



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Departamento de Economía Aplicada II

Tesis doctoral

**EL TURISMO SOSTENIBLE EN ESPAÑA:  
ANÁLISIS DE LOS PLANES ESTRATÉGICOS  
DE SOSTENIBILIDAD EN EL ÁMBITO  
LOCAL**

**JAVIER FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ**

A Coruña, 2015

## AGRADECIMIENTOS

Son muchas las personas que de diferente forma me han ayudado a realizar este trabajo, invirtiendo su esfuerzo y dedicación para poder llevarlo a cabo, y que lograron que este sueño se haga realidad.

Al Departamento de Economía Aplicada II de la Universidade da Coruña por haberme permitido realizar este trabajo.

A mis directores, Antonio Erias y Valentín Martínez, por brindarme la oportunidad de llevar este proyecto adelante, por su orientación, supervisión, apoyo y ayuda a lo largo de estos años.

A Jesús Dopico, por todo el tiempo que me ha dedicado, por brindarme sus conocimientos y su experiencia, fundamentales para la realización de este trabajo. Gracias.

A los compañeros del CENP, por acompañarme y estar pendiente de este trabajo.

A Oscar y Vero, grandes amigos, que desde el principio confiaron en mí para sacar adelante este trabajo, especialmente a Vero con sus correcciones.

A mi pandilla de amigos de Santiago y A Coruña, por toda la preocupación mostrada, y por todos estos años compartidos.

A mis hermanos, por estar siempre a mi lado, apoyándome en todo momento.

A mi madre, por haber confiado en mí desde el principio, por todo el esfuerzo, el sacrificio, el amor, la comprensión, el apoyo incondicional y la confianza que me muestra en cada momento de mi vida.

A mi padre, que sé lo orgulloso que se sentiría de mí. Te echo de menos.

A mis dos princesas, Lucía y María, por alegrarme todos los días con vuestras sonrisas y vuestras ocurrencias. Espero que algún día estéis tan orgullosas de mí como lo estoy yo de vosotras.

Y finalmente a Carmen, por todos estos años que llevamos juntos; por estar siempre a mi lado en los momentos fáciles y difíciles, aguantando mis agobios y contestaciones. Gracias por tu paciencia, por tu dedicación y por tus consejos. Gracias por ser como eres, no cambies nunca. Sin ti no lo hubiese logrado. Te quiero.

**RESUMEN/RESUMO/ABSTRACT**

## **Resumen**

El turismo es uno de los sectores clave de la economía española y la política turística es una de las políticas sectoriales más relevantes en España. Una característica reciente en el sector turístico es la introducción de criterios de sostenibilidad, dando lugar al denominado turismo sostenible. En España la adaptación de estos criterios se ha producido en los ámbitos estatal, regional y, sobre todo, local. El objeto de esta Tesis Doctoral es el estudio de la sostenibilidad turística en el ámbito local en España. Con esa finalidad se analizan las tendencias recientes en materia de turismo y desarrollo sostenible, se realiza una revisión de la literatura sobre turismo sostenible y, como aportación central, se estudian las características básicas de los planes estratégicos de sostenibilidad turística en municipios de referencia en España. Dichos municipios se seleccionan atendiendo a diversas tipologías de turismo local, evaluándose en sus planes estratégicos sus principales objetivos, sus líneas básicas de actuación y, en los casos en los que los planes estén cerrados en términos temporales, se evalúan los resultados obtenidos por los mismos. La metodología que se utiliza es cualitativa, siguiendo una tendencia mayoritaria en la literatura internacional sobre turismo sostenible en el ámbito local.

Palabras clave: Turismo, desarrollo sostenible, turismo sostenible, planificación estratégica, política turística española, política turística local.

## **Resumo**

O turismo é un dos sectores clave da economía española e a política turística é unha das políticas sectoriais máis relevantes en España. Unha característica recente no sector turístico é a introdución de criterios de sostibilidade, dando lugar ao denominado turismo sostible. En España a adaptación destes criterios produciuse nos ámbitos estatais, rexionais e, sobre todo, locais. O obxecto desta Tese Doutoral é o estudo da sostibilidade turística no ámbito local en España. Con esa finalidade analízanse as tendencias recentes en materia de turismo e desenvolvemento sostible, realízase unha revisión da literatura sobre turismo sostible e, como aportación central, estúdanse as características básicas dos plans estratéxicos de sostibilidade turística en municipios de referencia en España. Os devanditos municipios selecciónanse atendendo a diversas tipoloxías de turismo local, avaliándose nos seus plans estratéxicos os seus principais obxectivos, as súas liñas básicas de actuación e, nos casos nos que os plans estean pechados en termos temporais, avalíanse os resultados obtidos por estes. A metodoloxía que se utiliza é cualitativa, seguindo unha tendencia maioritaria na literatura internacional sobre turismo sostible no ámbito local.

Palabras clave: Turismo, desenvolvemento sostible, turismo sostible, planificación estratéxica, política turística española, política turística local.

## **Abstract**

Tourism is one of the key sectors of the Spanish economy and tourism policy is one of the most relevant sectorial policies in Spain. A recent feature in the tourism sector is the introduction of sustainability criteria, giving rise to so-called sustainable tourism. In Spain, these criteria have been adapted to state, regional and above all, local levels. The purpose of this Doctoral Thesis is to study sustainable tourism at a local level in Spain. For this purpose, recent trends in tourism and sustainable development are analysed, literature on sustainable tourism is reviewed and as a central contribution, the basic characteristics of strategic sustainable tourism plans in several Spanish municipalities are studied. These municipalities are selected according to varying types of local tourism, assessing the key objectives of their strategic plans, the basic lines of action and the evaluation of the results of those plans that have now ended. The methodology used is qualitative, following a majority tendency in international literature on sustainable tourism at a local level.

**Keywords:** Tourism, sustainable development, sustainable tourism, strategic, political tourism policy, Spanish local tourism planning.

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO II. DESARROLLO SOSTENIBLE: CONCEPTO Y EVOLUCIÓN.....</b>	<b>8</b>
2.1 La formación del concepto de desarrollo sostenible.....	10
2.2 Multidimensionalidad del desarrollo sostenible.....	19
2.2.1 – Sostenibilidad Ambiental.....	20
2.2.2 – Sostenibilidad Social.....	22
2.2.3 – Sostenibilidad Económica.....	23
2.3 Perspectivas y retos del desarrollo sostenible.....	27
2.4 Desarrollo sostenible en el Marco Internacional: Hitos Principales.....	28
2.5 Estrategias para el desarrollo sostenible.....	39
2.5.1 – Dimensión Europea.....	39
2.5.2 – Un problema específico: el cambio climático.....	41
<b>CAPÍTULO III. IMPACTO ECONÓMICO Y AMBIENTAL DEL SECTOR TURÍSTICO.....</b>	<b>47</b>
3.1 Introducción.....	49
3.2 Magnitudes básicas del sector turístico.....	50
3.2.1– Nivel internacional.....	50
3.2.2– Nivel español.....	62
3.3 Impacto económico del turismo.....	71
3.3.1 – Impacto económico a nivel internacional.....	76
3.3.2 – Impacto económico a nivel español.....	81
3.4 Impacto ambiental del turismo.....	93
3.4.1 – Impactos positivos y negativos.....	98
3.5 Conferencia de Davos.....	110
3.5.1 – Turismo en la era del cambio climático.....	117
<b>CAPÍTULO IV. TURISMO SOSTENIBLE: UN NUEVO VALOR AÑADIDO AL SECTOR TURÍSTICO.....</b>	<b>124</b>
4.1 Concepto y definición.....	126
4.2 Turismo Sostenible: Marco Internacional y Nacional.....	129



4.2.1 – Marco Internacional.....	129
4.2.2 – Marco Nacional.....	134
4.3 Instrumentos para un turismo sostenible.....	137
4.3.1 – Instrumentos Legislativos y de Gestión.....	137
4.3.2 – Instrumentos de Planificación. Indicadores.....	156
4.3.3 – Instrumentos Financieros y de Apoyo.....	171
4.3.4 – Innovación.....	174
4.4 Hacia un Turismo Sostenible y Competitivo.....	183
4.4.1 – Competitividad: Concepto y definición.....	183
4.4.2 – Turismo sostenible y competitividad.....	184
4.4.3 – Turismo sostenible: Un valor añadido.....	196

**CAPÍTULO V. TURISMO SOSTENIBLE: UN ANÁLISIS DE LA LITERATURA SOBRE SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO.....201**

5.1 Marco general de aproximación al turismo sostenible.....	203
5.2 Principales áreas de investigación en turismo sostenible.....	208
5.3 Perspectivas de investigación sobre turismo sostenible.....	213

**CAPÍTULO VI. LOS PLANES ESTRATÉGICOS EN EL SECTOR TURÍSTICO: ANÁLISIS DE CASOS ESPECÍFICOS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA LOCAL EN ESPAÑA.....226**

6.1 Introducción.....	228
6.2 La Sostenibilidad en las políticas estratégicas del sector turístico.....	228
6.2.1 – Principios y planteamiento para un turismo sostenible.....	231
6.2.2 – Objetivos programáticos para un turismo sostenible.....	232
6.2.3 - Directrices europeas y españolas para la sostenibilidad turística....	233
6.3 Planificación estratégica: conceptos, metodología y tipos de planes.....	236
6.3.1 – Concepto y definición de plan estratégico.....	236
6.3.2 – Metodología de la planificación estratégica aplicada al turismo....	238
6.3.3. – Tipos de planes estratégicos.....	246
6.4 Estudio de casos específicos de planificación turística local en España..	249

6.4.1 - Agenda 21 Local para Calviá.....	251
6.4.2 - Plan Estratégico Burgos Rural.....	257
6.4.3 - Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona.....	261
6.4.4 - Plan Estratégico de Turismo de Madrid.....	266
6.4.5 - Plan Estratégico Zaragoza 2020.....	272
6.4.6 - Plan Estratégico Málaga 2020.....	277
6.5 Conclusiones generales sobre planificación estratégica para el turismo en España.....	282
<b>CAPITULO VII. CONCLUSIONES.....</b>	<b>285</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>296</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS.....</b>	<b>324</b>

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1 – INTRODUCCIÓN**

Una de las actividades económicas más importantes en el mundo es el turismo, actividad que desde los últimos años ha experimentado un gran crecimiento.

España es, en el sector turístico, una de las principales potencias del mundo. Desde la perspectiva económica, el desarrollo de las actividades turísticas tiene efectos muy positivos en nuestro país, con una aportación importante al valor añadido bruto y al saldo de la balanza por cuenta corriente.

En el año 2013, España recibió 60,6 millones de turistas internacionales, lo que la sitúa en el tercer país del mundo que más visitantes extranjeros recibe, por detrás de EEUU y Francia. ([www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es))

El mejor escenario previsto para la economía española en 2014 con las nuevas expectativas de mejora de consumo privado de las familias españolas, junto a la consolidación de la recuperación económica en gran parte de los mercados emisores europeos (Reino Unido, Alemania y Francia) llevan a revisar al alza el crecimiento del PIB Turístico en 2014 hasta el +2,4%. Por lo tanto, las perspectivas de crecimiento de la industria turística son muy favorables, esperando cerrar el ejercicio del 2014 con una cifra de 63,6 millones de turistas extranjeros.

A estas previsiones, hay que unir la creación paulatina de empleo en el sector turístico, la mejora de los niveles de confianza de los consumidores y las buenas expectativas de los empresarios turísticos de cara al comportamiento de la actividad durante el año 2014.

Sin embargo, hay también una serie de efectos perversos, negativos sobre el medio ambiente y en especial sobre los recursos turísticos naturales, que hay que tener en cuenta.

Tal vez, el impacto más relevante es el que se produce en las zonas más explotadas turísticamente: la presión urbanística, el consumo de recursos naturales y otros elementos de presión ambiental, que convierten a grandes zonas de atracción turística en lugares en los que se hace cada vez más necesaria la

implantación de estrategias de desarrollo sostenible, y la adaptación de medidas de política económica.

La preservación de los recursos turísticos naturales dentro de un marco que tenga en cuenta el mantenimiento sostenible de las bases socioeconómicas de muchos espacios, equivale a posibilitar la continuidad de la actividad económica de un país, región o municipio y uno de los motores de desarrollo.

Al abordar temas como el medio ambiente, turismo y economía, hay que considerarlos como conceptos que tienen relación entre sí, no como temas independientes, ya que son caras de una misma realidad. Nunca se podría estudiar el medio ambiente como algo externo al sistema económico, ello nos llevaría a un grado tal de deterioro del entorno, que pondría en cuestión la supervivencia del modelo económico a medio y largo plazo.

Al considerar las relaciones entre medio ambiente, turismo y economía, hay que tener en cuenta muy seriamente los impactos ambientales del sector turístico y por tanto la contabilidad medioambiental; así como la apuesta por la sostenibilidad es necesaria para garantizar la continuidad en el negocio turístico y económico.

La sostenibilidad debe garantizar que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales de la diversidad biológica y de los recursos naturales. También debe garantizar la sostenibilidad económica, que el desarrollo sea económicamente eficiente, beneficie a todos los agentes del país afectado y que los recursos sean gestionados de forma que se conserven para próximas generaciones.

El concepto de turismo sostenible pretende aplicar los principios de desarrollo sostenible a la actividad turística que es una de las actividades económicas más importantes en el mundo, como hemos dicho anteriormente.

El sistema turístico está definido por el resultado de las interpelaciones entre diferentes sectores privados y públicos para construir el producto turístico. La estructura del turismo es compleja y su conexión con otras actividades, como el comercio, el transporte, la construcción, tienen múltiples impactos sobre la economía, la sociedad o el medio ambiente.

En general, el turismo representa una posibilidad de mejora económica a nivel local, regional o estatal, ya que aumenta y mejora la distribución de la renta en el área del desarrollo turístico. A veces el turismo desplaza a otros sectores económicos locales (como la agricultura) ya que no pueden competir con él.

El desarrollo turístico incide, generalmente con fuerza, sobre efectos negativos, los cuales habrá que detectar y cuidar. Estos impactos, sobre todo en el medio ambiente, y en particular sobre el medio acuático, atmosférico, terrestre, biótico y antrópico, generan a veces verdaderos problemas sociales.

Para contrarrestar o corregir las externalidades negativas generadas por la actividad turística, es necesario tratar el tema de la sostenibilidad ambiental. Economistas de todos los tiempos mostraron su preocupación por los problemas ambientales, y se hace necesario introducir regulaciones que garanticen el desarrollo sostenible del turismo o del turismo sostenible, porque los impactos negativos que pueda acarrear el turismo, tanto desde el punto de vista económico, sociocultural, medioambiental,... hace necesario que los gobiernos formulen, diseñen y se impliquen en políticas coherentes de sostenibilidad que corrijan tales efectos negativos, lo que provoca que su valoración y estudio sea urgente.

El turismo integrado en el desarrollo sostenible conserva y recupera valores culturales, sociales y medioambientales, porque la sostenibilidad global solo puede ser alcanzada por comunidades regionales y estatales sostenibles. Avanzar hacia la sostenibilidad exige cambiar de forma de pensar, de actuar, de producir y de consumir. En este proceso hacia la sostenibilidad son actores clave las autoridades, las empresas, las organizaciones sociales y los individuos.

En la gestión pública, cada vez es más frecuente la consideración de la variable ecológica en todo proyecto público de impacto sobre el medio. Es grande la importancia adquirida en los últimos años por las cuestiones que interrelacionan economía, medioambiente y desarrollo sostenible, y un aspecto particular, el turismo, hace que sea oportuno el desarrollo de este trabajo, ya que es un problema relevante en los albores del siglo XXI.

El estudio de todo ello marca los objetivos de este trabajo, ya que se hace urgente conocer las relaciones entre sostenibilidad y turismo, y la necesidad de

llegar a un turismo sostenible, ya que la sostenibilidad es un valor añadido muy importante para el turismo. La implantación de políticas estratégicas para un turismo sostenible y su desarrollo por parte de los distintos destinos turísticos, se lleva a cabo a partir de los Planes Estratégicos. Mediante su implantación, lo que se busca, entre otras muchas características, es promocionar una demanda sostenida del turismo, ser competitivo, y la preocupación por temas medio ambientales.

En este trabajo se han seleccionado 6 planes estratégicos locales pertenecientes todos ellos a destinos nacionales. Los destinos elegidos son:

**Calviá.** Su desarrollo turístico viene marcado a partir de la década de los sesenta en España, como destino de sol y playa. Experimenta un crecimiento muy rápido, tanto a nivel turístico como inmobiliario. La masificación, y la explotación no sostenible de sus recursos naturales fueron sus grandes problemas. Todo esto llevó a que Calviá tuviese que definir una nueva estrategia para reorientar su desarrollo turístico y local en clave de sostenibilidad. Fueron pioneros en España en aplicar la Agenda 21 Local.

**Burgos.** Quiere hacer frente a los nuevos retos que se plantean en el futuro para convertirlos en oportunidades para su desarrollo. El Plan Estratégico Burgos Rural, incide en el desarrollo de aquellas zonas rurales que tengan menos de 20.000 habitantes.

**Barcelona.** Se incluye el Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona (PEMB), porque es un plan de futuro, que busca adelantarse a los nuevos retos, prevenir posibles amenazas y hacer propuestas de mejora que refuercen Barcelona y su área metropolitana como el referente internacional.

**Madrid.** Es el principal destino turístico urbano español, y uno de los principales de Europa. Mediante este plan se busca optimizar recursos, impulsar la actividad turística de la ciudad y mejorar su posicionamiento tanto nacional como internacional.

**Zaragoza.** Tras la Exposición Internacional en 2008, Zaragoza se plantea un Plan Estratégico que oriente y estructure sus proyectos a largo plazo. Una

ciudad industrial que busca abrirse al mercado, mediante un crecimiento inteligente, sostenible e integrador.

**Málaga.** Como capital de la Costa del Sol, busca quitarse la etiqueta de destino de sol y playa, que lo situó en la década de los setenta y ochenta como uno de los referentes turísticos de España, para posicionarse como un importante destino de turismo cultural, una ciudad de vanguardia, y renovada para el turista y para sus habitantes.

En este trabajo, dada la importancia que hoy en día tiene el turismo sostenible, no solo para el presente, sino como contribución para generaciones futuras, se analizará en el capítulo II el concepto y la definición de Desarrollo Sostenible, la Sostenibilidad Ambiental, Social, Económica y Global, ya que al medioambiente se le otorga un papel de primer orden en el debate económico, aunque durante décadas el argumento fundamental de la economía tenía como idea básica la expansión de las actividades industriales, olvidando posibles repercusiones sobre la naturaleza.

El capítulo III se centra en estudiar la evolución y la importancia que tiene el sector turístico en la economía y en la sociedad, y los impactos, tanto positivos como negativos, que genera.

En el capítulo IV se define el concepto del turismo sostenible, tanto en un marco nacional como internacional, y se analizan los instrumentos para poder llegar a conseguir un turismo sostenible.

En el capítulo V se realiza una revisión bibliográfica de la literatura sobre turismo sostenible, y de las diferentes posturas que existen de los principales autores de referencia sobre el tema.

El análisis de los planes estratégicos se desarrolla en el capítulo VI, en donde se destaca el papel fundamental de los planes estratégicos, y se analizan 6 planes de distintos municipios de España.

Finalmente, en el capítulo de Conclusiones, se hace un balance final del trabajo, y se propondrán ideas de cara a estudios futuros.



En este sentido se sigue una línea habitual en los estudios sobre turismo sostenible, en las que el enfoque cualitativo sigue siendo muy habitual, tal y como se documenta en el análisis de la literatura sobre este tema realizada en el capítulo V.

**CAPÍTULO II. DESARROLLO SOSTENIBLE:  
CONCEPTO Y EVOLUCIÓN**

**CAPÍTULO II. DESARROLLO SOSTENIBLE: CONCEPTO Y EVOLUCIÓN.....8**

2.1 La formación del concepto de desarrollo sostenible.....10

2.2 Multidimensionalidad del desarrollo sostenible.....19

    2.2.1 – Sostenibilidad Ambiental.....20

    2.2.2 – Sostenibilidad Social.....22

    2.2.3 – Sostenibilidad Económica.....23

2.3 Perspectivas y retos del desarrollo sostenible.....27

2.4 Desarrollo sostenible en el Marco Internacional: Hitos Principales.....28

2.5 Estrategias para el desarrollo sostenible.....39

    2.5.1 – Dimensión Europea.....39

    2.5.2 – Un problema específico: el cambio climático.....41

## 2.1 – LA FORMACIÓN DEL CONCEPTO DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La preocupación por la sostenibilidad del desarrollo económico, hace ya tiempo que se ha convertido en un patrimonio común de partidos políticos y fuerzas sociales de amplia representatividad, tanto en el ámbito internacional como en los entornos regionales y locales. Desde hace aproximadamente dos décadas, y de una manera claramente creciente, la conciencia social y política sobre la necesidad de preservar las condiciones del entorno natural se ha convertido en un aspecto clave para garantizar la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras.

La introducción de esta nueva orientación (Erias, 2002) en la forma de enfocar el desarrollo, altera el modelo de relación entre actividad económica y entorno natural existente prácticamente desde la revolución industrial hasta el último cuarto del siglo XX. En ese modelo anterior había primado el interés por el crecimiento, sin una preocupación excesiva por su impacto medioambiental, enfoque que en estos momentos resulta claramente inviable, fundamentalmente por una cuestión de propia supervivencia del ser humano. Lo cierto es que la revisión del modelo de relación entre las actividades económicas y el medio natural presenta hoy en día un consenso prácticamente general en lo que se refiere a los principios orientadores que deben guiar dicha relación. Esos principios están implícitos en un concepto, cada vez más conocido y más utilizado, el concepto de desarrollo sostenible.

El concepto de sostenibilidad (o también denominado sustentabilidad) cobra una dimensión internacional cuando aparece en la “Estrategia Mundial para la Conservación 1980” desarrollada por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas y el World Wildlife Fund en donde se define como “una característica de un proceso o estado que puede mantenerse indefinidamente”. ([www.unep.org](http://www.unep.org))

La base lingüística del concepto de sostenibilidad tiene su origen en el latín, y proviene de la palabra *sustener*: sostener, sustentar, soportar. Sin embargo el concepto de desarrollo sostenible no se refiere a un estado estable o fijo sino

que enfatiza el término del desarrollo para que se mantenga en el tiempo un avance continuado. Hacia finales del S. XX aparece el concepto de desarrollo sostenible con el objetivo de servir de guía a las distintas sociedades en su crecimiento económico.

El concepto de desarrollo sostenible tiene su origen en la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, de las Naciones Unidas celebrado en 1987, definido en el Informe Brundtland de la siguiente forma:

*“Desarrollo sostenible es el desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para asumir sus propias necesidades”* (Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo, 1988).

En el Informe se observa que desarrollo implica una transformación progresiva de la sociedad y de la economía, y destaca la necesidad de que este desarrollo se dé en un marco político y social idóneo.

El desarrollo sostenible requiere cubrir las necesidades básicas para todos y la extensión de satisfacer sus aspiraciones a una vida mejor. Pero también requiere la promoción de valores que estimulen estándares de consumo que estén entre los límites de lo ecológicamente posible y a los que todos pueden razonablemente aspirar.

Según mantienen los autores del Informe Brundtland, el desarrollo sostenible implica que las sociedades asuman las necesidades humanas mediante el crecimiento del potencial productivo y asegurando las mismas oportunidades para todos.

Finalmente, el Informe establece la necesidad de que el mundo diseñe estrategias que permitan a las naciones escapar de su presente, a menudo destructivo, mediante procesos de crecimiento compatibles con el desarrollo sostenible. Estas estrategias a llevar a cabo por los países deben ser muy concretas e imperativas.

Entre las estrategias que se deben asumir, destacan:

- Pasar revista al crecimiento
- Cambiar la calidad del crecimiento

- Asumir las necesidades en trabajo, alimentos, energía, agua, y salud para todos y todas
- Asegurar un nivel sostenible de población
- Conservar y aumentar los recursos básicos
- Reorientar la tecnología y los riesgos empresariales
- Fusionar el medio ambiente y la economía en la toma de decisiones

La definición anteriormente expuesta concibe medio ambiente y desarrollo económico como instrumentos para procurar al ser humano una mejor calidad de vida.

Esta definición ha suscitado numerosos comentarios y críticas, ya que no se cree posible hacer compatible el desarrollo económico y la conservación del medio ambiente; ya que el concepto de sostenibilidad implica subordinar absolutamente las aspiraciones de desarrollo económico a la protección de recursos. Otros autores mantienen, que el desarrollo sostenible ya no es un reto para el paradigma económico convencional, sino que ha pasado a ser una elaborada excusa para no renunciar a un crecimiento económico continuo y despilfarrador.

Como última crítica, destaca la elaborada por Sachs (1992), donde defiende que la idea de desarrollo sostenible sólo es una excusa para engrandecer la intrusión del hombre en la naturaleza, y añade que el interés por salvar el planeta no es más que la preocupación por salvar el sistema industrial.

Aunque el concepto o la definición de desarrollo sostenible propuesto en el Informe Brundtland sigue siendo la referencia citada con más frecuencia, existen otras muchas interpretaciones del término de desarrollo sostenible.

En el siguiente apartado se analizan los debates existentes respecto a la sostenibilidad ambiental y a las tres dimensiones de la sostenibilidad (económica, ambiental y social).

Si se realiza una búsqueda bibliográfica (Turner y Pearce, 1993) del concepto de desarrollo sostenible, se encuentran muchas definiciones que reflejan distintos planteamientos de este concepto.

Entre todas las posturas, destaca aquella que distingue dos tipos de sostenibilidad según su intensidad:

- Sostenibilidad débil. El principio fundamental de este tipo de sostenibilidad, es que el ambiente es simplemente otra de las formas del capital, por lo que la sostenibilidad consiste en dejar a las siguientes generaciones un stock agregado de capital, no menor al actual, implicando con ello que es perfectamente sostenible una situación en la que se halla en el futuro menos capital natural siempre que ésta pérdida fuera reinvertida en otras formas de capital.
- Sostenibilidad fuerte. Se alcanza si la tasa de depreciación del capital natural es menor o igual que cero, esto es que la pérdida de valor del capital natural en el tiempo sea negativa o lo que es lo mismo, que el stock de capital natural no se deprecie sino que se aprecie o por lo menos se mantenga constante.

Como alternativa a la clasificación desarrollada por Turner y Pearce, destaca la que realiza por Dobson (1996), en donde una vez que analiza los conceptos de desarrollo sostenible y sostenibilidad ambiental, realiza diferentes concepciones respecto a la sostenibilidad ambiental.

Dobson, a través de cuatro posturas diferenciadas, contesta a preguntas básicas que se le deben plantear al concepto de sostenibilidad. En la tabla II.1 se muestran esas posturas:

**Tabla II.1 - Diferentes Concepciones de Desarrollo Sostenible**

	<b>Postura A</b>	<b>Postura B</b>	<b>Postura C</b>	<b>Postura D</b>
<b>¿Qué Sostener?</b>	Capital total (humano y natural)	Capital natural crítico	Capital natural irreversible	"Unidades de insignificancia"
<b>¿Por qué?</b>	Bienestar humano (material)	Bienestar humano (material y estético)	Bienestar humano (material y estético) y obligaciones hacia la naturaleza	Obligaciones hacia la naturaleza
<b>Objetivos de interés principal*</b>	1,3,2,4	1,2,3,4	1,5,2,6	5,1,6,2
<b>Objetivos de interés Secundarios*</b>		5,6	3,4	3,4
<b>Sustituibilidad entre capital humano y natural</b>	Considerables	No entre capital humano y capital natural crítico	No entre capital humano y capital natural irreversible	Evita el debate de Sustituibilidad

\* 1: Necesidades humanas de las generaciones presentes  
 2: Necesidades humanas de las generaciones futuras  
 3: Aspiraciones humanas de las generaciones presentes  
 4: Aspiraciones humanas de las generaciones futuras  
 5: Necesidades no humanas de las generaciones presentes  
 6: Necesidades no humanas de las generaciones futuras

**Fuente: Dobson (1996)**

Para interpretar este cuadro conviene saber que el capital natural crítico significa aquel mínimo de capital natural que resulta imprescindible para la producción y la reproducción de la vida humana. Naturaleza irreversible es una forma breve de referirse a aquellos aspectos y rasgos de la naturaleza no humana cuya pérdida sería irreversible; y por último el valor natural, que se refiere al valor que se adscribe a aspectos y rasgos de la naturaleza no humana a causa de su creación por procesos históricos situados fuera de ellas mismas.

Lo que ha de ser sustentado es el valor natural de semejantes “unidades de significación”. Se valora el carácter histórico e idiosincrásico de la naturaleza, o de determinados rasgos o entes naturales.



La postura A es el valor asignado a la vida y al bienestar de los seres humanos. Propone la sostenibilidad del capital total, entendido como la combinación del capital natural y del capital humano. Se priorizan las necesidades y las aspiraciones humanas de la generación presente frente a las generaciones futuras, mientras que no se otorga especial atención a las necesidades no humanas.

La Postura B trata del valor asignado a la vida y el bienestar de todos los seres vivos, tanto los humanos como no humanos. Se tiene en cuenta el bienestar humano, pero más allá del bienestar material engloba las funciones estéticas que la naturaleza ofrece en general.

Los objetos de interés son ante todo las necesidades y aspiraciones humanas, pero los procesos ecológicos reciben atención en cuanto contribuyen al bienestar humano.

En la Postura C se encuentra la idea de pérdida irreversible. Esta postura incluye el valor intrínseco de la naturaleza, independientemente de si se trata de activos ambientales que son críticos para los humanos. Para proteger el capital natural, se hace referencia a las obligaciones hacia la naturaleza, además del mantenimiento del capital humano.

En la postura D las unidades de significación son las peculiares configuraciones de la naturaleza que resultan de procesos históricos singulares. La principal motivación para proteger a la naturaleza son las obligaciones hacia ella, aunque se reconocen los argumentos del bienestar material y estético. (Riechmann, 2003).

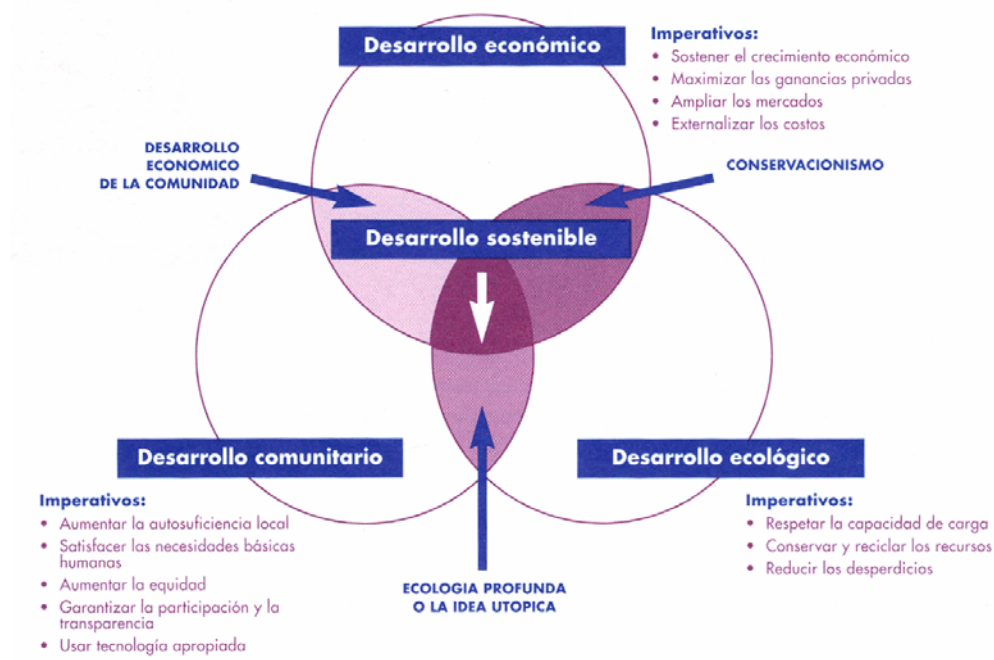
El concepto de desarrollo sostenible (Altaraz, 2002) no solo se ha ceñido a las discusiones sobre el capital natural y humano, sino que ha ido más allá. El concepto ha incorporado aspectos económicos, sociales y ambientales, participando en este sentido todos los sectores de la sociedad en la toma de decisiones.

En este caso, se debe hacer alusión a la “Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible”: las medidas que se consideran deben respetar el medio ambiente, ser económicamente viables y socialmente equitativas.

Este concepto se puede representar esquemáticamente a partir de un triángulo equilátero, en donde en cada uno de los vértices se sitúan una de las tres dimensiones mencionadas, estableciendo de esta manera las correspondientes áreas de influencia.

Las tres dimensiones se muestran en la figura II.1:

**Figura II.1 – Las tres dimensiones del desarrollo sostenible**



**Fuente:** *Las tres dimensiones del desarrollo sostenible (adaptado de Fullana y Puig, 1997)*

Analizando con detalle la figura II.1, se puede establecer con claridad la interrelación de las tres dimensiones.

Si únicamente se establece el futuro bajo una perspectiva económica (vértice superior), los intereses se centrarían en responder a alguna de las siguientes preguntas: ¿Cómo se puede introducir en el mercado un producto o servicio que genere altos beneficios?

Si la respuesta es negativa, la fabricación del producto o del servicio no debe llevarse a cabo, ya que la órbita de actuación se centra en proporcionar valor al accionista e incrementar su riqueza.

En caso de que el grado de decisión se amplíe y se incluya el vector social (vértice izquierdo), las consideraciones que se realizarían, tendrían un ámbito relacionado con la “justicia social”: los empleados ¿tienen un salario digno para vivir? ¿Existe discriminación de algún tipo a la hora de establecer los salarios?

Si se aumenta el análisis para incluir la dimensión ambiental, las reflexiones que se realizarán deberían incluir aspectos como: ¿es correcto exponer a los empleados/consumidores a distintos riesgos a través de los productos/servicios de la empresa?, ¿Cómo se puede ver afectada su salud?

Uno de los principales aspectos del principio de sostenibilidad es que vivimos en un mundo finito, en donde los recursos materiales y naturales son limitados. El desarrollo sostenible exige, por lo tanto, la disponibilidad a largo plazo de dichos recursos naturales y la preservación de la calidad medioambiental.

Con el tiempo, la concepción dominante del desarrollo sostenible evolucionó más allá de la discusión sobre el capital natural, y tomó en consideración otros aspectos del desarrollo humano. En este sentido, el concepto incorporó la idea de participación de todos los sectores de la sociedad en la toma de decisiones (Meadowcroft, 2000).

En consecuencia, las tres dimensiones quedarían definidas de la siguiente manera:

- La sostenibilidad ambiental debe garantizar que el desarrollo sea compatible con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los recursos naturales.
- La sostenibilidad social y cultural debe garantizar que el desarrollo sostenible aumente el control de los individuos sobre sus vidas, sea compatible con la cultura y los valores de las personas, y mantenga y refuerce la identidad de las comunidades.
- La sostenibilidad económica debe garantizar que el desarrollo sea económicamente eficiente, beneficie a todos los agentes de la región afectada y que los recursos sean gestionados de manera que se conserven para las generaciones futuras.

Algunas posturas críticas asocian la sostenibilidad a tendencias anti-tecnología, anti-industria, anti-propiedad privada y anti-cambio. La postura dominante en torno a la sostenibilidad, se corresponde más con la búsqueda de las posibilidades de minimizar los efectos indeseables de las actividades humanas sobre la naturaleza en general, que a modificar el complejo de causas que generan los problemas. Esta corrección de los efectos indeseables se trasladaría al manejo de los recursos naturales, volviéndolo en parte sostenible.

En la mitad del siglo XX se consolida la confianza en la tecnología. No cabe duda que la ciencia y la tecnología permiten el desarrollo de mecanismos limpios de producción, alternativas de reciclaje de materiales y habilita formas de utilización racional de recursos, asegurando ecosistemas sanos y una capacidad de carga del planeta incrementada. Sin embargo, muchos avances tecnológicos fueron causa de la degradación ambiental, por lo que hay que restablecer el equilibrio roto.

## 2.2. MULTIDIMENSIONALIDAD DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

El concepto de sostenibilidad implica una preocupación por la igualdad social entre generaciones, integración de las consideraciones ambientales en la toma de decisiones de política económica, y el concepto de necesidad, que incorpora el compromiso de equidad global: creación de riqueza y conservación de recursos (justa distribución) (Jiménez, 2001).

En la tabla II.2 se observan las dimensiones básicas del desarrollo sostenible:

**Tabla II.2 – Dimensiones básicas del desarrollo sostenible**

<b>SOSTENIBILIDAD ECOLÓGICA:</b> Ecología	El ecosistema mantiene las características que le son esenciales para la supervivencia a largo plazo: Tado especies como poblaciones y ecosistemas
<b>SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA:</b> Eficiencia	El manejo y gestión adecuada de los recursos naturales permiten que sea atractivo continuar con el sistema económico vigente
<b>SOSTENIBILIDAD SOCIAL:</b> Equidad	Los costos y beneficios son distribuidos de manera adecuada, tanto entre el total de la población actual (equidad intrageneracional) como con la población futura (equidad intergeneracional)

*Fuente: Jiménez (2001)*

*La calidad ambiental* es la principal preocupación de los gobiernos locales en países avanzados, la contaminación atmosférica y acústica, disponibilidad de zonas verdes, abastecimiento de agua, saneamiento, gestión de residuos,...

*El desarrollo económico* produce una mejora de la actividad económica y empresarial, un aumento de la renta por habitante y un incremento del empleo.

*El desarrollo social* mejora la distribución de la renta, erradicación de la pobreza, y participación de la ciudadanía. (Erias, 2002)

La modernización de un país exige que asuman colectivamente el reto y la oportunidad, que ofrece el modelo de desarrollo sostenible, que haga compatible

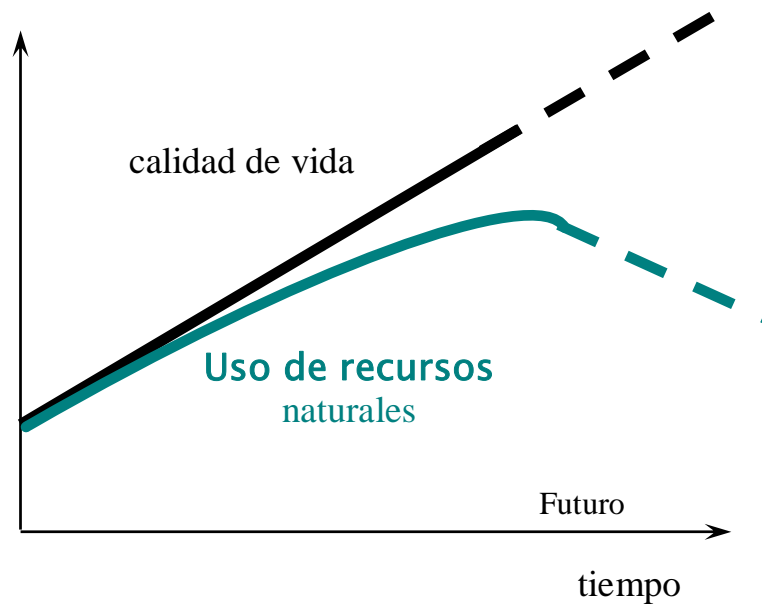
una dinámica de prosperidad económica, conjuntamente con el aumento del bienestar social y la mejora del medioambiente

### 2.2.1 – Sostenibilidad Ambiental

Anteriormente, se ha mencionado que para poder lograr un desarrollo sostenible se debe ser capaz de satisfacer las necesidades económicas, sociales y ambientales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para cubrir las suyas. Desde la perspectiva medioambiental, esta premisa cobra mayor relevancia puesto que son los recursos naturales, el lugar y la materia prima necesaria para el desarrollo de las actividades económicas y sociales.

Existe todavía una desvinculación entre “calidad de vida” y el uso de recursos naturales, tal y como se puede observar en la figura II.2.

**Figura II.2 - Desarrollo Sostenible=desvinculación entre “calidad de vida” y “uso de recursos naturales”**



*Fuente: Vogeler (2005)*

La figura muestra que el incremento en la calidad de vida lleva a una disminución de los recursos naturales; en el futuro es urgente un cambio en la

cultura de los ciudadanos consumidores, de una producción sostenible y de un consumo sostenible.

Actualmente, dado la gravedad del deterioro ambiental acumulado, por sus efectos visibles conducen a replantear este supuesto, tanto desde la teoría económica como desde la esfera política (Campbell, Evans y otros. 1999). La variable ambiental toma fuerza como factor económico ambiental.

Las principales preocupaciones medioambientales (en el ámbito internacional) para conseguir la sostenibilidad son:

- Emisión de gases de efecto invernadero, que está dando lugar al cambio climático
- La calidad del aire
- La calidad del agua (pauta de consumo no sostenible)
- Residuos
- La pérdida de la biodiversidad
- La degradación del suelo

En un futuro deben ser objetivos para la sostenibilidad ambiental los siguientes puntos:

1. En producción y consumo

- Prevenir la contaminación, reducir la generación de residuos y fomentar la reutilización y reciclaje de los generados
- Mejorar la calidad del aire
- Optimizar energética y ambientalmente las necesidades de movilidad de personas y flujos de mercancías
- Revalorizar el turismo en clave de sostenibilidad

2. Cambio climático

- Reducir las emisiones (energías renovables)
- Integrar la adaptación al cambio climático en la planificación de los sectores económicos

### 3. Conservación y gestión de los recursos naturales

- Asegurar la sostenibilidad ambiental y la calidad del recurso hídrico, garantizando el abastecimiento a la población y el uso productivo y sostenible del mismo
- Frenar la pérdida de biodiversidad y del patrimonio natural a través de la conservación, restauración y gestión adecuada, compatible con una producción ambiental sostenible de los recursos naturales

### 4. Ordenación del territorio

- Promover un desarrollo territorial y urbano sostenible y equilibrado, incentivando, en particular, el desarrollo sostenible en el medio rural

Otros objetivos transversales de interés para la sostenibilidad ambiental son: I+D+i en todas las materias relacionadas con el medioambiente; educar en principios de sostenibilidad ambiental reforzando la formación del profesorado que imparte esas materias.

#### **2.2.2 – Sostenibilidad Social**

La vertiente social del desarrollo sostenible no solo responde a razones de justicia humana, sino que se justifica dada la evidente relación existente entre el deterioro medioambiental, y los estilos de producción y consumo propios de países desarrollados, por una parte, y la escasez de recursos y oportunidades de los países en desarrollo por otra (Campbell, Evans y otros, 1999).

El principio de equidad (sostenibilidad social) dice que los costos y beneficios son distribuidos de manera adecuada, tanto entre el total de la población actual (equidad intrageneracional) como con la población futura (equidad intergeneracional).

Como objetivos a tener en cuenta en el futuro para la sostenibilidad social, se citan los siguientes:

#### 1. Empleo, cohesión social y pobreza

- Fomentar el acceso al empleo de calidad
- Apoyar la integración social de los colectivos en riesgo de exclusión



- Promover la asignación de unos recursos económicos mínimos a las personas en condiciones de pobreza

## 2. Salud pública y dependencia

- Fomentar una sociedad sana y con calidad de vida
- Atender a las personas en situación de dependencia

La lucha contra la pobreza y la exclusión social no se reduce al incrementar los ingresos de la población más pobre, vía transferencias sociales, con el fin último de garantizar unos recursos económicos mínimos a todos los ciudadanos, sino que implica comprometerse a alcanzar objetivos a más largo plazo, en materia de acceso al empleo, alojamiento, movilidad, atención sanitaria, servicios de comunicación e información, y sobre todo a la enseñanza y formación profesional.

