation Association, 256 pp.

Stokking, H.; van Aert, L.; Meijberg, W. and Kaskens, A. 1999. *Evaluating Environmental Education*. Commission on Education and Communication. UICN. 132 pp.

VVAA. 2005. *Voluntaris Collserola: 13 años de colaboración y participación ciudadana*. En: *Once historias sobre participación ambiental y algunas reflexiones compartidas*. Ministerio de Medio Ambiente, Madrid.
http://www.mma.es/porta1/secciones/formacion_educacion/recursos/rec_documentos/oncehistorias.htm

http://www.oitandina.org.pe/documentos/ecuador_dt140_turismo_sostenible_estado_comunidad_y_empresa_frente_al_mercado_el_caso_de_ecuador.pdf.
TURISMO SOSTENIBLE: ESTADO, COMUNIDAD Y EMPRESA FRENTE AL MERCADO. EL CASO DE ECUADOR. Oficina Internacional del Trabajo. Equipo técnico multidisciplinario para los Países Andinos, 2001.

<http://www.observatur.edu.ar>



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO. – Observatorio Turístico – Universidad Nacional de Lanús.

http://www.oei.es/decada/portadas/225_medidas.pdf.

255 MEDIDAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: alternativas a la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible. Ecologistas en Acción, Greenpeace, SEO/BirdLife y WWF/Adena.

<http://www.etsia.upm.es/ANTIGUA/DEPARTAMENTOS/economia/documentos/ProyectoAgreement/RuralTourismFirmP3Sp.pdf>

LA EMPRESA DE TURISMO RURAL: GESTIÓN, ADMINISTRACIÓN Y CALIDAD. En “Formas alternativas de ocupación y formación continua en Agricultura”: Proyecto Agreement nº 2004 EL/04/B/F/PP-148258. Madrid: Education and Cultura Leonardo da Vinci, 2006.

http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/proyectos/MBP_Hospedaje.pdf

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú. Viceministerio de Turismo. [s.l.]: MINCETUR, 2006.

<http://www.turismo-sostenible.org/docs/turismobp.pdf>.

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN LA FAMILIA PROFESIONAL: SECTOR SERVICIOS TURISMO Y HOSTELERÍA. [s.l.]: Ministerio de Medio ambiente y Fondo Social Europeo.

<http://www.rainforest-alliance.org/programs/tourism/certification/bmp-guide-s.pdf>.

BUENAS PRACTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE: UNA GUÍA PARA EL PEQUEÑO Y MEDIANO EMPRESARIO. Rainforest Alliance. Asociación Alianza Verde.

http://www.mma.es/secciones/raa/programacion_raa_ant/integracion_sectores/pdf/turismo.pdf. HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE: CÓMO INTEGRAR EL MEDIO AMBIENTE EN EL SECTOR TURÍSTICO. [s.l.]: LanzaRed (Secretariado de la Red de Autoridades Ambientales), 2001.

<http://www.turismososteniblezaragoza.com/documentos/FOLLETO.ppt#1> TURISMO SOSTENIBLE ZARAGOZA: GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES. Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza, [s.n.].

<http://www.famp.es/famp/varios/ciudadessostenibles/docums/CODIGO BUENA PRACTICAS.pdf>.

CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL DESARROLLO DE MUNICIPIOS TURÍSTICOS. [s.l.]: Congreso Nacional de Sostenibilidad, 2007

http://www.ecotrans.org/docs/1_hamele_Yunis_intro_aims.pdf.

MAKING TOURISM MORE SUSTAINABLE. Helpful instruments and practice examples in Europa. Hanover (Germany): OMT (World Tourism Organisation), UNEP (United Nations Environment Programme), 2006.

http://www.visitbritain.com/en/Images/CS_Cavendish_tcm12-135004.doc

MAKING TOURISM MORE SUSTAINABLE. CASE ESTUDIES. OMT (World Tourism Organisation), UNEP (United Nations Environment Programme)..

http://www2.unia.es/nuevo_inf_academica/visualizar_file_Adjunto.asp?ID=1131

GUÍA PARA ADMINISTRADORES LOCALES: DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE. OMT (World Tourism Organisation).



Congreso Nacional del Medio Ambiente Cumbre del Desarrollo Sostenible

http://www.janegoodall.es/mm/file/JG-Boletin_Mayo08.pdf 10 CONSEJOS PARA UN VIAJE MÁS RESPONSABLE. Programa Ecoviajeros..

http://www.odi.org.uk/tourism/resources/toolkits/0604_caribbeanguidelines_spanish.pdf
EL PESO DEL TURISMO EN LA ECONOMIA DEL CARIBE: Guía de Buenas Prácticas. [s.l.]: Alianza del Turismo contra la Pobreza y la Organización de Turismo del Caribe, 2006.

<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=850796>
LESENFANTS, Yves. Diagnóstico y optimización de la gestión metodológica del Cluster: CLUSTER DE TURISMO SOSTENIBLE. [s.l.]: FOMIN, 2006.

http://www.fundacionglobalnature.org/proyectos/tuismo_y_ma/GuiaBuenasPracticas.pdf. Guía de buenas practicas ambientales para alojamientos turísticos de la Hoya de Huesca. Zaragoza: Fundación Ecología y Desarrollo, 2003.

http://www.uhu.es/uhutur/documentos/monografias3/Hacia_un_turismo_sostenible.pdf
HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE. En SAVIA, (Núm. Junio): 16-19, 2007.

<http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028828>
BIEN, Amos. CESD N°1: UNA GUÍA SIMPLE PARA LA CERTIFICACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE Y EL ECOTURISMO. Center for ecotourism and Sustainable Development.

<http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028842>.
RUSSILLO, Aimee, BIEN, Amos, HONEY, Martha Y ROME, Abigail. CESD N°2: PASOS PRÁCTICOS PARA FINANCIAR LA CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. Center for Ecotourism and Sustainable Development.

<http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028848>
RUSSILLO, Aimee, BIEN, Amos, HONEY, Martha Y ROME, Abigail. CESD N°3: PASOS PRÁCTICOS PARA MERCADEAR LA CERTIFICACIÓN TURÍSTICA. Center for ecotourism and Sustainable Development. .

<http://web.dip-badajoz.es/proyectos/loslagos/descargar.php?doc=100815>
PLAN DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN EL SECTOR TURISTICO: PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO LOS LAGOS. Badajoz: Diputación de Badajoz. Área de Desarrollo Local. CEDER.