### **2.2.3 – Sostenibilidad Económica**

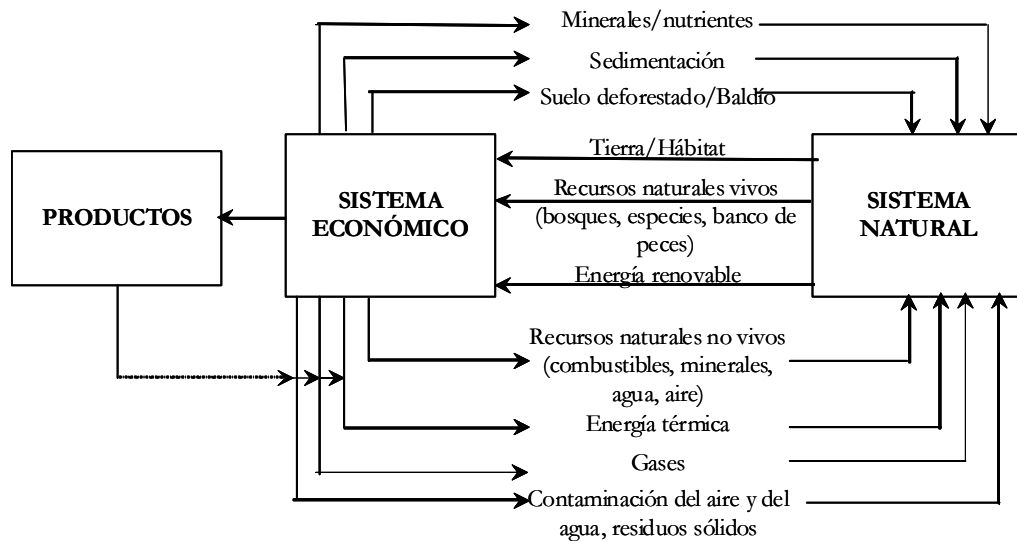
Las cuestiones relacionadas con la valoración monetaria parecen exigir la utilización del análisis convencional (Campbell, Evans y otros, 1999), aplicando instrumentos de teoría económica a cuestiones ambientales que carecen de precio de mercado, mientras que, el enfoque central del análisis del desarrollo sostenible, puede considerarse desde el punto de vista global, como un enfoque que parte de los principios básicos de la economía ecológica, en el sentido de que empieza a dar prioridad al concepto de sostenibilidad, lo que supone en definitiva conceder mayor importancia a la naturaleza que al desarrollo económico puro.

La tendencia es hacia un sistema de mercado, en el cual los precios reflejen tanto los costes del medioambiente como los de los demás recursos; también deben cuantificarse los costes de la degradación del medioambiente.

La economía ambiental aborda los problemas de gestión de la naturaleza como externalidades, a valorar desde el instrumental analítico de la economía ordinaria, que razona en términos de precios, costes y beneficios.

En la figura II.3 se representa la interacción entre el sistema económico y el medioambiental, así como el flujo de los materiales y la energía.

**Figura II.3 – Interacción entre el sistema económico y medioambiental**



*Fuente: Campbell, Evans y otros (1999)*

El hecho de evaluar tanto la interacción como la realimentación entre el sistema económico y el medioambiental, forma un aspecto crucial del desarrollo sostenible, puesto que permite que el desarrollo avance de tal forma que se eviten o reduzcan las repercusiones en el medioambiente.

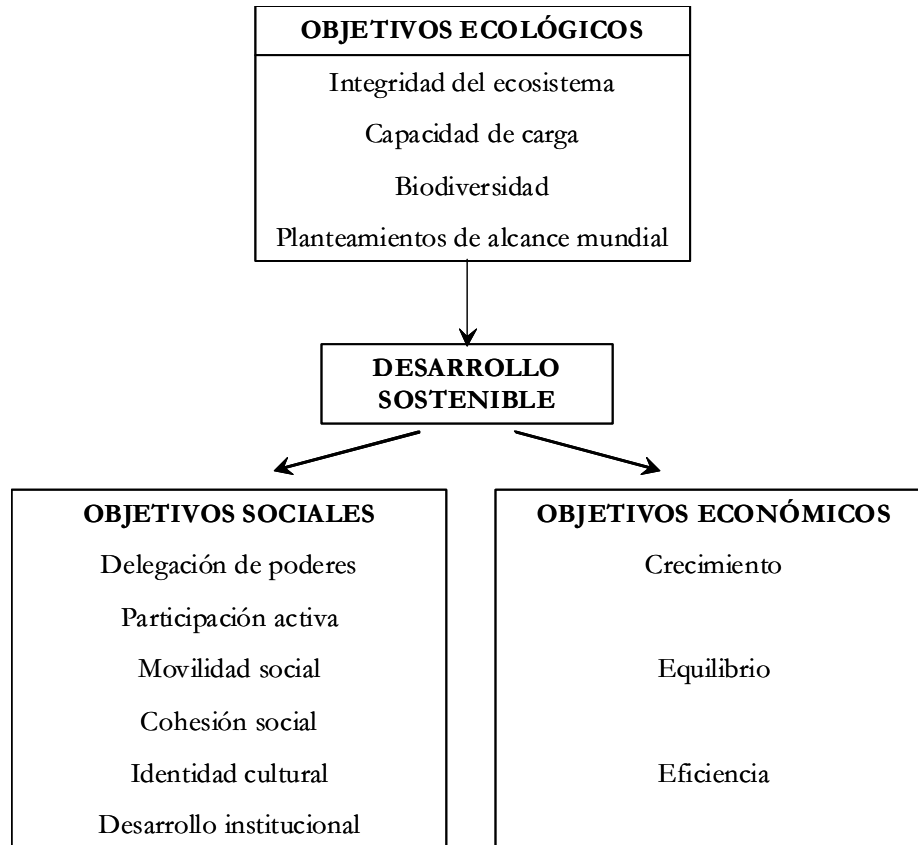
El Sistema Natural abarca el entorno físico, los ecosistemas y los recursos naturales; el Sistema Económico abarca a los factores inherentes a la producción de bienes y servicios.

En el gráfico se observan los tipos de entradas exigidos y los esfuerzos a que el sistema económico somete al sistema natural.

Los ecologistas suelen recalcar la conservación de la integridad de los sistemas ecológicos que son cruciales para la estabilidad global de estos sistemas a escala mundial, y para ello, suelen hacer uso de las unidades de medida de variables físicas, químicas y biológicas. Los economistas tienden a primar el bienestar de los humanos con los recursos de capital y la tecnología disponibles, y hacen uso de los valores económicos (por ejemplo el dinero o el valor aparente) como unidades de medida. Los sociólogos se centran en que los protagonistas clave del desarrollo sostenible son personas con una serie de necesidades y

anhelos, aplicando unos valores de medida que, con frecuencia son intangibles, tales como bienestar y la delegación de atribuciones a escala social.

**Figura II.4 – Objetivos medioambientales**



*Fuente: Campbell, Evans y otros (1999)*

En la figura II.4, se pueden observar los tres conjuntos de objetivos que se deben integrar en el ámbito del desarrollo sostenible.

La respuesta para el desarrollo sostenible de los sistemas terrestres, se encuentra en la intersección de las esferas que ocupan los tres ingredientes clave del desarrollo sostenible, tal y como se muestra en la figura II.5.

**Figura II.5 – Claves del desarrollo sostenible**



**Fuente: Campbell, Evans y otros (1999)**

Este solo se consigue cuando los objetivos de gestión y las acciones emprendidas son, de forma simultanea, económica y ecológicamente viables y deseables desde el punto de vista social. Deben de ser coherentes tanto a escala ecológica como política.

No obstante, la falta de equilibrio entre estas tres dimensiones solo serviría para reflejar la preponderancia de un punto de vista sobre otro, y con cierta probabilidad acabará condenada al fracaso a la hora de alcanzar el desarrollo sostenible, en función de los fallos correspondientes a una de las esferas.

Por lo tanto, para obtener un desarrollo sostenible, se requiere que se materialicen los siguientes puntos (Campbell, Evans y otros. 1999):

- Un sistema político que asegure la participación ciudadana en la toma de decisiones.
- Un sistema económico que sea capaz de generar excedentes y conocimiento técnico sostenible y confiable.
- Un sistema social que provoca soluciones a las tensiones originadas en un desarrollo inarmónico.

- Un desarrollo de producción que respete la obligación de preservar la base ecológica para el desarrollo.
- Un sistema tecnológico que busque constantemente nuevas soluciones.
- Un sistema internacional que fomente patrones sustentables de comercio y finanzas.
- Un sistema administrativo que sea flexible y tenga la capacidad de corregirse a sí mismo.

### **2.3– PERSPECTIVAS Y RETOS DEL DESARROLLO SOSTENIBLE**

Una vez analizado el concepto de desarrollo sostenible y las dimensiones que alcanzan dicho concepto, se puede observar que el medio ambiente y el desarrollo forman un binomio indisoluble dentro de un mismo proceso evolutivo. La respuesta estratégica ante este fenómeno planetario se encuadra en el nuevo marco de desarrollo sostenible. Un nuevo marco en el que se formularán estrategias, y en el que se definirá un nuevo estilo de desarrollo e, incluso, plantear nuevos paradigmas.

Los principios operativos de la sostenibilidad no sólo se reducen a la utilización racional de las fuentes de recursos y los sumideros de contaminación, sino que implican la aceptación de nuevas reglas de actuación, y nuevas relaciones éticas entre los mismos sistemas humanos y entre éstos y la biosfera (Jiménez, 2002).

Por lo tanto, se confirma la necesidad de plantear la sostenibilidad de forma integral, es decir, haciendo que el verdadero desarrollo sea ecológico, económico y socialmente sostenible.

Entre los retos y las perspectivas que se deben llevar a cabo referidas al desarrollo sostenible, destacan:

- Depender menos de fuentes de energía fósiles, principalmente del petróleo, y cada vez más de fuentes renovables y menos contaminantes.
- Desarrollar procesos tecnológicos de uso más intensivo de mano de obra, acordes con la base de recursos naturales y más limpios, con un enfoque eminentemente preventivo.

- Perfeccionar e incentivar el reciclaje y reaprovechamiento de los desechos y desperdicios.
- Impulsar una gestión de los recursos naturales.
- Fortalecer el enfoque regional canalizando esfuerzos hacia las áreas prioritarias.
- Instituir formas administrativas y políticas mucho más descentralizadas y que se apoyen, en mayor medida, en las comunidades locales.
- Detener los patrones de consumo excesivos, favoreciendo mayores oportunidades de desarrollo regional.
- Fortalecer el marco normativo y el establecimiento de instrumentos económicos.
- Educar a la población en criterios de sostenibilidad.

## **2.4– DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL MARCO INTERNACIONAL: HITOS PRINCIPALES**

El logro de un consenso internacional para abordar problemas del medioambiente es urgente y necesario. El desafío no es tanto gestionar el crecimiento estimado, sino hacer sostenible el crecimiento futuro.

Según datos de Naciones Unidas ([www.un.org](http://www.un.org)), el inicio de la instrumentalización de las medidas efectivas por parte de los estados desarrollados, se puede establecer, cronológicamente, de la siguiente forma:

**1972. Informe Meadows “Los límites del crecimiento”**, encargado por el Club de Roma, en donde se alerta de la necesidad de un cambio en los modelos vigentes de desarrollo. Tiene su origen en la “Cumbre de Desarrollo Humano”, de Naciones Unidas, celebrada en Estocolmo (Suecia).

Fue esta Cumbre un punto de partida junto con el Consejo Europeo de París (1972) en donde se acuñó la política ambiental comunitaria. Aquí el medioambiente se convirtió en un tema de relevancia mundial. Se trató de superar la idea de que el medioambiente era una carga o una limitación para el desarrollo. ([www.unep.org](http://www.unep.org))

Los 26 principios de la Declaración de Estocolmo son:

- Se deben afirmar los derechos humanos y condenar el apartheid y la opresión colonial.
- Los recursos naturales deben ser preservados.
- Debe mantenerse la capacidad de la tierra para producir recursos vitales renovables.
- Se deben proteger la flora y la fauna silvestres.
- Los recursos no renovables deben ser compartidos, y se debe evitar el peligro de su agotamiento.
- La contaminación no debe exceder a la capacidad propia del medio ambiente de neutralizarla.
- Se debe prevenir la contaminación dañina del océano.
- El desarrollo es indispensable para mejorar las condiciones del medio ambiente.
- Los países en desarrollo requieren asistencia.
- Los países en desarrollo necesitan precios razonables para sus exportaciones, como elemento esencial para la ordenación del medio ambiente.
- Las políticas ambientales no deben afectar al proceso de desarrollo.
- Los países en desarrollo necesitan dinero para implantar medidas de cuidado del medio ambiente.
- Es necesaria una planificación integrada del desarrollo.
- Una planificación racional debe resolver los conflictos entre desarrollo y medio ambiente.
- Debe aplicarse la planificación a los asentamientos humanos con miras a eliminar problemas ambientales.
- Los gobiernos deben establecer sus propias políticas demográficas.
- Las instituciones nacionales competentes deben planificar la utilización de los recursos ambientales naturales de los Estados.
- La ciencia y la tecnología se deben utilizar para mejorar el medio ambiente.
- Es esencial ofrecer educación en cuestiones ambientales.
- Se debe fomentar la investigación referente a los problemas ambientales, en especial a los países en desarrollo.

- Los estados pueden explotar los recursos como deseen sin poner en riesgo los de otros.
- Si se ponen en riesgo los recursos de otra nación, se debe pagar una compensación.
- Cada nación debe de establecer sus propias normas.
- Los estados deben cooperar en cuestiones internacionales.
- Los Organismos deben de contribuir a proteger el medio ambiente.
- Se deben eliminar las armas de destrucción masiva.

### **1972. Conferencia sobre Medio Humano de las Naciones Unidas (Estocolmo)**

Primera vez que a nivel mundial se manifiesta la preocupación por la problemática ambiental global.

### **1973-76. Se convoca el “I Programa de Acción en Medio Ambiente” de la Unión Europea**

Se marcan en él tres líneas de acción:

- Reducir y prevenir la contaminación
- Mejorar el entorno natural
- Desarrollar acciones en el seno de las organizaciones internacionales

### **1977-81. Se convoca “II Programa Comunitario de Acción en Medio Ambiente” de la Unión Europea**

En una continuación del I Programa Marco, amplía aspectos como protección y gestión racional del espacio natural o la protección de la flora y la fauna.

### **1980. Estrategia Mundial para “la conservación de la Naturaleza y de los Recursos Naturales”**

Esta estrategia fue elaborada por la Unión Internacional para la Conservación de los Recursos Naturales (UICN), en donde se identifican los



principales elementos de destrucción del hábitat, pobreza, presión poblacional, desigualdad social y términos de intercambio de comercio.

**1981. Informe Global 2000. Consejo de Calidad Medioambiental de Estados Unidos**

Concluye que la biodiversidad es un factor crítico para el adecuado funcionamiento del planeta, que se debilita por la extinción de especies.

**1982. Carta Mundial de la ONU para la Naturaleza**

Se adopta el principio de respeto a toda forma de vida, y llama a un entendimiento entre la dependencia humana de los recursos naturales y el control de su explotación.

**1982. Creación del Instituto de Recursos Mundiales (WRI) en Estados Unidos**

Su misión es encauzar a la sociedad humana hacia formas de vida que protejan el medioambiente de la Tierra y su capacidad de satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

**1984. 1ª Reunión de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo**

La Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, creada por la Asamblea General de la ONU en 1983, se reúne por primera vez para establecer una “agenda global para el cambio”.

**1987. Conferencia sobre “Medio Ambiente y Desarrollo” de Naciones Unidas, en donde se elaboró el “Informe Brundtland”. Nairobi (Kenia)**

En dicho informe se define qué se entiende por Desarrollo Sostenible.

“Desarrollo Sostenible es “el desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para asumir sus propias necesidades”. ([www.un.org](http://www.un.org))

Esto marca un punto de inflexión en la forma de tratar el medio natural.

El concepto implica preocupación por la igualdad social entre generaciones, integración de las consideraciones ambientales en la toma de decisiones en materia de política económica y el concepto de necesidades, incorpora el compromiso de la equidad global, creación de riqueza, conservación de recursos y justa distribución.

A partir de este informe, se establecen los principios generales que deben guiar en el ámbito internacional, las relaciones entre economía y medioambiente, poniendo de relieve la necesidad de diseño de estrategias que permitan compatibilizar los procesos de crecimiento con la sostenibilidad, entendida en el sentido más amplio.

#### **1987-1992. IV Programa Comunitario de acción en Medioambiente de la Unión Europea**

En este Programa se manifiestan los problemas de ejecución y el escaso grado de aplicación práctica de las normas comunitarias ambientales, reafirmando la necesidad de integrar la política ambiental en el resto de las políticas comunitarias (Agricultura, industria, política energética, etc.).

#### **1992. Conferencia sobre Medioambiente y Desarrollo de Naciones Unidas, celebrada en Río de Janeiro, y conocida como “Cumbre de la Tierra”**

Esta cumbre constituyó un acontecimiento ciertamente histórico; instauró un nuevo sistema de entendimiento mundial para el desarrollo sostenible, respetando la compatibilidad de la protección ambiental y los procesos de desarrollo.

Se aprueba un amplio acuerdo intergubernamental en torno al plan de acción global para promover el desarrollo sostenible conocido como Agenda 21; se crea la Comisión para Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

De esta cumbre también emanaron: La Declaración de Principios, Convenios sobre Cambio Climático, y sobre Diversidad Biológica, y el Programa de acción en Materia de Medioambiente (Agenda 21).

Estos documentos comprometen a los países firmantes a aplicar políticas acordes con los principios básicos del Desarrollo Sostenible.

El Programa de Acción “Agenda 21”, asume como conceptos clave el desarrollo sostenible dentro de los ámbitos mundial, regional y local. Contiene recomendaciones consensuadas para detener e invertir los efectos de la degradación del medioambiente, intensificando esfuerzos, así como promover el desarrollo sostenible y ambientalmente racional en todos los países.

Es un documento estratégico bajo la forma de plan de acción para los años 90 y primera parte del siglo XXI, que contiene un conjunto de actuaciones para que el desarrollo sea sostenible en los planos social, económico y ambiental. Aunque es de ámbito internacional, contiene una serie de recomendaciones en el ámbito local.

### **1993-00. V Programa Comunitario de Acción en Materia de Medioambiente de la Unión Europea: hacia un Desarrollo Sostenible**

Para integrar las políticas ambientales con el resto de las políticas económicas y sociales de la Unión Europea, se amplía la gama de instrumentos disponibles para poner en práctica las políticas de protección ambiental y potenciar el grado de sensibilización e información de los ciudadanos en cuestiones de desarrollo sostenible.

### **1994. Conferencia Europea sobre Ciudades Sostenibles celebrada en Aalborg, Dinamarca**

Se aprueba la llamada Carta de Aalborg, documento que establece las líneas estratégicas a seguir por aquellos gobiernos locales que se adhieran al cumplimiento de las condiciones para el desarrollo sostenible.

Es una declaración de consenso firmada inicialmente por 80 autoridades locales europeas y 253 representantes de organismos internacionales, gobiernos nacionales, instituciones científicas y expertos internacionales.

Las ciudades europeas se comprometen a dar respuesta en el ámbito local a la Agenda 21 de Río, con un plan de acción local basado en métodos de planificación avanzados, en la utilización de los mecanismos existentes, en la participación ciudadana, en el establecimiento de objetivos mensurables a largo plazo y en el desarrollo de sistemas y procedimientos para la supervisión y

notificación de la aplicación del plan. Aparecen así iniciativas locales del Programa 21, y la Agenda 21 local, que seguidamente se enumeran:

- I. *Declaración de consenso: las ciudades europeas hacia la sostenibilidad*
  - El papel de las ciudades europeas
  - Noción y principios de sostenibilidad
  - Estrategias locales hacia la sostenibilidad
  - La sostenibilidad como proceso creativo local en busca de equilibrio
  - Resolución de problemas mediante negociaciones abiertas
  - Economía urbana hacia la sostenibilidad
  - Justicia social para la sostenibilidad urbana
  - Una ocupación del suelo sostenible
  - Una movilidad urbana sostenible
  - Responsabilidad del cambio climático mundial
  - Prevención de la intoxicación de los ecosistemas
  - La autogestión a nivel local como condición necesaria
  - El protagonismo de los ciudadanos y la participación de la comunidad
  - Instrumentos de gestión urbana orientada hacia la sostenibilidad
  
- II. *Campaña Europea de Ciudades Sostenibles*
- III. *Participación en las iniciativas locales del Programa 21*
  - Planes de acción local a favor de la sostenibilidad

**1996. Segunda Conferencia Europea de Villas y Ciudades Sostenibles.  
Lisboa**

Se hizo un seguimiento de los acuerdos tomados en Aalborg, estudiando el grado de implantación de la Agenda 21 local, en diferentes países europeos, y promoviendo el intercambio de experiencias entre municipios.

El documento que se firmó en esta reunión llamado “Plan de Acción de Lisboa” o “Carta de Lisboa”, incluía experiencias de desarrollo sostenible de algunas ciudades europeas como hemos dicho, e insistía en el papel que deben jugar los gobiernos locales como elemento aglutinador e impulsor del proceso de implantación de las estrategias de la Agenda local 21.

**1997. Cumbre Extraordinaria Río + 5 de Naciones Unidas, celebrada en Nueva York, también llamada Cumbre de la Tierra**

Se revisan los objetivos establecidos en la Cumbre de Río, y se comprueba que en materia de Medioambiente se avanzó poco.

**1997. Cumbre del Clima de Naciones Unidas, en Kioto (Japón)**

Se aprueba el protocolo de Kioto que establece la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero para el periodo 2008-2012.

**1999. Conferencia Euro-Mediterránea de Ciudades Sostenibles. Sevilla**

Surge en esta Conferencia la llamada Carta de Sevilla, en la que los representantes de autoridades locales y de las ciudades del Mediterráneo se comprometen en la aplicación de la Carta de Aalborg y del Plan de Acción de Lisboa, promoviendo los procesos participativos, derivados de la Agenda 21 local, y planteándose el establecimiento de un mecanismo de apoyo para estas iniciativas locales, como un fondo de desarrollo sostenible en un claro llamamiento a los Estados y a los Organismos Financieros Multilaterales, como el Banco Mundial o el Programa de Naciones Unidas para el Medioambiente.

**2000. III Conferencia Europea sobre Ciudades y Municipios Sostenibles, en Hannover**

Los puntos básicos de la declaración son:

- Profundización en los principios de Aalborg y Lisboa
- Principios y valores para acciones locales hacia la sostenibilidad
- Liderazgo de la ciudad
- Llamamiento a la participación de:
  - la comunidad internacional
  - las instituciones europeas
  - los gobiernos nacionales
  - líderes locales y regionales
  - sectores económicos y financieros
- Consideraciones sobre oportunidades, retos y obstáculos de nuevos acontecimientos económicos.

#### **2000. Cumbre del Milenio de las Naciones Unidas. Nueva York**

Los dirigentes mundiales acordaron una serie de metas y objetivos medibles de cara a lograrse para el 2015, entre las que destacamos la de garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.

#### **2001. VI Programa de Acción en Materia de Medioambiente de la Unión Europea. Medio Ambiente 2010. “El futuro en nuestras manos”**

El objetivo es proponer un Programa Marco General, jurídicamente vinculante, que se complete con un plan de acción Nacional en materia de Medioambiente en cada estado miembro. Detalla las medidas a adoptar para contribuir a la aplicación de Estrategia Europea en materia de desarrollo sostenible.

#### **2002. Conferencia Mundial “Río+10”. II Cumbre de la Tierra, en Johannesburgo (Sudáfrica)**

El objetivo principal fue la aprobación de un Plan de Acción y una Declaración Política que hagan posible el desarrollo sostenible, ya que los retos están lejos de ser conseguidos.

Se establecieron como prioridades la gestión del agua, promoción de energías renovables, y la incorporación del sector privado en los procesos de desarrollo, así como la lucha contra la pobreza y la protección del medioambiente global.

#### **2004. X Conferencia de partes y ratificación en Rusia**

Esta Conferencia permitió la entrada en vigor del protocolo de Kioto para la reducción de los niveles de CO<sub>2</sub> en 2005.

#### **2004. Conferencia de Aalborg +10: Construyendo el Futuro**

Un total de 110 representantes de gobiernos locales adoptaron los compromisos de Aalborg, con la misión de identificar los retos cualitativos que permitirán implantar los retos del desarrollo sostenible.

Los principios generales para el desarrollo sostenible en el ámbito local están claramente definidos, y es responsabilidad de los gobiernos locales la

integración de las ciudades y municipios en la campaña de ciudades y municipios sostenibles y en las asociaciones y redes que la gestionan, así como la puesta en marcha de los planes de acción diseñados y perfeccionados en las Conferencias de Aalborg, Lisboa y Hannover.

#### **2006. Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo sobre una Estrategia temática para el medioambiente urbano**

Es una de las siete estrategias del VI Programa de acción en materia de Medioambiente en la Unión europea, elaborada con el objetivo de contribuir a elevar la calidad de vida y bienestar social de los ciudadanos, manteniendo un entorno donde los niveles de contaminación no alcancen niveles dañinos para la salud humana y para el medioambiente, y de impulsar un desarrollo urbano sostenible.

#### **2007. VII Programa Marco de la Comunidad Europea 2007-2013**

Entre sus objetivos destaca la gestión sostenible del medioambiente y sus recursos, mejorando los conocimientos sobre las interacciones entre el clima, la biosfera, los ecosistemas y las actividades humanas, y desarrollando nuevas tecnologías, herramientas y servicios, para hacer frente a los problemas medioambientales mundiales de manera integrada.

Europa necesita construir una nueva relación sostenible con el medioambiente al tiempo que debe mejorar la competitividad en los mercados mundiales fortaleciendo la economía, así como cumplir los compromisos internacionales citados anteriormente.

#### **2008. Conferencia sobre el Cambio Climático de Poznan (Polonia)**

Se puso en marcha el Fondo de Adaptación por el que los países del sur recibirán ingresos para realizar actuaciones que palien los impactos del cambio climático en su territorio.

#### **2009. Diciembre. Conferencia Internacional sobre el Cambio Climático. Copenhague**

Se plantea acordar el próximo texto que sustituya al protocolo de Kioto a partir de 2013.

### **2010. Conferencia Mundial del Cambio Climático. Cochabamba. Bolivia**

La Conferencia Mundial de los Pueblos sobre el Cambio Climático y los Derechos de la Madre Tierra tiene por objetivos:

- Analizar las causas estructurales y sistémicas que provocan el cambio climático y proponer medidas de fondo que posibiliten el bienestar de toda la humanidad en armonía con la naturaleza.
- Discutir y acordar el proyecto de Declaración Universal de Derechos de la Madre Tierra.
- Acordar las propuestas de nuevos compromisos para el Protocolo de Kioto, y para proyectos de Decisiones de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático.
- Trabajar en la organización del Referéndum Mundial de los Pueblos sobre el cambio climático.
- Analizar y trazar un plan de acción para avanzar en la constitución de un Tribunal de Justicia Climática.
- Definir las estrategias de acción y movilización en defensa de la vida.

### **2010. Conferencia sobre Cambio Climático. Cancún. México**

Concluyó con un acuerdo marco que está supuesto a abrir el camino para una acción coordinada contra el calentamiento global.

### **2011. Conferencia sobre el Cambio Climático. Durban. Sudáfrica**

Se acuerda una hoja de ruta y un plazo para ultimar un marco mundial ambicioso, global y jurídicamente vinculante en materia de acción por el clima por parte de todas las grandes economías. El acuerdo sobre esta hoja de ruta es una de las garantías que exige la Unión Europea para adherirse a un segundo período de compromiso del Protocolo de Kioto.

### **2012. Conferencia sobre el Cambio Climático. Doha. Qatar**

El objetivo es llegar al nivel que, según los científicos, es necesario para limitar el aumento de la temperatura del planeta a un máximo de dos grados Celsius y evitar así una catástrofe climática a nivel mundial. Se aprobó prorrogar hasta el 2020 el periodo de compromiso del Protocolo de Kyoto.



### **2013. Conferencia sobre el Cambio Climático de la ONU. Varsovia. Polonia**

Se tomaron importantes decisiones para reducir las emisiones contaminantes. Se analizaron mecanismos de ayuda a las pérdidas y daños que sufren las naciones más vulnerables a las anomalías climáticas.

### **2014. Cumbre de Naciones Unidas contra el Cambio Climático. Nueva York. Estados Unidos**

Concluyeron que se deben establecer metas concretas en la reducción de los gases que causan el efecto invernadero, especialmente en el caso de los países más industrializados.

## **2.5 – ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE**

### **2.5.1 – Dimensión Europea**

El desarrollo sostenible exige soluciones mundiales y compromisos por parte de todas las naciones. La Unión Europea apuesta por que el desarrollo sostenible sea un objetivo en la cooperación para el desarrollo bilateral, y en todas las organizaciones y organismos especializados internacionales, promoviendo asuntos relacionados con la gestión del medioambiente a escala mundial y garantizando que las políticas de comercio y de medio ambiente se apoyen mutuamente. La estrategia de desarrollo sostenible de la U.E. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001) formaba parte ya de los preparativos de la U. E. para la cumbre mundial sobre Desarrollo Sostenible de 2002 de Johannesburgo, para alcanzar un “pacto global” sobre desarrollo sostenible mundial. Aquí ya se reiteraron los compromisos de alcanzar lo antes posible el objetivo de las Naciones Unidas de ayuda oficial al desarrollo del 0,7% del PIB lo antes posible, y conseguir otros avances concretos.

El Consejo Europeo en 2005 propuso una serie de principios para que Europa siguiera la senda de desarrollo sostenible. Estos principios (Comisión de las Comunidades Europeas, 2007b) incluyen la necesidad de estimular el crecimiento económico sobre la base de una economía innovadora, competitiva y medioambientalmente eficaz, es decir, que proteja y mejore la calidad del

medioambiente; y de promover la igualdad y la cohesión social en solidaridad con el resto del mundo.

En el año 2006, el Consejo Europeo adoptó una estrategia para el Desarrollo Sostenible (EDS) renovada, que establece un plan único y coherente para que la Unión Europea aplique más eficazmente estos principios, y alcance el objetivo último de desarrollo sostenible incluido en el tratado. El plan consiste en siete retos clave que deben abordarse si se quiere seguir la senda del Desarrollo Sostenible, y alcanzar niveles de prosperidad y bienestar.

Esta estrategia europea renovada en materia de Desarrollo Sostenible es propia, pero contempla la mayoría de los aspectos discutidos en la Cumbre de Río ([www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)) en el ámbito económico, ambiental y social, e incluye los siete retos siguientes:

- El cambio climático y energía limpia
- El transporte sostenible
- El consumo y la producción sostenible
- La conservación y la gestión de los recursos naturales
- La salud pública
- La inclusión social, demografía y migración
- La pobreza en el mundo

En el año 2005 la Comisión Europea ya tomó conocimiento del progreso alcanzado hasta el momento, y concluyó que la situación se estaba deteriorando. Así en su apuesta por detener las tendencias destructivas conducentes a la explotación de recursos naturales, y a la degradación ambiental y para enfrentarse al desempleo, la migración y la salud pública, el Consejo de la Unión Europea adoptó la Estrategia de 2006.

En el año 2007 se publicó un informe del grado de progreso ([www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)). El primero de los retos específicos a largo plazo es limitar el cambio climático.

En marzo de 2007, los Jefes de Estado durante el Consejo Europeo de Primavera, acuerdan que se cumplan los compromisos de Kyoto y el resto de los acuerdos, para reducir los gases de efecto invernadero en un 20% para el 2020;

cerrar la brecha de la pobreza, y asegurar educación y formación para todos. (Parlamento Europeo y Consejo adoptaron un programa de formación para 2007-2013).

Uno de los imperativos de la estrategia 2006, era involucrar a la Unión Europea, Estados miembros en sus niveles nacional, regional y local, ONG y empresas.

La Unión Europea para lograr sus objetivos debía:

a) Potenciar la investigación y el desarrollo; para ello ha destinado 50 mil millones de euros para el periodo 2007-2013, en el llamado VII Programa Marco. Se pretende que este programa abra el camino de nuevos descubrimiento que ayuden a Europa a responder a los retos sociales ambientales y económicos a los que se enfrenta.

b) Utilizar la economía para el cambio. La Unión Europea desea que la prosperidad y el crecimiento beneficien a todos sin causar daños en el mundo que vivimos. Los incentivos fiscales para prácticas limpias, modifican la conducta de los ciudadanos (por ejemplo, en Suecia aumentaron impuestos sobre el gasóleo, el combustible para calefacción y la electricidad, y se bajó los impuestos sobre la renta y las contribuciones a la Seguridad Social. El resultado de esto fue que se redujeron las emisiones de gases de efecto invernadero más rápido de lo previsto).

c) Mantener esta ruta, presentando un informe de progreso cada 2 años. Compartir información y desarrollar el grupo de indicadores que nos puedan mostrar como está funcionando el plan.

Las medidas legales, los incentivos fiscales, la política de “quien contamina paga”, se encaminaron hacia el desarrollo sostenible.

### **2.5.2 – Un problema específico: El Cambio Climático**

El cambio climático ya no es una amenaza lejana, avanza a toda velocidad. Áreas alrededor del mundo luchan ya contra el aumento de temperaturas. La temperatura mundial media, entre 2003 y 2012 ha aumentado entre 0,76°C y 0,81°C. La mejor estimación prevé un aumento de la temperatura media mundial a finales del S XXI de entre 1,8°C y 4,0°C. ([www.giss.nasa.gov](http://www.giss.nasa.gov))

Los europeos ya notan los efectos del calentamiento global. Sequías, inundaciones, olas de calor, incendios forestales, son cada vez más frecuentes. Los climatólogos del Panel Intergubernamental de Cambio Climático de la ONU (IPCC) alertan de un aumento aún mayor de hasta 4°C entre 1990 y 2100. Actualmente, miles de millones de toneladas de CO<sub>2</sub>, son liberados a la atmósfera todos los días, provenientes, del petróleo y del gas natural.

Los efectos del cambio climático son ya evidentes. En Europa, por ejemplo, se está conformando una imagen contrastada, donde el norte se hace más húmedo y el sur cada vez más seco. Inundaciones y sequías están teniendo un impacto considerable sobre la agricultura y los recursos hídricos.

La economía se ve afectada. Se culpa a las condiciones atmosféricas extremas el 79% de las pérdidas económicas por resultado de las catástrofes. En promedio, se produjeron el doble de incidentes como resultado de las condiciones climáticas desastrosas durante la década de los noventa que la de los ochenta. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2008)

Igualmente emergen ciertos patrones de ecosistemas. Especies de plantas que se mueven hacia el norte, ciertos insectos se trasladan a otras áreas, etc., alterándose así los ecosistemas vigentes hasta ahora.

Con el protocolo de Kyoto de 1997, firmado por 141 países, hubo un compromiso a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 8% para 2012 desde los niveles de 1990.

En marzo de 2007 el Consejo Europeo acordó llevar a cabo un paquete de medidas, estableciendo una nueva política integrada, de cambio climático y energía. Esta supera los compromisos anteriores, y sus objetivos incluyen:

- Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en la Unión Europea en un 20% para 2020, y en un 30% si se logra el acuerdo internacional
- Mejorar la eficiencia energética en un 20% para el año 2020
- Incrementar la participación de energías renovables en un 20% para 2020
- Aumentar un 10% de biocarburantes en el transporte

En la figura II.6 se puede observar los países que han firmado el Protocolo de Kyoto.

**Figura II.6 – Países firmantes del Protocolo de Kyoto**



**Fuente:** [www.unfccc.int](http://www.unfccc.int)

El 16 de Febrero de 2005 entra en vigor el Protocolo de Kyoto, al que se han sumado 141 países, que suponen el 61,5% de las emisiones mundiales de gases contaminantes. EEUU, que emite un cuarto de los gases que contamina el planeta, no lo ha ratificado.

Para identificar y desarrollar los medios para mitigar los efectos (Comisión de las Comunidades Europeas, 2008) la Unión Europea creó:

- En el año 2000, un Programa Europeo de Cambio Climático
- En el año 2005, el Régimen para el Comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero
- En el año 2005, la Directiva de Ecodiseño, y una Directiva sobre impuestos energéticos
- En el año 2007-2013, el VII Programa Marco de Investigación de la UE
- En diciembre de 2008 tuvo lugar la reunión de Poznan (Polonia), previa a la Cumbre de Copenhague

- En diciembre de 2009 se celebrará en la Cumbre de Copenhague sobre Cambio Climático, de aquí debe salir que sustituya al de Kyoto
- Plan de Acción sobre Biomasa de la UE, que permitiría aumentar el uso de la biomasa en 150 millones de tep (toneladas equivalentes de petróleo) para el 2010
- En el 2007 nuevo Plan de Acción que establece la política energética para Europa

La Unión Europea inició un diálogo con Rusia para asegurar el alto nivel de protección ambiental y de seguridad nuclear. Con EEUU está funcionando un programa de ahorro de energía, denominado “Energy Star”, para equipos de oficina. Se está intentando cooperar con India y China para promover fuentes de energía respetuosas con el medio ambiente y con el desarrollo sostenible.

En el año 2007 en el Consejo de Primavera de la Unión Europea, se asumió el compromiso de reducir las emisiones en un 20% en el año 2020.

Es prioritario en la lucha contra el cambio climático, evaluar los impactos, la vulnerabilidad y la adaptación de los distintos sectores socioeconómicos y sistemas ecológicos. La respuesta ha de ser conjunta a nivel internacional, pero las políticas de adaptación deben de ser definidas e implementadas a nivel nacional o regional, pues los impactos y las vulnerabilidades son específicos de cada lugar.

El reto de “el transporte sostenible”, consiste en frenar los equilibrios regionales, y para ello es necesario romper el vínculo entre crecimiento económico y desarrollo de los transportes, y fomentar más los transportes compatibles con el medio ambiente y la salud. Esta estrategia contempla entre otras medidas la promoción de modos de transporte alternativos al transporte por carretera, y de los vehículos menos contaminantes y menos consumidores de energía.

Para promover el reto de “modos de producción y consumo” más sostenible, hay que romper el vínculo entre crecimiento económico y degradación ambiental, y tener en cuenta la capacidad de carga de los ecosistemas.

Para ello la UE (Comisión de las Comunidades Europeas, 2007a) fomentará la contratación pública ecológica, definir con las partes interesadas los objetivos de comportamiento ambiental y social de los productos, aumentar la

difusión de innovaciones medioambientales y tecnologías ecológicas, y desarrollar la información y el etiquetado adecuado de productos y servicios, la conservación y gestión de los recursos naturales.

La estrategia indica que debe evitarse la sobreexplotación, aumentar la eficiencia de su utilización, reconocer el valor de los servicios ecosistémicos, y frenar la reducción de la biodiversidad biológica antes de 2010.

En concreto, la UE se esforzará en materia de agricultura, pesca y gestión de bosques, garantizar la realización de la red Natura 2000, definir medidas prioritarias en relación con la protección de la biodiversidad y velar por la integración de los aspectos relacionados con el mar y los océanos. Asimismo debe apoyarse el reciclado y la reutilización.

El reto de “salud pública” es otro objetivo de la estrategia. Debe garantizarse la seguridad y la calidad de los productos a todos los niveles de la cadena alimentaria. Antes del año 2020, han de eliminarse los riesgos para la salud y el medio ambiente, debido a los productos químicos y desarrollarse la investigación sobre los vínculos entre salud y contaminantes ambientales.

Deben acordarse los problemas vinculados a las epidemias y a la resistencia a los antibióticos, especialmente para estar preparados ante una posible pandemia, y para luchar contra el sida, así como los problemas relacionados con el estilo de vida.

También cabe citar dos retos, que son “la inclusión social, demografía y migración” y “la pobreza en el mundo”. Para luchar contra la exclusión social y la pobreza, así como afrontar las consecuencias del envejecimiento demográfico, es objetivo de la estrategia favorecer la vejez activa, garantizar la viabilidad de los sistemas de pensiones y de protección social, la integración de los emigrantes legales, y la mejora de la situación de las familias y niños, así como la igualdad entre mujeres y hombres.

Hay que reforzar la lucha contra la pobreza en el mundo y velar por el desarrollo sostenible mundial, así como respetar los compromisos internacionales. Para tal fin, la UE aumenta en particular, el importe de la ayuda abonada a los

países desfavorecidos, reforzando la coherencia y la calidad de las políticas de ayuda al desarrollo, y fomentar medidas para mejorar la gobernanza internacional.

Como medidas transversales para impulsar el desarrollo sostenible están el ámbito de la educación y formación de los ciudadanos.

También debe fomentarse la innovación científica y técnica mediante programas marco de investigación y desarrollo, con la colaboración de Universidades, Institutos de Investigación, empresas y responsables públicos.

Los instrumentos financieros de los fondos europeos, deben de ser siempre el resultado de una coordinación entre la Comisión y los estados miembros, a fin de garantizar la máxima eficacia.

La Comisión y los Estados miembros deben realizar cada dos años una evaluación de la aplicación de la estrategia en función de los indicadores de desarrollo sostenible, que ha adoptado y reactualizado en caso necesario. Asimismo, la estrategia debe de ser revisada completamente al principio de cada mandato de la Comisión.

La Comisión estableció una lista de 12 indicadores clave (que corresponden a los principales temas de desarrollo sostenible destacados a escala europea e internacional), 45 indicadores de políticas principales (que corresponden a los objetivos esenciales de cada tema) y 98 indicadores analíticos (que corresponden a las medidas de aplicación de objetivos esenciales).

El crecimiento económico, la cohesión social y la protección del medio ambiente (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001b) continuarán de la mano hacia un desarrollo sostenible.

La estrategia de desarrollo sostenible, debe de ser un catalizador para responsables políticos y la opinión pública, tener objetivos claros, estables y a largo plazo, así como centrarse en un número limitado de problemas que supongan amenazas graves e irreversible para el bienestar futuro.



**CAPÍTULO III. IMPACTO ECONÓMICO Y  
AMBIENTAL DEL SECTOR TURÍSTICO**

**CAPÍTULO III. IMPACTO ECONÓMICO Y AMBIENTAL DEL SECTOR TURÍSTICO.....47**

3.1	Introducción.....	49
3.2	Magnitudes básicas del sector turístico.....	50
	3.2.1 – Nivel internacional.....	50
	3.2.2 – Nivel español.....	62
3.3	Impacto económico del turismo.....	71
	3.3.1 – Impacto económico a nivel internacional.....	76
	3.3.2 – Impacto económico a nivel español.....	81
3.4	Impacto ambiental del turismo.....	93
	3.4.1 – Impactos positivos y negativos.....	98
3.5	Conferencia de Davos.....	110
	3.5.1 – Turismo en la era del cambio climático.....	117

### 3.1. INTRODUCCIÓN

El turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, etc.

Entre la multitud de estudios que existen sobre esta materia, se debe destacar los de la “escuela berlinesa”, expuesta por los suizos Hunziker y Krapf (1942), que realizaron una definición de turismo muy utilizada:

*“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que el desplazamiento o la estancia no estén motivados por una actividad lucrativa”.*

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, aprobó la siguiente definición de turismo en 1991:

*“El Turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.*

A comienzos de este siglo, el turismo se ha convertido en la actividad económica más importante del mundo, y en una industria que registra unos crecimientos espectaculares. Entre 1950 y 2013, el número de desplazamientos internacionales de turistas pasó de 25 a 1.087 millones ([www.unwto.org/es](http://www.unwto.org/es)).

Varios factores han contribuido a este crecimiento espectacular del turismo:

- La mejora de la renta
- La reducción del tiempo real de trabajo
- El incremento de la esperanza de vida
- Las mejoras en las tecnologías de transporte
- Nuevos destinos
- Etc.

En el pasado, las vacaciones eran vistas como un lujo, pero actualmente se ha convertido en una forma de vida, un derecho que adquieren los habitantes de las economías más desarrolladas.

Aunque el sector turístico no es inmune a las dificultades económicas que se atraviesa actualmente, parece que inicialmente se resiste mejor que otros sectores, como la construcción o la automoción. En el escenario económico actual, las previsiones de la OMT son que se produzca un estancamiento o una pequeña disminución de la economía; sin embargo hay un cierto grado de incertidumbre y mucho dependerá de la evolución de las condiciones económicas, y de cuando los países empiecen a mostrar síntomas de recuperación.

Junto con las Américas, Europa es la región más afectada a lo largo del año 2013, ya que la mayoría de sus mercados de origen ya están en la etapa de recesión económica. En cambio, en Asia y en Pacífico, obtiene unos resultados más satisfactorios, aunque su crecimiento seguirá siendo más lento respecto a años anteriores; lo mismo ocurrirá con África y el Oriente Medio.

## **3.2 – MAGNITUDES BÁSICAS DEL SECTOR TURÍSTICO**

### **3.2.1 – Nivel internacional**

Se ha podido comprobar a lo largo de los años, el incremento en el número de destinos que se han implicado y han desarrollado su propio sector turístico, haciendo de esta forma del turismo moderno un factor esencial en el progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, creación de empresas, y por tanto, del número de empleos, e innovación y mejora de las infraestructuras.

Dentro de los sectores del comercio mundial, destaca el turismo receptor, como servicio de intercambio internacional. A escala mundial, el turismo, desde el punto de vista de la exportación, se sitúa por detrás de los combustibles, los productos químicos y los productos alimenticios.

Por todo esto, el turismo es una fuente de ingresos para muchos países en vías de desarrollo, y su principal sector de exportación tanto para la creación de empleo como para obtener oportunidades de desarrollo.

La forma más completa de medir la importancia económica que tiene tanto el turismo receptor como el turismo interno, es mediante la aplicación de la Cuenta Satélite del turismo, que se puede describir como un conjunto de cuentas y tablas, basado en los principios metodológicos de la contabilidad nacional, que presenta los distintos parámetros económicos (oferta y demanda) del turismo de forma interrelacionada para una fecha de referencia dada.

A través de la Cuenta Satélite del turismo, se comprende el papel del turismo en las economías de todo el mundo y permite una primera evaluación de los indicadores clave. A partir de los países que disponen de datos, se estima que alrededor de un 5% es la contribución del turismo al Producto Interior Bruto (PIB) mundial.

La contribución del turismo al empleo se estima entre el 6-7%, del número total de puestos de trabajo, tanto directos como indirectos, en todo el mundo. En cuanto a aquellos países que cuentan con economías avanzadas, la contribución del turismo al PIB, se sitúa alrededor de un 2% para aquellos países que el turismo es un sector poco relevante, y más de un 10% para aquellos países en los que el sector turístico supone un pilar fundamental en su economía.

A pesar de los contratiempos vividos en los años 2008 y 2009, el turismo mundial se siguió recuperando hasta situarse en el año 2012, por primera vez en la historia, por encima de la barrera de los 1.000 millones de turistas (1.035). Con 39 millones más de turistas internacionales en comparación con los 996 millones de 2011, la demanda aguantó bien durante todo el año, con un cuarto trimestre mejor de lo previsto.

En 2012, el crecimiento fue más significativo en las economías emergentes (+4,1%) en comparación con las avanzadas (+3,6%), una tendencia que ha marcado al sector durante muchos años. El año 2013 cerró con un incremento de un 5%, alcanzando la cifra de 1.087 millones de turistas.

Las llegadas de turistas internacionales a Europa, la región más visitada del mundo, subieron un 3%; un resultado muy positivo a la luz de la situación económica, y luego de un buen desempeño en 2011 (+6%). En total, las llegadas alcanzaron los 535 millones, 17 millones más que en 2011. Por subregiones, los destinos de la Europa Central y del Este (+8%) registraron los mejores resultados, seguidos de la Europa Occidental (+3%). Los destinos de la Europa Meridional mediterránea (+2%) consolidaron los excelentes resultados de 2011 y volvieron en 2012 a sus tasas de crecimiento normales.

Asia y el Pacífico (+7%) registraron 14 millones de llegadas más en 2012, hasta alcanzar un total de 233 millones de turistas internacionales. El Sureste Asiático (+9%) fue la subregión con mejores resultados, debido en gran parte a la implantación de políticas que fomentan la cooperación y la coordinación regional en materia de turismo. El crecimiento fue notable también en el Noreste de Asia (+6%) - debido a la recuperación del turismo receptor y emisor japonés-, mientras que fue comparativamente más débil en Asia Meridional (+4%) y en Oceanía (+4%).

Las Américas (+4%) registraron un incremento de seis millones de llegadas, alcanzando en total los 162 millones. A la cabeza se situaron los destinos de América Central (+6%), mientras que América del Sur, con un incremento del 4%, registró cierta ralentización con respecto al crecimiento de dos dígitos que había registrado en 2010 y 2011. El Caribe (+4%), por otra parte, mejoró los resultados de los dos últimos años, mientras que América del Norte (+3%) consolidó su crecimiento de 2011.

África (+6%) se recuperó bien de los reveses de 2011, cuando las llegadas se redujeron en un 1% debido en gran parte a los resultados negativos del Norte de África. Las llegadas alcanzaron un nuevo récord (52 millones) debido a la recuperación del Norte de África (+9%, frente al declive del 9% de 2011) y al continuo crecimiento de los destinos subsaharianos (+5%). Los resultados de Oriente Medio (-5%) mejoraron después de un declive del 7% en 2011, aunque en 2012 la región registró aproximadamente tres millones menos de llegadas de turistas internacionales, y ello a pesar de la clara recuperación de Egipto.

En la tabla III.1 se muestra la evolución de la llegada de turistas internacionales desde el 1990 hasta el año 2012.

**Tabla III.1 - Evolución de llegadas de turistas internacionales**

<b>Llegadas de turistas internacionales (en millones)</b>				
<b>Por regiones de la OMT:</b>	<b>1990</b>	<b>2000</b>	<b>2010</b>	<b>2012</b>
<b>Mundo</b>	435	674	949	1.035
<b>Europa</b>	261,5	385	474,8	534,2
Europa del Norte	28,6	43,4	56,1	64,9
Europa Occidental	108,6	139,7	153,8	166,6
Europa Central/Oriental	33,9	69,3	95,7	111,6
Europa Meridional/Medit.	90,3	132,6	169,1	191,1
<b>Asia y Pacífico</b>	55,8	110,1	204,4	233,6
Asia del Nordeste	26,4	58,3	111,5	122,7
Asia del Sudeste	21,2	36,1	69,9	84,6
Oceanía	5,2	9,6	11,6	12,1
Asia Meridional	3,1	6,1	11,5	14,1
<b>Américas</b>	92,8	128,2	150,7	163,7
América del Norte	71,7	91,5	99,2	100,7
El Caribe	11,4	17,1	20	20,9
América Central	1,9	4,3	7,9	8,9
América del Sur	7,7	15,3	23,6	26,7
<b>África</b>	14,8	26,2	49,7	52,4
África del Norte	8,4	10,2	18,8	18,6
África Subsahariana	6,4	16	31	33,8
<b>Oriente Medio</b>	9,6	24,1	60,3	52

*Fuente: OMT (2013)*

En cuanto al turismo receptor por motivos de visita, en 2012 los viajes de ocio y recreo supusieron algo más de la mitad de todas las llegadas de turistas internacional (52% o 536 millones de llegadas). Los otros motivos relevantes fueron, con un 27%, aquellos que visitaron a familiares, amigos, motivos religiosos, u otros; y por motivos de negocios o profesionales fue un 14%. El restante 7% no llegaron a especificar el motivo de la visita.

En 2012 algo más de la mitad de los viajeros llegaron a sus destinos en transporte aéreo (52%), mientras que el resto lo hizo en transporte terrestre (48%) ya sea por carretera (40%), ferrocarril (2%) o vía acuática (6%). A lo largo del tiempo, la tendencia ha sido hacia un crecimiento del transporte aéreo ligeramente superior al del transporte terrestre, dando lugar al aumento gradual de la proporción del transporte aéreo en el total.

En cuanto a los ingresos por turismo, en 2012 alcanzaron la cifra récord de 837 millones de euros, lo que supone un crecimiento respecto al 2011 de un 4%. Este resultado es similar al incremento experimentado por la llegada de turistas internacionales, lo que confirma la fuerte correlación existente entre ambos indicadores.

Como se muestra en la tabla III.2, Asia y el Pacífico, las Américas y África obtuvieron un crecimiento sólido del 6%, mientras que Europa registró un crecimiento del 2%, aunque mantiene la cuota más elevada de ingresos por turismo internacional. Los ingresos en Oriente Medio siguieron disminuyendo (-2%) debido a la permanente incertidumbre política, aunque experimentaron una mejoría relativa frente a la caída de 2011.



Tabla III.2 - Ingreso por turismo internacional

Ingresos por turismo internacional Monedas locales, precios constantes (%)					Cuota de mercado (%)	Ingresos en euros (miles de mill.) por llegada		
Por regiones de la OMT:	08/09	09/10	10/11	11/12	2012	2011	2012	2012
<b>Mundo</b>	-5,5	5,5	4,7	4,0	100	749	837	810
<b>Europa</b>	-6,3	0,1	5,2	2,3	42,6	335,3	356,3	670
Europa del Norte	-3,6	3,3	3,4	3,0	6,7	50,1	56,3	870
Europa Occidental	-6,6	1,3	4,3	5,2	14,6	116,1	122,2	730
Europa Central/Oriental	-8,0	-2,9	7,8	-0,3	5,3	40,2	43,3	400
Europa Meridional/Medit.	-6,4	-1,3	6,0	1,9	15,9	128,8	133,4	700
<b>Asia y Pacífico</b>	-0,7	15,4	8,0	6,2	30,1	214,5	252,1	720
Asia del Nordeste	1,9	21,4	8,8	8,3	15,5	107,5	129,9	1.080
Asia del Sudeste	-7,0	15,1	12,8	6,6	8,5	60,7	71,3	1.060
Oceanía	4,2	-2,9	-5,7	-1,5	3,8	29,3	32,1	840
Asia Meridional	-3,2	16,3	12,1	5,2	2,2	17,0	18,8	2.640
<b>Américas</b>	-10,2	4,4	5,0	5,9	19,8	142,2	165,5	1.330
América del Norte	-12,2	6,0	5,9	6,7	14,5	103,6	121,7	1.010
El Caribe	-8,0	1,3	-0,5	2,0	2,3	16,9	19,1	1.140
América Central	-6,5	1,1	0,7	8,9	0,7	5,1	6,2	910
América del Sur	0,0	-1,6	6,7	3,6	2,2	16,6	18,5	700
<b>África</b>	-5,5	2,3	1,6	5,8	3,1	23,5	26,1	500
África del Norte	-4,7	0,2	-5,5	2,4	0,9	6,9	7,3	390
África Subsahariana	-5,9	3,5	4,9	7,2	2,3	16,6	18,9	560
<b>Oriente Medio</b>	1,2	17,2	-14,1	-2,0	4,4	33,4	36,6	700

Fuente: OMT (2013)

Si se tiene en cuenta los principales destinos turísticos del mundo en el año 2012, Francia sigue liderando como el país más visitado, con 83 millones de turistas. Destaca el avance de Alemania, que respecto al 2011 avanzó una posición, del octavo puesto pasa al séptimo; y que por primera vez se sitúa entre los diez primeros la Federación de Rusia, con 25,7 millones de turistas, en detrimento de México, que se cae de los diez países más visitados del mundo.

En la tabla III.3 se muestra las llegadas de turistas internacionales.

**Tabla III.3 - Ranking por países en llegadas de turistas internacionales**

Rango	Millones		Variación (%)	
	2011	2012	11/10	12/11
Francia	81,6	83,0	5,0	1,8
Estados Unidos	62,7	67,0	4,9	6,8
China	57,6	57,7	3,4	0,3
España	56,2	57,7	6,6	2,7
Italia	46,1	46,4	5,7	0,5
Turquía	34,7	35,7	10,5	3,0
Alemania	28,4	30,4	5,5	7,3
Reino Unido	29,3	29,3	3,6	-0,1
Fed. De Rusia	22,7	25,7	11,9	13,4
Malasia	24,7	25,0	0,6	1,3

*Fuente: OMT (2013)*

Al analizar los principales destinos, a mayores de la llegada de turistas internacionales, se tiene en cuenta otro indicador clave del turismo, que son los ingresos por turismo internacional. En este caso, tal y como se muestra en la tabla, se pueden observar cambios significativos en los diez primeros puestos. Francia, que ocupaba el primer puesto en llegadas de turistas internacionales, cae el tercer puesto en los ingresos por turismo internacional. La lista la encabeza Estados Unidos. España, que en cuanto a la llegada de turistas internacionales ocupaba la cuarta posición, en cuanto a los ingresos sube al segundo puesto.

A continuación se muestra la tabla III.4 con los ingresos por turismo internacional en el año 2012.

Tabla III.4 - Ranking por países en ingresos por turismo internacional

Rango	\$ EE.UU				Monedas locales	
	Miles de Millones		Variación (%)		Variación (%)	
	2011	2012	11/10	12/11	11/10	12/11
Estados Unidos	115,6	126,2	11,7	9,2	11,7	9,2
España	59,9	55,9	14,0	-6,6	8,6	1,2
Francia	54,5	53,7	16,2	-1,5	10,7	6,7
China	48,5	50,0	5,8	3,2	1,0	0,8
Macao (China)	38,5	43,7	38,3	13,7	38,6	13,3
Italia	43,0	41,2	10,9	-4,2	5,6	3,8
Alemania	38,9	38,1	12,1	-1,9	6,7	6,2
Reino Unido	35,1	36,4	8,2	3,7	4,4	5,2
Hong Kong (China)	27,7	32,1	24,6	16,0	24,9	15,6
Australia	31,5	31,5	8,1	0,2	-3,8	-0,2

*Fuente: OMT (2013)*

#### Previsiones del turismo mundial de cara al año 2020

El año 2020 será testigo de la introducción de la tecnología en todos los aspectos de la vida, y se echará de menos el contacto personal entre la gente. Será entonces cuando el turismo sea el medio idóneo de conseguirlo. Ante este futuro que a continuación se detalla, las empresas turísticas se están preparando para ofrecer productos y servicios que incluyan la prosperidad entre las relaciones humanas. Pero también cabe destacar las buenas perspectivas para los destinos y viajes organizados a precios reducidos para el viajero.

Para analizar como será la situación del sector turístico en el futuro, se debe tener en cuenta un estudio de la OMT que se denominó “Turismo: Panorama 2020”, en donde se realiza una estimación de la evolución del turismo mundial en los próximos años. Este estudio revela que para el año 2020 se prevén que las llegadas internacionales sean de 1.000 millones para el año 2010, y en el año 2020 llegue hasta 1.560 millones, de los cuales, 1.200 millones serán intrarregionales y 400 millones serán de largas distancias. Se prevé para el año 2020 los visitantes realicen unos gastos superiores a 2 billones de dólares, es decir, unos 5.000 millones de dólares por día.

Estas previsiones casi triplican la cifra de 612 millones de turistas internacionales registrada en 1997, y casi quintuplican el gasto por turismo, cifrado dicho año en 443.000 millones de dólares. Las regiones que mostrarán una mayor recepción de turistas serán por este orden, Europa (717 millones de turistas), Asia Oriental y el Pacífico (397 millones de turistas) y las Américas (282 millones de turistas). Después de esas tres regiones, seguirán África, Oriente Medio y Asia Meridional.

Asia Oriental y el Pacífico, África, Oriente Medio y Asia Meridional registrarán, según las previsiones, índices de crecimiento superior al 5% anual, frente a una media anual del 4,1%. Cabe destacar que aquellas regiones más maduras, como Europa o África, tendrán un ritmo de crecimiento inferior a la media. ([www.world-tourism.org/market](http://www.world-tourism.org/market)).

En la tabla III.5 se puede observar la proyección del turismo receptor en el mundo y por regiones:

**Tabla III.5 - Llegadas de turistas internacionales por regiones receptoras (millones)**

	Año de referencia	Proyección	Tasa de crecimiento anual medio (%)	Cuota de mercado	
	1995	2020	1995 - 2020	1995	2020
Mundo	565,4	1.561,10	4,1	100	100
África	20,2	77,3	5,5	3,6	5
América	108,9	282,3	3,9	19,3	18,1
Asia Oriental y Pacífico	81,4	397,2	6,5	14,4	25,4
Europa	338,4	717	3	59,8	45,9
Oriente Medio	12,4	68,5	7,1	2,2	4,4
Asia Meridional	4,2	18,8	6,2	0,7	1,2
Intrarregional a)	464,1	1.183,30	3,8	82,1	75,8
Larga Distancia b)	101,3	377,9	5,4	17,9	24,2

*Nota: a) Intrarregional: incluye llegadas cuyo país de origen no se especifica*

*b) Larga distancia: todos los viajes excepto intrarregionales*

**Fuente: OMT (2013)**

Los turistas del S XXI, según Frangialli (1998), realizarán viajes más lejanos para pasar sus vacaciones, con frecuencia a China, e incluso al espacio exterior. Se prevé que los viajes de larga distancia pasen del 18% en 1995 al 24% en el 2020.

China se convertirá en el primer destino turístico mundial, y será el cuarto mercado emisor más importante. Entre los destinos que experimentarán grandes avances en la recepción de turistas, cabe destacar a Rusia, Hong Kong, Tailandia, Singapur, Indonesia y Sudáfrica.

En cuanto a Europa, seguirá siendo la principal región del turismo receptor, así como la primera región emisora de turistas internacionales. Se prevé que el turismo en Europa aumente a un ritmo menor que la media mundial: 3,1% al año, aunque existirán variaciones dependiendo de cada país.

Los países de Europa Central y Oriental se convertirán en el nuevo motor del turismo en la región. El turismo hacia estas zonas se incrementará en un 4,8% anual, y los países del antiguo bloque soviético sobrepasarán los 200 millones de llegadas en 2016, lo que supondrá el doble en sólo 15 años.

Los países del Mediterráneo Oriental, Chipre, Turquía e Israel se prevé que experimenten también un crecimiento anual del 4,6%.

El Reino Unido aumentará un 4% anual, algo menos que la media mundial.

Los viajes de largo recorrido fuera de la región europea, aumentarán el 6,1% al año en las próximas décadas, y alcanzarán el 15% de todos los viajes emprendidos por los europeos, es decir, 115,6 millones de salidas.

Un dato muy relevante es que aquellos europeos que sus destinos vacacionales sean sol y playa, elegirán cada vez más destinos de Asia o el Caribe; mientras que los destino de playa europeos, deberán orientarse cada vez más hacia el desarrollo y la comercialización de sus productos en nuevos mercados, incidiendo en Japón y en los países recientemente industrializados de Asia y América.

En la tabla III.6 se muestran los principales destinos turísticos de cara al 2020 por países, y los principales mercados emisores del mundo de cara al mismo año:

Tabla III.6 – Principales destinos turísticos del mundo (2020)

País	Llegadas de turistas (millones)	Tasa de crecimiento anual medio (%) 1995 - 2020
China	137,1	8
Estados Unidos	102,4	3,5
Francia	93,3	1,8
España	71	2,4
Hong Kong RAE	59,3	7,3
Italia	52,9	2,2
Reino Unido	52,8	3
México	48,9	3,6
Fed. De Rusia	47,1	6,7
Rep. Checa	44	4

*Fuente: OMT (2013)*

Destaca la importancia que va a tener China como principal destino del mundo, con más de 30 millones de turistas respecto al segundo destino que es Estados Unidos. Según estas perspectivas de llegadas de turistas, España ocuparía en el 2020 el cuarto lugar, con un total de 71 millones de turistas. Finalmente, se observa la importancia que tendrá en un futuro los destinos turísticos en Asia, que tanto China como Hong Kong se sitúan en primer y quinto lugar respectivamente.

En la tabla III.7, se muestran los principales países emisores de turistas de cara a año 2020.

Tabla III.7 - Destinos mercados emisores del mundo (2020)

País	Llegadas de turistas a escala mundial (millones)	Cuota de mercado en %
Alemania	163,5	10,2
Japón	141,5	8,8
Estados Unidos	123,3	7,7
China	100	6,2
Reino Unido	96,1	6
Francia	37,6	2,3
Países Bajos	35,4	2,2
Canadá	31,3	2
Fed. De Rusia	30,5	1,9
Italia	29,7	1,9

*Fuente: OMT (2013)*

En este caso, Alemania se situaría como el principal país emisor de turistas en el año 2020, con 163 millones de turistas. Destaca otra vez las potencias asiáticas, tanto como receptor de turistas, como se analizó en el cuadro anterior, como emisor de turistas, ocupando Japón la segunda posición con un total de 141 millones de turistas, y China, el cuarto lugar, con 100 millones de turistas.

### 3.2.2 – Nivel español

El turismo ha supuesto y supone actualmente para España una significativa fuente de ingresos y un potente estímulo para la actividad económica del país.

Los turistas eligen su destino atraídos por una oferta de productos turísticos concreta. El caso del modelo español, la oferta es muy variada, coexistiendo los cinco grandes productos en torno a los cuales se desarrolla la actividad turística. Dichos productos corresponden con el turismo de sol y playa, el cultural y de ciudad, el de negocios y congresos, el deportivo, y el rural y activo.

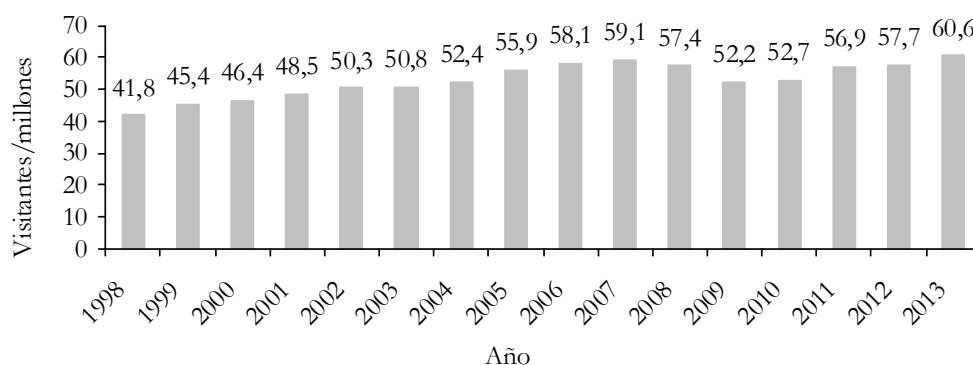
A lo largo del año 2013, España fue el segundo país del mundo que recibió más turistas extranjeros, según datos de la Organización Mundial del



Turismo, tan sólo por detrás de EEUU, y disfruta de una cuota del 7% del turismo mundial, por delante de Francia e Italia. (www.turismo2020.com)

En la figura III.1 se observa la evolución de la llegada de turistas a España desde 1998 hasta 2013.

**Figura III.1 -El Turismo en España. Visitantes Internacionales**



**Fuente:** *Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estudios Turísticos (www.iet.tourspain.es)*

Se puede observar el incremento continuo durante estos años que supuso esta actividad. El año 2007 fue el año de mayor afluencia de turista a España, con poco más de 59 millones de turistas. Durante el año 2008 se observa un retroceso respecto al 2007, lo que supone una caída del 2,6%, el peor dato de los últimos 8 años.

El año 2010 se ve una ligera mejoría, mientras que el 2011 y 2012, se da un crecimiento de turistas bastante significativo, situándose en el año 2012 en 57,7 millones de turistas. El año 2013, se logró pasar la barrera de los 60 millones de turistas, llegando a un cifra record de 60,6 millones.

Los últimos datos aportados por Frontur (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2014), a lo largo del primer semestre de 2014, España recibió 28 millones de llegadas de turistas extranjeros, un 7,3% más que durante el mismo periodo que el año 2013.

Si se analiza la llegada de turistas por Comunidades Autónomas, Cataluña fue la Comunidad que más turistas recibió durante el año 2013 (14,4 millones), lo que significa que 1 de cada 4 turistas que visitaron España, se decidieron por esta Comunidad.

Baleares, el segundo destino, recibieron 10,4 millones de turistas, lo que supone un incremento interanual de un 3,3%. Canarias, con unos datos muy similares a los de I. Baleares, 10,1 millones de visitantes, cerraron el año 2013 con una caída del 0,7%.

España sigue siendo el destino preferido de británicos, alemanes y franceses por este orden. Según los datos aportados por Frontur, la llegada de turistas de estos tres países ha aumentado en el 2012 respecto al 2011.

El principal país emisor de turistas a España es el Reino Unido, con un total de 13,6 millones de turistas. Este dato supone un incremento interanual de un 0,3%. El segundo país del que recibimos más turistas es Alemania, con 9,3 millones, un 2,7% más que el año 2011. Y el tercer país que destaca es Francia, con unos datos casi similares a los de Alemania, con 8,9 millones de turistas, pero en este caso con un mayor incremento interanual, de un 7,7%. Estos tres países representan el 60% del total de turistas que recibe España.

Otro dato que hay que destacar es la llegada de turistas rusos a España. Rusia se sitúa en el lugar número 13 en cuanto a la entrada de turistas por países, con 1,2 millones; pero destaca que el incremento interanual fue de un 39,8%, por lo que la importancia de este mercado se debe tener en cuenta de cara a buscar nuevas oportunidades.

Pero a pesar que estos datos son muy positivos y alentadores, España es un destino que no se libra de la crisis económica. El turismo rompe la tendencia de crecimiento continuo de los últimos años y vuelve a entrar en recesión. Después de tres años de incrementos por encima de los registrados por el conjunto de la economía española, el PIB turístico vuelve a caer en 2012, con un descenso del 1,6%, según las estimaciones realizadas por Exceltur. Esta senda negativa cambia radicalmente, y el año 2013 cierra con un crecimiento del 0,6% del PIB Turístico.

La actividad turística ha arrancado con fuerza en el primer trimestre de 2014. Registró un crecimiento del 4,2%, según el último informe de Exceltur ([www.exceltur.org](http://www.exceltur.org)). Datos que unidos a la mejora de la economía de los mercados emisores, le llevan a revisar su previsión de crecimiento para este año, que será del 2% frente al 1,8% anunciado en enero.

Aunque como se ha visto antes reflejado en la gráfica que el año 2013 ha marcado una cota máxima de llegada de turistas internacionales a España, cabe destacar que el turista español ha desaparecido. La demanda de los turistas nacionales es tradicionalmente responsable directa de la mitad del negocio de las empresas del sector. El desplome de las reservas de los españoles ha sido tal que para las compañías ha sido imposible compensarlo con la buena marcha de las llegadas y el gasto de los turistas extranjeros. Mientras el negocio vinculado al consumo de los extranjeros crecía un 0,4% en el 2012, el generado por los clientes españoles caía fuertemente un 3,1%, según datos de Exceltur.

El 77% de las empresas turísticas aseguran que sus ventas cayeron durante 2012 y para un 68% también lo hicieron los beneficios. Los problemas empresariales han tenido un efecto evidente en términos de empleo: durante 2012 el número de afiliados a la Seguridad Social en actividades relacionadas con el turismo cayó en 23.279 personas.

#### Horizonte 2020 del turismo español

Hasta ahora se ha realizado un análisis de la situación del turismo en España hasta la actualidad. Se espera que el turismo siga siendo una referencia económica y un generador de empleo y bienestar para el conjunto de la sociedad en un futuro.

La aparición de diversos factores como la desregularización de los mercados, los cambios en la demanda, las nuevas tecnologías, la irrupción de internet, las compañías low cost o los nuevos modelos de distribución, unidos al desarrollo de nuevos destinos turísticos competidores, hacen necesario que España revise sus estrategias competitivas ante un nuevo entorno del turismo a escala internacional.

Una de las claves será que el modelo turístico español se fundamentará en el desarrollo sostenible y competitivo en el medio y largo plazo. Debido a la magnitud, importancia y relevancia del turismo en todos los ámbitos de la economía y sociedad española, el cambio preciso exige una reflexión previa y de un horizonte temporal amplio, que permita la adaptación y puesta en marcha de todas las iniciativas de mejora a desarrollar.

Para la realización de la revisión estratégica del sector, fijando para ello el objetivo en el año 2020, surge el Plan del Turismo Español 2020, impulsado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (Consejo Español de Turismo, 2007). Este Plan recoge una estrategia a medio y largo plazo para afrontar con éxito los retos a los que debe hacer frente el Sistema Turístico Español.

De cara al futuro, la situación competitiva de España es muy positiva, fruto de un modelo turístico de éxito.

En este caso, destacan los siguientes aspectos:

- España es el segundo país receptor de turistas a nivel mundial, con una gran experiencia y conocimiento del sector.
- El turismo supone una parte muy importante tanto en la economía como en la sociedad española.
- Cuenta con un PIB en torno al 11%.
- Genera un nivel de empleo superior a 2,3 millones de personas de forma directa.
- Equilibra la balanza de pagos.
- Contribuye a impulsar otros sectores económicos.

Los aspectos que se acaban de citar, hacen pensar en un futuro muy positivo del sector, pero se debe citar también, aquellos aspectos del turismo español, que pronostican la necesidad de realizar cambios en el actual modelo. Estos aspectos son:

- Gran dependencia del turismo de sol y playa.
- Creciente competencia.
- El empleo en el sector turístico crece a un ritmo inferior respecto a los sectores más pujantes de la actividad económica.

- Elevado grado de saturación en algunos destinos, lo que plantea problemas de sostenibilidad medioambiental y urbanística.
- Bajo grado de conciencia social de la importancia del turismo.
- Carencia generalizada en el área de formación y gestión de las personas.
- Se ha prestado una especial atención en las políticas turísticas en acciones de promoción, y se ha descuidado el resto de dimensiones del marketing turístico y las actividades de desarrollo de producto.
- Debe existir un avance entre el sector público y privado, para conseguir el desarrollo de procesos de innovación y mejora en todas las áreas del negocio turístico.

Una vez analizado el diagnóstico de la situación actual del turismo, se debe conocer las líneas de actuación en el desarrollo estratégico del turismo. La actuación sobre estas líneas tiene el objetivo de fundamentar el modelo turístico español en el desarrollo sostenible y competitivo en el medio y largo plazo.

Las 6 áreas de trabajo sobre las que se desarrolla un diagnóstico detallado de su situación en España son:

1. Personas
2. Sostenibilidad
3. Productos Turísticos
4. Marketing Turístico
5. Innovación
6. Agentes

A continuación, se analizan cada una de estas 6 áreas.

1. Las Personas

La gestión y la formación de las personas son un factor clave en el éxito del modelo turístico. Son la cara del negocio y los principales responsables de la calidad percibida por los turistas. Debido a esta importancia, se está convirtiendo en un medio imprescindible para poder ser competitivo en el mercado.

Algunos de los factores críticos que afectan a la calidad del sector turístico español son:

- Déficit de formación.

- Indefinición de la situación laboral de los trabajadores debido a la estacionalidad del sector.
- Inexistencia de barreras de entrada.
- Debido a los horarios en temporada alta, y a la remuneración, el trabajo en el sector turístico es considerado como transitorio.
- Las expectativas de los turistas pueden verse insatisfechas debido a un trato al cliente deficitario.

Por todo esto, el turismo español tiene que realizar un esfuerzo en el desarrollo y la gestión de las personas, para que podamos ser más competitivos.

## 2. Desarrollo Sostenible

El medioambiente y la masificación, son dos elementos que cada vez tienen más peso en la elección en muchos de los mercados de origen.

La masificación en la que se encuentran sometidos muchos destinos, principalmente del litoral, está generando graves problemas de sostenibilidad medioambiental y urbanísticos. Se debe destacar la inexistencia de un modelo común de desarrollo turístico, y la dependencia financiera que tienen los ayuntamientos para poder incrementar sus ingresos. Por todo ello, el turismo español deberá buscar la conciliación de la rentabilidad y el crecimiento del macro-sector con la sostenibilidad.

## 3. Productos Turísticos

Existe la necesidad de complementar y mejorar los productos que conforman el modelo turístico español. El turismo de sol y playa sigue siendo el principal motor del turismo español, que concentra el 75% de la demanda receptora, ayudado en los últimos años por productos alternativos como puede ser el turismo cultural y de ciudad. El actual modelo plantea muchas dudas sobre esa dependencia, y la falta de adaptación a las nuevas exigencias de los turistas. Se deberá analizar cuáles son aquellos productos turísticos para complementar y mejorar el turismo de sol y playa. Estos productos deben tener un valor añadido en la calidad y en la variedad de los mismos.

Destaca la apuesta del “crecimiento cualitativo” frente al “crecimiento cuantitativo”, el “valor añadido” frente al “precio”, la “diferenciación” frente a la “estandarización” o la “rentabilidad” frente al “volumen”. Esta visión diferencial

del mercado implica una estrategia de segmentación, tanto desde el punto de vista de la oferta, como especialmente desde la demanda.

El sector turístico debe escuchar al cliente para crear nuevos productos y servicios, estar atento a las nuevas necesidades del mercado, adelantándose así a las mismas. La adaptación del producto también deberá orientarse a otras de las más importantes tendencias sociales: las nuevas estructuras familiares en los países desarrollados, que también generan nuevas demandas y pautas de comportamiento en el consumo turístico.

#### 4. Marketing Turístico

La competitividad del sector es cada vez mayor, con nuevas ofertas turísticas, destinos con una oferta más amplia,... se hace necesario que se revisen las estrategias de marketing turístico para continuar atrayendo turistas a España.

A la hora de realizar las estrategias, se debe tener en cuenta:

- Disminución de la estancia media y mayor fraccionamiento de los viajes.
- Irrupción de internet y de las compañías low cost.
- Turistas cada vez más exigentes, ya que su conocimiento sobre el producto es mayor.

Por lo tanto, el sector turístico español debe realizar campañas promocionales, para poder diferenciar su producto del de la competencia; y esto es posible realizarlo a través de:

- Mayor conocimiento de la demanda por parte de los proveedores finales de productos y servicios.
- Utilización de herramientas de marketing para la gestión de relaciones con los clientes y la comercialización hacia el usuario final.
- Productos ajustados a las necesidades de los clientes.
- Desarrollar acciones concretas, orientadas a aquellos segmentos que más nos interesen para maximizar la rentabilidad.

Entre todos estos aspectos, destaca que el cliente cada vez tiene más fuentes de información, y por lo tanto se hace más necesario establecer una serie de estrategias hacia nuestro producto y su comercialización.

## 5. Innovación

El sector turístico español necesita innovar en sus procesos empresariales como medida para desarrollar modelos de negocio más eficientes y rentables.

La innovación que se plantea tiene múltiples dimensiones:

- Adaptación a los nuevos procesos y sistemas de gestión empresarial.
- Mejorar la oferta de alojamiento ante una mayor demanda de servicios de comunicación y necesidad de espacios adaptados.
- Innovar en nuevos productos enfocados a nuevos mercados y nuevas necesidades.
- Adecuar la oferta de transporte a un volumen creciente de visitantes.
- Alineación de los sistemas energéticos con un enfoque de sostenibilidad.

## 6. Agentes

Los agentes se refieren a aquellas figuras involucradas en el desarrollo turístico español.

La función de los agentes del macro-entorno es:

- Liderar el camino hacia la realización del nuevo modelo.
- Impulsar medidas correctoras que mejoren los índices de productividad.
- Incitar a las empresas a invertir y desarrollar el I+D+i.
- Definir un nuevo modelo sostenible y competitivo.

Este modelo necesita un liderazgo conjunto entre el sector público y privado, y de esta forma permitiendo acumular las aportaciones diferenciales de cada uno de los sector, y recoger las posiciones de todos los agentes. En el caso del sector público, debe incrementar su alcance de actuación, tener una visión imparcial y defender los intereses conjuntos. Por su parte, el sector privado debe de aportar su mayor conocimiento sobre el mercado y los productos, su mayor eficiencia económica proveniente de las sinergias que pueden conseguir, y acelerar las implantaciones de las acciones definidas.

Se debe tener en cuenta que el futuro no se predice, se construye ([www.turismo2020.com](http://www.turismo2020.com)).



### **3.3 – IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO**

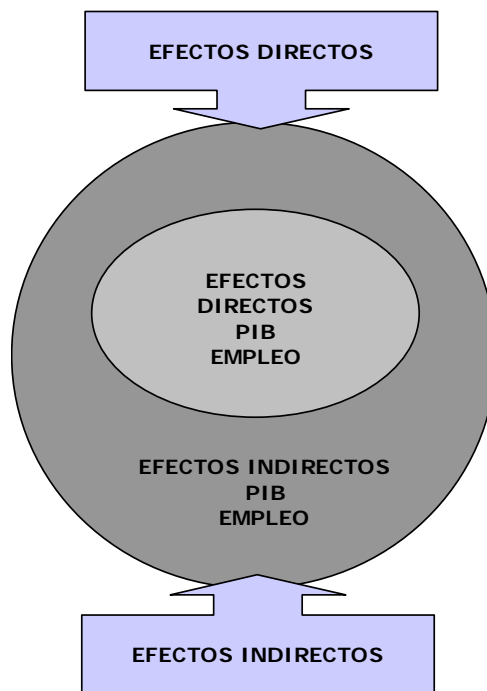
Según la Real Academia Española, define impacto como “Huella o señas que deja”, y define impacto ambiental como “Conjunto de posibles efectos negativos sobre el medio ambiente de una modificación del entorno natural, como consecuencia de obras u otras actividades” ([www.rae.es](http://www.rae.es)).

Según la OMT, los impactos pueden ser económicos, ambientales, sociales, directos, indirectos, positivos o negativos.

Así se consideran en síntesis impactos directos generados sobre las ramas de actividad que están en contacto con la demanda turística: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, tiendas de souvenirs, empresas de alquiler de coches, etc.; y efectos indirectos son los impactos multiplicadores generados sobre otras ramas de actividad proveedoras de bienes y servicios intermedios para el sector turístico (suministradores de alimentos y bebidas, construcción, productos agrícolas, empresas textiles, empresas de electricidad, gas, agua, mantenimiento, etc.).

Tanto directos como indirectos son también los efectos sobre el PIB y el empleo, como muestra la figura III.2:

**Figura III.2 – Efectos sobre el PIB**



*Fuente: Exceltur (2007)*

Como efectos positivos se podrían considerar la creación de empleo, el incremento de ingresos económicos, mayores inversiones en la conservación de espacios naturales evitando la emigración de la población local, mejora el nivel no solo económico sino también el sociocultural de la población local, facilita la comercialización de los productos locales, permite intercambio de ideas, costumbres, estilos de vida, y la sensibilización de los turistas y de la población local para proteger el medio ambiente.

El turismo es una alternativa económica para conservar bosques autóctonos, zonas húmedas, ríos sin presas, litorales o algunas especies. Es de los pocos sectores intensivos en empleo, y en todo tipo de empleos, desde los más cualificados a los menos, y es una de las pocas alternativas a la destrucción de empleo, ocasionado por el cambio tecnológico y la globalización. Es un sector donde coexisten desde grandes multinacionales a miles de pequeñas empresas familiares.

Como impactos negativos del turismo se podrían citar el incremento del consumo del suelo, agua y energía, la destrucción de paisajes al crear nuevas infraestructuras y edificios, el aumento de la producción de residuos y aguas residuales, la alteración de los ecosistemas, la introducción de especies exóticas de animales y plantas, el inducir los flujos de población hacia zonas de concentración turística, la pérdida de valores tradicionales y de la diversidad cultural, aumento de prostitución, tráfico de drogas, más incendios forestales, aumento de los precios que afectan a la población local que a veces pierde la propiedad de sus tierras, casas, comercios y servicios.

También los flujos turísticos contribuyen al cambio climático, a la lluvia ácida y a la formación de ozono troposférico, ya que los transportes aéreos y por carretera son una de las principales causas de emisiones de dióxido de carbono, óxidos de nitrógeno y otros gases contaminantes, y a la pérdida de la biodiversidad tanto directa como indirecta.

Los efectos sociales, culturales, ambientales y económicos del turismo en una comunidad anfitriona están unidos. Pueden darse sinergias beneficiosas o relaciones inversas entre estas áreas de impacto, así como opiniones distintas entre los grupos e individuos de la comunidad sobre lo que resulta beneficioso o perjudicial para ella. Aún así en un mundo globalizado, es prácticamente imposible para ninguna comunidad, aislarse de los visitantes y del impacto de otras culturas. Aceptar el desarrollo económico implica con frecuencia, aceptar los cambios culturales que acompañan al desarrollo turístico.

El turismo además de obtener ventajas económicas, la comunidad receptora se beneficia de mejoras en infraestructuras (carreteras, saneamiento, agua, electricidad, etc.), y servicios sociales (salud, escuelas, lugares de recreo, etc.), que en ocasiones conlleva el turismo. Las comunidades deben de considerar cuanto turismo desean y que atractivos poseen para convertirse en destino para encontrar equilibrio entre el bienestar general de la comunidad y el del sector turístico.

El turismo es una base económica para muchas de las naciones del mundo, ya que genera beneficios en divisas, empleo y fondos para el desarrollo. Numerosos países desarrollados y menos desarrollados disfrutan de una ventaja

comparativa en recursos turísticos gracias a un abundante patrimonio natural y cultural, que les proporciona un gran potencial para el desarrollo y la explotación turística.

El turismo sostenible lucha por mejorar el bienestar ecológico, económico y social de todos los destinos; sin embargo, el valor positivo del turismo quizás se observe mejor a escala local en los países menos adelantados, donde es posible medir directamente su aportación real desde la perspectiva de la mitigación de la pobreza. También puede constituir un importante generador de ingresos en zonas menos desarrolladas de países desarrollados o en vías de desarrollo.

El turismo, por lo tanto, puede ofrecer empleo a la comunidad, mejorar sus activos (porcentaje de viviendas en propiedad, titularidad de negocios, etc.), que realmente son mejor herramienta en la lucha contra la pobreza. El desarrollo turístico puede no solo incrementar la entrada de dinero, sino también satisfacer prioridades de subsistencia de la comunidad.

El turismo es percibido como una industria que tiene un impacto positivo sobre el crecimiento y el desarrollo económico. Los beneficios económicos son probablemente la principal razón por la cual muchos países están interesados en el desarrollo del turismo. En este sentido la contribución de este sector a la economía mundial es evidentemente importante.

El turismo, según World Travel Tourism Council (2003) es la segunda industria más grande del mundo, siendo su contribución estimada el 10% del PIB mundial.

Para muchos países, según Brida (2008), el turismo es uno de los mayores empleadores y exportadores de servicios. Los principales impactos económicos positivos del turismo, se relacionan con ingresos de divisas, la contribución a los ingresos públicos y la generación de empleo y oportunidades de negocio. El gasto turístico representa una inyección de dinero en la economía local del destino. Esta inyección tiene tres tipos de impactos: directos, indirectos e inducidos.

Los impactos directos se reflejan en el aumento de ingresos por ventas de las empresas de los servicios turísticos. Estas empresas pueden comprar bienes y servicios a proveedores dentro y fuera de la región, generándose así los

“encadenamientos” que han de tenerse en cuenta a la hora de evaluar los impactos del turismo.

Los impactos indirectos resultan cuando los proveedores directos compran a otras empresas, y estas a otras y así sucesivamente. Casi toda la industria puede verse afectada en mayor o menor medida por el efecto indirecto del gasto turístico inicial, dependiendo de lo extendida que sea la red de la economía.

Los efectos inducidos surgen cuando los destinatarios del gasto directo o indirecto, propietarios de las empresas y empleados gastan sus ingresos. Esto a su vez desencadena una serie de compras por empresas intermediarias, además de mayor consumo, sumando al PIB y al empleo. Los efectos indirectos e inducidos son llamados también secundarios.

Existe gran dificultad a la hora de medir el impacto económico del turismo, porque para medir el impacto total, suma de los efectos directos, indirectos e inducidos dentro de una región, no hay datos que reflejen todos los aspectos. El turismo no es una industria en el sentido tradicional, sino más bien una actividad que se lleva a cabo por una serie de sectores de la industria (alojamiento, restauración, transporte, entretenimiento, comercio, etc.), por lo que medir el impacto económico del turismo es una cuestión compleja.

Cuenta Satélite. Según el informe publicado por la OMT (2005), Indicadores de desarrollo sostenible para distintos destinos turísticos, define las cuentas satélites como un procedimiento para medir la dimensión de los sectores económicos que, al igual que el turismo, no están definidos como ramas de actividad en las cuentas nacionales. El turismo, por ejemplo, es una amalgama de actividades como transporte, alojamiento, servicios de comida y bebida, ocio, agencias de viajes, etc. entre otras. Una cuenta satélite de turismo (CST) es un medio para calcular el consumo turístico de estos bienes y servicios suministrados en un país con un método común, que permite comparaciones en el tiempo y con otros países.

Las CST están diseñadas para proporcionar:

- Datos fiables sobre el impacto del turismo y el empleo en este sector

- Un marco estándar para organizar los datos estadísticos sobre el turismo
- Una potente herramienta que ayude a diseñar políticas relativas al desarrollo turístico
- Datos del turismo en relación con la cuenta de resultados del país
- Información sobre las características de los recursos humanos en el sector turístico

Cuanto mayor es el número de países que establecen la CST, más práctico resulta calcular y utilizar indicadores complejos como los siguientes:

- Aportación del turismo al PIB
- Clasificación del turismo respecto a otros sectores económicos
- Número de puestos de trabajo creados por el turismo en la economía
- Cuantía de la inversión turística
- Ingresos fiscales generados por el turismo
- Consumo turístico
- Impacto del turismo en la cuenta de resultados del país
- Características de los recursos humanos del turismo

La cuenta satélite del turismo representa un campo principal de actividad de la OMT. Esta contribuyó a crear un marco conceptual y un diseño metodológico uniforme de CST, que la Comisión de Estadística de Naciones Unidas (CENU) aprobó en el año 2000.

### **3.3.1 - Impacto Económico a nivel internacional.**

Según la OMT (datos del 2007), los ingresos por turismo a nivel mundial han venido creciendo en un 11,2% anual en las últimas cinco décadas, y asegura que el turismo debería consolidarse como herramienta en la lucha contra la pobreza, y un instrumento clave en el desarrollo sostenible mundial.

En 2011, según la OMT, los ingresos por turismo internacional superaron por vez primera el billón de dólares, partiendo de una cifra que ascendía ya a 928.000 millones en 2010. En términos reales, los ingresos aumentaron un 3,8%, tras el incremento del 4,6% en las llegadas de turistas internacionales. Otros 196.000 millones de dólares en ingresos derivados del transporte internacional de pasajeros elevaron el valor total de las exportaciones generadas por el turismo internacional en 2011 a 1,2 billones de dólares.

Europa ostenta la mayor cuota de ingresos por turismo internacional en números absolutos (45%), con 463.000 millones de dólares (333.000 millones de euros) en 2011, ocupando el segundo lugar la región de Asia y el Pacífico (cuota del 28% o 289.000 millones de dólares/208.000 millones de euros) y el tercero las Américas (cuota del 19% o 199.000 millones de dólares/143.000 millones de euros). Oriente Medio (cuota del 4%) obtuvo 46.000 millones de dólares (33.000 millones de euros) y África (3% de cuota) 33.000 millones de dólares (23.000 millones de euros).

Destacar que el turismo internacional (viajes y transporte de pasajeros) representa actualmente el 30% de las exportaciones mundiales de servicios y el 6% de las exportaciones globales de bienes y servicios. Como categoría de exportación, a escala mundial, el turismo ocupa el cuarto puesto, después de los combustibles, los productos químicos y los productos alimentarios, aunque son muchos los países en desarrollo en los que se sitúa a la cabeza.

Los destinos emergentes y los de economías avanzadas se beneficiaron por igual del crecimiento en 2011 de las llegadas y de los ingresos. Entre los destinos en los que los ingresos por turismo internacional se incrementaron en 5.000 millones de dólares o más en términos absolutos se encuentran los Estados Unidos (con un incremento de 13.000 millones de dólares hasta alcanzar los 116.000 millones), España (incremento de 7.000 millones hasta los 60.000 millones), Francia (incremento de 7.000 millones hasta los 54.000 millones), Tailandia (incremento de 6.000 millones hasta los 26.000 millones) y Hong Kong (China) (incremento de 5.000 millones hasta los 27.000 millones). Además, se registraron incrementos significativos en destinos con valores de partida más bajos tales como Singapur, la Federación de Rusia, Suecia, India, la República de Corea y Turquía.

La comunidad internacional, política y financiera, asume que el turismo es motor de desarrollo económico, cultural y social; es una de las industrias más grandes del mundo; emplea 231 millones de personas; genera más del 10,4% del PIB mundial (datos de la OMT). Por lo tanto, es la actividad turística un factor determinante del crecimiento en términos de renta y de ocupación.

Como fenómeno económico que es, su impacto alcanza a la práctica totalidad de los sectores productivos de la economía. En las últimas cinco décadas, el turismo internacional ha pasado de desplazar de 25 a 1.035 millones de viajeros al año (OMT), y en lugares cada vez más remotos gracias al desarrollo de los medios de transporte.

En Europa el turismo se sigue comportando de forma firme a pesar de las dificultades económicas de la región, pues los 539 millones de turistas recibidos han supuesto un crecimiento del 3,3 por ciento respecto a 2011. A destacar el incremento del 8 por ciento del turismo en Europa Central y del Este, mientras que en la Europa del Sur y el Mediterráneo el turismo se ha desacelerado ligeramente (+2%) tras la recuperación del mismo en Norte de África y Oriente Medio.

En América se han alcanzado los 162 millones de turistas, con un crecimiento del 4 por ciento respecto a los datos del 2011. El mayor crecimiento se ha producido en América Central (6%), mientras que en América del Sur (4%) el turismo se ha ralentizado frente a años anteriores.

África ha sido uno de los continentes donde más ha crecido el turismo en el mundo. Así, con 52,3 millones de turistas, las llegadas han crecido un 6%, frente a la caída del 1% en el 2011.

Por su parte, en Oriente Medio el turismo ha vuelto a tener en 2012 cifras negativas (-5%), y eso a pesar de la recuperación en Egipto.

Las regiones de Asia y el Pacífico han recibido 233 millones de turistas internacionales en 2012, con un importante crecimiento de un 7% respecto al año anterior. En la subregión del sureste asiático es donde han tenido el mayor aumento (9%), seguida del noreste de Asia (6%), tras la recuperación del turismo en Japón.

En relación a los países emisores, el mayor incremento en el gasto de los turistas en 2012 ha sido el de los procedentes de China (42%) y Rusia (31%). El gasto de los turistas de EEUU y Canadá creció un 7%. Por su parte, gastaron menos los turistas franceses (-7%) e italianos (-2%).



Por supuesto que un fenómeno de esta magnitud no podría por menos que generar impactos, difíciles a veces de cuantificar, porque afectan a muchas actividades productivas.

Frechtling (1999), Robles (1999) y Smith (2000) apuntan a la cuenta satélite del turismo, como la herramienta más adecuada para la cuantificación de los impactos económicos del turismo, como hemos dicho anteriormente. La cuenta satélite, su aplicación, tiene más dificultades cuanto menos desarrollado es el país, llegando en muchos casos a una total falta de datos.

Al margen de esta dimensión que podríamos decir “técnica”, de la cuantificación de su impacto económico, no cabe duda de que el turismo está considerado como una vía de aumento del potencial económico, tanto en el primer como en el tercer mundo. A menudo, se considera primera o segunda industria por su impacto económico y por las oportunidades de generación de empleo.

En la actualidad, muchos países pobres, tanto Asia como América Latina o África, han apostado por el turismo como herramienta de desarrollo socioeconómico. El impacto del turismo es bastante diferente en función del nivel de desarrollo del país en cuestión, entre otras muchas razones, por las diferentes infraestructuras físicas de partida, diferentes sistemas legales, niveles económicos o socioculturales.

Según Álvarez Alday (1999), los impactos positivos del turismo se podrían concretar en:

- Una aportación favorable a la Balanza de Pagos, con la correspondiente entrada de divisas, (aunque es conveniente considerar no solo el impacto directo, sino también las posibles importaciones de bienes y servicios que la prestación del servicio turístico pudiera exigir).
- Generación de renta, producción y empleo, y no solo por efecto directo, sino a través de sus conexiones intersectoriales por efectos indirectos e inducidos.
- Efectos de arrastre sobre otros factores de la actividad económica (comercio, hostelería, transporte, industria fotográfica, etc.).

- Aportación a las arcas del Estado mediante recaudación de impuestos directos e indirectos.

Conviene señalar que en ocasiones los efectos económicos no son tan favorables como se esperaba tratándose con frecuencia, por ejemplo, de un empleo precario, caracterizado por la estacionalidad y la eventualidad. A veces los ingresos por turismo en los países receptores van principalmente para las multinacionales que los promueven. Es necesaria una planificación estratégica coherente a medio y largo plazo.

La Comisión Europea reconoce que el turismo es uno de los sectores más importantes y en plena expansión de la economía mundial. El turismo en la UE es principalmente interior: solo el 13% de la actividad registrada procede de visitantes a terceros países. Implica a más de 2 millones de empresas turísticas, que emplean 7,7 millones de personas, cifra que se espera aumente en cerca de un 15% en los próximos diez años.

La Comisión tiene como objetivos mantener niveles elevados y estables de crecimiento económico y de empleo y a la vez un uso prudente de los recursos naturales. Sus orientaciones se inscriben dentro de la Estrategia para el Desarrollo Sostenible en Europa. La Comisión de la OMT para Europa ha establecido una serie de prioridades estratégicas en su “Programa General de Trabajo 2006-2007”. Algunos datos relevantes del turismo en Europa son:

- Dos millones de empresas, sobre todo pymes
- 5% del PIB de Europa, variable según países
- Diez millones de trabajadores
- 80% son de carácter familiar o particular; 8% de ingresos familiares se destinan a turismo.
- 87% tiene carácter interno europeo
- 75% se queda en el propio país
- Sigue creando empleo al 3% anual (2007)
- Europa es la región más visitada del mundo
- El turismo europeo es el que se mostró, de momento, más estable ante la crisis

Según la OMT, España, Francia, Italia y Reino Unido se encuentran entre las naciones con mayor participación en el turismo mundial, tomando en consideración, tanto la llegada de turistas internacionales, como ingresos por turismo.

El impacto del turismo es distinto según el país, por muchas razones, entre otras por diferentes infraestructuras físicas de partida, distintos sistemas legales, niveles económicos o socioculturales.

### 3.3.2 - Impacto Económico a nivel español

Uno de los principales indicadores macroeconómicos es el PIB, que es un claro reflejo de la tendencia económica de un país.

En la figura III.3, se muestra una comparativa del ISTE (PIB turístico) con el PIB en España, desde el año 2006 al año 2014.

**Figura III.3 – Comparativa del ISTE (PIB Turístico) y del PIB en España.**



**Fuente:** *www.exceltur.org*

Se puede observar que el PIB Turístico presenta desde el año 2006 un descenso continuado, hasta alcanzar valores negativos en la segunda mitad del año 2008. A principios del 2009, que es cuando llega a su peor dato, aumenta pero con oscilaciones descendentes. Es a partir de finales del año 2012 cuando se observa una recuperación, hasta alcanzar un incremento del 3,1% interanual en el segundo trimestre del 2014. Este notable crecimiento de la actividad turística en España, es

debido al mantenimiento del aumento de la demanda extranjera y un mayor dinamismo de la demanda española. Se sitúa el turismo como el gran motor de la economía española.

Respecto al PIB español, se observa que tiene una tendencia muy similar a la del PIB turístico, pero sin caídas ni recuperaciones tan marcadas. Los datos reflejan un PIB en el segundo cuatrimestre del 2014 de un 0,4%, saliendo de una senda negativa, constante de los últimos 3 años.

La petición de rescate a la Unión Europea (UE) todavía es la espada de Damocles que pende sobre la gestión económica del Gobierno Español. Sin embargo, el turismo se mantiene como el salvavidas al que España puede seguir agarrándose para capear el temporal. Casi 58 millones de turistas internacionales llegaron a España el año 2012, un millón más (o un 3% más) que en 2011. Se trata del mejor cuarto año registrado en cuanto a llegada de turistas. Los dos ejercicios record anteriores fueron en 2006 (58,4 millones) y 2007 (59,2 millones), y el año 2013 (60,6 millones).

Durante el 2012, más allá de un crecimiento cuantitativo, también se registró uno cualitativo. El gasto medio por persona creció un 2,7% hasta alcanzar los 968 euros, del mismo modo, el consumo medio diario subió un 6,8% hasta los 109 euros. El desembolso total de los turistas en España ascendió a 55.700 millones de euros, un 5,9% más que en 2011.

La información de las “cuentas satélites” del turismo (CSTE), muestran que en 2011, la aportación del turismo al PIB de la economía española, es de 63.910 millones de euro, tal y como se puede observar en la tabla III.8.

**Tabla III.8 - Aportación del turismo al PIB de la economía española (millones de €). Precios Corrientes**

	2008	2009	2010	2011
<b>Turismo receptor</b>	50.191	45.241	47.571	51.055
<b>Otros componentes del turismo</b>	63.454	60.316	61.808	63.910
<b>Total</b>	<b>113.645</b>	<b>105.557</b>	<b>109.325</b>	<b>114.965</b>

*Fuente: INE, Cuenta Satélite del Turismo de España (www.ine.es)*

Aunque se observa que en el año 2009 se produjo un descenso, la aportación del turismo al PIB tiene una tendencia creciente.

La aportación del turismo al PIB porcentualmente se indica en la tabla III.9.

**Tabla III.9 - Aportación del turismo al PIB de la economía española en % (millones de €). Precios Corrientes**

	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Turismo receptor</b>	4,6	4,3	4,5	4,8	5,1
<b>Otros componentes del turismo</b>	5,8	5,8	5,9	6,0	5,8
<b>Total</b>	<b>10,4</b>	<b>10,1</b>	<b>10,4</b>	<b>10,8</b>	<b>10,9</b>

*Fuente: INE, Cuenta Satélite del Turismo de España (www.ine.es)*

El mejor dato de la aportación del Turismo se encuentra en el año 2012, lo que supone un 10,9% del total del PIB.

Si se analiza la aportación del turismo al equilibrio de la balanza de pagos y atendiendo a los componentes principales de la demanda final, el turismo receptor registró la mayor tasa de crecimiento en términos nominales (del 7,4%), continuando así con la tendencia iniciada en 2010.

En el caso de los otros componentes del turismo, la variación fue del 3,4%.

Los ingresos netos turísticos, medidos a través de la balanza de pagos, alcanzaron los 32.415 millones de euros, cifra superior en 3.980 millones de euros a la correspondiente al año 2010.

En el incremento de este saldo influyó tanto el crecimiento registrado por el consumo Turístico receptor, como la variación anual negativa del consumo turístico emisor, que fue del  $-2,3\%$ .

La relevancia del turismo como fenómeno económico (Sala y Torres, 2007) va más allá de estos datos, ya que su impacto alcanza, directa o indirectamente, a la práctica totalidad de la economía nacional. Ello se debe a su naturaleza intersectorial.

La actividad turística ha sido y es, aunque menos, un factor determinante en términos de renta y de ocupación.

Como fenómeno económico que es, su impacto alcanza a la práctica totalidad de las actividades y sectores productivos de la economía española, tanto en periodos de coyuntura económica favorable como desfavorable.

La visión conjunta del turismo en España en cuanto al impacto económico, no es suficiente para explicar la realidad a nivel regional. La especialización sectorial de las comunidades autónomas no es homogénea y el peso del sector de la economía regional diverge a lo largo del territorio.

Figuerola (2000) señala que el turismo en el marco regional y local, mejora la economía del área y el nivel social de la población a través de numerosos efectos que se podrían resumir de la siguiente manera:

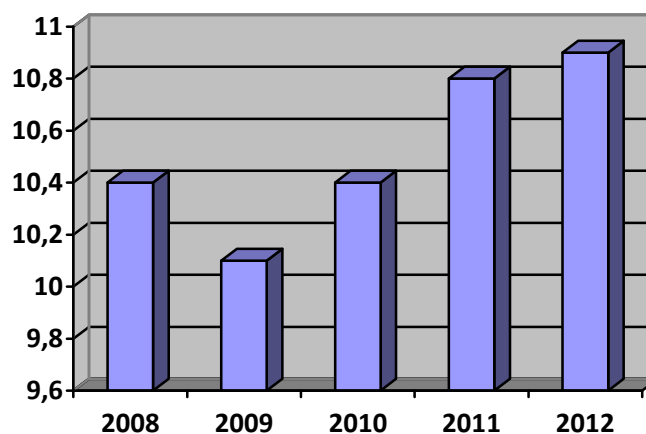
- Incremento de la renta media disponible igualándola con las medias generales.
- Superación de los niveles culturales y profesionales.
- Modificación favorable de la estructura social y económica de la región.
- La incorporación de mano de obra ociosa procedente de las áreas fronterizas y la atracción de mano de obra subempleada de sectores primarios.
- Supresión de corrientes migratorias hacia el exterior.

- Ampliación de las economías industriales y terciarias, reduciendo las dependencias externas.

Para analizar la importancia del turismo en la economía española, se puede observar un PIB que sería atribuible a la economía turística y ponerlo en relación con el PIB global de la economía, lo que, en último término, permite obtener la importancia de la economía ligada al turismo en el contexto económico general.

En la figura III.4, se indica la importancia del turismo en la economía española en los últimos años.

**Figura III.4 - Peso de la economía turística en el PIB**



*Fuente: INE. Cuenta Satélite del Turismo Español (www.ine.es)*

Se puede observar la recuperación de la importancia relativa del turismo en el conjunto de la economía, después de dos años de reducir su importancia, el turismo se acerca de nuevo a representar el 11% del conjunto de la actividad económica representada por el PIB, alcanzando en 2012 un peso en la economía del 10,9%. En 2012 tanto la economía turística como el conjunto de la economía evidencia una expansión real, por lo que la ganancia de importancia del turismo en el conjunto viene derivada de la mayor intensidad del crecimiento del mismo.

En muchas regiones españolas (Balears, Canarias, Cataluña, Galicia, etc.), el impacto económico generado por las diversas actividades turísticas, tuvieron

amplia repercusión en el PIB de las distintas comunidades. El turismo supone una actividad con enorme dinamismo, impulsora a medio plazo del desarrollo económico de las regiones, no solo por sus impactos socioeconómicos directos, sino también por sus efectos multiplicadores que las actividades turísticas generan sobre el resto de los sectores del sistema productivo.

En la tabla III.10 se puede observar el impacto del PIB sobre distintas CCAA en España.

**Tabla III.10 – Impactos del PIB por CCAA**

<b>Comunidad Autónoma</b>	<b>PIB</b>
Andalucía	13,5%
Aragón	3,2%
Asturias	2,1%
Baleares	2,5%
Canarias	3,9%
Cantabria	1,2%
Castilla y León	5,2%
Castilla- La Mancha	3,5%
Cataluña	18,8%
Comunidad Valenciana	9,5%
Extremadura	1,6%
Galicia	5,4%
Madrid	17,9%
Murcia	2,6%
Navarra	1,7%
País Vasco	6,1%
La Rioja	0,8%
Ceuta	0,1%
Melilla	0,1%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>

*Fuente: ww.ine.es (2013)*

Destaca Cataluña como la Comunidad Autónoma con mayor peso en el PIB del conjunto de España, lo que supone un 18,8% del total. Justo por detrás se



encuentra Madrid, y representó en el 2013 un 17,9% del PIB total. Estas dos comunidades destacan sobre el resto, ya que la tercera es Andalucía, con un 13,5%, a más de 5 puntos porcentuales de Cataluña.

La crisis económica que está afectando a la mayoría de países del mundo, como es lógico, afecta también de una manera directa al turismo, que está acusando los primeros efectos.

A pesar de estos indicios “el turismo está demostrando ser uno de los sectores más resistentes de la economía, y puede ser un sector estratégico en la vida hacia delante, en un momento en que las condiciones económicas mundiales siguen deteriorándose”. Esta es una de las conclusiones de la Reunión de los Estados Miembros Europeos, en Baku (Azerbaiyan), con ocasión de la 49 Reunión de la Comisión de la OMT para Europa (2009), según el estudio *Global Imbalances and Structural Change in World Tourism* (Desequilibrios mundiales y cambio estructural en el mundo del turismo que encargó la OMT).

Según la OMT, en un artículo titulado, “El turismo: una fuente de oportunidades en tiempo de retos” (OMT, 2009), es probable que la demanda del turismo internacional experimente una fuerte desaceleración y una lenta recuperación, dada la deteriorada situación económica mundial que están padeciendo los principales sectores.

La OMT informa que a diferencia de lo ocurrido durante crisis anteriores, la desaceleración actual tiene por primera vez, consecuencias a escala mundial, y afecta tanto a destinos emergentes como a los consolidados.

Los consumidores tienden a ahorrar y recortar gastos, sin embargo, la reanudación del crecimiento económico conllevará la recuperación del sector turístico, ya que este depende de las condiciones económicas, así lo reflejan las cifras de la OMT para 2008 que comparadas con el 2007 muestran un claro descenso del turismo internacional.

Para garantizar la sostenibilidad en el sector turístico, es necesario aprender de los errores cometidos y que se tomen en cuenta otros retos mundiales esenciales como la pobreza y el cambio climático. Es necesario luchar por un “turismo inteligente”, una industria limpia, ética y de calidad.

La OMT está multiplicando sus esfuerzos de respuesta con el fin de facilitar a “sus miembros y al sector turístico” los instrumentos que les permitan ejercer influencia sobre los encargados de tomar decisiones y destacar el innegable potencial del turismo como apoyo para sobrellevar la situación actual.

Los rendimientos del turismo impactan sobre la economía de una forma más rápida y eficiente que otras actividades; por tanto se trata de un sector que puede tener capacidad de estimular la economía a corto y medio plazo, sin perder de vista los compromisos a largo plazo con el programa de desarrollo sostenible.

El turismo se ha consolidado como agente económico y social según la OMT. Genera 1 de cada 12 empleos en el mundo, pero el impacto social sobre las áreas receptoras de turismo, al igual que cualquier otro aspecto relacionado con el sector puede tener impactos positivos y negativos. Con respecto a los primeros, cabe destacar la recuperación y conservación de valores culturales, que de no ser por el atractivo que ofrece a los visitantes, se llegarían a perder; es el caso de la preservación y rehabilitación de monumentos y lugares históricos, a cuyo gasto las comunidades pequeñas no pueden hacer frente, sin embargo, cuando se trata de lugares de interés turístico, se destinan partidas económicas especiales para su acometida. De la misma forma, muchas de las costumbres locales se han revitalizado, como parte de los planes para la oferta turística (como recursos turísticos). En muchos lugares se ha visto renacer costumbres tradicionales que se habían perdido: folclore, artesanía, festivales, gastronomía, etc. Uno de estos aspectos sociales positivos, posiblemente más importantes, es la mejora en las instalaciones y en los servicios: atención sanitaria, medios de transporte, parques, etc., todo ello lleva consigo la “generación de empleo”.

A pesar del innegable valor de los impactos sociales positivos del turismo, no hay que olvidar que existen también los impactos negativos, así como diferencias sociales entre la población local y los turistas, sobre todo en determinados destinos de países más desfavorecidos, países en vías de desarrollo, donde los residentes llegan a convertirse en siervos de los turistas. Esto crea en la población local cierto resentimiento hacia los visitantes, y crea áreas de tensión social.

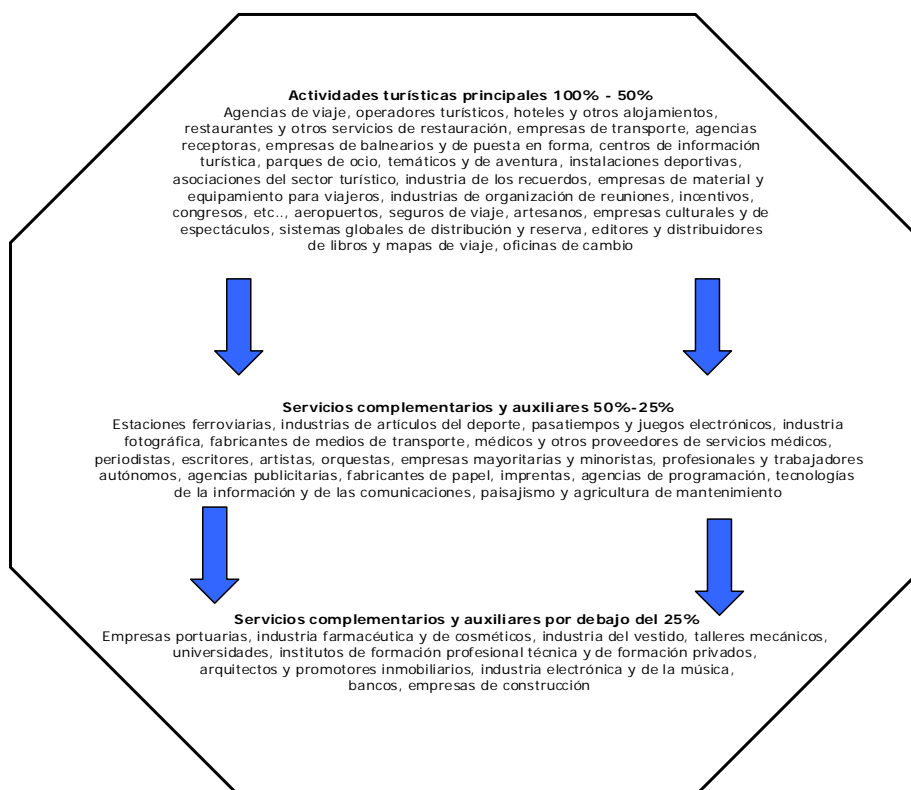
Así el turismo establece las bases de una nueva forma de colonialismo basado en la dependencia de divisas extranjeras. En cuanto a los puestos de trabajo, en general, los empleos que requieren mayor cualificación, son ocupados por trabajadores externos, quedando los trabajos peor retribuidos para la población local.

Como consecuencia de las diferencias socioeconómicas señaladas, aparece lo que podría considerarse el impacto social más negativo del turismo: el aumento de la prostitución, juego y drogas; circunstancia más frecuente en países en vías de desarrollo.

El turismo puede provocar desculturización del destino. La cultura de los turistas es considerada por los locales como superior. Así las culturas indígenas intentan adaptarse a las del visitante, y se pueden acabar destruyendo los elementos que en su momento representaban el mayor atractivo para el turista.

Según el Grupo de Alto Nivel (1998), el turismo contribuye de forma muy importante al sector servicios, que en la Unión Europea tiene una cuota de empleo, y el PIB de más del doble que la agricultura y la industria juntas. El turismo genera un conjunto de servicios y productos como efectos transversales. El porcentaje del empleo generado en los diferentes subsectores por el consumo turístico, se puede observar en la figura III.5:

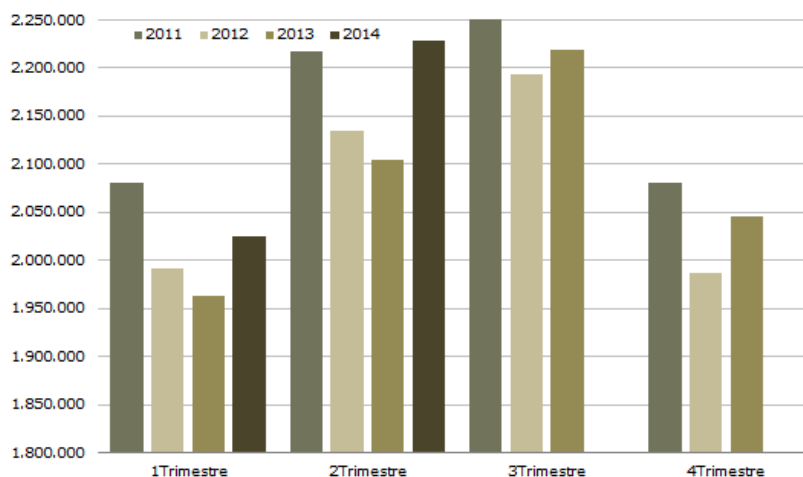
Figura III.5 – Empleo generado en subsectores turísticos



Fuente: Grupo de Alto Nivel del Turismo y Empleo (1998)

En la tabla III.11 se puede observar el número de empleados en el sector turístico en España, por trimestres, desde el 2011 hasta el segundo trimestre del 2014.

Tabla III.11 – Ocupación del sector turístico

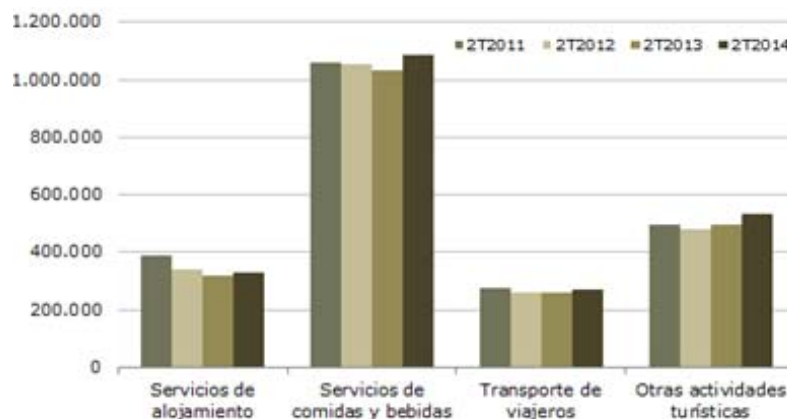


*Fuente: www.ine.es*

En el segundo trimestre del 2014, el sector turístico contaba con 2.630.058 trabajadores en activo, un 2,9% más que en el mismo periodo del 2013, lo que supone 74.045 trabajadores. Los ocupados en el sector turísticos supusieron el 12,8% del empleo total en la economía española.

En la tabla III.12 se analiza el número de ocupados en el sector turístico, por ramas de actividad, analizando el segundo trimestre de los años comprendidos entre 2011 y 2014 (ambos incluidos).

Tabla III.12 – Ocupados en turismo, por ramas de actividad



*Fuente: www.ine.es*

En esta tabla se puede observar que la rama de actividad de servicios de comidas y bebidas acapara casi la mitad del total de ocupados en el sector turístico, un 48,9%. En segunda posición se encuentra otras actividades turísticas (24%), después los servicios de alojamiento (14,9%), y finalmente el transporte de viajeros con un 12,2%. Los ocupados en el sector turísticos durante el segundo trimestre del 2014 se incrementaron en todas las ramas respecto a los datos del 2013.

Para esto se precisa mayor consenso político, una visión turística de Estado más prioritaria, estratégica, integral y a largo plazo, que emane de acuerdos más estables entre partidos políticos, gobierno, Comunidades autónomas y municipios, todos con los empresarios.

Habrá que revisar el Horizonte 2020 ante esta cambiante situación actual.

Exceltur (2009) da 10 medidas prioritarias de apoyo institucional al sector:

- Revisar el Plan Horizonte 2020
- Plan de inversiones municipales en obra pública. Priorizar destinos turísticos
- Plan para procurar la accesibilidad aérea más competitiva a España

- Revisar enfoques del marketing institucional en 2009
- Facilitar la disponibilidad de fondos y acceso al crédito
- Favorecer un nuevo tratamiento fiscal
- Favorecer nuevas medidas que estimulen la internacionalización
- Favorecer un nuevo marco laboral entorno a la flexiseguridad, que abarate y permita la contratación de empleo más estable (y no tanto despido), y reduzca el absentismo en un sector contraído y aún muy estacional
- Favorecer la evolución de instituciones tipo Turespaña e IET, hacia consorcios mixtos
- Impulsar al máximo nivel una mayor periodicidad de la Comisión Interministerial, para abordar retos y agilizar la resolución de actuaciones transversales, que afectan al turismo y son competencia del Gobierno

### **3.4– IMPACTO AMBIENTAL DEL TURISMO**

Antes de abordar el impacto entre el medio ambiente y el turismo, conviene definir conceptos como medio ambiente y ecosistema, apoyándonos en una revisión breve de la evolución del pensamiento ecológico.

La Ecología (Furió Blasco, 1996) es una rama de la Biología que estudia las interrelaciones entre organismos y su ambiente, que en último término determinan la distribución, abundancia y producción de organismos vivos. Algunos contenidos ecológicos se pueden reconocer ya en la cultura griega, a pesar de ello, la Ecología como ciencia es más reciente.

Las raíces de esta ciencia (Vivien, 2002) se encuentran en la “Economía de la Naturaleza” del Siglo XVIII, formulada por Linneo, en su obra “El Equilibrio de la Naturaleza”.

Las primeras bases de la Ecología científica se asentaron durante el siglo XIX, gracias a expediciones científicas impulsadas por soberanos europeos. Una de dichas expediciones salió de A Coruña en Junio de 1.799. En dicha expedición, Pizarro llevaba a bordo a Alexander Von Humboldt, y Aimé Bompland. Su objetivo era comprender las interacciones de las fuerzas de la naturaleza y las influencias que ejerce el ambiente geográfico sobre la vida animal y vegetal. Esta era la primera expedición científica de contenido ecológico.

Se ha dicho que la Ecología podría ser la menos biológica de las Ciencias de la Vida, o la más biológica de las Ciencias Sociales; pero como consecuencia de los grandes problemas ambientales generados por nuestra sociedad, la Ecología tiende a ocupar un papel central dentro de las disciplinas biológicas cada vez más importante.

En los años 60, el ecologismo alcanza su mayoría de edad, y en los 70 se aumenta extraordinariamente la sensibilización sobre el medio ambiente. A finales de la década de los 80 es cuando se realizan las primeras actuaciones serias sobre medio ambiente.

El término ecosistema ha sido propuesto por el ecólogo inglés Tansley en 1935, y definido como “el conjunto de organismos y el complejo de factores físicos que conocemos como ambiente”; desde entonces, este concepto ha sufrido algunas modificaciones, pero no cabe duda que es el concepto más importante y central de la Ecología.

Según el diccionario de la Real Academia Española ([www.rae.es](http://www.rae.es)) se define Ecosistema como “Comunidad de seres vivos, cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se relacionan en función de los factores físicos de un mismo ambiente”.

La sociedad humana (Perspectivas del Medio Ambiente Mundial, 2007) es una parte de los ecosistemas, y no es en absoluto independiente de ellos. Por esta razón la ecología actual dedica un gran esfuerzo al estudio de los sistemas modificados o alterados por la acción humana, e intentar encontrar principios científicos que permitan un manejo sostenible.

Entre los servicios prestados por los ecosistemas, se encuentran servicios de aprovisionamiento, como alimentos y el agua; servicios regulatorios como el control de las inundaciones, y de enfermedades; servicios culturales, como beneficios espirituales recreativos y culturales; y servicios de apoyo como el ciclo de los nutrientes, que mantiene las condiciones para que haya vida en la tierra.

El ecologista se veía al principio como algo contrario a los intereses económicos, poco a poco se ha convertido en un elemento importante del sistema industrial con una creciente influencia en la tecnología y los productos.



Europa tiene un papel fundamental en el ámbito ecológico, dada su situación como zona avanzada e industrializada.

El Medio Ambiente (Valero Gutiérrez del Olmo, 2006) es el entorno vital, es decir, el conjunto de factores físico-naturales, estéticos, culturales, sociales y económicos que interaccionan entre sí, con el individuo y con la comunidad en que viven, determinando su forma, carácter, comportamiento y supervivencia.

El concepto de medio ambiente implica directa e íntimamente al hombre, ya que se concibe no solo como aquello que rodeó al hombre en el ámbito espacial, sino que además incluye el factor tiempo.

Atendiendo a estos procesos interrelacionados con el hombre, el medio ambiente se puede entender como fuente de recursos naturales, como soporte de actividades como receptor de efluentes (emisiones, vertidos, deshechos, residuos no deseados, etc.).

La Real Academia Española define el medio ambiente como “Elemento en que vive o se mueve una persona o animal”; y también como “conjunto de circunstancias físicas, económicas, culturales y sociales que rodean a las personas y a los seres vivos” ([www.rae.es](http://www.rae.es)).

Se podría definir también como “un sistema global complejo de múltiples y variadas interacciones, dinámico y evolutivo en el tiempo, y formado por sistemas físicos, biológicos, sociales, económicos, políticos, culturales, en que vive el hombre y los demás organismos”.

Posiblemente la definición más completa sería “conjunto interactuante de sistemas naturales y socioculturales que se está modificando históricamente por la acción humana, y que rige y condiciona todas las posibilidades de vida en la tierra, y en especial la humana, al ser su hábitat y fuente de recursos. En esta definición podría incluirse elementos biológicos como el agua, aire, suelo, flora y fauna; y otros de carácter antropológico como elementos urbanísticos”.

La Comisión Europea define el Medio Ambiente como “la combinación de elementos cuyas interrelaciones complejas forman parte del medio, entorno y condiciones de vida del individuo y la sociedad, como son y cómo se sienten”.

Los términos calidad ambiental y contaminación ambiental, son conceptos estrechamente ligados al medio ambiente. Son términos muy difíciles de cuantificar.

La contaminación se empezó a considerar como un problema hacia los años 60.

El deterioro de medio ambiente (Bermejo, 1983) es un problema antiguo, incendios forestales por rayos, producción de gases, humos cenizas, basuras sin eliminar, etc.; pero en los últimos años su importancia ha crecido rápidamente. La lucha contra este deterioro exige acciones coordinadas a nivel local, nacional e internacional, porque los problemas ambientales son transfronterizos.

Cierto que en los últimos años se ha mostrado cierto interés por el ambiente degradado o el equilibrio roto; gentes preocupadas han tratado de poner remedio a situaciones agudas, muchas de las cuales han fracasado pues lejos de disminuir los problemas, los han aumentado notablemente.

El mundo científico decía que el problema ambiental concernía a la conservación de recursos renovables; más tarde que todo era debido a una aceleración del crecimiento de la población humana (explosión demográfica); y últimamente hay quien piensa que todo se reduce a un éxodo de desechos producidos por el hombre (contaminación), sin olvidar a quienes sostienen que todo se debe a problemas sociopolíticos y tecnológicos, que la humanidad no ha podido resolver o dominar. Realmente los problemas enunciados y otros muchos que podrían añadirse son partes indiferenciadas de un nuevo gran problema.

Las principales fuentes de contaminación son:

- Contaminación en atmósfera: quema de combustibles, gases residuales, polvo, transportes,...
- Contaminación en suelos: cualquier alteración físico o química que haga cambiar su uso y lo haga inutilizable sin tratamiento.
- Contaminación en agua: es evidente que las aguas a través de su movimiento en el ciclo hidrológico, incorpora todos los contaminantes de la atmósfera y del suelo, los que unidos a las propias acciones de la naturaleza y a los vertidos directos que el hombre realiza en ellas, hacen

que las aguas dulces sean de los componentes del ambiente más variadamente deteriorados.

La contaminación realmente es causada por la falta de habilidad del hombre para eliminar los residuos de manera que no alteren el equilibrio natural del ambiente.

El resumen de estos impactos negativos del turismo, se observa, entre otros, en la figura III.6.

### **Figura III.6 – Impactos negativos sobre el turismo**

- La explotación insostenible de recursos como el agua, ocasionando daños ecológicos y económicos, así como enfrentamientos sociales.
- El aumento de la cantidad de vertidos y residuos, sin las infraestructuras necesarias para su tratamiento y las deficiencias en la depuración de aguas residuales, sobre todo en municipios costeros.
- Impactos sobre los recursos naturales generado por el consumo insostenible de energía.
- La congestión provocada por el tráfico, los ruidos y otras molestias.
- Contaminación atmosférica derivada de la concentración automovilística en los destinos turísticos tradicionales.
- La especulación del suelo y el desarrollo urbanístico masivo en áreas rurales, sin planificación y sin infraestructuras higiénico-sanitarias suficientes.
- La invasión masiva de zonas naturales, provocando la destrucción de hábitats y la pérdida de biodiversidad.
- El grave deterioro del paisaje por la proliferación de todo tipo de infraestructuras y construcciones y la acumulación de desperdicios.

***Fuente: Elaboración propia a través de datos de la OMT (www.unwto.org)***

Las políticas ambientales de estos últimos 25 años han tenido algunos resultados positivos, pero no es menos cierto que es mucho lo que queda por hacer; no cabe duda que los programas ambientales, tanto mundiales como europeos, están dando a nuestro planeta azul nuevas oportunidades, aunque hasta

finales de los 80 no surgen las primeras actuaciones serias sobre el medio ambiente, aquí se empezaron a observar daños en el medio ambiente a escala planetaria como cambio climático, deterioro de la capa de ozono, etc.

Se observó que algunos productos contaminaban lejos de la zona de emisión (contaminación transfronteriza). Se descubren efectos acumulativos y se estaba creando amenazas graves para futuras generaciones.

El mundo tenía que entender que los problemas del medio ambiente no pueden separarse del bienestar de la población y del desarrollo económico general.

El medio ambiente se ha convertido en un factor cada vez más determinante en la definición de estrategias de empresas, y lo que es más, las tecnologías y los productos ambientales, han venido a constituir por si mismos, un sector de crecimiento, que actúa como punta de lanza en la innovación de empleo. (Comisión de las Comunidades Europeas Dirección General de Medio Ambiente, Seguridad Nuclear y Protección Civil; Agencia Europea de Medio Ambiente, 2000).

El objetivo de conservación del medio ambiente (Erias, 2003) como paso intermedio para la mejora de la calidad de vida en países avanzados, forma parte activa de los programas de política económica y de la legislación de estos países. Sin embargo parece también claro que, para que se pueda seguir avanzando en este sentido en el futuro, es necesario además de una actuación eficaz de los poderes públicos, un cambio en la cultura de los ciudadanos consumidores, que prime los comportamientos beneficiosos para el medio ambiente, y castigue a los agresores.

### **3.4.1 - Impactos positivos y negativos**

Los principales impactos del turismo tanto en términos económicos como socioambientales se observan en la tabla III.13:

**Tabla III.13 – Impactos positivos y negativos del turismo**

IMPACTOS	IMPACTOS POSITIVOS	IMPACTOS NEGATIVOS
Sobre la actividad económica	Entrada de divisas	Coste de oportunidad derivado de utilizaciones alternativas de los recur
	Proceso multiplicador de la actividad económica a través del gasto turístico	Situación de monocultivo
	Incrementos de producción	Presión reguladora sobre otros sectores de la actividad económica
	Generación de renta	Especulación
	Ampliación del mercado de trabajo	Costes fiscales
Sobre el medio sociocultural	Incremento de la recaudación	Proceso de aculturación
	Diálogo entre diferentes culturas. Turismo como "instrumento de paz"	Redistribución de la riqueza
	Recuperación de oficios y actividades artesanales	
Sobre el medio natural	Recuperación del patrimonio popular e histórico	
	Valoración del entorno por parte de la población local	Impactos sobre el medio natural y degradación paisajística derivados de construcción de infraestructuras turísticas
	Conservación y proptección de las áreas naturales	Contaminación atmosférica, hídrica ; acústica; generación de residuos sólido; excesivo consumo de recursos escasos; pérdida de biodiversidad ( vegetación flora y fauna) a consecuencia de la afluencia continua de visitantes

**Fuente: Llull (2004)**

Esto lleva a considerar que un perfecto análisis de la actividad turística debería incluir costes y beneficios ligados al desarrollo de la actividad para medir la verdadera rentabilidad del turismo. Los efectos negativos sobre la estructura física del destino constituyen una exigencia clave.

Parece razonable que para satisfacer el crecimiento de la demanda turística sin degradar los recursos naturales, y asegurar el desarrollo futuro de esta industria a escala mundial, es necesaria una planificación que tenga en cuenta costes y beneficios, y garantice la persistencia.

En cuanto a los impactos positivos la calidad ambiental es determinante en la competitividad del producto turístico que hay que considerar, así como otros impactos positivos que supuso la llegada del turismo, entre otras mejoras en las infraestructuras y formas de vida de numerosos núcleos urbanos y rurales.

Nuevas vías de comunicación dignas, que permitieron el acceso a numerosos núcleos de población que estaban en el olvido; se revalorizó el patrimonio hasta entonces infravalorado; se crearon numerosos puestos de trabajo; se incrementó la renta familiar, intercambio de culturas, ideas, costumbres, estilos de vida, permitió mayores inversiones en la conservación de espacios naturales (bosques autóctonos, zonas húmedas, ríos, litorales, etc.).

El modelo turístico tradicional ha sido tremendamente agresor con el medioambiente y en cierto modo ha generado una imagen negativa del turismo como actividad perjudicial. Sin embargo, los nuevos planteamientos del turismo sostenible, y el hecho innegable de que el medioambiente es un factor indispensable en la función de producción turística, hacen que el turismo sea el principal defensor del medioambiente (Pulido, 1998).

La Comisión de las Comunidades Europeas (2007) reconociendo esto, adopta una nueva política turística cuyo principal objetivo es “contribuir a mejorar la competitividad de la industria turística europea y crear más y mejores empleos mediante el crecimiento sostenible del turismo en Europa y en el mundo entero”.

La Comisión reconoce también de forma explícita que “la meta inmediata del crecimiento va a la par con la defensa de los objetivos sociales y medioambientales”, anunció los preparativos para una Agenda 21 europea para el turismo basada en los resultados de los trabajos del Tourism Sustainability Group (2007), presentados en su informe Action for more Sustainable European Tourism, publicado en Febrero de 2007.

Aparecen nuevas formas de turismo (Lorés, 2011), como consecuencia de circunstancias tales como la toma de conciencia de los problemas medioambientales por lo que atraviesa el planeta, la crisis energética, el nivel de vida, etc., que pasan por un mayor respecto al medioambiente.

Tan importantes como los impactos positivos están los negativos, algunos de ellos muy conocidos, como la especulación del suelo, la invasión masiva de zonas naturales, etc.

Y otros impactos negativos (Furió, 1996) aún ignorados, tales como:

- La falta de control sobre áreas turísticas con densidades muy superiores a la capacidad de acogida del terreno.
- Inadecuación del uso del suelo.
- Distribución irracional de los usos, y desafortunada integración paisajística de las actuaciones.
- Escasa preservación de espacios libres en áreas impactadas por el turismo masivo.

El medio ambiente es un elemento crucial, sin embargo en el desarrollo turístico en no pocos casos contribuye a debilitar su propia base natural. El hecho de que con frecuencia el despliegue de las actividades turísticas tenga efectos negativos sobre el medio ambiente y especialmente sobre los recursos turísticos naturales, torna más urgente un análisis de las relaciones entre turismo y medio ambiente. En muchos casos conservar el medio ambiente equivale a posibilitar la actividad económica y el bienestar. La relevancia de los posibles impactos negativos que el desarrollo turístico puede ocasionar, no se encuentra únicamente en la sobreexplotación de recursos, sino sobre todo en la posible ruptura de los componentes de un ecosistema.

Según Lorés (2011), inicialmente el turista aparece como un consumidor nato, ya que consume los mejores recursos: clima, paisaje, fauna, flora, cultura,... sin reparar que en su mayor parte no son renovables. La mayoría de los desastres causados directa o indirectamente por los turistas fueron permitidos o autorizados por las administraciones centrales o municipales, sin reparar en el daño que se hacía. Hubo un desordenado e intensivo uso de los recursos naturales, originando alteraciones de los ecosistemas y llegando incluso a la desaparición de muchos biotopos.

Son también impactos negativos las alteraciones irreversibles en el paisaje, invasión masiva de zonas naturales hasta entonces poco visitadas, lo que llegó a provocar una huida de la fauna salvaje e incluso llegaron a desaparecer especies vegetales. Acumulación de todo tipo de residuos, aumento en la cantidad de vertidos y residuos sin infraestructura suficiente para minimizar su impacto, de modo que ciertas zonas se convirtieron en vertederos incontrolados provocando una brutal agresión sobre el medioambiente.

El cambio en la concepción del suelo llevó a una urbanización masiva en ciertas zonas rurales y de costa, sin planificación, sin infraestructuras higiénico-sanitarias,... en suma, una explotación desordenada de recursos naturales que generó grandes recursos económicos, convirtiendo el turismo en España en estas últimas décadas como en un bastión de la economía.

En los países de fuerte implantación del turismo, la atención prestada sobre el medioambiente es insuficiente, y en general, se supeditan a los beneficios económicos. Asombra tal actitud, si se tiene en cuenta que en la génesis de las motivaciones turísticas tiene un peso importante el atractivo del entorno ambiental existente en las áreas de destino. El deterioro de cualquiera de los elementos del medioambiente local, supone una pérdida de capacidad para seguir manteniendo la imagen grata frente al turista potencial.

En definitiva, la pérdida de amenidad ambiental, entraña un grave riesgo para la conservación de los recursos turísticos con los consiguientes efectos negativos sobre la economía.

Los agentes que intervienen en la generación de la oferta turística, y los organismos encargados de ordenarla, se han preocupado más por la promoción indiscriminada del turismo, que por su calidad, y a la larga, por su supervivencia. Bien es verdad que los efectos del turismo de signo negativo para el medio ambiente, presentan una gran variedad de situaciones en cuanto a gravedad e irreversibilidad.

En todo caso, estos se hallan ligados a las propias modalidades turísticas, así como las peculiaridades de las áreas afectadas. De este modo, entre las circunstancias a tener en cuenta a la hora de valorar los efectos ambientales del turismo, hay que destacar entre otras el número y características de los usuarios, la intensidad de las presiones ambientales, la sensibilidad del medio, la eficacia de las medidas tomadas para paliarlas o eliminar los efectos negativos. Sin duda, el “turismo de masas” es el generador de una intensa conflictividad medioambiental, sobre todo en su versión litoral.

Ya en 1992, el impacto de los turistas en el litoral se puede observar en la tabla III.14:



**Tabla III.14 – Impacto del turismo en el litoral español**

Nº Servicios turísticos	Tipo de perturbación	Elementos afectados
1 - Comunicaciones	Dstrucción de un área y/o alteración del entorno. Ruido.	Ecosistemas del área Percepción del paisaje
2 - Alojamientos	Dstrucción de un área	Ecosistemas de área Percepción del paisaje
3 - Alimentos, materiales	Cultivos / Ganado Canteras (polvo y ruido)	No hay afectación o escasa Dstrucción y percepción
4 - Suministro de agua	Presa, traída de aguas. Consume agua que no puede emplearse en otros usos	Ecosistemas del área Cultivos Importante si hay otro uso de más interés social
5 - Alcantarillado	Eutrofización ( con tratamiento 1º ó 2º)  Contaminación ( con tratamiento 1º ó 2º)	Calidad del agua. Pérdidas de especies en fondos marinos Aumento productividad Calidad de agua Percepción ambiental
6 - Escombros, basuras	Dstrucción de un área Eutrofización. Organismos, comensales desagradables	Ecosistemas del área Percepción ambiental
7 - Sociales	Perturbación de la comunidad Elevación del nivel de servicios	Comunidad tradicional con su cultura Mejora de equipamiento
8 - Esparcimiento	Irrupción (ruido, motoras) Desorganización  Prelación  Pisoteo / Rodadas  Eutrofización	Perturbación aves y mamíferos Perturbación aves y mamíferos Percepción ambiental Empobrecimiento de la flora Empobrecimiento de la fauna submarina Empobrecimiento vegetación Elementos nitrófilos / ratas Percepción del paisaje
9 - Explotación económica	Explotación de los ecosistemas o la comunidad	Competencia por recursos limitados con la comunidad local. Perturbación de cultivos, marisqueo, pesca.

**Fuente: García (1992)**

El turismo de masas se ha mostrado especialmente violento con el medio ambiente: urbanización en zonas naturales o no integradas al paisaje, sobreutilización del recurso del agua, problemas relacionados con el tratamiento de basuras, contaminación del agua por residuos líquidos, destrucción de monumentos históricos, contaminación del aire por el uso de vehículos y calefacción, cambios en el paisaje para favorecer actividades de ocio como golf, esquí, etc.

Estos procesos son más incisivos en países del sur, donde las normativas ambientales suelen ser más laxas para favorecer la industria turística y los recursos naturales son fácil presa de especulación. También puede hacer uso no sostenible de los recursos otras formas de “turismo alternativo”, aunque este suele conllevar mucha menos alteración del paisaje.

Son preocupantes las relaciones entre el turismo en tanto actividad económica y el medio ambiente. El medio ambiente es un elemento crucial en el desarrollo turístico y, en no pocos casos, el propio desarrollo turístico contribuye a debilitar su base natural. Dado que con frecuencia las actividades turísticas tienen efectos negativos sobre el medio ambiente, es urgente realizar un estudio sobre las relaciones entre el turismo y el medio ambiente, ya que conservando el medio ambiente se posibilita la actividad económica y el bienestar.

Respecto al turismo, países o lugares concretos con posibilidades de ofertar sus riquezas naturales, históricas o culturales, han ido entrando en círculos gobernados por agencias, cadenas hoteleras, medios de transporte,...

Alrededor del turismo se crearon nuevas profesiones y millones de puestos de trabajo. El ocio se ha hecho negocio. La naturaleza como entorno local para romper con el ritmo de la gran ciudad, y en especial las zonas costeras, sufren el impacto de una avalancha humana.

Según Santamarta (2002), una de las mayores industrias mundiales es el turismo, pero también una de las que más afecta al Medioambiente. Los flujos turísticos contribuyen al cambio climático, a las lluvias ácidas y a la formación del ozono en la troposfera, pues los transportes aéreos y por carretera son una de las

principales causas de las emisiones de dióxido de carbono, óxidos de nitrógeno y otros gases contaminantes, y la pérdida de biodiversidad.

Hoy la situación ha cambiado, las actividades humanas de producción y consumo evidenciaron la escasez de recursos no renovables y la degradación de los renovables. Se ha asumido que el ser humano no puede prescindir del medioambiente en la medida que este cumple tres funciones desde el punto de vista económico:

- Interviene en la función de producción de gran parte de los bienes económicos.
- Forma parte de la función de utilidad de los individuos.
- Sirve como receptor de los residuos derivados de las actividades humanas de producción y consumo.

La sobre explotación del medioambiente, deteriora el desempeño de estas funciones y, consiguientemente, afecta a la viabilidad de los procesos productivos, a la salud del ser humano y a su calidad de vida; esto exige controlar la interacción entre la actividad humana y el medioambiente.

Se están empezando a producir serios problemas derivados del uso público recreativo de ciertos espacios naturales, consecuencia de un turismo masificado, no planificado, y la falta de una gestión sostenible. La búsqueda de rentabilidades inmediatas a través de la masificación y la sobreexplotación de los recursos de mayor atractivo para los turistas (playa, paisaje, ocio, naturaleza, monumentos o cultura local) consumen y deterioran el medioambiente, y ponen en peligro la fuente de ingresos derivada del turismo. El caso Balear es un ejemplo de ello: la población estable es de 850.000 habitantes, y 390.000 plazas turísticas aproximadamente, recibe anualmente diez millones de turistas, llegando hacia una situación límite, que le llevó a plantearse su modelo de desarrollo turístico, y empezar a tomar decisiones drásticas.

Actualmente, la mayor parte de la población de los países en desarrollo aun no participa en los flujos turísticos, pero esto empieza a cambiar. Nuevos mercados se empiezan ya a abrir en Asia y Latinoamérica para nuevas clases medias, lo que significa que en poco tiempo el número de turistas internacionales será superior al actual.

Por todo esto, urge reorientar drásticamente la formulación de la política turística, de manera que esta considere el factor ambiental, pero no como simple soporte de actividades turísticas, sino como parte irrenunciable del ecosistema turístico, que, junto con otros conforman el ecosistema global, y del que dependen buena parte de las oportunidades y problemas del turismo.

El reto consistirá en encontrar un equilibrio adecuado entre el desarrollo autónomo de los destinos y la protección a su medio ambiente por un lado, y el desarrollo de la actividad económica competitiva por otro. El turismo puede desarrollar sinergias por medio de una intensa interacción entre el entorno y la sociedad.

Un destino turístico (Pulido, 1998) con medioambiente degradado y carente de productos de cierto contenido ambiental, es cada vez menos competitivo y, en consecuencia carece de futuro por lo que desaparece su atractivo para potenciales públicos y privados y por supuesto para los potenciales turistas.

Lo que resulta evidente es que el turismo del futuro tendrá inevitablemente que ir de la mano del medioambiente, lo que lleva a tener que transformar los actuales esquemas de las políticas turísticas y medioambientales, así como los de la ordenación del territorio, consiguiendo un desarrollo conjunto de las mismas con una visión global multidisciplinar e interdependiente.

Las políticas de infraestructuras y equipamientos generales y turísticos, las políticas medioambientales y las políticas de flujos turísticos sean coherentes entre sí, para alcanzar conjuntamente los objetivos del desarrollo turístico y sostenibilidad.

El fin último de la política turística, desde la perspectiva medioambiental, podría plantearse en torno al mantenimiento de un equilibrio dinámico que permitiera la satisfacción de las necesidades impuestas por el proceso de desarrollo turístico, garantizará una valoración adecuada del medioambiente y favoreciera un uso sostenible de los recursos.

Es cierto que durante la última década, las referencias a la apuesta por un turismo sostenible, aceptable desde el punto de vista ecológico, económicamente

viable y equitativo desde una perspectiva ética y social, se han generalizado en el discurso turístico imperante; pero todavía hoy se mantiene un modelo insostenible.

El medioambiente se ha convertido en una prioridad y en un problema que ha calado en la opinión pública de los países desarrollados. De mayor calado aunque menos aparente es la relación que se ha establecido entre medioambiente y economía. Hoy ya se acepta que el problema ambiental tiene causas económicas, las soluciones parcialmente económicas y las medidas de política ambiental también tienen consecuencias económicas.

Es necesario conocer cuáles son las causas económicas de los impactos ambientales, porque en muchas ocasiones no seremos capaces de resolverlos o los resolvemos con unos costes sociales innecesariamente elevados; si no abordamos, al mismo tiempo, la solución del problema económico que los originó, o no somos conscientes de las implicaciones que tiene el no solucionarlo, y quien es el perjudicado en ello. Esto hace las cosas más complicadas pero da más consistencia a posibles soluciones.

La pérdida de la diversidad biológica es un problema tan serio como el del cambio climático, con el agravante de que no se encuentra en absoluto en vías de solución.

¿Es compatible el crecimiento con lo sostenible?. Según Azqueta (Revista Ecosostenible, 2008), si en lugar de crecimiento hablamos de desarrollo humano la cosa cambia. Naciones Unidas han introducido el concepto de “Desarrollo Humano” que gira alrededor de llevar una vida plena; por supuesto esto es muy difícil de definir y mucho más todavía de medir, pero lo importante es que desvincula el desarrollo económico del consumo: pasamos de valorar lo que la persona tiene, a lo que la persona es capaz de ser.

Si se enfoca así y el análisis se centra en la persona como ciudadana y no como consumidora, entonces el desarrollo no tiene porqué ir ligado a una producción de bienes materiales, una vez cubiertas las necesidades básicas, sino a un aumento del conjunto de elección y a una mejora de las condiciones en las que se produce. Si lo importante es el desarrollo humano, no tiene entonces porqué

existir ninguna contradicción entre “desarrollo” y sostenibilidad ambiental; es más, el crecimiento económico no tiene porque ser incompatible con la sostenibilidad ambiental, sino que se verá amenazado por la ausencia de esta. Tanto es así que el Banco Mundial ya lleva algunos años estimando el “stock” de “capital natural” de los distintos países para calcular la depreciación del mismo y tratar de llamar la atención sobre el hecho de que, si no sustituimos el capital que estamos gastando, no podremos mantener nuestros niveles de consumo. Además hay que estimar cual es el capital natural crítico, aquella parte de capital natural (por ejemplo biodiversidad) que no puede ser sustituido por otras formas de capital humano o construido.

Desde el punto de vista económico, ¿qué valor tienen los espacios naturales? Azqueta responde con otra pregunta; ¿las personas tienen precio? Por supuesto que no, pero alguna de las cosas que hacen, sí. Por ejemplo, si contrato a una persona para que me pinte una habitación, una que me corte el pelo, o una para que me dé clase de inglés, tendré que pagar por ello, porque el servicio que me proporciona tiene un precio. La naturaleza igual como tal no tiene un precio, pero si alguno de los servicios que nos proporciona y eso es de lo que se trata de descubrir cuando se busca su valor económico.

Por ejemplo, cuando un bosque en la cabecera de una cuenca, amortigua la caída del agua de lluvia, y facilita su filtración, está proporcionando un flujo de agua de mejor calidad y más regular que si no existiera esa cubierta forestal; ¿tiene esto valor económico? Se lo podemos preguntar a una empresa que explota un embalse en el tramo medio de un río para abastecer a la población o generar energía eléctrica.

La presencia del bosque alarga la vida del embalse, porque reduce el aporte de sedimentos que se depositan en el fondo, y reduce costes de tratamiento del agua de boca, pero esta llega con mejor calidad y esto sí se puede medir en dinero.

Una puesta de sol en el mar ¿qué valor económico tiene?, Sin embargo el apartamento en primera fila de playa que tienen acceso a ella todas las tardes, alcanza mayor valor que los que dan a la calle de atrás ¿Cuánto vale la Catedral de Burgos? No tiene valor; pero que servicios presta: genera empleo (turismo), el terreno a su alrededor tiene más valor, permite celebrar servicios religiosos, etc.

Cierto que la población es más conscientes de la gravedad de los impactos ambientales y sociales, y por supuesto que entendemos mejor sus implicaciones económicas, y además nos hemos ido dotando de una institucionalidad, todavía muy insuficiente, cierto, pero indispensable hace solo pocos lustros.

Los problemas no se van a resolver solos, y va a costar mucho conciliar los legítimos derechos y aspiraciones de unos y otros. Con todo, estamos mejor que hace unos años, al menos somos conscientes de que así no podemos seguir y algo va a cambiar. Hay que pasar del “no se puede seguir así” al “no puedo seguir así” (concienciación ciudadana).

Las catástrofes naturales, el incremento generalizado de las temperaturas y la constatación del deterioro ambiental del planeta, han puesto de manifiesto en estos últimos años, los efectos negativos del cambio climático sobre la salud, los sistemas naturales, el bienestar social y la economía en general. El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático (en el marco de Naciones Unidas), recoge y recopila el conocimiento actual sobre los aspectos científicos, técnicos y socioeconómicos del cambio climático, y proporcionan bases consensuadas sobre las que definir medidas políticas y estrategias de adaptación y mitigación al mismo.

Por su situación geográfica y por sus características socioeconómicas, España es un país muy vulnerable al cambio climático. Problemas ambientales que se ven reforzados por efecto del Cambio Climático son: disminución de los recursos hídricos, la regresión de la costa, las pérdidas de la biodiversidad y los aumentos de erosión del suelo. Hay otros efectos del cambio climático que van a provocar serios impactos en diversos sectores económicos: turismo.

Todo ello ha convertido el cambio climático en uno de los principales retos a los que se enfrenta la Comunidad internacional, que ya acordó con el Protocolo de Kyoto, reducir en 52 las emisiones de GEI en países desarrollados entre 2008-2012 con respecto a los valores de 1990. Además, en el Consejo de Primavera de 2007, la UE asumió el compromiso de reducir las emisiones en un 20% en el año 2020, el cual fue respaldado por el gobierno español.

Después de Kyoto, la Comunidad Internacional bajo la dirección de Naciones Unidas, toma medidas concertadas contra el cambio climático, estableciendo una hoja de ruta a largo plazo, que se aplique con rapidez y marque plazos y objetivos bien determinados.

El sector turístico ocupa un lugar muy importante en esta toma de decisiones, por su valor económico y social a escala mundial, por su papel en el desarrollo sostenible y por sus estrechas relaciones con el clima. (Ministerio de Presidencia, 2007).

### **3.5– CONFERENCIA DE DAVOS**

La OMT en colaboración con PNUMA (Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente), la OMM (Organización Meteorológica Mundial) y con el apoyo del Foro Económico Mundial y del Gobierno de Suiza, convocaron la II Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo en Davos (Suiza) en octubre de 2007.

En esta reunión, que se basaba en la I Conferencia Internacional organizada en Djerba (Túnez) en 2003, con objeto de responder de forma oportuna y equilibrada a los imperativos del cambio climático en el sector turístico.

En la Conferencia de Davos (De Davos a Bali, OMT) se reconoció la evidencia del cambio climático y su fuerte relación con el turismo. Se instó a la adopción urgente de un conjunto de políticas para alentar el turismo sostenible y formas de viaje que tengan en cuenta la respuesta al cambio climático. Se aportó también un claro compromiso de actuar para responder al reto de cambio climático, y se señalaron iniciativas concretas de gobiernos, empresas, consumidores y redes de investigación y comunicación para fomentar la sensibilización, mejorar los datos y promover la educación, la colaboración y un nuevo ambiente que haga de la respuesta al cambio climático una prioridad. Estos temas volvieron a debatirse en la Cumbre Ministerial de Londres (Noviembre 2007) y en la Asamblea General de la OMT que tuvo lugar en Cartagena de Indias (Colombia Noviembre 2007).



En la II Conferencia de Davos se convino que:

- El clima es un recurso esencial para el turismo, que es muy sensible a los efectos del cambio climático y del calentamiento global, muchos de los cuales se están experimentando ya. Se estima que contribuye en cerca de 5% a las emisiones mundiales de CO<sub>2</sub>.
- El turismo de negocios y de recreo seguirá siendo un componente fundamental de la economía mundial, una actividad importante para el logro de los objetivos de desarrollo del milenio y un elemento positivo integrado en nuestra sociedad.
- Dada la importancia del sector turístico en los retos mundiales del cambio climático y de la reducción de la pobreza, es necesario adoptar con urgencia una serie de medidas políticas que fomenten el turismo verdaderamente sostenible, que refleje “la cuádruple cuenta de resultados” en los ámbitos ambiental, social, económico y climático.
- El sector del turismo debe responder con rapidez al cambio climático en el marco en evolución de las Naciones Unidas, y reducir progresivamente su emisión de gases de efecto invernadero (GEI) para poder crecer de forma sostenible; con este objeto, habrán de tomarse medidas para:
  - ▲ **Mitigar** sus emisiones de GEI, derivadas especialmente del transporte y alojamiento
  - ▲ **Adaptar** las empresas y los destinos turísticos al cambio de las condiciones climáticas
  - ▲ **Aplicar** las técnicas nuevas y las ya existentes, para aumentar la eficacia del uso de la energía
  - ▲ **Recabar** recursos financieros para ayudar a las regiones y países pobres

La Conferencia (UNWTO, 2008) también instó a que se adopten las medidas siguientes:

#### 1. Gobiernos y Organizaciones Internacionales

- Incorporar el turismo en el cumplimiento de los compromisos adquiridos con la CMNUCC (Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático) y su protocolo de Kyoto.
- Llevar a cabo simultáneamente actividades concretas de mitigación, adaptación, tecnología y financiación.
- Dar apoyo financiero, técnico y de formación a los destinos y a los operadores turísticos de los países en desarrollo, para que puedan participar en el marco mundial de acción frente al cambio climático.
- Fomentar en todos los niveles, asociaciones, redes y sistemas de intercambio de información interdisciplinarios, que son esenciales para el desarrollo sostenible del sector.
- Colaborar en estrategias, políticas y planes de acción institucionales, para reducir la emisión de GEI en el transporte y el alojamiento.
- Crear servicios regionales y locales de información sobre el clima (en colaboración con los Servicios Nacionales de Meteorología de la OMM)
- Aplicar medidas de política general, reglamentación, finanzas, gestión, educación, comportamiento, investigación, etc., para que la adaptación y la mitigación sean eficaces.

#### 2. Sector Turístico y destinos

- Asumir el liderazgo en la aplicación de medidas concretas, para mitigar los efectos del cambio climático a lo largo de toda la cadena de valor del turismo. Definir objetivos e indicadores para supervisar progresos.
- Fomentar y realizar inversiones en programas turísticos ahorrativos de energía, en energías renovables.
- Integrar el turismo en la elaboración de las estrategias de adaptación y mitigación en los planos local, regional y nacional, y en sus planes de puesta en práctica.

- Esforzarse por conservar la diversidad biológica, los ecosistemas naturales y los paisajes de forma que refuercen su resistencia al cambio climático y garanticen el uso sostenible a largo plazo de la base de los recursos ambientales del turismo, en particular los que sirven de pulmones a la Tierra (sumideros de C), secuestrando los GEI, mediante programas de gestión forestal, y otros programas biológicos, o los que protegen la línea de costas (como manglares y los arrecifes de coral).
- Tratar de conseguir entornos cada vez más exentos de Carbono, disminuyendo la contaminación, desde la concepción hasta la ejecución de las actividades.
- Sensibilizar a los clientes y al personal respecto de los efectos del cambio climático.

### 3. Consumidores

- Alentar a los turistas para que antes de tomar sus decisiones, tengan en cuenta las repercusiones climáticas, económicas, ambientales y sociales de sus opciones de viaje y destino, y en lo posible reduzca su huella de C, o compensen las emisiones que no puedan reducirse directamente.
- Alentar a los turistas a que, una vez en su lugar de destino, opten por actividades respetuosas con el medioambiente, que reduzcan su huella de carbono, y que contribuyan a la conservación del entorno natural y patrimonio cultural.

### 4. Redes de investigación y comunicación

- Fomentar investigaciones multidisciplinarias y con objetivos concretos sobre los efectos del cambio climático, con objeto de colmar las lagunas regionales de los conocimientos actuales, y desarrollar herramientas de evaluación de riesgos y de análisis coste beneficio con las que valorara la viabilidad de las diversas respuestas.
- Incluir en los planes de estudio temas ambientales y de cambio climático, en centros de formación en turismo, y ampliarlos al sistema general de la enseñanza.
- Fomentar viajes responsables que apoyen un turismo sostenible.

- Dar a conocer mejor la importancia económica del turismo como herramienta de desarrollo, y presentar información equitativa, equilibrada y fácil de comprender, sobre las causas y los efectos del cambio climático, a partir de datos científicos contrastados.

En resumen, en la II Conferencia sobre Cambio Climático y Turismo celebrada en Davos, se señalaron una serie de medidas que habrán de adoptar en el futuro todos los agentes del sector, para empezar inmediatamente a establecer y aplicar una hoja de ruta a largo plazo para lograr reducir la huella del carbono.

También se invita a los gobiernos y a las organizaciones internacionales, al sector del turismo, a los consumidores y a las redes de investigación y comunicación, a llevar a la práctica esas recomendaciones mediante compromisos y planes de acción concretos, y a utilizar como plataforma el servicio en línea de la OMT, para el intercambio de información sobre cambio climático y turismo, de modo que los agentes interesados puedan registrar sus compromisos y actividades, a favor de la adaptación y la mitigación.

Se insta al sector turístico a actuar para hacer frente al cambio climático, que es uno de los mayores retos que se plantean al desarrollo sostenible y a los objetivos de desarrollo del Milenio en el siglo XXI.

En la Cumbre Ministerial sobre Turismo y Cambio Climático de Londres, en noviembre de 2007, los participantes refrendaron enérgicamente la Declaración de Davos, e instaron a todos los agentes del turismo a seguir sus recomendaciones. Algunas delegaciones, no obstante, formularon comentarios específicos, y pidieron al Secretario General de la OMT que informara de ellas a la Asamblea General de la OMT y a la próxima Cumbre de Bali sobre cambio climático.

Entre estos comentarios están los deseos de la delegación de Australia que indican que las respuestas políticas para afrontar el cambio climático, deberían ser equilibradas y completas, y centrarse en medidas que sean económicamente eficientes. El sector turístico debe desempeñar un papel protagonista dentro de una respuesta más amplia al cambio climático; sin embargo no debería quedar en desventaja por la imposición de una carga desproporcionada para el turismo en su conjunto o para componentes vitales como transporte aéreo.

La delegación de Brasil sugiere agregar un párrafo: “Ayudar a los países en desarrollo en los que el sector turístico sea especialmente vulnerable a los efectos del cambio climático, a fin de que puedan afrontar los gastos que conlleva la adaptación”.

La convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático (CMNUCC), es uno de los instrumentos multilaterales que cuenta con más Estados Partes.

XVII Reunión de la Asamblea General de la OMT sobre “Turismo y Cambio Climático”, en Cartagena de Indias (Colombia) Noviembre de 2007.

En esta Asamblea se toma nota de los principales elementos de la Declaración de Davos y de las conclusiones de la Cumbre Ministerial de Londres, y que pone de manifiesto que las recomendaciones que formulen esos foros no deberían dar ocasión a discriminación alguna en contra de países en desarrollo por crear obstáculos a su crecimiento económico, y en particular a los países en desarrollo situados a gran distancia de los mercados emisores de turismo.

Se reconoce la urgente necesidad de que el sector del turismo se adapte a las condiciones del cambio climático, mitigue las emisiones de gases invernadero con arreglo al principio de responsabilidades comunes, pero diferenciadas que recoge CMNUCC, y ayude a transferir nuevas tecnologías, especialmente por medio de mecanismos de desarrollo limpio, y que se esfuerce por conseguir recursos financieros para dar asistencia a países en desarrollo, que son especialmente vulnerables al cambio climático, e insta a gobiernos, organizaciones internacionales y profesionales del sector turístico, a los medios de comunicación y a otros agentes a comprometerse y a dar respuesta a uno de los mayores desafíos de nuestro tiempo.

Expresan su satisfacción por la estrecha colaboración entablada por la OMT con otros organismos pertinentes de Naciones Unidas, y en particular PNUMA y con la OMM.

Cumbre de Nusa Dua (Bali, Indonesia) Diciembre 2007. Conferencia Mundial de Naciones Unidas sobre Cambio Climático.

En esta Cumbre, el Secretario General de la OMT, Francesco Frangiali, dejó claro que el turismo contribuye al calentamiento global y es a la vez víctima del mismo. El turismo crece espectacularmente: 165 millones de llegadas internacionales en 1970 a 846 millones en 2006, y sin duda 1.600 millones en 2020; esto sin contar con el turismo interno.

Un sector de esta magnitud no podía dejar de tener consecuencia para el clima, dadas las emisiones de GEI, que generan los desplazamientos y estancias. A su vez, el calentamiento que provocan las grandes actividades humanas, modifican profundamente las reglas del juego del desarrollo turístico. Las islas tropicales pequeñas y las estaciones de esquí de altitud media son los primeros destinos afectados. Otros le seguirán, aquellos cuyo producto se basa en los bosques, los glaciares, la biodiversidad y la vida silvestre.

La comunidad turística no debe eludir sus responsabilidades, participará en el esfuerzo conjunto pilotado por Naciones Unidas; argumenta que la contribución de las actividades de los viajes y del turismo a la emisión de GEI, se limita al 5% del total, la mitad derivada del transporte aéreo de pasajeros; pero no hay que olvidar que el turismo genera riqueza, crea empleo y contribuye a reducir la pobreza.

XVIII Reunión de la Asamblea General de la OMT. Astana (Kazajstán).  
Octubre 2009.

Se demuestra la importancia del sector turístico como medio que puede contribuir a la recuperación económica mundial, y la transformación a largo plazo hacia una economía verde.

XIX Reunión de la Asamblea General de la OMT “Turismo Sustentable”.  
Gyeongju (Corea). Octubre 2011.

Sus decisiones se enfocaron principalmente en el turismo ambiental y en el papel que juega la industria del turismo para apoyar al mundo a lograr las ocho metas internacionales de desarrollo (erradicar la pobreza y el hambre, reducir la tasa de mortalidad infantil, enfrentar epidemias como el SIDA, impartir educación universal, promover la equidad de género, mejorar la salud materna, lograr la

sustentabilidad ambiental y desarrollar una asociación global para el desarrollo), a través del deporte, la cultura y el turismo.

XX Reunión de la Asamblea General de la OMT. Cataratas Victoria (Zambia). Agosto 2013.

Las distintas delegaciones hablaron de las políticas de transporte aéreo de sus respectivos países y pidieron medidas e iniciativas para incrementar la conectividad, y una colaboración más estrecha entre políticas turísticas y el transporte aéreo. También se difundieron datos esperanzadores para el sector turístico, debido al incremento de las llegadas de turistas internacional, superando las previsiones iniciales de la OMT.

En el año 2015, la sede elegida para realizar la XXI Reunión de la Asamblea de la OMT es Medellín (Colombia).

### **3.5.1 - Turismo en la Era del Cambio Climático**

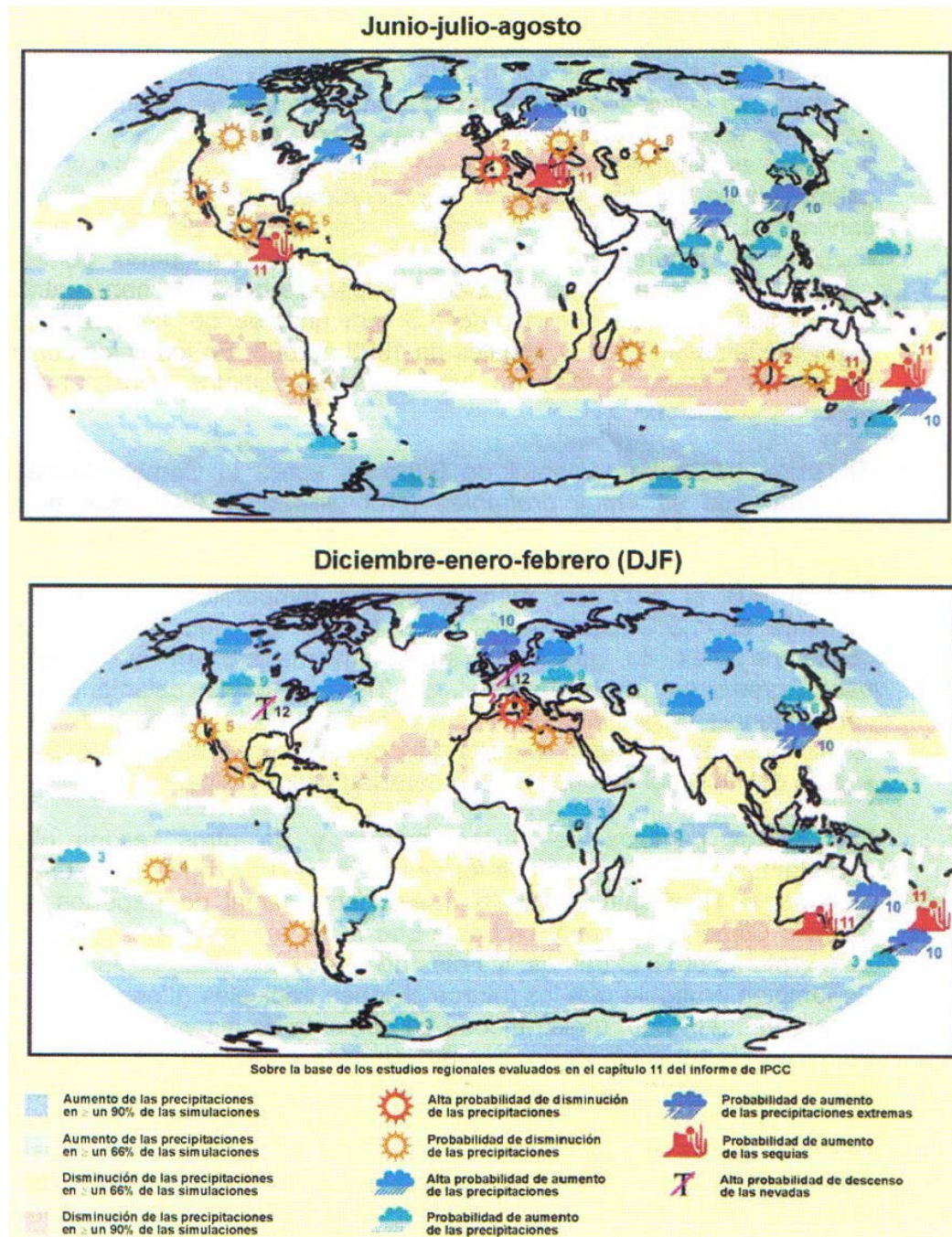
No cabe duda que se presenta una nueva situación para turismo en la era del cambio climático. Son persuasivos los indicios de que el clima mundial está cambiando en comparación con la época preindustrial, y previsiblemente seguirá cambiando en el siglo XXI y posteriormente.

El Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático, indicó que es muy probable que cada vez sean más frecuentes las temperaturas altas extremas, las olas de calor, las precipitaciones intensas, los futuros ciclones tropicales (tifones y huracanes) ganarán intensidad, registrándose un aumento de velocidades máximas de los vientos, etc.

La gran extensión de las regiones con destacados destinos turísticos, se verá afectada por estos fenómenos extremos, de aquí la necesidad de crear conciencia y fomentar la preparación de ámbito local para los peligros naturales mediante capacitación sistemática y sistemas de gestión de riesgo de catástrofes.

En la figura III.7 se pueden observar los cambios climáticos a escala regional previstos por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático.

Figura III.7 – Cambio climático mundial



Fuente: OMT (2008)

El sector turístico (Stern, 2006) no puede solo hacer frente al problema de cambio climático por cuenta propia, por lo que debe actuar en el marco general de desarrollo sostenible a escala internacional, como viene haciendo.



El turismo sí puede ocupar un lugar destacado en esta lucha contra el cambio climático si se movilizan plenamente los recursos y la capacidad de innovación de este sector económico mundial de importancia capital, orientándolos a la consecución de este objetivo. Así en 2006 la OMM creó en colaboración con OMT, un equipo de expertos en clima y turismo, al que se encomendó el mandato de fomentar el uso de la información sobre tiempo atmosférico y el clima en el sector turístico y el conocimiento de las consecuencias de cambio climático.

Cierto que el cambio climático afectará a los destinos turísticos, su competitividad y su sostenibilidad en cuatro ámbitos generales:

1 – Repercusión climática directa, ya que el clima es un recurso fundamental del turismo en la medida en que constituye uno de los factores que determinan si un lugar es adecuado para distintas actividades turísticas, es motor destacado de la estacionalidad mundial e influye notablemente en los gastos de explotación. Puede que el clima influya en la pérdida de posición competitiva de algunas zonas turísticas populares (por ejemplo el mediterráneo en verano).

2 – Repercusión indirecta de los cambios ambientales, ya que las condiciones ambientales son un recurso esencial para el turismo, una amplia gama de cambios ambientales provocados por el clima, tendrán efectos de gran calado en el turismo; las variaciones en la disponibilidad de agua, la pérdida de biodiversidad, la degradación de la estética paisajística, las alteraciones en la producción agrícola, el aumento de los peligros naturales, la erosión e inundación de zonas costeras, los daños de infraestructura, etc., serán factores determinantes en el turismo. Los cambios ambientales provocados por el clima serán para el turismo negativos.

3 – Repercusión de las políticas de mitigación en la modalidad turística; es probable que las políticas nacionales e internacionales de mitigación, las que tienen por objeto reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, repercutan en las corrientes turísticas en la medida que provoquen un aumento de costos en el transporte u otro destino. Destinos lejanos como

Asia Sudoriental, Australia, Nueva Zelanda, Caribe, etc., temen porque las políticas de mitigación incidan negativamente en su economía nacional y así se potencien destinos ubicados más cerca de los principales mercados.

4 – Repercusión directa de los cambios sociales; el cambio climático amenaza el futuro crecimiento económico y a la estabilidad política de las naciones.

El informe Stern sobre economía del cambio climático, llega a la conclusión de que, aunque un calentamiento del planeta de apenas 1°C, podría beneficiar al PIB mundial, un cambio climático de mayores proporciones terminaría perjudicando el crecimiento económico en todo el mundo, hasta el punto de que un cambio climático no mitigado podría reducir el consumo en un 20% a finales del siglo XXI o principios del XXII.

Toda reducción del PIB mundial ocasionada por el cambio climático, provocaría una disminución de ingresos discretos de que disponen los consumidores de turismo, lo que tendría repercusiones negativas en las previsiones del futuro crecimiento turístico.

De todos modos es necesaria la comunicación efectiva entre científicos que estudian el cambio climático y los operadores turísticos a escala regional y local, para elaborar previsiones de cambio climático e indicadores dirigidos a las instancias turísticas encargadas de tomar decisiones.

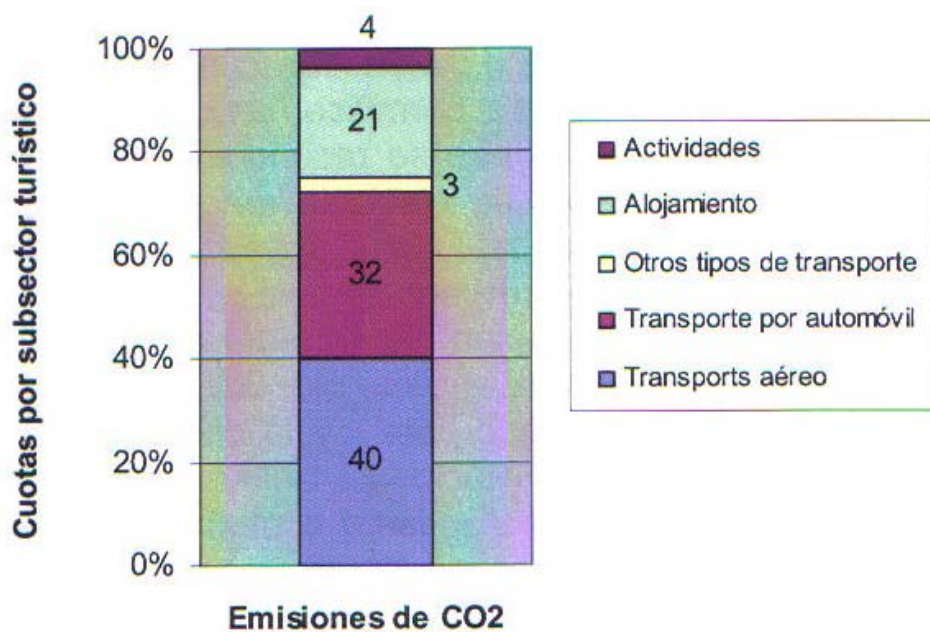
Realmente nunca se ha evaluado la contribución del turismo al cambio climático. Se intentó calcular el CO<sub>2</sub> emitido por el transporte, alojamiento y las actividades turísticas. En una primera aproximación, las emisiones generadas en el año 2005 por el turismo mundial se reflejan en la tabla III.15, y por subsectores turísticos, en la figura III.8.

Tabla III.15 – Emisiones de CO<sub>2</sub>

	CO <sub>2</sub> (millones de toneladas)
Transporte Aéreo	517
Transporte por automóvil	420
Otros tipos de transporte	45
Alojamiento	274
Actividades	48
<b>TOTAL</b>	<b>1,302</b>
Total Mundial	26,4
Cuota (%)	4,9

Fuente: OMT (2008)

Figura III.8 – Emisiones de CO<sub>2</sub> por subsectores turísticos

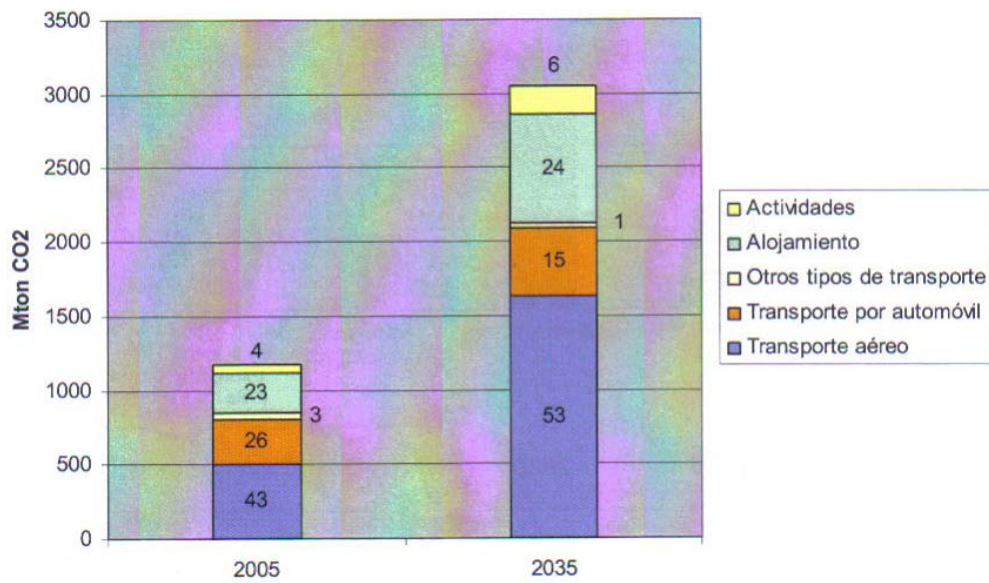


Fuente: OMT (2008)

La mayor proporción la genera el transporte aéreo con un 40% del total.

En la III.9 figura podemos observar una comparativa de 2005 con las previsiones del 2035, en el caso de que todo siguiese como hasta ahora.

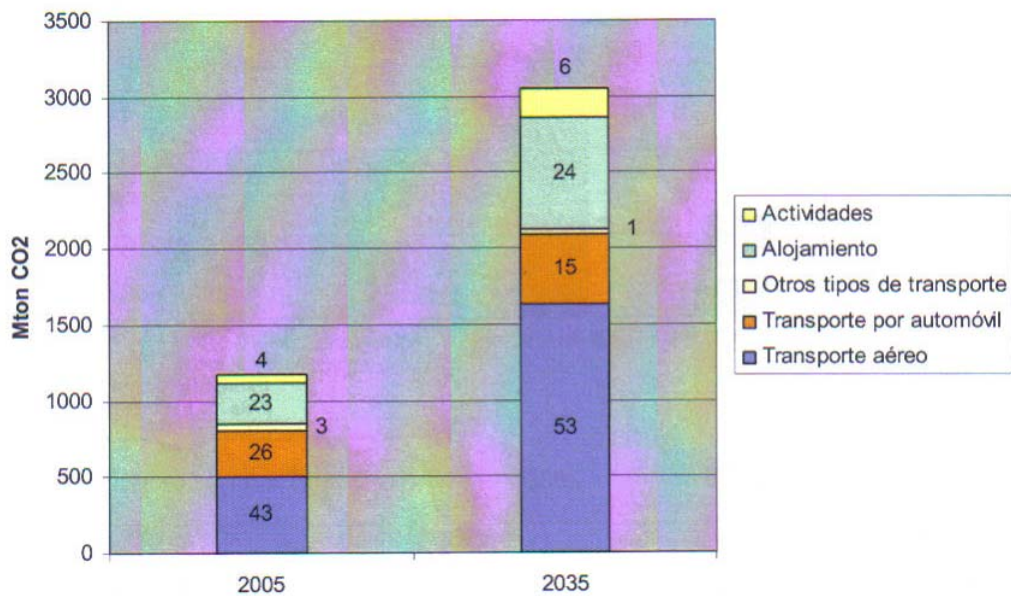
**Figura III.9 – Previsiones de emisiones de CO<sub>2</sub> de cara al 2035**



*Fuente: OMT (2008)*

En la figura III.10 se puede observar la mitigación potencial de CO<sub>2</sub> generadas por el turismo mundial en 2035.

**Figura III.10 – Mitigación potencial de CO<sub>2</sub> generada por el turismo cara al 2035**



*Fuente: OMT (2008)*

### Medidas de Mitigación

Para hacer frente a las emisiones de gases de efecto invernadero generadas por el turismo, cabe destacar cuatro estrategias básicas de mitigación:

- El uso de menos energía (pasando a un mayor uso del autobús y del ferrocarril).
- La mejora de la eficiencia energética (nuevas tecnologías).
- Un mayor uso de energías renovables, incluyendo la eólica, fotovoltaica, heliotérmica, geotermal, la biomasa, solar y la regeneración de energía mediante deshechos.
- Secuestro del carbono mediante sumideros. Se puede almacenar CO<sub>2</sub> en la biomasa (por ejemplo plantando árboles o evitando la deforestación).

Según Becken (2007), los turistas siguen sin tener claro en que consisten las contrapartidas de las emisiones de carbono, y además existen indicios de que los viajeros de mayor movilidad, que representan la proporción más grande de las distancias recorridas, y de las emisiones generadas, no están dispuestos a presentar voluntariamente, apoyo a un sistema de contrapartidas de las emisiones de C de momento.

Lo que sí es cierto es que el cambio climático tendrá repercusiones radicales que tal vez transformen determinados aspectos del sector turístico a escala mundial.

**CAPÍTULO IV. TURISMO SOSTENIBLE: UN  
NUEVO VALOR AÑADIDO AL SECTOR  
TURÍSTICO**

**CAPÍTULO IV. TURISMO SOSTENIBLE: UN NUEVO VALOR  
AÑADIDO AL SECTOR TURÍSTICO.....124**

4.1	Concepto y definición.....	126
4.2	Turismo Sostenible: Marco Internacional y Nacional.....	129
	4.2.1 – Marco Internacional.....	129
	4.2.2 – Marco Nacional.....	134
4.3	Instrumentos para un Turismo Sostenible.....	137
	4.3.1 – Instrumentos Legislativos y de Gestión.....	137
	4.3.2 – Instrumentos de Planificación. Indicadores.....	156
	4.3.3 – Instrumentos Financieros y de Apoyo.....	171
	4.3.4 – Innovación.....	174
4.4	Hacia un Turismo Sostenible y Competitivo.....	183
	4.4.1 – Competitividad: Concepto y definición.....	183
	4.4.2 – Turismo sostenible y competitividad.....	184
	4.4.3 – Turismo Sostenible: Un valor añadido.....	196

## 4.1 – CONCEPTO Y DEFINICIÓN

Al aplicar criterios de sostenibilidad a diferentes ramas de actividad, el turismo no podía estar ajeno al proceso, ya que es una industria en la que los principales recursos son el medio natural y patrimonial. Según Frangialli, Secretario General de la OMT, el crecimiento constante de esta industria y su tendencia consiguiente a la masificación, se produce de forma paralela con una mayor conciencia ambiental de unos consumidores que cada vez exigirán destinos turísticos más limpios, más seguros y más benévolos para con el medio ambiente. Estas tendencias convierten en algo imperativo el desarrollo y la gestión de una industria turística sostenible.

El concepto de turismo sostenible (López, 2005b) posee numerosas acepciones:

- En el XLI Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST), en 1991, define el turismo sostenible como “el turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos. Debe integrar las actividades económicas y recreativas con el objetivo de buscar la conservación de los valores naturales y culturales”.
- Según la Federación de Parques Nacionales y Naturales (FNNP), en 1993, el turismo sostenible lo constituyen todas las formas de desarrollo turístico, gestión y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad.
- La OMT en la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible, 1993, en el documento titulado “*Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects*”, definió el concepto de turismo sostenible como “el que atiende 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 satisfacer 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”.



- El Comité de Desarrollo Sostenible del Turismo, de la OMT en 2004, en su reunión de Tailandia dio una nueva definición conceptual, poniendo énfasis en el equilibrio entre aspectos ambientales, sociales y económicos del turismo, así como en la necesidad de aplicar principios de sostenibilidad en todos los sectores del turismo, y hace referencia a objetivos mundiales como la eliminación de la pobreza.

De este modo, se identifica el desarrollo turístico sostenible (Hall, 2000) con un proceso de cambio cualitativo, producto de la voluntad política que, con la participación imprescindible de la población local, adapta el marco institucional y legal, así como los instrumentos de planificación y gestión, a un desarrollo turístico basado en un equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo.

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible, deben aplicarse a todas las formas de éste, y a todos los tipos de destino. Se debe establecer un equilibrio adecuado entre las tres dimensiones (ambiental, económica y sociocultural) para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

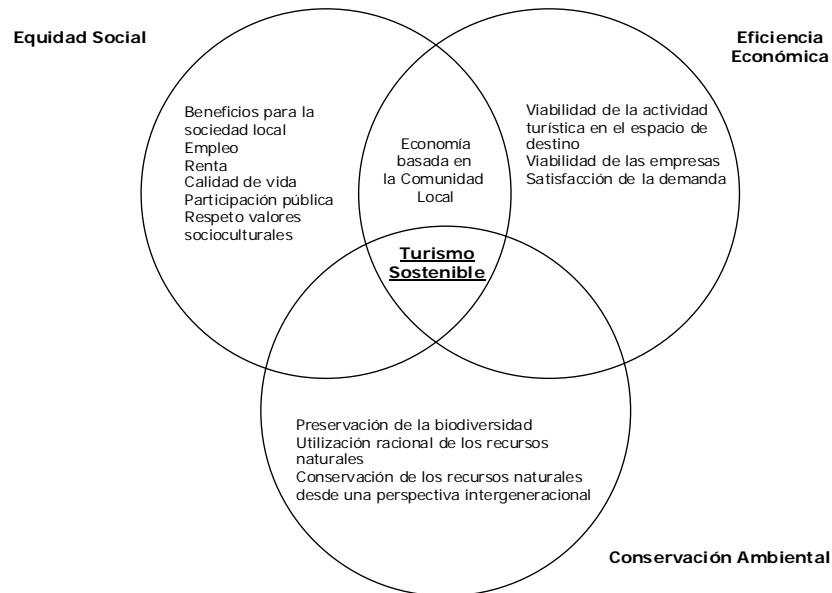
Por tanto, el turismo sostenible debe dar uso óptimo a los recursos ambientales; debe respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos.

El turismo sostenible exige la participación informada de todos los agentes, así como el liderazgo político firme, para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

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.

La noción de equilibrio entre objetivos sociales, económicos y ambientales de desarrollo sostenible constituye el argumento central del modelo conceptual del turismo sostenible de Hall, tal y como se puede apreciar en la figura IV.1.

**Figura IV.1 – Modelo conceptual del turismo sostenible**



**Fuente: Hall (2000)**

De este modo, se identifica el desarrollo turístico sostenible con un proceso de cambio cualitativo, producto de la voluntad política que, con la participación imprescindible de la población local, adapta el marco institucional y legal, así como los instrumentos de planificación y gestión, a un desarrollo turístico basado en un equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad del desarrollo.

## **4.2 – TURISMO SOSTENIBLE: MARCO INTERNACIONAL Y NACIONAL**

### **4.2.1 – Marco Internacional**

En los años setenta, aparecen nuevas aproximaciones en el tema turístico desde las perspectivas críticas y medioambientales. En dicha línea, se expresa la Revista *Annals of Tourism Research*, que afronta cuestiones tan relevantes como la psicología del turista, el papel del ocio en la sociedad industrial urbana, la simbología de las vacaciones, y las primeras expectativas sobre el medio ambiente. (López, 1990).

Hasta la década de los 90 no se plantea la sostenibilidad en el turismo. Es a partir de esta década cuando se ven los primeros acontecimientos:

- 1991. Se celebra el XLI Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST), bajo el epígrafe de Turismo Cualitativo se plantea la complejidad del estudio de la sostenibilidad en el turismo. (López, 2005).
- 1992. Se celebra la Cumbre de Río, en donde se comienza a generar una nueva tendencia, que pretende integrar el desarrollo sostenible en la actividad turística. La Unión Europea aprueba el V Programa Comunitario de Política y Actuación en materia de Medioambiente y Turismo Sostenible (1992-1996) con el objetivo de integrar el medioambiente en todas las políticas de la Unión. Como consecuencia de este Programa, se inicia la aplicación de las Agendas 21 sectoriales. Desde ese momento, se establece la necesidad de promover programas de turismo ecológicamente sostenible. (Blasco, 2005).

El Plan de Medidas Comunitarias a favor del Turismo, recoge una serie de medidas que tienen que ser aptas para proteger la calidad del medioambiente natural y patrimonio cultural. Las acciones contempladas en dicho Plan para el turismo eran:

- Apoyo a las iniciativas destinadas a informar y sensibilizar al turista y a los prestatarios de servicios sobre turismo y medio ambiente.
  - Apoyo a las acciones innovadoras para conciliar turismo y protección de la Naturaleza, sobre todo en zonas de costa y montaña.
  - Apoyo al desarrollo de redes de intercambio transnacional de experiencias.
  - Apoyo a iniciativas de turismo limpio.
- 1993. Se celebra la Conferencia Euromediterránea sobre turismo y desarrollo sostenible en Hyeres-Lespalmer, Francia; se inicia el proceso de aplicación de la Agenda 21 y sostenibilidad en el turismo.  
En ese mismo año la OMT publica un documento “*Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects*”, donde define un nuevo concepto de turismo sostenible.
  - 1994. La OMT considera fundamentales para la implantación de la Agenda 21, en centros turísticos, algunos requisitos, y publica el documento “*For the travel and tourism Industry. Towards environmentally sustainable development?*”, en el que se integran principios básicos en relación con el turismo y medio ambiente.
  - 1995. La Comisión presentó un documento sobre “El papel de la Unión Europea en materia de Turismo”, conocido como “Libro Verde”, que reflexionaba sobre el turismo, y promovía un desarrollo sostenible que respete el Medioambiente.
  - 1995. I Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible en Lanzarote. Aquí se promulgó la “Carta del turismo sostenible”, con 18 principios que ponen las bases para una estrategia mundial basada en el desarrollo sostenible.
  - 1996. La Comisión de las Comunidades Europeas (1996) presentó un programa plurianual del turismo europeo, PHILOXENIA (1997-2000) que promovía el turismo europeo.

- 1997. Se celebra la Conferencia sobre Empleo y Turismo en Luxemburgo, entre las conclusiones y recomendaciones presentadas, se encontraba entre las últimas, la del fomento al desarrollo sostenible del turismo. Tras esta última Conferencia, se crea un grupo de alto Nivel del Turismo y Empleo (GAN). Las recomendaciones del GAN fueron base para reforzar las perspectivas para trabajar la competitividad y la sostenibilidad. (Grupo de Alto Nivel del Turismo y Empleo, 1998).
- 1999. Se celebró la Conferencia HABITAT II en Estambul y el Plan de Acción del Mediterráneo en Malta, donde se presentaron varias propuestas para el turismo sostenible en la Cuenca del Mediterráneo, tema de vital importancia teniendo en cuenta las condiciones medioambientales del Mar Mediterráneo, que reciben más de 150 millones de turistas al año, con previsiones de crecimiento.
- 2000. Se presentó en Berlín la iniciativa de los touroperadores para el Desarrollo de Turismo Sostenible, el programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente PNUMA, en colaboración con la UNESCO. Se pretende la aplicación de las mejores prácticas en la gestión ambiental, basadas en la información y el intercambio de experiencias, la implantación de nuevas tecnologías, la realización de auditorías ambientales y una colaboración con los gobiernos, la industria del turismo y otros agentes. (López, 2001).
- 2001. La Comisión de las Comunidades Europeas (2001) presentó la comunicación “Trabajando juntos por el futuro del Turismo Europeo”, basándose en el informe de los GAN. El objetivo era destacar la competitividad y la sostenibilidad (según los principios establecidos en la Agenda 21) del sector, así como apelar por un diálogo constante entre los distintos actores del sector, y llevar a cabo un Foro anual del Turismo, para fortalecer la relación entre los profesionales y administración (nacional, regional y local).

- 2003. La Comisión de las Comunidades Europeas (2003) presenta la “Comunicación sobre orientaciones básicas para la sostenibilidad del turismo”. En la comunicación se apuesta por la creación de un grupo de sostenibilidad del turismo (GST), compuesto por 22 expertos del sector empresarial, sindicatos, sector turístico y sociedad civil.
  
- 2006. La Comisión de las Comunidades Europeas (2006) revisando la Estrategia de Lisboa (o Agenda de Lisboa) presentó la Comunicación “Una nueva política turística en la UE: hacia una mayor colaboración en el turismo europeo”. El objetivo es mejorar el potencial de crecimiento y empleo en el sector turístico, sin perjuicio de la sostenibilidad. En la Comunicación se indica que la sostenibilidad económica, social y medioambiental es un factor clave para la competitividad del sector, así como la creación de empleo y la preservación y fomento de las atracciones naturales y culturales. El dialogo entre todas las partes afectadas (autoridades locales, regionales y del sector) es un mecanismo a destacar en ese sentido.
  
- 2007. GST presentó un informe “Acción para un Turismo Europeo más sostenible”, en el que se indicaba la necesidad de incluir las entidades locales en la planificación, así como realizar campañas en pro del turismo responsable. Teniendo en consideración estas indicaciones, se realizó una consulta pública, adoptándose a posteriori una “Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo”. Son objetivos de esta Agenda la prosperidad económica, la equidad y la cohesión social, la protección del medio ambiente y la cultura (<http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/doc/tsg/TSG.pdf>). Los objetivos de esta agenda deberán alcanzarse mediante políticas adecuadas, como una gestión sostenible de los destinos (por ejemplo a través de la planificación de la utilización del espacio y el suelo, o de inversiones en materia de infraestructuras y servicios), haciendo que las empresas tomen en consideración las cuestiones de sostenibilidad y sensibilizando a los turistas a dicha sostenibilidad. A raíz de la Agenda, la

Comisión de las Comunidades Europeas (2007c) dio inicio al proyecto piloto “Destinos Europeos por Excelencia” (EDEN). Con esta iniciativa se pretende llamar la atención sobre el valor, la diversidad y las características comunes de los destinos turísticos europeos, y promover destinos en los que se genere crecimiento económico de una manera tal que se logre asegurar la sostenibilidad social, cultural y medioambiental del turismo.

- 2007-2013. VII Programa marco de investigación, desarrollo tecnológico y demostración. La investigación en relación con las tecnologías de la información y comunicación, las aplicaciones de los satélites o patrimonio cultural, están estrechamente relacionadas con el sector turístico.
- 2008. La Alianza para los Criterios Mundiales de Turismo Sostenible (GSTC), coalición de 32 organizaciones, que fue iniciada por Rainforest Alliance, PNUMA, OMT, Fundación de Naciones Unidas, etc., presentó Los Criterios Mundiales de Turismo Sostenible en el Congreso Mundial de la Naturaleza. Estos criterios son las normas mínimas a las que cualquier negocio turístico deberá aspirar para proteger y conservar los recursos naturales y culturales del mundo, al tiempo que aseguran que el turismo cumpla con su potencial como herramienta para aliviar la pobreza ([www.sustainabletourismcriteria.org](http://www.sustainabletourismcriteria.org)).
- 2009. El Comité Económico y Social Europeo (CESE) acoge favorablemente, y valora de forma positiva, la Comunicación de la Comisión: Agenda para un Turismo Europeo Sostenible y Competitivo”. El CESE respalda el compromiso de la Comisión de afianzar de forma clara su estrategia y su política turística para los próximos años. (Comisión de las Comunidades Europeas, 2007d).
- 2010. Reunión de Ministros de Turismo T20, celebrada en Johannesburgo (Sudáfrica). Se llegaron a acuerdos para incrementar la posición del turismo como sector clave de un desarrollo social y económico sostenible.
- 2011. El Comité Director de las Naciones Unidas de Turismo para el desarrollo (SCTD) reunido en Ginebra, Suiza, se brindará la oportunidad

para que los puntos focales de turismo tengan un conocimiento más profundo sobre el Marco Integrado Mejorado (MIM) y entiendan que pueden hacer uso de sus mecanismos para desarrollar planes de acción y estrategias de turismo globales donde aún no existe.

- 2012. Cumbre de la Tierra Río+20 -llamada oficialmente Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo Sustentable. Rio de Janeiro (Brasil). Conmemora el 20º aniversario de la Cumbre de Rio de 1992. Se mantuvieron las bases de una cooperación internacional. Y se insta a los países a presentar dentro de uno o dos años soluciones para importantes cuestiones pendientes como los objetivos de desarrollo sostenible, la asistencia financiera y tecnológica y la creación de un foro político de alto nivel sobre desarrollo sostenible.
- 2013. Conferencia Internacional de Turismo Sostenible: Planeta, Personas y Paz. San José (Costa Rica). Se compartieron estrategias, mejores prácticas, retos y oportunidades que permitan enriquecerla industria turística y las experiencias de Costa Rica como destino sostenible.

#### **4.2.2 – Marco Nacional**

España, país con gran experiencia turística, no significa que también la tenga en turismo sostenible. Realmente, despierta a la sostenibilidad cuando ya mucho más que “hecho”, se había “deshecho”, a pesar de que en 1905 ya existía en España una “Comisión Nacional de Turismo”. La sostenibilidad en el turismo (Pérez de las Heras, 2004) empieza a ser considerada en:

- 1992. “I Plan Marco de Competitividad del Turismo Español”, conocido como “Plan Futures”. Pretendía dotar al sector turístico de un marco de trabajo para hacer frente a los nuevos retos que procedían de Europa.
- 1993. “I Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible”. Se celebra en Francia y tiene por objetivo la aplicación de la agenda 21 en esta región, pero es de los primeros actos en los que empieza a hablarse de sostenibilidad en el turismo español.



- 1994. Plan de acción del Mediterráneo (Conferencia de Túnez) y el Convenio de Barcelona, se empieza a revisar la Agenda 21.
- 1995. “II Conferencia Ministerial sobre turismo en el Mediterráneo”, en Marruecos, donde se adopta la Carta del Turismo Mediterráneo y se constituye la Comisión Mediterránea para el Desarrollo Sostenible.
- 1995. “Conferencia Mundial de Turismo Sostenible” en Lanzarote. En ella se aprobó la “Carta del Turismo Sostenible”, elemento básico para la sostenibilidad turística.
- 1997. “Conferencia Internacional sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo” en Calviá (Mallorca), y se adoptó la denominada Declaración de Calviá, sobre Turismo y Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo. Se insistió en implicarse en procesos de la Agenda Local 21 con el fin de desarrollar modelos de gestión local sostenible a largo plazo.
- 1997. Congreso Nacional de Turismo (Madrid) se presentó el “Plan de Estrategias y Actuaciones de la administración del Estado en materia turística”, cuya estrategia 8 estaba dedicada a desarrollar el concepto de sostenibilidad medioambiental en el sector turístico español. Entre otras propuestas de actuación, contenía la de Implantación de Planes Integrales de Turismo sostenible en destinos maduros, y la incorporación en las empresas turísticas de sistemas de gestión medioambiental.
- 1998. “Plan de Turismo Sostenible”, fruto del acuerdo marco de cooperación entre los Ministerios de Medio Ambiente y el Ministerio de Economía y Hacienda de España. Este Plan contiene cuatro programas específicos:
  - Turismo y Planificación
  - Turismo y Gestión Ambiental
  - Turismo y espacios naturales protegidos
  - Formación en Turismo Sostenible
- 2000. Se pone en marcha “Plan Integral de Calidad del Turismo Español” (PICTE 2000-2006), con diez programas básicos:

- Calidad en los destinos turísticos
- Calidad en los productos turísticos
- Calidad en los sectores empresariales
- Formación de calidad
- Desarrollo e innovación tecnológica
- Internacionalización de la empresa turística
- Cooperación internacional
- Información estadística y análisis económico
- Promoción
- Apoyo a la comercialización exterior

En este Programa se menciona el ejemplo del Municipio Turístico sostenible, explicando que a través del Reglamento de la CEE 1836/93 del Consejo de 29/6/93 se permite a las empresas del sector industrial que se adhieran con carácter voluntario a un Sistema Comunitario de Gestión y auditoría Medioambiental (EMAS).

- 2007. “Plan del Turismo Español Horizonte 2020” aprobado por el Consejo de Ministerios en el mes de Noviembre de 2007, a iniciativa del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, que supone una revisión estratégica a corto y a medio plazo del sector turístico español. El fin es conseguir que en esa fecha el sistema turístico sea más competitivo y sostenible, aportando bienestar social.

La Secretaria General de Turismo (SGT) ha venido trabajando estos últimos años para asegurar la sostenibilidad de la actividad turística, desarrollando varias líneas relacionadas con la calidad ambiental de sectores, productos y destinos.

- 2009. IV Jornadas de la red de la Cets de España y Portugal. La Carta Europea de Turismo Sostenible. La Gomera. Fomentar el conocimiento y el apoyo a los espacios naturales protegidos y Orientar hacia la sostenibilidad de la gestión y el desarrollo turístico de los espacios protegidos.

- 2011. Casos de éxito en Turismo Sostenible. Futuralia 2011. En España, destacan algunas empresas que, con estrategia y previsión, han sabido crecer atendiendo las nuevas demandas de un consumidor cada vez más responsable y preocupado por las repercusiones de su viaje en el medio ambiente.
- 2012. V Jornada de Investigación en Turismo “Turismo y Sostenibilidad”. Sevilla. Destacan la investigación, innovación y transferencia de resultados, factores fundamentales para lograr competitividad, atraer inversión y crear empleo especializado y de calidad, y, sensibilizar a la sociedad de la relevancia que tiene el sector turístico mediante la generación de conocimientos multidisciplinares que contribuyan a la mejora y enriquecimiento del mismo.
- 2013. III Jornada sobre Turismo Sostenible. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid. Se trataron temas como la sostenibilidad de las empresas, la mejora de la calidad de productos y servicios, la satisfacción del cliente y la calidad ambiental de los destinos turísticos.

### **4.3 – INSTRUMENTOS PARA UN TURISMO SOSTENIBLE**

Es preciso conocer que elementos pueden servir de instrumentos o herramientas para fortalecer el turismo sostenible, o que incentiven y mejoren el proceso de sostenibilidad en el turismo. Los instrumentos no son excluyentes y hay que considerarlos como un conjunto de medios disponibles para que puedan ser utilizados por los gobiernos. Estos se agruparan según su objetivo principal, que se analizan a continuación:

#### **4.3.1 – Instrumentos legislativos y de gestión**

La legislación, reglamentación, adjudicación de licencias, etc. son instrumentos interrelacionados que se pueden utilizar para fortalecer la sostenibilidad, fijando requisitos que sean de obligado cumplimiento y que puedan dar lugar a sanciones si no se cumplen.

La adjudicación de licencias es un proceso de certificación y comprobación del cumplimiento de los reglamentos u otras normas obligatorias. Los gobiernos pueden aplicar estos instrumentos, e influir en el comportamiento de las empresas turísticas y de las personas.

Para que todo esto sea efectivo, es necesario tener una legislación vigente que apoye la sostenibilidad en el turismo y otorgue autoridad para actuar, y también tener reglamentos claros y en vigor, apoyados por la adjudicación de licencias para garantizar unas normas mínimas importantes.

Se debe analizar la legislación actual y modificarla cuando sea necesaria, para garantizar que es adecuada no solo para fines de control, sino también para promocionar el turismo sostenible. El gran número de leyes que pueden estar relacionadas con la sostenibilidad del turismo es considerable, y sería imposible e innecesario incluirlo todo en una ley única. Lo que se necesita es una ley nacional que apoye el turismo sostenible, coordinada con un conjunto de otras leyes que cubran todos los requisitos exigidos.

Los principios del turismo sostenible se podrán incluir en el preámbulo de las nuevas leyes sobre turismo, y reflejarse en las cláusulas y en el texto de sus diferentes artículos. También pueden estas leyes constituir la base que permita el control y las adjudicaciones de licencias de actividades específicas del sector turístico (por ejemplo hoteles) y el establecimiento de ciertas acciones para apoyar el desarrollo turístico. (OMT y PNUMA, 2005).

Aunque no existe una legislación específica (Pérez de las Heras, 2004), si hay numerosas leyes o convenios, recomendaciones, etc., tanto de ámbito mundial, europeo o nacional, en diferentes países, que tienen relación con los aspectos más importantes de la sostenibilidad. Y es que cualquier ley directiva o convenio internacional relacionado con temas como la energía, los residuos, la biodiversidad, el cambio climático, etc. están cuando menos relacionados con el turismo sostenible. Se citan a continuación algunas normas o convenios que parecen tener un mayor contacto con las cuestiones turísticas.

- Nivel internacional
  - Convenio Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático

- Convenio sobre la Diversidad Biológica
- Convenio sobre Comercio Internacional de Especies Amenazadas de la Flora y Fauna Silvestres
- Convenio para la protección de la Capa de Ozono
- Convenio de Naciones Unidas de la Ley del Mar
- Nivel europeo
  - Directiva Comunitaria sobre la recogida y el tratamiento de aguas residuales y urbanas
  - Directiva sobre la calidad de aguas de baño
  - Directiva sobre evaluaciones del impacto ambiental
  - Sistema Comunitario de Gestión y Auditoría Ambiental (EMAS)
- Nivel nacional
  - Normativas sobre agua, residuos, energía, ruidos, contaminación, declaraciones de parques naturales, nacionales, regionales, conservación de especies en vías de extinción, etc.

Además de todos ellos, destacan documentos de gran importancia para este sector, tales como la Agenda 21, la Carta de Aalborg, la Carta del Turismo Sostenible y la Agenda 21 Local, que a continuación se desarrolla cada uno de ellos.

### **La Agenda 21 o Programa 21**

En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medioambiente y Desarrollo (CNUMAD), celebrada en Río en 1992 se generaron cuatro documentos de gran trascendencia:

- Declaración de Río sobre medioambiente y desarrollo
- Programa 21 o Agenda 21
- Convención Marco de Naciones Unidas sobre Cambio Climático
- Convenio sobre la diversidad biológica

La Agenda 21 es un documento estratégico bajo la forma de programa de acción para el desarrollo sostenible global para los años 90 y primera parte del S XXI, basado en un extenso conjunto de actuaciones para el desarrollo sostenible en los planos social, económico y ambiental (Erias, 2002).

La Agenda 21, que en realidad marca los principios de acción para el desarrollo sostenible en el ámbito internacional, contiene una serie de recomendaciones para desarrollar en el ámbito local. En la Agenda 21 se plantean las líneas generales a seguir para la puesta en marcha de políticas más sostenibles del turismo, concluyendo que este sector no debe ser solo sostenible en sí mismo, sino garante de la sostenibilidad local.

La Agenda 21 constituye una herramienta para la planificación del turismo sostenible, permitiendo un profundo conocimiento de las condiciones naturales, sociales y económicas, ligadas a la actividad turística a través de la aplicación de detallados diagnósticos, cuantificado mediante rigurosos indicadores, adecuados al contexto y a la posibilidad de definir estratégicamente los objetivos y planes de acción que permitan realizar y concretar los principios del desarrollo sostenible. (Moreno de León y otros, 2006).

Después de la Cumbre de la Tierra, tres organizaciones clave, la OMT, el Consejo de la Tierra y el *World Travel Tourism Council* (WTTC), han unido sus esfuerzos para producir el reporte “Agenda 21 para la industria de Viajes y Turismo hacia un Desarrollo Sostenible Ambiental” que traduce la Agenda 21 en un programa de acción para el turismo.

La OMT, desde hace varios años, ha trabajado en función de facilitar la integración del desarrollo de la infraestructura turística con la sostenibilidad, utilizando la Agenda 21 como marco de gestión, y lograr a medio plazo que el turismo también se convierta en un aliado para la conservación del patrimonio en todos sus aspectos.

La OMT en 1994, considera fundamentales para la implantación de la Agenda 21 en los centros turísticos, los siguientes requisitos: (López López, 2005a).

- Minimación de los residuos
- Conservación y gestión de la energía
- Gestión del recurso agua
- Control de sustancias peligrosas
- Transportes
- Planeamiento urbanístico y gestión del suelo

- Compromiso medioambiental de los políticos y de los ciudadanos
- Diseño de programas de sostenibilidad
- Colaboración para el desarrollo turístico sostenible

La Comisión de las Comunidades Europeas (2003) en su comunicación titulada “Orientaciones básicas para la sostenibilidad del turismo europeo”, indicaba que es fundamental garantizar la sostenibilidad económica, social y medioambiental del turismo europeo, tanto para contribuir al desarrollo sostenible a escala europea y mundial, como para la viabilidad, el crecimiento continuo, la competitividad y el éxito comercial de este sector de gran importancia económica. A raíz de dicha comunicación, la Comisión puso en marcha los preparativos para una Agenda 21 europea para el turismo.

En el año 2004, creó un grupo para la sostenibilidad del turismo, con objeto de potenciar sinergias entre las partes interesadas y hacer su aportación al proyecto de agenda 21 para la sostenibilidad del turismo europeo. El grupo está compuesto por expertos de asociaciones empresariales, representantes de destinos turísticos y organizaciones sindicales / sociedad civil. También están presentes las administraciones de los Estados miembros, organizaciones internacionales como OMT.

En 2006 presentó el primer informe, y en el 2007 la propuesta de Agenda 21 europea para el turismo. La Agenda 21 europea para el turismo tiene previstas algunas acciones específicas para promover la sostenibilidad económica y social del turismo europeo como por ejemplo, determinar medidas nacionales e internacionales para apoyar a las pymes, evaluar el impacto económico o facilitar el intercambio de las buenas prácticas relativas al “turismo para todos”.(Comisión de la Comunidades Europeas, 2006)

La Agenda 21, fue consensuada por 178 naciones en la Cumbre de Río 92, y ratificada por España en 1993. Hasta la fecha, es el mejor tratado o compendio de normas para el Desarrollo Sostenible a lo largo de sus 40 capítulos. Este programa tuvo un estrecho seguimiento primero en la Conferencia de Río + 5 (Nueva York 1997), y en la Cumbre de Johannesburgo (Sudáfrica, 2002). (Universidad de Cantabria, 2009).

### **Agenda 21 Local**

La Agenda 21 o Programa 21 en su capítulo 28, conocido como Agenda 21 Local, señala que la participación de los municipios es una condición fundamental para el cumplimiento de los objetivos de la sostenibilidad, dado que la mayoría de los problemas y soluciones ambientales se sitúan a nivel local.

El capítulo 28 del Programa 21 otorga un papel determinante a las autoridades locales en la consecución de sus objetivos, puesto que “se ocupan de la creación, el funcionamiento, y el mantenimiento de la infraestructura económica, social y ecológica, supervisan procesos de planificación, establecen las políticas y reglamentaciones ecológicas locales y contribuyen a la ejecución de políticas ambientales en los planes nacionales y subnacional”, además de desempeñar una función importantísima en la educación y movilización del público en pro del desarrollo sostenible.

En la Conferencia Europea de Ciudades y Pueblos Sostenibles, celebrada en Aalborg (1994), se aprueba la llamada Carta de Aalborg, documento fundacional de la Agenda 21 local, que establece las líneas estratégicas a seguir por aquellos gobiernos locales que se adhieran al cumplimiento de las condiciones para el desarrollo sostenible (Erias, 2002). Dos Conferencias posteriores (Lisboa 1996 y Hannover 2000), han contribuido a ampliar y fortalecer el desarrollo operativo de la Campaña Europea de Ciudades y Pueblos Sostenibles.

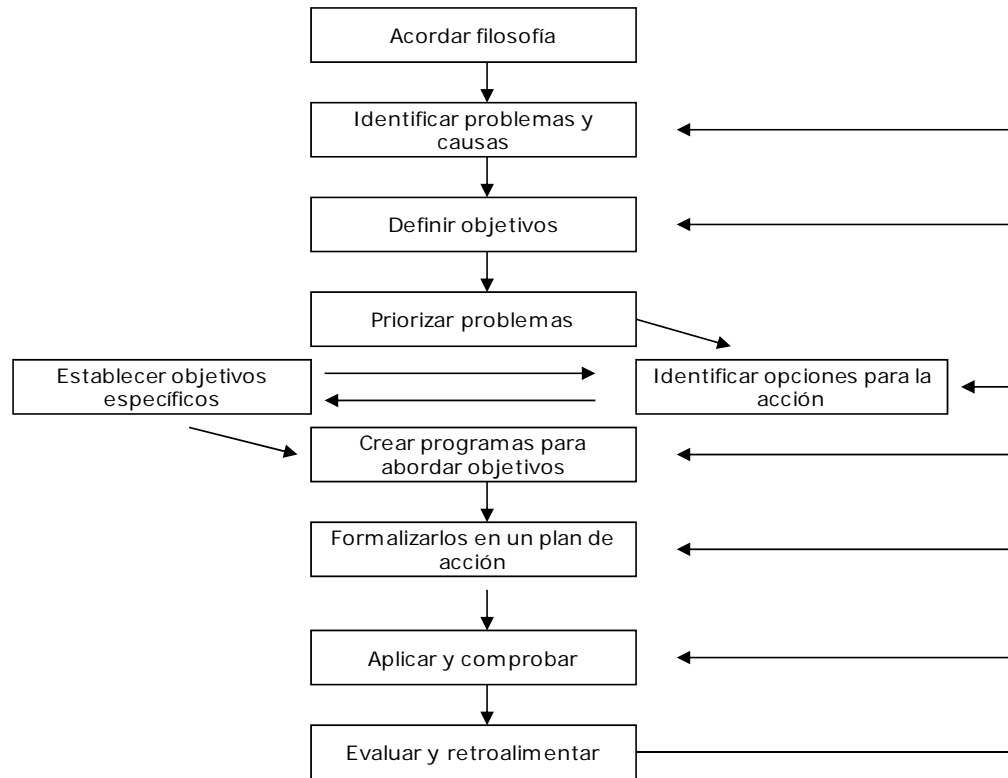
La aplicación de la Agenda 21 Local (Hewitt, 1998), ofrece un panorama de luces y sombras, pero sin embargo parece razonable afirmar que este instrumento se ha convertido en modelo de planificación de referencia para la consecución del desarrollo sostenible. En la siguiente figura se diseña el proceso de planificación basado en la aplicación de la Agenda 21 Local, a partir del modelo auspiciado por el Consejo Internacional de Iniciativas locales para el Medioambiente (ICLEI) (Hewitt, 1998); este Consejo también creó la Red Europea de Ciudades y Pueblos Sostenibles.

El proceso se inicia con la adopción de la filosofía de la Agenda 21 Local, indisociable del plan de participación social, identificar problemas, establecer objetivos y priorizar problemas. El Plan de Acción Social va acompañado, lógicamente, de la evaluación y seguimiento de resultados.



En la figura IV.2 se muestra el proceso de planificación de la Agenda 21 local.

**Figura IV.2 – Proceso de planificación agenda 21 locales**



**Fuente: Hewitt, (1998)**

Una vez conocidos los problemas y sus causas, la Agenda 21 local, recomienda objetivos claros jerarquizados en orden de importancia. La Agenda tiene las siguientes características:

- Pretende involucrar a los habitantes del municipio
- Ambiciona la integración social, medioambiental y económica de la Comunidad
- Requiere de la administración local y la comunidad, que trabaje en los Planes de Acción para alcanzar desarrollo sostenible y duradero. Estos Planes deben de estar acorde a los contenidos de la Carta de Aalborg y a la Carta de Lisboa, o al llamamiento de Hannover (Martín Flor En este

marco, la Unión Europea ha creado una guía cuyo objetivo es dar unas pautas para la planificación de las agendas 21 locales.es, 2006).

Los pilares sobre los que se asienta la Agenda son la gestión ambiental y la toma democrática de decisiones. La sostenibilidad ambiental implica el mantenimiento de la biodiversidad y la salud humana, así como la calidad del aire, el agua y el suelo en unos niveles aptos para mantener la vida humana, animal y vegetal, y el bienestar futuro de todos. Esta acción local no sustituye a la acción nacional e internacional, sino que tienen que complementarse entre ellas.

En España, la aplicación de la Agenda 21 Local tanto a nivel rural como urbano, está teniendo un gran impulso y apoyo, tanto por parte del gobierno central como por gobiernos locales. Actualmente España es uno de los países europeos con mayor número de municipios adheridos a la Agenda 21 Local. A corto plazo este Programa puede ser el instrumento para mantener la población rural en sus municipios; además puede ser guía para construir ciudades sostenibles donde se pueda tener un crecimiento económico, una mayor protección del medio ambiente urbano, y una buena calidad de vida.

Las Agenda 21 Locales se han constituido en la herramienta más generalizada e importante, tanto de la planificación pública del desarrollo sostenible, como de la participación ciudadana. En el sondeo que realizó la Federación Española de Municipios y Provincias ya en el año 2001, y con título “La participación ciudadana en los ayuntamientos”, destaca el área del medio ambiente como el de mayor relevancia para la participación ciudadana, para hacer frente a los problemas del municipio.

Gualda Gil (2009) señala que el Programa 21 en su capítulo 28, resalta la importancia de la acción local y de la participación de los ciudadanos y de las organizaciones locales; pero esta noble idea teórica adolece de serios inconvenientes cuando es llevada a la práctica, como lo demuestra el hecho de que hasta la fecha, la Agenda 21 Local, solo haya sido implantada en menos de 10.000 municipios, cuando el número total de municipios en el mundo es de aproximadamente un millón. Indica también que los inconvenientes de la Agenda 21 Local son de naturaleza técnica, humana y económica. Así por ejemplo, inconvenientes técnicos: los acuerdos de los foros participativos son

recomendaciones, pues no tienen legitimidad política. Un alcalde no puede nunca aprobar una recomendación del foro contraria a su programa electoral,... Las auditorías medioambientales y la ejecución de planes de acción son tremendamente caras. Después de varios años de aplicación, los resultados no son del todo los esperados.

Conscientes de todo esto, organismos como el ICLEI (International Council for Local Environmental Initiatives), o la Campaña Europea de Pueblos y Ciudades Sostenibles, han rechazado algunas evaluaciones comparativas de la situación de la Agenda 21 Local entre países.

En España se han desarrollado pocas experiencias de este tipo; el OSE (Observatorio de Sostenibilidad en España) ha desarrollado una investigación sobre la eficacia de este tipo de procesos ([www.sostenibilidad-es.org](http://www.sostenibilidad-es.org)), centrándose sobre todo en las capitales de provincia.

Los procesos de Agenda 21 en las capitales de provincia presentan algunas debilidades:

- En la mayoría de los municipios la participación ciudadana es anecdótica, no teniendo continuidad los procesos participativos iniciados. Hay que hacer que el gobierno local sea más participativo y transparente.
- Pocos municipios han elaborado un Plan de Acción, y cuando existen suelen carecer de concreción, ya que no se definen plazos ni reparto de responsabilidades y competencias, ni presupuestos pormenorizados, ni evaluación externa.
- La mayoría de las Agendas presentan claro riesgo ambiental. Son una batería de indicadores ambientales sin una clara coherencia con la consecución de los objetivos definidos en los Planes de Acción.

Como conclusión, destacar que aún es débil la prioridad política de la Agenda 21 Local, ya que no siempre se asume que se trata de un tipo de planificación estratégica para la ciudad. A menudo se le trata a la Agenda 21 Local como si fuese un proyecto más dentro de la Agenda Ambiental.

Sin embargo, algunas Comunidades Autónomas (País Vasco, Cataluña, Aragón, Madrid, Baleares) o algunas provincias (Albacete, Córdoba, etc.) realizan

seguimiento y análisis de situación de la Agenda 21 a través de Observatorio y Redes de Municipios por la Sostenibilidad.

Más de diez años después, parece ser que la bondad de las propuestas que reflejaba la Agenda 21 no ha obtenido su reflejo en las acciones para conseguir objetivos; de todos modos la Agenda 21 Local es un compromiso de los pueblos y ciudades con el desarrollo sostenible, un programa universal para hacer compatible el progreso con el respeto al medio ambiente. Lo que sí es cierto, que aunque se avance a un ritmo lento, sus contenidos han influido en las políticas de estado, los programas políticos, y en el despertar de las comunidades locales hacia la sostenibilidad.

Además es un extraordinario precursor de la innovación en la gestión pública toda vez que su adopción requiere buscar acuerdos sociales, racionalizar procesos, introducir criterios de calidad y ofrecer nuevos estándares en la prestación de servicios.

### **Carta de Aalborg**

La Carta de Aalborg (Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales, 1994) o Carta de las Ciudades Europeas hacia la Sostenibilidad, fue aprobada por los participantes en la “Conferencia Europea sobre ciudades sostenibles”, celebrada en Aalborg, Dinamarca en 1994. Es un documento que establece las líneas estratégicas a seguir por aquellos gobiernos locales que se adhieran al cumplimiento de las condiciones para el desarrollo sostenible.

La Carta de Aalborg es una declaración de consenso, que basada en la noción y los principios de sostenibilidad, pretende diseñar una serie de estrategias locales de desarrollo sostenible y la puesta en marcha de una campaña europea de ciudades sostenibles.

Inicialmente fue firmada por 80 autoridades locales europeas y 253 representantes de organismos internacionales, gobiernos nacionales, instituciones científicas y expertos internacionales. De esta forma las ciudades europeas se comprometen a dar respuesta en el ámbito local a la Agenda 21 de Río, con un plan de acción local basado en métodos de planificación avanzados, en la utilización de los mecanismos financieros existentes en la participación ciudadana,

en el establecimiento de objetivos mensurables a largo plazo y en el desarrollo de sistemas y procedimientos para la supervisión y la notificación de la aplicación del plan.

Los contenidos básicos de la Carta de Aalborg son:

I. **Declaración de Consenso:** las ciudades europeas hacia la sostenibilidad.

- El papel de las ciudades europeas. La vida humana no puede ser sostenible en este planeta, sin unas comunidades locales viables. El gobierno local está cerca del lugar en donde se perciben los problemas ambientales y muy cerca de los ciudadanos; comparte además con los gobiernos a todos los niveles la responsabilidad del bienestar del hombre y de la naturaleza.
- Noción y principios de sostenibilidad. La justicia social pasa por la sostenibilidad económica y la equidad que a su vez precisan de una sostenibilidad ambiental. Esta además implica el mantenimiento de la diversidad biológica, la salud pública y la calidad del aire, agua y el suelo a niveles suficientes para preservar la vida y el bienestar humano, así como la flora y la fauna para siempre.
- Estrategias locales hacia la sostenibilidad. La ciudad es a la vez la mayor entidad capaz de abordar inicialmente los numerosos desequilibrios arquitectónicos, sociales, económicos, políticos, ambientales y de recursos naturales. Pero puesto que todas las ciudades son diferentes, debemos hallar nuestras propias vías hacia la sostenibilidad.
- La sostenibilidad como proceso creativo local en busca del equilibrio. Las ciudades reconocen que la sostenibilidad no es ni un sueño ni una situación inmutable, sino un proceso creativo local en pos del equilibrio que se extiende a todos los ámbitos de la toma de decisiones a este nivel.
- Resolución de problemas mediante negociaciones abiertas. Las ciudades deben resolver sus dificultades y desequilibrios, primero consigo mismas, y en su caso con ayuda de entidades regionales o nacionales.
- La economía urbana hacia la sostenibilidad. Las ciudades comprenden que el factor restrictivo de desarrollo económico se ha convertido en su capital

natural (el agua, el aire, el suelo, los bosques), por lo tanto se debe invertir en este capital.

- Justicia social para sostenibilidad urbana. Las ciudades son conscientes de que los pobres son los más afectados por los problemas ambientales (ruidos, contaminación del tráfico, ausencia de instalaciones de esparcimiento, inexistencia de espacios verdes, etc.) y los menos capacitados para resolverlos. El desigual reparto de la riqueza es la causa del comportamiento insostenible, y hace más difícil el cambio.
- Una ocupación de suelo sostenible. Las autoridades locales deben aplicar políticas eficaces de ordenación del territorio, que impliquen una evaluación ambiental estratégica de todos los planes. En las concentraciones urbanas más grandes se deben proporcionar servicios públicos de transporte y de suministro de energía, manteniendo la dimensión humana del desarrollo.
- Una movilidad urbana sostenible. Se dará prioridad en la ciudad a los medios de transporte respetuosos con el medio ambiente (desplazamientos a pie, bicicleta o transporte público) o bien, combinando estos medios.
- Responsabilidad del cambio climático mundial. Las ciudades comprenden los riesgos que entraña el calentamiento del planeta, para entornos naturales y urbanos y para generaciones futuras, por lo que hay que dar una respuesta adecuada para estabilizar y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, proteger la biomasa, reducir las emisiones de combustible fósiles y potenciar las energías renovables.
- Prevención de la intoxicación de los ecosistemas. Las ciudades conscientes de la creciente cantidad de sustancias tóxicas y peligrosas, presentes en la atmósfera, agua, suelos y alimentos, y que estas constituyen una amenaza para la salud y los ecosistemas, se tratará por todos los medios de frenar la contaminación y de prevenirla en la fuente.
- La autogestión a nivel local como condición necesaria. Las ciudades convencidas de tener la fuerza, el conocimiento y el potencial creativo para desarrollar modos de vida sostenibles, y para concebir y gestionar sus

colectividades en la perspectiva de un desarrollo sostenible. Para ello es fundamental que las autoridades locales tengan poderes suficientes y un sólido apoyo financiero.

- El protagonismo de los ciudadanos y la participación de la comunidad. Las ciudades se comprometen con todos los sectores de sus comunidades, ciudadanos, empresas, grupos de interés en la concepción de los planes locales de apoyo al Programa 21. Toman en consideración el llamamiento del V Programa Marco, en materia de Medio Ambiente de la U.E.: “Hacia un desarrollo sostenible”, de compartir la responsabilidad de la aplicación del programa entre todos los sectores de la comunidad.
- Instrumentos de la gestión urbana orientada hacia la sostenibilidad. Las ciudades se comprometen a utilizar instrumentos políticos y técnicos disponibles, para alcanzar un planteamiento ecosistemático de gestión urbana. Se recurrirá a todos los instrumentos para la recogida de datos y el tratamiento de los datos ambientales y la planificación ambiental, así como instrumentos reglamentarios, económicos y de comunicación, tales como directivos, impuestos, y derechos y mecanismos de sensibilización incluida la participación del público.

II. **La Campaña Europea de Ciudades Sostenibles.** Los firmantes de la Carta de Aalborg se comprometen a poner en marcha la campaña de ciudades europeas sostenibles, para alentar y apoyar a las ciudades en sus trabajos a favor de un desarrollo sostenible; la primera fase de la campaña duraría dos años y se evaluaría en la siguiente Conferencia Europea de Villas y Ciudades Sostenibles de Lisboa (1996), en la que se evaluarán los progresos y situación de la Agenda 21 Local. (Erias, 2002). Los principales objetivos de la citada campaña eran los siguientes:

- Facilitar la asistencia mutua entre ciudades europeas para la concepción y la aplicación de políticas orientadas hacia el desarrollo sostenible.
- Recoger y divulgar la información sobre experiencias satisfactorias a nivel local.

- Fomentar el principio de desarrollo sostenible entre las demás autoridades locales.
- Captar nuevos signatarios para la Carta.
- Organizar todos los años un premio a la ciudad sostenible.
- Formular recomendaciones políticas a la Comisión Europea.
- Contribuir a los informes de ciudades sostenibles del grupo de expertos sobre medio ambiente urbano.
- Ayudar a los responsables de la toma local de decisiones a aplicar la legislación y las recomendaciones adecuadas de la Unión Europea.
- Publicar un boletín de información de la campaña.

Todo esto requiere una buena coordinación.

**III. Participación en las iniciativas locales del programa 21: planes de acción local a favor de la sostenibilidad.** Los firmantes de la Carta se comprometen a tratar de llegar a un consenso en el seno de sus comunidades sobre el Programa 21 de alcance local antes de finales de 1996.

Se propone la preparación de un plan de acción local que incluya las siguientes etapas:

- Reconocimiento de los métodos de planificación y de los mecanismos financieros existentes, así como otros planes y programas
- Localización sistemática de los problemas y de sus causas
- Clasificación de las tareas por orden de prioridad para tratar los problemas detectados
- Creación de un modelo de comunidad sostenible mediante un proceso participativo que incluya a todos los sectores de la comunidad
- Consideración y evaluación de opciones estratégicas alternativas
- Establecimiento de un plan de acción local a largo plazo a favor de un desarrollo sostenible que incluya objetivos mensurables



- Programación de la aplicación del plan, incluida la preparación de un calendario y una declaración de reparto de responsabilidades entre los participantes
- Establecimiento de sistemas y procedimientos para la supervisión y la notificación de la aplicación del plan

Dos años después, en 1996, se celebró la “Segunda Conferencia Europea de Villas y Ciudades Sostenibles” en Lisboa, en la que se evaluaron los progresos y la situación de la Agenda 21 Local. En esa Segunda Conferencia, se firmó la Carta de Lisboa, también conocida como Plan de Acción de Lisboa, convertida en una carta de acción para el desarrollo sostenible, que profundizó en los principios generales establecidos en Aalborg. Además, ese plan de acción de Lisboa, incluía ya las experiencias de desarrollo sostenible de algunas ciudades europeas, e insistía en el papel que deben de jugar los gobiernos locales como elemento aglutinador e impulsor del proceso de implantación de las estrategias de la Agenda Local 21.

En 1999 se celebró la “Conferencia Euromediterránea de Ciudades Sostenibles” en Sevilla; aquí surge la llamada Declaración de Sevilla, en la que los representantes de las autoridades locales y ciudades del Mediterráneo se comprometen a la aplicación de la Carta de Aalborg, y el Plan de Acción de Lisboa, promoviendo procesos participativos derivados de la Agenda 21 Local, y planteándose el establecimiento de un mecanismo de apoyo para estas iniciativas locales, como un fondo de desarrollo sostenible, en un llamamiento claro a los Estados y a los Organismos Financieros Multilaterales, como el Banco Mundial o el PNUMA.

En el mismo año se celebró la Tercera Conferencia Europea de Ciudades y Municipios Sostenibles en Hannover, para evaluar progresos y tomar acuerdos sobre que dirección deben de tomar los gobiernos municipales en los inicios del siglo XXI, aquí se insiste mucho en el papel de liderazgo que deben ejercer en el proceso los gobiernos locales.

En definitiva, los principios generales para el desarrollo sostenible en el ámbito local, están claramente definidos, y es responsabilidad de los gobiernos locales la integración de las ciudades y municipios en la campaña europea de ciudades y municipios sostenibles, y en las asociaciones y redes que la gestionan,

así como de la puesta en marcha de los planes de acción diseñados y perfeccionados en las Conferencias de Aalborg y Hannover. (Erias, 2002).

### **Carta del Turismo Sostenible**

Se celebra en Lanzarote la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible en abril de 1995, en donde se reconoce que el turismo es un elemento importante de desarrollo socioeconómico y político en muchos países, pero que también puede contribuir a la degradación del medioambiente y del patrimonio cultural, y guiados por los principios de la Declaración de Río y las recomendaciones derivadas de la Agenda 21, se hace un llamamiento a la comunidad internacional, y en particular se insta a los gobiernos, autoridades públicas, profesionales, asociaciones públicas y privadas, instituciones relacionadas con el turismo y a los propios turistas a adoptar los 18 principios y objetivos de la llamada Carta del Turismo Sostenible (OMT, 1995), para lograr un desarrollo turístico sostenible, y que son los siguientes:

- El desarrollo del turismo se basa en criterios de sostenibilidad, lo que significa que debe ser ecológicamente soportable a largo plazo, así como económicamente viables, y ética y socialmente equitativo para las comunidades locales.
- El turismo debe contribuir al desarrollo sostenible y se integren con el medio natural, cultural y medio ambiente humano, debe respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos turísticos, en particular las pequeñas islas y zonas ecológicamente sensibles.
- El turismo debe tener en cuenta sus efectos sobre el patrimonio cultural y los elementos tradicionales, las actividades y la dinámica de cada comunidad local.
- La activa contribución del turismo al desarrollo sostenible presupone necesariamente la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores, tanto públicos como privados, implicados en el proceso, y debe basarse en mecanismos de cooperación eficaz a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional.

- La conservación, la protección y el reconocimiento del valor de la herencia natural y cultural ofrecen una zona privilegiada para la cooperación.
- Criterios de calidad tanto para la preservación del destino turístico y de la capacidad para satisfacer a los turistas, determinado conjuntamente con las comunidades locales, e informado por los principios del desarrollo sostenible, deben representar los objetivos prioritarios en la formulación de estrategias y proyectos turísticos.
- Para participar en el desarrollo sostenible, el turismo debe basarse en la diversidad de oportunidades que ofrece la economía local.
- Todas las opciones para el desarrollo del turismo deben servir eficazmente a mejorar la calidad de vida de todas las personas y debe influir en la sociocultural de cada destino.
- Los gobiernos y las autoridades competentes, con la participación de las ONG y las comunidades locales, emprenderá acciones encaminadas a integrar la planificación del turismo como una contribución al desarrollo sostenible.
- En reconocimiento de la cohesión económica y social entre los pueblos del mundo como un principio fundamental del desarrollo sostenible, es urgente que se promueva medidas que permitan una distribución más equitativa de los beneficios y las cargas del turismo. Esto implica un cambio de los patrones de consumo y la introducción de métodos de fijación de precios que permitan a los costos ambientales internalizados.
- Ambiental y culturalmente vulnerables espacios, tanto ahora como en el futuro, se dará especial prioridad en materia de cooperación técnica y ayuda financiera para el desarrollo del turismo sostenible. Del mismo modo, un tratamiento especial debe darse a las zonas que han sido degradadas por la obsoleta y de alto impacto modelos de turismo.
- La promoción de formas alternativas de turismo que son compatibles con los principios del desarrollo sostenible, junto con el fomento de la diversificación representa una garantía de estabilidad en el mediano y el largo plazo.

- Los gobiernos, la industria, autoridades y organizaciones no gubernamentales relacionadas con el turismo deben promover y participar en la creación de redes abiertas de investigación, difusión de la información y la transferencia de conocimientos adecuados sobre el turismo y las tecnologías ambientalmente sostenibles del turismo.
- El establecimiento de una política de turismo sostenible requiere necesariamente el apoyo y la promoción del medio ambiente compatible con los sistemas de gestión de turismo, estudios de viabilidad para la transformación del sector, así como la ejecución de proyectos de demostración y el desarrollo de programas de cooperación internacional.
- La industria de viajes, junto con los organismos no gubernamentales cuyas actividades están relacionadas con el turismo, elaborarán marcos específicos de acciones positivas y preventivas para garantizar el desarrollo del turismo sostenible y establecer programas de apoyo a la aplicación de tales prácticas.
- Se debe prestar especial atención a la función y las repercusiones ambientales del transporte en el turismo, y al desarrollo de instrumentos económicos destinados a reducir el uso de las fuentes no renovables.
- La adopción y aplicación de códigos de conducta favorable a la sostenibilidad de los principales actores involucrados en el turismo, especialmente por la industria, son fundamentales si el turismo es sostenible. Estos códigos pueden ser instrumentos eficaces para el desarrollo de actividades de turismo responsable.
- Todas las medidas deben aplicarse con el fin de informar y promover la conciencia entre todas las partes implicadas en la industria del turismo, a nivel local, nacional, regional e internacional, con respecto a los contenidos y objetivos de la Conferencia de Lanzarote.

Con el objetivo de hacer un seguimiento a los cumplimientos del contenido de la carta, se crea un “Comité de seguimiento de la Carta y de su Plan de Acción”, integrado por las instituciones y agencias internacionales componentes del Comité Organizador de la Conferencia. Este Comité debe velar por la difusión y circulación de la Carta y su mejor aplicación, la realización de las

actividades que garanticen su continuidad y la detección de situaciones críticas, así como el estímulo a toda clase de entidades públicas y privadas para una mejor instrumentalización del turismo sostenible.

Debe impulsar el Comité la elaboración de estudios, proyectos y acciones encaminadas a la constitución de situaciones ejemplares de referencia a nivel mundial (OMT).

En 1999 el “Comité Científico Internacional de Turismo Cultural”, publica la “Carta Internacional sobre Turismo Cultural” (la gestión del turismo en sitios de patrimonio significativo), considerando que el patrimonio tanto natural como cultural, pertenecen a todos los pueblos, y cada uno tenemos el derecho y la responsabilidad de comprender, valorar y conservar sus valores universales, ya que el patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del turismo, y un turismo excesivo o mal gestionado lo puede poner en peligro.

Una de las prioridades del programa de acciones “Parques para la vida” de la Unión Internacional de la Conservación de la Naturaleza (UICN), y que cumple los principios enunciados en la Carta Mundial del Turismo Sostenible de Lanzarote, es la “Carta Europea del Turismo Sostenible en los Espacios Protegidos”.

La Carta permite al espacio protegido firmante ser protegido en Europa, como territorio de excelencia en materia de turismo sostenible; fijarse objetivos ambiciosos, trabajar mejor con sus asociados; implicar más a los profesionales del turismo en su política, 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 en su territorio, desarrollar productos turísticos auténticos de calidad y respetuosos con el medio ambiente, poseer un instrumento de control para realizar un seguimiento y evaluar la política turística llevada a cabo en su territorio, reforzar su credibilidad ante la opinión pública y ante los que la financian.

Todas estas declaraciones, acuerdos, convenios, etc. fueron magníficos instrumentos para el desarrollo de un turismo sostenible; supusieron un gran

impulso al objetivo del desarrollo sostenible del turismo, tanto a nivel nacional y local.

#### **4.3.2 – Instrumentos de Planificación. Indicadores**

Uno de los principales problemas que han hecho que el turismo sea una industria poco sostenible, es la falta de conocimiento sobre los impactos que provoca. Actualmente ya nadie duda de la presión que ejerce el turismo sobre el planeta, al igual que otras muchas actividades humanas. La concepción de que ese impacto es ambiental, social y económico es lo que ha llevado hasta la sostenibilidad; y si el objetivo del turismo sostenible es mejorar la situación en estos tres ámbitos, es fundamental encontrar una manera de cuantificar o valorar los cambios que se producen a fin de constatar que se está caminando en el proceso de la sostenibilidad. (Pérez de las Heras, 2004)

La necesidad de conciliar objetivos económicos, de conservación y gestión responsable del territorio y de los recursos, ha motivado una búsqueda incesante de métodos de planificación y gestión a distintas escalas. Actualmente se ha popularizado la utilización de una metodología integradora de aspectos ecológicos, económicos y socioculturales que consiste en un sistema de indicadores de sustentabilidad. (Quiroga Rayém, 2001)

Se denominan **indicadores** (Universidad de Alicante, 2001) a ciertas expresiones, cuantitativas o cualitativas, que relacionan variables o atributos estadísticos con el objetivo de brindar información oportuna, confiable y comparable para el análisis, la explicación y la interpretación de una determinada problemática.

Los indicadores de sostenibilidad (Pérez de las Heras, 2004) serán por tanto los parámetros de comparación de datos para el estudio de la evolución de la sostenibilidad. Son los que van a demostrar cual es el estatus actual del destino y van a orientar sobre las medidas que se deben tomar para modificar o no esa situación.

Por lo tanto los indicadores sirven para calibrar la situación de los destinos turísticos y tomar las medidas necesarias para paliar los posibles problemas, si es

posible, antes incluso de que se originen. Los buenos indicadores deben ser simples, rigurosos, fiables, comparables, representativos, sensibles a los cambios e integrables con otros instrumentos, como modelos económicos o SIG, y en procesos de planificación y gestión (Sánchez Dario, 2008).

Existen distintos tipos de indicadores:

- Indicadores de estado de la problemática
- Indicadores de dinámica, cambio, variación o crecimiento
- Indicadores de vulnerabilidad ambiental (riesgo natural)
- Indicadores de presión antrópica (consecuencias de la acción humana)
- Indicadores de respuesta institucional (la gestión y su impacto)

La OMT distingue dos tipos de indicadores, generales o clave que se pueden aplicar a todos los destinos, y específicos, que solo se pueden utilizar con ecosistemas determinados. Estos últimos están pensados para complementar a los indicadores generales y son de dos clases:

- Específicos de cada ecosistema: es decir, se dan los mismos indicadores ambientales para cada tipo de ecosistema: zonas húmedas, playas, espacios naturales protegidos, montañas, ciudades, islas, etc.
- Específicos de cada lugar: según el estudio de las características de cada zona se aplicarán unos indicadores propios, establecidos de manera particular para dicho destino.

En la tabla IV.1 se muestran los indicadores clave propuestos por la OMT para la consecución de un turismo más sostenible.

**Tabla IV.1 – Indicadores de sostenibilidad**

Indicador	Medidas específicas
Protección del sitio	Categoría de protección según las establecidas por la UICN
Estrés del lugar	Número de turistas visitando la zona (por año, por meses)
Intensidad de uso	Intensidad de uso en períodos punta (temporada alta)
Impacto social	Relación turistas/residentes
Control del desarrollo	Existencia de procedimientos para un control del desarrollo
Gestión de residuos	Porcentaje de residuos tratados
Grado de planificación	Existencia de planes organizados para el desarrollo turístico regional
Ecosistemas críticos	Número de especies amenazadas
Satisfacción consumidor	Nivel de satisfacción visitante
Satisfacción local	Nivel de satisfacción poblacional
Contribución del turismo a la economía local	Proporción de la actividad turística en la economía

**Fuente:** OMT (1995)

Una de las mayores dificultades para utilizar un sistema de indicadores de sustentabilidad turística radica en la dificultad para la obtención de la información, porque aún cuando existan registros, no siempre los datos son totalmente útiles, ya que, por ejemplo, puede que algunos indicadores requieran la existencia de series estadísticas en un periodo temporal suficiente, o actualizaciones regulares.

En otros casos los datos son difíciles de establecer, como por ejemplo el flujo turístico real, porque no todo aquel que ingresa transitoriamente a una localidad es estrictamente un turista, ya que puede hacerlo sin pernoctar ni consumir, o incluso llegar a alojarse en casa de familiares o en una segunda residencia. También es difícil cuantificar el impacto económico por el consumo de los turistas, ya que es imposible discriminarlo del consumo de los residentes (Sánchez Dario et al, 2008).

Los **sistemas de Gestión** se convierten en instrumentos cada vez más extendidos en empresas del sector turístico, como lo demuestra la creciente aplicación de los sistemas de calidad, según las normas del instituto para la Calidad



Turística (Ayuso Siart, 2003). Entre las principales herramientas de gestión que existen para conseguir que los productos o servicios turísticos caminen hacia la sostenibilidad, destacan:

- Códigos y directrices
- Informes y auditorías
- Certificaciones
- Sistemas de Gestión Ambiental
- Eco-etiquetas. Ecoetiqueta Europea.
- Buenas prácticas.

A continuación se analiza lo que engloba cada una de estas herramientas.

**Códigos y directrices.** Son guías o recomendaciones que la misma industria establece como líneas de actuación deseables, para afrontar problemas ocasionados por la actividad empresarial. Según la Guía para responsables políticos (OMT y PNUMA, 2005), se pueden utilizar para ejercer el control, animando a todos que se rijan por un planteamiento común, y también son una guía útil para mejorar el rendimiento, aportando una lista de control para lograr objetivos.

El término “código” se aplica normalmente a una lista breve de lo que se debe y no se debe hacer, escrita a menudo como una declaración clara, que las partes interesadas pueden firmar más o menos formalmente.

Una “directriz” es una declaración más larga y detallada que contenga más información y consejos sobre cómo tomar acciones adecuadas. Uno y otros pueden ser complementarios.

Los códigos se pueden referir a iniciativas de marcos más formales tales como “El Código Ético Mundial para el turismo”, aprobado por las Asambleas Generales de la OMT y de las Naciones Unidas en el año 2001. Es un conjunto de principios, cuyo objeto es guiar a las partes implicadas en el desarrollo turístico: gobierno central y local, industria turística y sus profesionales, y visitantes (nacionales e internacionales). Aunque no es un documento vinculante, desde el punto de vista legal su artículo 10, incluye un mecanismo de implantación

voluntaria mediante el reconocimiento de la función del Comité Mundial para la Ética en el Turismo.

Los códigos y directrices son directos y sencillos, y se pueden desarrollar y utilizar a bajo coste. El inconveniente, según la Guía para responsables políticos, es que tienen que apoyarse en una actuación voluntaria, y no incluyen proceso de comprobación o de puesta en práctica. Los códigos pueden ser más o menos formales, según las circunstancias. En algunos casos, puede resultar adecuado que estén respaldados por un acuerdo de adhesión.

Los códigos relativos a ciertas actividades se pueden reforzar si están promovidos por diversas organizaciones que trabajen juntos, y se aplican en países diferentes, a través de la cooperación internacional. Un ejemplo importante es el “Código de Conducta sobre el turismo sexual infantil”. Es un código corto y claramente redactado y desarrollado por una ONG y que hoy tiene el respaldo internacional de UNICEF, OMT y diversas organizaciones del sector turístico.

En general, los códigos de conducta del sector turístico representan documentos breves que con unos principios básicos, resumen las principales prácticas compatibles con el desarrollo y la gestión (ambientalmente) sostenible del turismo (Ayuso y Fullana, 2002).

La adhesión de una empresa a un código de conducta, no conlleva ningún coste, aunque las actuaciones resultantes del compromiso pueden tener un presupuesto variable. Sin embargo, como beneficios, la empresa obtiene principalmente una “mejora de imagen”. Por ejemplo, la Fundación Entorno (Consejo Empresarial Español para el desarrollo sostenible) manifiesta que los beneficios para las empresas de adherirse a la “Red Entorno de empresas comprometidas con el medio ambiente”, son “la propia naturaleza del proyecto y su reconocimiento social que les posicionará como empresa pionera y responsable ambientalmente”. Además esta iniciativa ofrece beneficios en forma de servicios concretos: las empresas de la red tendrán acceso de forma gratuita a ciertos servicios como legislación ambiental, ayudas, subvenciones, formación, línea de consulta personalizada y boletín diario de noticias (Ayuso Siart, 2003).

La adhesión a los códigos resulta muy sencilla, pero la adhesión simplemente no demuestra que la empresa ponga en práctica actuaciones de acuerdo con el compromiso adquirido. Por otra parte los mecanismos de control, no los hay o son superficiales, por lo que resulta obvio que el proceso de control no inspira credibilidad real.

Sin mecanismos eficaces para informar sobre el progreso de la implantación, los códigos de conducta se pueden convertir en instrumentos de poca credibilidad y poca probabilidad de atraer a muchas empresas interesadas.

Para corregir esta debilidad (OMT y PNUMA, 2005), pueden combinarse los códigos de conducta con otros instrumentos como “Sistemas de Gestión Ambiental”, como son los **Informes y Auditorías**. Los informes permiten a una empresa u organización describir los resultados de sus esfuerzos para resolver su incidencia sobre la sostenibilidad, y compartir esta información con las partes interesadas. Los gobiernos pueden alentar el uso de los informes en el sector turístico, así como la ampliación de su ámbito de competencia.

Los informes se pueden llevar a cabo en diferentes niveles:

- A nivel de una empresa o compañía individual o un conjunto de empresas relacionadas con un determinado segmento del turismo.
- Para un único destino o a nivel regional o nacional.

La medición y notificación tanto de los resultados obtenidos como de los futuros, son un instrumento crítico de gestión. Ayudan a evaluar los avances hacia políticas y objetivos sociales y medioambientales establecidos. Para las empresas turísticas, los informes se pueden utilizar para mantener y reforzar la credibilidad, comprometer a sus clientes, aprovechar sus éxitos y promover ventajas económicas.

En todo el mundo hay interés por ampliar el ámbito de los informes financieros empresariales convencionales e incluir información no financiera. El crecimiento de los informes en el sector privado, ha sido provocado por el propio sector, y existen muchas iniciativas privadas de notificación. La “Iniciativa Mundial para la Información” (*Global Reporting Initiative, GRI*), proporciona un conjunto de directrices de notificación e indicadores de los resultados de la

sostenibilidad, que se pueden utilizar de forma voluntaria. Se han desarrollado algunas normas complementarias a la GRI, para incluir diferentes asuntos de sostenibilidad, a los que se enfrentan diversos sectores de la industria. Los temas relativos a los tour operadores se incluyen en un suplemento de la GRI, editado por una “Iniciativa de Tour Operadores”, y respaldada por PNUMA y la OMT’.

Los informes pueden estar o no vinculados a un proceso de auditoría. Una auditoría es una evaluación sistemática de los sistemas y actuaciones de la organización destinada a determinar si está haciendo lo que dice que está haciendo. Puede llevarse a cabo mediante una autoevaluación, mediante la participación de un interventor independiente, o por un tercero.

Una vez establecido el sistema de gestión, se le puede auditar periódicamente. La auditoría se puede utilizar como un instrumento de gestión interno para mejorar los resultados en la industria del turismo, o para verificar el cumplimiento de los requisitos legales. Los gobiernos pueden fomentar el uso de informes y de auditorías como instrumento para lograr un turismo más sostenible.

**Certificaciones Voluntarias.** La certificación es un mecanismo para garantizar que una actividad o producto cumple con ciertas normas que pueden establecer los gobiernos o que están acordadas en un sector de la industria.

En el turismo, la certificación se utiliza normalmente, para comprobar actividades y normas de las empresas turísticas, tales como los operadores de alojamiento, para garantizar la satisfacción de los clientes. También puede incluir temas de sostenibilidad. Los sistemas de certificación de sostenibilidad en el turismo cumplen una función cada vez más importante, en la reglamentación de los servicios turísticos, ya que se trata de instrumentos voluntarios que están por encima de los marcos legales. Estos sistemas se centran en tres aspectos principales:

- el desempeño ambiental de las empresas, de los servicios y de los destinos
- la calidad de los productos
- la responsabilidad social de las empresas en los servicios.

Los sistemas de certificación, según la OMT (2003) en las recomendaciones a los gobiernos para el apoyo y la creación de sistemas

nacionales de certificación de la sostenibilidad en el Turismo se dirigen a los proveedores turísticos, tales como los alojamientos, restaurantes, instalaciones deportivas y recreativas, atracciones turísticas, destinos, tour operadores, empresas de transporte turístico o asociaciones turísticas. Los sistemas de certificación pueden reportar:

- Beneficios a la sociedad en los tres aspectos de la sostenibilidad (social, ambiental y económicos).
- Beneficios potenciales para el medio ambiente, ya que al aplicar criterios ambientales, mejoran el entorno local y en el medio ambiente mundial (cambio climático y diversidad biológica).
- Beneficios potenciales para los gobiernos, ya que elevan el perfil e imagen de un destino en términos de su calidad y normas medioambientales.
- Beneficios para las empresas. La adhesión a iniciativas ambientales voluntarias puede permitir a las empresas comercializar sus productos con más eficacia y mejorar su imagen pública, entre los consumidores, los socios comerciales y las comunidades anfitrionas.
- Beneficios para el consumidor, al ofrecerle más información y orientación a la hora de decidir sus opciones de viaje al tiempo que le aseguran calidad de productos y servicios (OMT, 2003)

Entre los principales instrumentos voluntarios respetuosos con el medio ambiente, tenemos los Sistemas de Gestión Medioambiental (SGMA), las Ecoetiquetas, y las buenas prácticas ambientales, entre otras. Todos difieren en cuanto a su propósito, alcance y contenido.

Los Sistemas de Gestión medioambiental. Son instrumentos voluntarios que una empresa, por ejemplo, turística, puede implantar para optimizar su eficiencia y mejora de su comportamiento medioambiental. Capacitan a una organización para alcanzar el nivel de comportamiento ambiental que ella misma propone (Granadero Castro, 2007).

El objetivo primordial de un SGMA, es la integración de las actividades que se desarrollan en el medioambiente, y de este con el hombre a través de actividades humanas.

Los Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC), relacionado con el turismo, destaca en España la Calidad o Sistema de Calidad Turística (SCTE), distintivo de la calidad turística. Por el grado de interés de entre estas iniciativas, cabe destacar las siguientes:

- La norma UNE-EN-ISO 14001, o ISO 14001, “Sistemas de Gestión Ambiental – Especificaciones, con directrices de uso” (AENOR 1996), aceptada internacionalmente, incluye las consideraciones medioambientales dentro de la estrategia global de la empresa.
- Reglamento Europeo EMAS (*Eco-Management and Audit Scheme*), (Sistema Comunitario de Ecogestión y Ecoauditoría) fue elaborado en 1993 y revisado en 2001.

En 2006 entra en vigor el EMAS II que especifica que “se promoverá la mejora continua de comportamiento ambiental de las organizaciones, mediante la implicación activa del personal en la organización, así como una formación profesional y una formación adecuadas que permitan su participación activa en los trabajos de establecimiento y aplicación por parte de las Organizaciones de los Sistemas de Gestión Medioambiental. Cuando así lo soliciten, participaran también los representantes del personal”.

El estudio EVER es un estudio de Evaluación para la Reglamentación EMAS y Ecoetiquetado Comunitario (EIFE-UNIVERSITA. BACCONI 2005); dicho estudio aporta recomendaciones para la revisión de los sistemas con carácter voluntario gestionados por la Comisión Europea: EMAS y Ecoetiqueta.

Los SGMA pueden ser formales y estar normalizados, como es el caso de la ISO 14001 y el Reglamento EMAS, o pueden ser informales como un programa interno de reducción de residuos (planes de minimización) o medios y métodos no documentados por lo que una Organización gestiona su interacción con el medioambiente. Los principales apartados en lo que se articula la Norma ISO 14001 y el Reglamento EMAS son:

- Política Medioambiental
- Planificación
- Implantación y funcionamiento

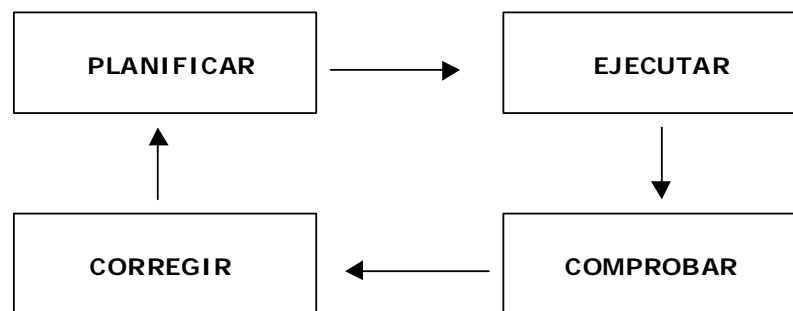
- Comprobación y acción correcta
- Revisión

Estas normas se basan en el denominado Ciclo de Deming (o Ciclo PDCA), y en la filosofía de la “mejora continua”, que es el pilar de los pioneros Sistemas de Gestión de Calidad (Muñoz, 2004; y Senlle, 2001). El Ciclo de Deming se articula en los siguientes puntos:

- *Plan* (planificar). Política Medioambiental.
- *Do* (ejecutar), Implantación y funcionamiento
- *Check* (comprobar), Que realmente se está realizando lo previamente planificado.
- *Act* (actuar), corregir las desviaciones respecto a lo planificado.

En la figura IV.3 se esquematiza el ciclo de Deming.

**Figura IV.3 – Ciclo de Deming o Ciclo de mejora continua**



*Fuente: Muñoz Santos (2004)*

En 2001 se publica la norma española UNE 150101EX (AENOR, 2001), como guía para la implantación de un sistema de gestión medioambiental conforme a la UNE-EN-ISO 14001 en hoteles y otros alojamientos turísticos (apartamentos, balnearios, etc.), y requisitos adicionales para el registro en el reglamento EMAS. La norma fue elaborada por el Comité técnico AEN/CTN150 Gestión Medioambiental, cuya secretaria desempeña AENOR.

Debido a los Sistemas de Calidad el Instituto para la calidad turística española (SCTE), la Asociación Hotelera de Menorca (ASHOME), ha propuesto el desarrollo de un plan turístico medioambiental similar al modelo del ICTE y compatible con las normas ISO 14001 y EMAS. La Fundación Biodiversidad y el ICTE están desarrollando la llamada “Q verde” y han implantado esta norma de calidad turística en 50 hoteles piloto (Asturias, Benidorm, Granada, Menorca, Lanzarote, etc.) (Ayuso, 2003)

El “Sistema de Turismo Responsable” es un sistema de certificación privado voluntario, que da público reconocimiento a la calidad medioambiental, la gestión de servicios de alojamientos turísticos, que cumplen los requisitos definidos en el estándar (ahorro de recursos, eficiencia medioambiental, sostenibilidad, calidad ambiental y calidad turística), y la opción a la concesión de la certificación *Biosphera Hotels* (situados en las reservas de la biosfera y los sitios del Patrimonio Mundial).

Para implantar un Sistema de Gestión Ambiental, las principales motivaciones son:

- Deseo de mejorar la imagen de la compañía y demostrar respeto hacia el medioambiente.
- Voluntad de mejorar la gestión interna de la empresa.
- Responder a exigencias y presiones de clientes y tour operadores.
- Asegurar el cumplimiento de la legislación.
- Aprovechar subvenciones otorgadas por la administración.
- Reducir el impacto ambiental de la actividad turística.
- Mejorar la calidad total del turismo.
- Ahorrar a través de actuaciones ambientales, por ejemplo ahorros de energía y agua.
- Mejorar la relación con la administración.
- Utilizar distintivo con reconocimiento europeo o internacional.



Aunque los SGA representan un instrumento sistemático para evaluar y mejorar el comportamiento ambiental en el sector turístico, tiene ventajas e inconvenientes. Entre las primeras cabe destacar la mejora de la imagen pública; la implicación y motivación de todo el personal; el ahorro de costes reales en recursos y residuos a medio y a largo plazo; la diferenciación como turismo de calidad con sus ventajas competitivas; se ganarían nuevos clientes y mercados concienciados ambientalmente, etc. (Sánchez Gelabert, 2006).

Entre los inconvenientes destacamos el elevado coste económico (gastos de consultoría, verificación y certificación, y esfuerzo en recursos humanos), falta de cultura ambiental; excesiva burocracia de documentación para las empresas turísticas.

A pesar de todo, los SGMA se convierten en instrumentos cada vez más extendidos en las empresas del sector turístico. La implantación de estos sistemas de gestión supone un valor añadido para el sector turístico, su implantación es la mejor opción, mejorando la calidad de los servicios y el ambiente laboral del entorno.

**Etiqueta ecológica,** Eco-etiqueta europea. Una etiqueta ecológica es un mecanismo voluntario de valoración y calificación ambiental, que de forma oficial, certifica que un producto o servicio es considerado como más eficiente medioambientalmente que el resto, dentro de una determinada categoría.

En 1992 la UE creó el sistema voluntario de etiqueta ecológica, cuyo ámbito de aplicación inicialmente, se limitaba a los productos. En el año 2000 el mecanismo comunitario se amplía a los servicios, dado que productos y servicios tienen un cierto impacto sobre el medioambiente. Por ello es necesario informar a los consumidores, cuales tienen menos incidencias medioambientales; información exacta con base científica y veraz (ya que esta información está en manos de organismos oficiales de carácter público y no sujeta a presiones comerciales).

La Etiqueta Ecológica Europea es válida en todos los estados miembros de la UE, además de Noruega, Islandia y Liechtenstein. Aunque cada Estado miembro, a través de las organizaciones pertinentes, gestiona todo lo referente a la

Eco-etiqueta, sin embargo las directrices y normas de concesión son iguales en todos los países miembros. Son compatibles con otros sistemas nacionales de etiquetado ecológico y totalmente voluntaria.

La primera etiqueta ecológica destinada a servicios, es la de alojamientos turísticos en el año 2003 (Decisión de la Comisión 2003/287/CE. Abril); y la segunda destinada a los campings, data del año 2005.

El impacto medioambiental ligado al sector turístico es de gran importancia, ya que supone modificación paisajística y ecológica de zonas generalmente frágiles caracterizadas por su gran biodiversidad (por ejemplo los ecosistemas costeros). Incide también en el modo de vida de las comunidades locales afectando a recursos naturales de agua y energía.

Sin embargo al marcar un servicio o un producto con el distintivo de excelencia ambiental, fiable como es la Ecoetiqueta Europea, se está:

- Limitando el consumo energético.
- Limitando el consumo de agua.
- Limitando la producción de residuos
- Favoreciendo el uso de fuentes de energía renovables.
- Promoviendo la comunicación y la educación sobre temas ambientales.

Conseguir la Ecoetiqueta Europea requiere un esfuerzo, pero proporciona un gran valor añadido. Esta Etiqueta da una oportunidad al medioambiente y ofrece muchas ventajas, entre otras, evidencia su elevada calidad de servicio y su buena gestión medioambiental, reduce costes, crea una sensación de bienestar, etc.

Todo esto se traduce en un valor añadido, económico, ecológico y social. En la figura IV.4 se puede observar la Etiqueta Ecológica de la Unión Europea:

#### **Figura IV.4 – Etiqueta Ecológica**



***Fuente: Diario Oficial de la Unión Europea (2009)***

La Etiqueta Ecológica Europea (EEE), representada gráficamente por una flor de tallo verde coronada por la letra “e” y las estrellas de la bandera europea, es un sistema de certificación gestionado por el Comité de Etiqueta Ecológica de la UE con el apoyo de la Comisión Europea y de todos los Estados miembros.

Esta etiqueta se le concede a productos y servicios que cumplen los requisitos del sistema de etiquetado ecológico de la Unión Europea.

Además de la Ecoetiqueta Europea, existen otros tipos de etiquetas aplicables al sector turístico. El programa “*Life Visi!*” (*Voluntary Initiatives for Sustainable Tourism* – iniciativa voluntaria para el turismo sostenible), se encarga de proporcionar las ecoetiquetas existentes en Europa.

Según la Cámara de Comercio e Industria de Guadalajara. UE. (2004), en los últimos años se observa una respuesta creciente en el turismo a los distintos sistemas de etiquetado. La principal motivación manifestada por los empresarios, para aplicar las ecoetiquetas, es el reconocimiento oficial de las actuaciones ambientales realizadas por las empresas.

A pesar de su potencial de mejorar, el comportamiento ambiental del sector, hasta el momento, a pesar de la respuesta creciente, no se ha alcanzado la masa crítica para que las ecoetiquetas funcionen realmente como instrumento de mercado. Tal vez se explique esto por la dificultad técnica para cumplir criterios definidos por la oposición al pago de las tasas de solicitud y mantenimiento.

La presencia de diferentes ecoetiquetas y su aparente competencia entre ellas, crea confusión entre ellas y entre empresarios y consumidores. Con todo, la ecoetiqueta puede ser un referente en contribución al desarrollo sostenible, dado que al ser relacionada con el producto, relaciones que además de las cuestiones puramente ambientales con la salud del consumidor y seguridad, así como el comercio justo, puede ser punto de referencia en la implantación de compra responsable en el sector público.

La implantación de la ecoetiqueta, aunque sea una herramienta más adecuada para garantizar el desarrollo sostenible de la empresa, presenta una implantación menor que otros instrumentos como es el Reglamento EMAS (Informe OSE 2007).

Además de los códigos de conducta y las declaraciones de buenas intenciones, a partir de los años 90, el sector turístico comienza a desarrollar iniciativas para incorporar como otro instrumento voluntario las buenas prácticas en la actividad empresarial. Con ello se contribuye a mejorar el comportamiento medioambiental.

A nivel internacional destacan:

- International Hotels Environment Initiative (IHEI), creada en 1990 por 12 cadenas hoteleras multinacionales.
- En 1997, el Instituto de Turismo Responsable (ITR) desarrolló el Sistema de Turismo Responsable con la certificación de Biosphere Hotels (ITR 2003a). El ITR es una institución sin ánimo de lucro orientada a la promoción del turismo sostenible que cuenta con el apoyo de la UNESCO y otros organismos internacionales.
- Programa Green Globe, lanzada en 1994 y transferido en 1999 a un grupo de inversores del World Travel and Tourism Council (WTTC), constituida

hoy día como una compañía privada, el Green Globe 21, que promueve la adopción de las buenas prácticas ambientales en todas las actividades ligadas al turismo, ofreciendo servicios de información a sus miembros a través de la página web y de manuales específicos.

En España han sido más bien las administraciones públicas y algunas entidades privadas las que han difundido la información relativa a las buenas prácticas, por ejemplo el Instituto de Turismo Responsable (ITR), Fundación Biodiversidad o Ministerio de Medio Ambiente entre otros.

Las ventajas de este tipo de guías de buenas prácticas ambientales suponen un bajo coste y son sencillas de aplicar, permiten obtener buenos resultados ambientales y beneficios para las empresas, y se pueden adaptar a cada caso particular en función de su problemática específica.

La mejor forma de realizarlas, es integrándolas en operaciones diarias que se llevan a cabo en la empresa turística. Las guías suelen presentar el desarrollo de medidas referidas, fundamentalmente, al ámbito de consumo de energía, de agua, generación de residuos, y la compra y consumo de productos. (<http://www.biospheretourism.com/es>)

#### **4.3.3 - Instrumentos Financieros y de Apoyo**

En la década de los 80, se inicia una política global en materia de turismo en la Unión Europea, desarrollando políticas e instrumentos financieros específicos en materia de turismo. Los instrumentos financieros disponibles para apoyar el sector turístico sostenible son, entre otros, los siguientes:

- Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Beneficia iniciativas que fomenten el patrimonio cultural y natural, mejoras de infraestructuras, y promoción de las Tic, Pymes innovadoras, estrategias turísticas transfronterizas, e intercambio de experiencias interregionales. En el 2008 se presentó un amplio análisis cualitativo del impacto de los Fondos Estructurales sobre proyectos turísticos de regiones costeras. Aquí se destaca sobre todo la sostenibilidad en los nuevos proyectos turísticos. Para el periodo 2007-2013, la inversión comunitaria al sector turístico será

de 6.300 millones de euros, disponible para programas operativos directamente relacionados con el turismo sostenible.

- Fondo Social Europeo (FSE). Financia proyectos y programas educativos y de formación para aumentar la productividad y mejorar la calidad de empleo y los servicios en el sector turístico, igualmente apoya la creación de microempresas turísticas.
- Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER). En relación con el sector turístico, impulsa iniciativas para mejorar la calidad de la producción y los productos agrícolas, mejorar el medioambiente y el entorno rural, fomenta las actividades turísticas como parte de la diversificación del objetivo de la economía rural, e impulsa la realización de estudios de inversiones relacionados con el mantenimiento, restauración y patrimonio cultural.
- Fondo Europeo de la Pesca (FEP). Se incluye el desarrollo sostenible de las zonas pesqueras, relacionado estrechamente con los efectos de reestructuración del sector pesquero y la diversificación del sector pesquero hacia el turismo ecológico, o la formación en actividades paralelas a la pesca, relacionadas con el turismo.
- Programa Marco para la innovación y la competitividad; apoya toda iniciativa para impulsar la competitividad de las Pymes en la UE, por lo que las empresas relacionadas con el sector turístico están incluidas.
- Programas LEADER I, LEADER II Y LEADER PLUS. Surgió con el objetivo de incentivar zonas rurales más deprimidas, apostando por nuevas iniciativas para un turismo sostenible potenciando el ecoturismo, tiendas de artesanía, fábricas de productos gastronómicos, turismo rural, etc.
- PRODER. Es un programa operativo pluriregional con cargo al Marco Comunitario de Apoyo. El PRODER II apoyará iniciativas de las asociaciones de desarrollo Rural, que posibiliten un desarrollo sostenible de actividades turísticas en el entorno rural. ([www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)).

En España hasta la década de los noventa, no toma forma la política específica del sector turístico, ya que hasta entonces se consideraba simplemente una actividad económica transversal.

Aunque la mayoría de los instrumentos disponibles para lograr un turismo más sostenible ya se han descrito, existen unos instrumentos de apoyo, que se debería tener en cuenta:

- Dotación y gestión de infraestructuras por parte de los gobiernos (o de sus socios o agentes) de diversas infraestructuras y utilidades públicas.
- Dotación de utilidades públicas, planificando de forma cuidadosa en los destinos turísticos determinados recursos y servicios: agua, energía, alcantarillado, recogida de basuras, transportes, servicios básicos de salud y de seguridad, telecomunicaciones, etc.

Como ejemplos de medidas para infraestructuras, tenemos:

- Mejorar los accesos a las comunidades turísticas
- Estudiar el impacto medioambiental, social y económico de cualquier infraestructura de transporte (nuevas carreteras, puertos, aeropuertos, etc.)
- Desarrollar programas de parques y paseos en zonas turísticas.
- Desarrollar pistas para caminantes y ciclistas.
- Ampliar zonas peatonales en pueblos y ciudades
- Favorecer el transporte público, haciéndolo más atractivo y sostenible con una tecnología mejorada
- Asegurar la formación accesible a todos, y especialmente en aspectos de gestión de la sostenibilidad.
- Influir también en el papel del marketing y de los servicios de información para influir en la sostenibilidad.

#### **4.3.4 - Innovación**

##### **Concepto y definición**

Para Salow, Premio Nobel de Economía en el año 1987, el factor clave para lograr el crecimiento económico es el progreso técnico. El progreso o la innovación, estimula la abundancia de las naciones. Tener un potencial de recursos naturales o culturales no es suficiente. No se puede vivir en potencial, es necesario tomar iniciativas, desarrollar productos nuevos y los procesos que salvaguardarán el futuro turístico de los países en este milenio. (Venegas, 2009). La innovación es la clave de la expansión económica, es uno de motores de crecimiento.

El concepto de innovación (Comisión de las Comunidades Europeas, 2005) ha cambiado profundamente en los últimos 25 años. La aparición y difusión acelerada de las nuevas tecnologías y los continuos cambios que exigen unas adaptaciones permanentes, están siendo un reto para la sociedad en su conjunto. El crecimiento, el mantenimiento de empleo, la competitividad, etc., pasan inevitablemente por la innovación.

Se reconoce que el factor tecnológico no es el único elemento de innovación. El manual de Oslo, perteneciente a la llamada “Familia Frascati”, son una serie de manuales, editados por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Es el documento más utilizado en el mundo para la medición de la innovación. Es la principal fuente internacional de directrices para la recogida y análisis de información relativa a la innovación. (Sánchez y Castillo, 2006)

En 1995 define la innovación tecnológica como: “la innovación en tecnología de productos y procesos (IPP), que comprende los productos y procesos implementados tecnológicamente nuevos, así como las mejoras tecnológicas de importancia producidas en productos y procesos”.

En la nueva edición del Manual de Oslo, publicado 2005, además de la innovación tecnológica de productos y procesos, incluye innovaciones organizacionales y de marketing. Por tanto la nueva definición de innovación es:



“La introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (bien o servicio), o proceso nuevo, o con alto grado de mejora, o un método de comercialización u organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, al lugar de trabajo o a las relaciones externas”. Señala como tipos de innovación los siguientes:

- Innovación de producto
- Innovación de proceso
- Innovación de marketing
- Innovación organizacional

Existen también innovaciones sociales no orientadas a mercados.

Según la Comisión Europea (2005), la innovación se traduce en renovación y ampliación de la gama de productos y servicios, y de métodos de producción, abastecimiento y distribución, y también cambios en la gestión, en la organización del trabajo, en las condiciones de trabajo, y la cualificación de los trabajadores.

Actualmente, la UE debe situar mejor su capital científico y tecnológico al servicio de la competitividad industrial y de las necesidades de los mercados. Conviene prestar mayor atención a los resultados de innovación, su transferencia y valorización por la industria, y actualizar la distinción tradicional entre investigación fundamental, investigación precompetitiva e investigación aplicada, para evitar que lo ocurrido en algunas ocasiones, en el sentido de que la industria europea no siempre ha podido beneficiarse de los esfuerzos hechos en materia de investigación.

Según el Libro Verde de la Innovación, una de las debilidades de Europa, reside en su inferioridad en la transformación de resultados de investigación y la competencia tecnológica en innovación y ventajas competitivas.

En cuanto a España también debe orientar mejor su capital científico traduciéndolo en innovación, al servicio de la competitividad, sobre todo en el sector turístico que puede ser un motor para salir de la crisis, y al que tanto está

afectando según los últimos indicadores que muestran que el sector está en recesión.

## **Innovación y Turismo**

El futuro del turismo se enfrenta a múltiples retos, resultado de la intensidad de los cambios que afectan y condicionan la actividad, de la creciente competencia entre destinos y entre productos, y modalidades dentro de un mismo destino. El turismo se está convirtiendo en una actividad que requiere instrumentos complejos e innovadores para su desarrollo y gestión. (Puccio y Grana, 2008)

España no puede ser ajena a estos retos ya que tiene un gran potencial, y debe reaccionar subiéndose al tren de la innovación, en estos momentos de crisis, para de nuevo ser líder en competitividad. El Plan de Turismo Español Horizonte 2020, de la Secretaria de Estado y Turismo, señalaba ya como actuaciones prioritarias del turismo la competitividad, y señalaba también entre las debilidades la dificultad de innovar, y la adaptación a nuevas tendencias.

Es necesario sensibilizar a los agentes del sector, de la urgencia y necesidad de cambio hacia la innovación, para lograr un turismo que avance en competitividad y sostenibilidad, añadiendo así valor al producto turístico. ¿Qué se gana innovando? Competir con un claro aporte de valor añadido innovador. Conseguir de forma sistemática, mejoras sustanciales en los procesos de la empresa turística, y transversales que supongan ventajas competitivas y éxito comercial.

La innovación puede recaer sobre aquellas partes de la cadena que aporten más valor al sector y a las empresas del mismo. Por esto, se hace necesario conocer el sector, su cadena de valor, para entender que tipo de innovación es más interesante en el mismo. No todas las empresas precisan de los mismos tipos de innovación para ganar competitividad; no es comparable la necesidad de diseño o aplicación tecnológica en la automoción o en el turismo.

En los últimos años, el sector turístico ha introducido cambios importantes con el fin de adaptarse al desarrollo y uso de las nuevas tecnologías,

como son las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), o los sistemas globales de gestión, lo que ha supuesto un cambio, no solo en los métodos de trabajo, sino en la contratación de personal con un mayor nivel de cualificación. En este sentido, cabe destacar que el propio desarrollo tecnológico, se ha visto influenciado por la expansión de la actividad turística, la globalización de la economía, las nuevas demandas de ocio, lo que ha generado y genera una mutación en el mercado turístico.

Es necesario introducir cambios innovadores en la forma de planificar, en servicios y productos, en estrategias de mercado, en procesos de comercialización y ventas. Hay que potenciar la creatividad, la innovación y el liderazgo, que permitan un nuevo tipo de empresas turísticas enfocadas a un turismo sostenible y competitivo. Este concepto de excelencia turística no es posible si se desvincula de la investigación y la innovación, para el diseño y desarrollo de un nuevo turismo con grandes valores añadidos que lo harán realmente diferente.

La época de crisis es la oportunidad para el cambio y la innovación, y situar el turismo sostenible en el terreno de la calidad. Hay que orientar las empresas turísticas hacia la satisfacción total, basándonos en el conocimiento de gustos, tendencias y preferencias.

### **Agrupaciones de Empresas Turísticas Innovadoras**

Es importante la agrupación de empresas innovadoras turísticas; los entrenamientos para la innovación, surgen como espacios dinámicos, prácticos e interactivos, donde descubrir y aprender de la experiencia de otros, así como poner en marcha actuaciones y proyectos innovadores, forma parte colaborativa y cooperativa. Como ejemplo, en junio de 2009, empresas privadas e instituciones públicas, han creado una agrupación en Navarra, “Turnavarra”, para potenciar la innovación, en las que 3.386 empresas vinculadas al sector, podrían acceder a subvenciones estatales y de la UE, al ser consideradas “Agrupaciones Empresariales” (Díez García, Such Pérez, 2009).

### **Financiación**

Las empresas del sector turístico en tiempo de crisis, necesitan más que nunca financiación, innovación e internacionalización, sobre todo las pequeñas y

medianas empresas. Para dar respuesta a lagunas de estas cuestiones (Revista SAVIA, 2009), están los programas europeos financiados por la UE, como el Programa Leonardo Da Vinci, que financia proyectos multilaterales de desarrollo y transferencia de la innovación.

No toda la innovación es tecnología; la implantación de nuevos modelos de gestión, o de cooperación o de formación entre empresas turísticas pueden ser también claves de mejora. Hay proyectos financiados por la UE y considerados de innovación, que no son complejos, pero sí útiles; sirva de ejemplo el proyecto europeo “Taxi-drives”, con el que se formaron taxistas y conductores de autobuses de Roma, Colonia, Bruselas, Burdeos, Budapest, Victoria y Villareal, al que atienden a turistas, mediante cursos de inglés. Este proyecto ya finalizado tuvo un gran éxito, y por ello se amplió para formar empresarios en el ámbito del turismo rural. Los contenidos de los cursos eran temas básicos de inglés, pero relacionados con los intereses culturales turísticos y de ocio de sus respectivas ciudades. Se aprovechaban los tiempos de espera entre servicio y servicio, algo muy interesante para un colectivo con largas jornadas de trabajo. Estos programas y subprogramas se encuentran enmarcados en el “*Lifelong Learning Programme*” (LLP) de la Comisión Europea para el 2007-2013. Es una herramienta para lograr objetivos de Lisboa (reducir la brecha en cuanto a innovación, investigación y cualificación profesional entre Estados miembros).

En España, el Plan de actuación 2008-2012 de la Secretaria de Estado de Turismo, quiso impulsar un nuevo modelo de la innovación horizontal para el conjunto del sistema turístico español: mejorar la capacidad científica y tecnológica, aumentar la efectividad y eficiencia de la gestión, marcando cinco líneas de actuación:

- Programa de la sensibilización en la innovación
- Clúster “turísticos innovadores”, para incentivar la creación de plataformas de colaboración entre empresas, proveedores, centros de investigación, y formación de gestores de destinos.
- Desarrollo de herramientas tecnológicas para el sector (TIC turismo). Desarrollar un programa de inversión en el desarrollo de las nuevas

tecnologías, especialmente en el ámbito de la información y de las comunicaciones.

- Apoyo a la innovación empresarial. Incentivar proyectos dirigidos a la creación y generalización de nuevos modelos de productos y procesos de gestión y comercialización turísticos.
- Innovación para la sostenibilidad. Impulsar proyectos innovadores de sostenibilidad social, cultural y medioambiental en las empresas y los destinos turísticos.

La innovación es una ventaja competitiva, por ello debe de ser impulsada y apoyada por los Estados, regiones y sectores productivos y financiados. El Libro Verde de la Innovación, indica que en los últimos 20 años, el contexto de la innovación ha cambiado profundamente. La aparición y difusión acelerada de nuevas tecnologías, y los continuos cambios que exigen adaptaciones permanentes, están siendo un reto para la sociedad en su conjunto.

La globalización de los mercados y el auge de las alianzas estratégicas, la aparición de nuevos países competidores, la internacionalización creciente de las empresas, las actividades de investigación e innovación, el aumento de los costes de investigación, el incremento del paro, y factores sociales como el medioambiente, son fenómenos que han revolucionado tanto las condiciones de producción y difusión de las innovaciones, como las razones que subyacen a la intervención de los poderes públicos en este ámbito.

En este contexto, la capacidad de las instituciones y de las empresas para invertir en investigación y desarrollo, educación y formación, información y cooperación, y de una forma más general en intangibles, es determinante.

Es necesario trabajar a medio y a largo plazo, reaccionar muy rápidamente a los condicionantes y oportunidades del presente. Las empresas deben de innovar constantemente aunque sea de forma gradual, para poder responder a las transformaciones del entorno cambiante, por medio de la permanente actualización de su sistema de innovación.

La nueva situación de la Europa de los 27 y el desarrollo de economías emergentes como India y China, supondría para España un nuevo mercado global

en el que la competencia va a ser reconfigurada, y por lo tanto, nuestro nivel de competitividad deberá ser mejorado sustancialmente. Competir en este escenario significa converger en primer lugar, en la implantación de tecnologías de la información y comunicación (TIC), con líderes de la UE.

### **Tecnologías TIC**

Las TIC aumentan la calidad y la eficiencia al turismo, lo que supone innovar y por tanto añadir valor al turismo sostenible. En la XIX Conferencia de Ministros de Turismo (UE) celebrada en Estoril, Portugal en 2009, se acordó incentivar la innovación, y mejores prácticas en la aplicación de las TIC a la actividad turística. (Chamorro, 2008).

En los últimos años el sector turístico ya ha introducido cambios importantes con el fin de adaptarse al desarrollo y uso de las TIC. Esto supuso no solo un cambio en los métodos de trabajo, sino también en la contratación de personal.

El turismo ha sido uno de los sectores más afectados y que más ha cambiado, gracias a la introducción masiva de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones. Estas han revolucionado el turismo y sobre todo la comercialización y promoción. Según el estudio “Consumer Travel Trends Survers”, publicado por Phocuswright, el año 2007 ha sido el primero en que los viajes, en Estados Unidos, ha sido el servicio más comprado en Internet (51%), que a través de los canales convencionales.

El último informe publicado sobre comercio electrónico por la Comisión Nacional de las Telecomunicaciones ([www.cmt.es](http://www.cmt.es)) señala que durante el primer semestre del año 2013, las ventas en internet alcanzaron un valor total de 2.822 millones de euros, lo que supone un crecimiento anual superior al 15% en España. Las operaciones en agencias de viajes y operadores turísticos en internet supusieron el 13,8% del comercio electrónico en España, el transporte aéreo representó otro 11% adicional, y el transporte terrestre de viajeros, el 4,8%. Cerca del 30% del dinero que se gastó en internet en nuestro país tiene una relación directa con el turismo.

Se puede calcular, por lo tanto, a partir del informe de la CMT que el mercado de viajes en internet superará en 2014, de mantener el crecimiento, de forma clara los 4.000 millones de euros y se acercará a los 5.000 millones, una cifra que equivale al 0,5% del PIB español.

El turismo está sufriendo una auténtica revolución debido a la aplicación de las nuevas tecnologías, y sobre todo por internet, provocando la transformación del sector. Muchos establecimientos hoteleros han invertido en estas tecnologías, sobre todo los de gama alta o pertenecientes a cadenas; pero están menos generalizados en hoteles de gama baja o en establecimientos de turismo rural.

Los servicios turísticos suponen el 58% de las ventas que España logra fuera de sus fronteras. Es decir, si el sector del turismo es el motor del comercio electrónico en España, es casi sinónimo de *ecommerce* cuando se habla de “exportar servicios por internet”.

El enorme esfuerzo realizado en los últimos años por compañía hoteleras, aéreas y de transporte españolas permiten a los viajeros europeos comprar directamente a nuestras empresas saltándose a los *touropedores* europeos que antiguamente (sobre todo los británicos y los alemanes) controlaban sus mercados de origen en la era de las oficinas de turismo

Las TIC agrupan un conjunto de aparatos necesarios para administrar la información, y especialmente, las computadoras y programas necesarios para convertirla, almacenarla, administrarla y encontrarla. La introducción de las TIC, genera cambios en la sociedad lo que se denomina “Sociedad de la información” o “Sociedad del conocimiento”. Los primeros pasos hacia una “Sociedad de la información”, se remontan al telégrafo eléctrico, teléfono fijo, radiotelefonía y televisión. Internet, la telecomunicación móvil y el GPS, pueden considerarse como las nuevas TIC.

Para la actividad turística, el elemento más importante de las TIC es sin duda “la red”. El avance de Internet, Intranet y Extranet, ha transformado la comunicación y organización de las empresas turísticas en estos últimos años.

Un claro ejemplo de esta oportunidad para el turismo, se visualiza en los procesos de reservas de las agencias de viajes, compañías aéreas, turoperadores, etc. que se han visto beneficiados con el uso de estas nuevas tecnologías. Hoy suponen un amplio abanico de posibilidades y oportunidades tanto para empresas grandes como pequeñas. Ahorran tiempo, dinero y ganan en productividad y satisfacción del cliente. (Puccio y Grana, 2008)

Si bien son las empresas de un destino las que deben innovar para competir en el mercado, es la gestión pública del turismo la que debe imprimir dinamismo a los procesos de innovación para la competitividad del turismo sostenible. A continuación se muestra en la tabla IV.2 algunos de los aspectos de la actividad innovadora en el sector turístico español, y distribución de patentes en proceso.

**Tabla IV.2 - Procesos en el sector turismo**

<b>Subsectores</b>	<b>Procesos</b>	<b>Subprocesos</b>	<b>Nº patentes</b>
<b>I. Hostelería</b>	1. Alojamiento	A. Recepción	88
		B. Pisos	25
		C. Conserjería	3
		D. Lavandería	8
		E. Telefonía	6
		F. Mantenimiento	100
G. Medioambiente		45	
2. Restauración	A. Cocina	118	
	B. Restaurante	11	
	C. Almacenes	5	
	D. Medioambiente	10	
3. Administración			
<b>II: Transporte</b>	1. Transporte aéreo		28
	2. Transporte terrestre		19
	3. Transporte marítimo		26
	4. Seguridad		1
<b>III: Agencias de viajes</b>	1. Mayoristas		6
	2. Minoristas		2

*Fuente: Sancho Pérez, (2000)*



## **4.4. HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE Y COMPETITIVO**

### **4.4.1 – Competitividad: Concepto y definición**

La competitividad representa un papel muy importante en las empresas, ya que estas deben tener una característica especial para ser diferenciadas; muchas empresas turísticas deben esforzarse por tener ventajas competitivas sostenibles, destacando así en el mercado por su competitividad.

La competitividad es un concepto insuficientemente definido a pesar de la literatura académica disponible sobre este particular. Así al introducir este concepto, no se disipan las dudas planteadas, respecto a si se está aludiendo a la competitividad nacional, a la de una industria/actividad, sector, a la competitividad de una empresa, etc.

En cambio, cuando la competitividad está vinculada, por ejemplo, a una empresa o conjunto de empresas de una actividad nacional, se registra entonces un mayor grado de acuerdo. El éxito de una empresa o de un grupo de empresas, encuadradas en una actividad económica específica, medido por la incuestionable aceptación en los mercados internacionales de los productos que conforman el negocio, da sentido a las iniciativas encaminadas a evaluar “la competitividad”.

Una sintética definición de competitividad es “la capacidad de competir” ([www.rae.es](http://www.rae.es)).

En términos empresariales se entiende por competitividad “la capacidad de una organización pública o privada, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico”.

En el ámbito económico y social, la competitividad “es actualmente la característica o cualidad que permite sobrevivir a una organización dentro de los mercados saturados”.

La mayoría de las veces podríamos sustituir la “competitividad” por la palabra “eficiencia”, pero este es realmente un paso previo para la consecución de la competitividad.

#### **4.4.2 – Turismo sostenible y competitividad**

La competitividad turística se define como “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido, que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores” (Hassan, 2000).

La competitividad en el turismo se mide a través de un índice de competitividad, publicado dentro del Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo del mundo, elaborado y presentado por el Foro Económico Mundial (FEM).

Se puede observar en la tabla IV.3, que de las tres categorías generales, sólo en el **Marco Regulador**, España registra una puntuación que la sitúa por debajo de los 10 primeros destinos; por el contrario en las otras dos categorías, **Ambiente de Negocio e Infraestructuras**, y en **Recursos Humanos, Culturales y Naturales**, la puntuación obtenida la sitúa en el 5º y 6º lugar del ranking de 140 países/destinos analizados.

**Tabla IV.3 - Valoraciones de las categorías y subcategorías del TTCI para España**

<b>España</b>	<b>Ranking (de 140)</b>	<b>Puntuación (1-7)</b>
<b>Marco Regulator</b>	<b>14</b>	<b>5,5</b>
Políticas y regulaciones	67	4,5
Sostenibilidad Ambiental	25	5,2
Seguridad ciudadana	23	5,7
Salud e Higiene	24	6,1
Prioridad para el sector viajes y turismo	10	5,9
<b>Ambiente de negocios e infraestructura</b>	<b>5</b>	<b>5,3</b>
Infraestructura del transporte aéreo	10	5,3
Infraestructura del transporte terrestre	10	5,9
Infraestructura de turismo	5	6,7
Infraestructura de informática y de comunicaciones	28	4,5
Competitividad del precio en el sector viajes y turismo	106	4,1
<b>Recursos humanos, culturales y naturales</b>	<b>6</b>	<b>5,4</b>
Recursos humanos	34	5,2
Educación y Formación	36	5,2
Disponibilidad de mano de obra cualificada	30	5,3
Afinidad por el turismo	39	4,9
Recursos naturales	29	4,8
Recursos culturales	1	6,6
<b>Índice de Competitividad en Viajes y Turismo 2013</b>	<b>4</b>	<b>5,4</b>

*Fuente: World Economic Forum. (2013)*

La prosperidad de una nación depende del nivel de productividad y competitividad de sus empresas. La ventaja competitiva se determina por la habilidad de una empresa o grupos de empresas de innovar y mejorar continuamente sus productos y servicios.

La competitividad es un atributo de las empresas, no de los países. Las empresas tienden a agruparse formando “Clúster Competitivos”, que son altamente eficientes, y que permiten crear una ventaja competitiva sostenible (Monfort Mir, 1999). Para que un clúster de turismo en un país llegue a ser competitivo a escala mundial, se requiere de acciones conjuntas de empresas privadas (actuando en cámaras conjuntas) de sectores relacionados y de los gobiernos locales y centrales.

La pregunta, ¿Cómo ser competitivo?, encierra una respuesta en la que descansa la vital supervivencia de numerosos negocios, al constituir dicho concepto en sí mismo una obligada referencia a la capacidad de anticipación y de respuesta de la empresa a los retos que de forma constante plantea el entorno.

El concepto de éxito competitivo recuerda la idea de “excelencia”, asociada con la obtención por parte de la empresa de los máximos niveles de eficacia y eficiencia, y que en el ámbito del turismo, tratado de aplicarse a destinos turísticos concretos, aunque finalmente serán las empresas y sus respectivos negocios, los auténticos protagonistas, con capacidad real de interiorizar, y hacer aplicable esa “excelencia”, a cualquier destino turístico sensibilizado con esta experiencia. En suma, el compromiso de la competitividad, es la mejora de la eficiencia, el crecimiento de la cuota de mercado y el de la renta.

### **Turismo europeo sostenible**

El turismo europeo se enfrenta a dos desafíos: la competencia internacional (en particular, los países emergentes China, India, Brasil), y la cuestión medioambiental que se plantea a nivel planetario.

Hay que encontrar un buen equilibrio entre el desarrollo armonioso de los destinos, la protección del medioambiente, y por otra parte, la competitividad de la industria turística. Hoy más que nunca, el objetivo predominante de la industria turística, consiste en seguir siendo competitivo en un marco de desarrollo sostenible. El modelo turístico actual debe presentar dos imperativos: la “competitividad” (contando con la calidad y la innovación), y la adaptación de la oferta, a las evoluciones de la demanda.

La Comisión de las Comunidades Europeas (2007d) en su comunicado “Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo”, plantea como objetivos de mejora la competitividad y sostenibilidad, así como la prosperidad económica, equidad y cohesión sociales, y protección medioambiental y cultural.

El comunicado del CESE del 2009 expresa claramente, que la competitividad depende de la sostenibilidad, de la calidad de la experiencia turística, y hace referencia expresa a las exigencias que el cambio climático impone

a la industria turística. La responsabilidad social de las empresas puede colaborar de forma decisiva en la asunción de medidas de adaptación y lucha contra el cambio climático, a la vez que ayuda en la innovación y el valor de los productos turísticos para un mundo con importantes retos globales. El catálogo de retos es abierto y dinámico, ya que en todo momento los diversos agentes del sector turístico deben actualizar, priorizar y gestionar con espíritu cooperativo.

Los objetivos de la Agenda (Comisión de las Comunidades Europea, 2007d) deben alcanzarse con políticas adecuadas, como una gestión sostenible de los destinos (por ejemplo, a través de la planificación de la utilización del espacio y el suelo, o de inversiones en materia de infraestructuras y servicios), haciendo que las empresas tomen en consideración las cuestiones de sostenibilidad y sensibilizando a los turistas a dicha sostenibilidad.

Los principios que la Comisión propone para un turismo sostenible y competitivo son nueve:

- Adoptar un enfoque global e integrado, para conseguir un turismo equilibrado y respetuoso con la sociedad y el medioambiente.
- Planificar a largo plazo, velando por las necesidades de generaciones futuras.
- Lograr un ritmo de desarrollo adecuado respetando las características de los destinos turísticos.
- Involucrar a todas las partes interesadas (amplia y comprometida participación en la toma de decisiones).
- Utilizar los mejores conocimientos disponibles y compartirlos en toda Europa.
- Minimizar y gestionar los riesgos (principio de cautela), prevenir todo efecto dañino sobre medioambiente o la sociedad.
- Reflejar el impacto en los costes (quien utiliza y contamina paga)
- En caso necesario establecer límites y respetarlos
- Llevar a cabo un seguimiento continuo. La sostenibilidad requiere una vigilancia sin descanso.

Todos los protagonistas del turismo en Europa deben participar en el desarrollo de esta agenda: autoridades públicas, empresas, turistas, centros de enseñanza e investigación, sindicatos, asociaciones de consumidores, organizaciones no gubernamentales, organizaciones internacionales, etc.

Las acciones que prevé aplicar la Comisión y que apoyará activamente para incitar a los agentes a compartir sus conocimientos son, entre otras, la organización de conferencias y estudios, alianzas entre distintos destinos, o la cooperación entre universidades, institutos de investigación, observatorios, etc.

Según el Dictamen de la Comisión Económica y Social Europea (2009b), el reconocimiento del turismo y su importancia estratégica en la economía europea ha merecido, por parte de todas las instituciones europeas, declaraciones tanto formales como informales, que refuerzan ese papel, lo divulgan entre todos los agentes y, en definitiva, suponen un fuerte empuje de ese sector. Ello no solo por el ámbito estrictamente económico, sino por su relevancia social en la construcción de la Europa de los ciudadanos. Aún reconociendo ese impulso, posiblemente queda aún recorrido para que el turismo alcance ahora, y en el futuro, ese papel central en la política europea.

Según una encuesta realizada por la asociación European Cities Marketing a principios de 2014 ([www.europeancitiesmarketing.com](http://www.europeancitiesmarketing.com)), el 58% de los destinos urbanos de Europa están desarrollando proyectos específicos para impulsar el turismo sostenible. Prácticamente una de cada dos ciudades europeas hará de la sostenibilidad turística su ventaja diferencial. El 89% de las ciudades miembros de dicha asociación consideran la sostenibilidad como un aspecto crucial para su futuro. Incluso un 48% de las ciudades europeas considera que la sostenibilidad acabará siendo una parte esencial de su "Unique Selling Proposition" o ventaja diferencial respecto a otros destinos competidores.

### **Turismo Nacional Sostenible**

El desarrollo turístico en España (y en otras partes del mundo), ha generado un modelo de crecimiento basado en el incremento continuado del

número de visitantes (independientemente de la capacidad de acogida del territorio), la prioridad de los beneficios a corto plazo, la creación de una oferta homogénea y estandarizada, la escasa presencia de la cultura y las tradiciones locales en la configuración de esta oferta, y en general una fuerte presión ambiental y paisajística del territorio. Se trata pues de un nuevo modelo insostenible que ha perdurado a lo largo de más de cuatro décadas (Ayuso, 2003).

A partir de los años 90, el turismo español recupera su posicionamiento, de manera que en 2002 nuestro país ocupa el 2º lugar como destino turístico en el mundo, según OMT. Este precoz desarrollo fue posible por el importante patrimonio cultural y natural existente, a las infraestructuras, a las condiciones climatológicas, etc. Para incentivar la demanda, se apostó primero por la competitividad (Plan Future) y luego por la calidad (Plan PICTE) (Brunet Estarellas, 2005).

En la tabla IV.4 se puede observar la instrumentalización de la política turística en España

**Tabla IV.4 – Instrumentalización de la política turística en España**

1990	Libro blanco del turismo español	Diagnóstico
1992-1995	FUTURES I. I plan marco de competitividad del turismo español	Competitividad
1996-1999	FUTURES II. II plan marco de competitividad del turismo español	
2000-2006	PICTE. Plan Integral de calidad del turismo español	Calidad
2007	Plan del turismo español 2020	
2008	Plan Renove del turismo para 2009	

*Fuente: Elaboración propia sobre datos de Brunet Estarellas (2005)*

Los PEDT (Planes de Excelencia y Dinamización Turística), son aquellos planes para recuperar y regenerar los destinos turísticos maduros y los que están en fase de desarrollo.

El Plan Futures o Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (1992-1995), ha promovido la excelencia turística de ciertos destinos (Calviá, Gandía, Peñíscola, etc.) con el objetivo de mejorar la capacidad competitiva de los mismos, potenciando así el sector turístico en el ámbito internacional. Nace como consecuencia de la búsqueda de competitividad en el sector turístico. Para lograr esto, describen los siguientes objetivos del Plan:

- Mejorar servicios y productos turísticos, mediante cultura de calidad, aplicada al medioambiente de los espacios turísticos
- Puesta en valor del Patrimonio cultural y natural
- Desestacionalización
- Mejora de la cualificación de los recursos humanos
- Fomentar la investigación y el desarrollo
- Incorporar nuevas tecnologías
- Coordinación entre sectores públicos y privados

Este Plan se estructuraba en 2 líneas estratégicas de intervención turística, los PET (Planes de Excelencia Turística), concebido para mejorar destinos maduros, especialmente tradicionales de sol y playa, lo que explica que el litoral fuese el ámbito dominante de inversión de los proyectos, y los PDT (Planes de Dinamización Turística) o Planes Futures II, que pretendían asegurar el desarrollo turístico de calidad de los destinos en fase de desarrollo mediante la puesta en valor del importante patrimonio histórico, artístico y natural. Sirvió para conseguir la reactivación económica mediante la potenciación turística de nuevos destinos, con ejecución de diferentes proyectos de dinamización, diseñados a partir de criterios de sostenibilidad económica, social y ambiental.

Dichos planes (Futures I y II) supusieron un cambio de estrategia derivado de la necesidad de mejorar y diversificar la oferta turística, a fin de recuperar y consolidar la supremacía española en el sector. Cabe destacar el nuevo modelo de relaciones y de cooperación entre las diferentes administraciones y los agentes relacionados con la actividad turística que van implícitas en el Plan.



*Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICHTE) 2000-2006*

Se renuevan, a grandes rasgos, los planteamientos del Plan Futures, pero basa su actuación en el concepto de calidad integral y de posicionamiento del turismo español como líder internacional.

La calidad como concepto básico de este Plan sustituye al de competitividad, abarca la calidad en destinos turísticos, tanto como a la de los productos, los sectores empresariales y la formación de recursos humanos. El concepto de calidad integral es uno de los puntos que lo diferencian del Plan Futures. Los objetivos del Plan PICHTE son:

- Consolidación de la posición de liderazgo
- Incremento de la rentabilidad
- Sostenibilidad sociocultural y medioambiental
- Diversificación de la oferta y la demanda
- Mayor distribución territorial
- Aumento de la calidad del empleo
- Aumento de la presencia internacional
- Consecución de indicadores completos
- Reconocimiento por el resto de los sectores económicos, e integración en sus esquemas de financiación, exportación, etc.

El PICHTE en su programa de información estadística y análisis económico establece más mecanismos de información, mediante la colaboración con el sector de las oficinas centrales de estadística, la definición del programa SINTUR (Sistema de Indicadores Económicos para el Análisis del Turismo), el diseño y gestión de FRONTUR (Movimientos turísticos de los españoles), estas estadísticas son básicas para el análisis de la demanda turística.

Uno de los compromisos importantes con la información turística que establece el PICHTE, es la elaboración de la primera cuenta satélite del turismo (CST), para la cuantificación de los impactos económicos del turismo, también se establece la cuenta satélite regional (CSRT).

El PICTE pretende promocionar España como “destino de calidad”, difundiendo una imagen de marca que lo distinga de otros, y que lo aleje de la tradicional visión de destino barato de sol y playa. Otra campaña de imagen que contempla, es la “Q” de calidad y el apoyo a la internacionalización. Desarrolló también estrategias de apoyo a la comercialización turística, mediante la participación en ferias, congresos, asambleas, o conferencias de carácter profesional.

El Plan PICTE sigue con la tarea del Plan Futures para recuperar la competitividad y la calidad, reforzándola con nuevos conceptos y adaptándolo a la nueva situación. Como comentario, resulta lamentable que a pesar de las ventajas que ofrecieron los PEDT, en la práctica se ha detectado una escasa rentabilidad en algunas iniciativas por motivos bien diferentes; por ejemplo algunos proyectos financiados en el marco de los PEDT, no difieren de otros recogidos ya en la planificación convencional, atendiendo solo a criterios de rentabilidad económica, y en los que las variables ambientales y sociales tienen un tratamiento residual. Tal vez haya que auditar más.

#### Plan del turismo Español Horizonte 2020

Ha sido una iniciativa del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio que supone una revisión estratégica a corto y medio plazo del sector turístico español, para que en esa fecha el sistema turístico sea más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social. El plan se aprobó el 8 de Noviembre de 2007, fruto de un gran consenso entre el sector el sector público y privado. Se inicia con un plan cuatrienal (2008-2012). Quiere responder este plan a los retos que tiene planteado el turismo (en presente y futuro), a través de:

- Un nuevo modelo para destinos turísticos maduros, mejorando nuestro posicionamiento en los mercados
- Promoviendo y desarrollando productos innovadores
- Impulsando la cultura del detalle y atención al cliente
- Comprometerse con la sostenibilidad, revalorizando recursos que fomenten el equilibrio socioterritorial del turismo

- Profundizar en el terreno de conocimiento, promoviendo la innovación, y atrayendo y mejorando el talento.

El turismo es un pilar en la evolución de la economía y sociedad española, que precisa renovar sus pautas de crecimiento para asegurar su contribución al bienestar social, liderando la nueva era del turismo, marcada por el cambio tecnológico, la responsabilidad medioambiental y las demandas de la nueva sociedad. En esta nueva orientación, se trabaja en la renovación y contención de la oferta de los destinos maduros y en la planificación selectiva del desarrollo turístico de los destinos emergentes.

En la figura IV.5 se observan los ejes clave del Plan del Turismo Español Horizonte 2020.

**Figura IV.5 – Ejes clave del Plan del Turismo Español 2020**

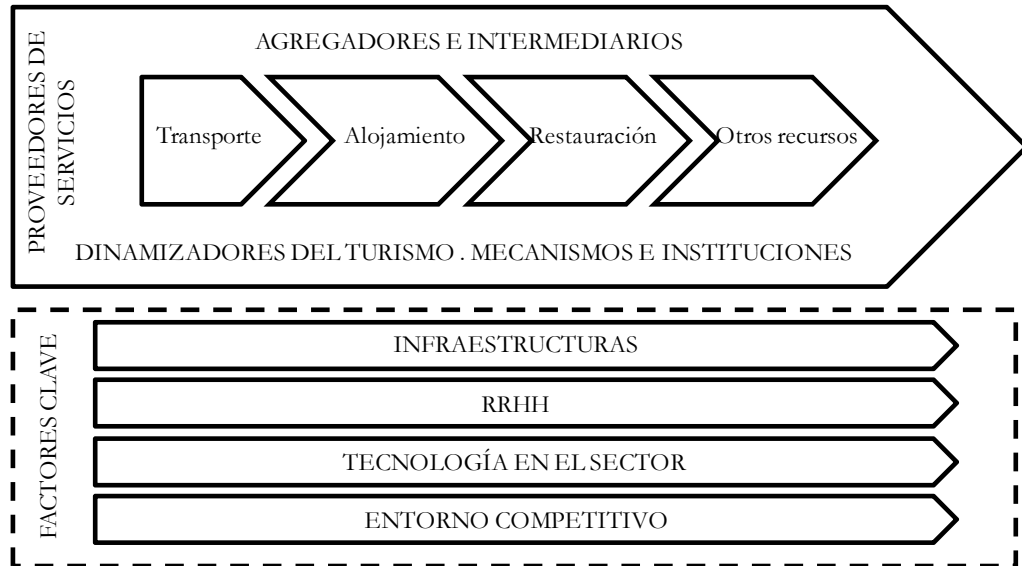


*Fuente: Esteban Talaya, (2008)*

Los programas del Plan siguen la estructura de los ejes. Posiblemente de los apartados más interesantes del plan, sea el estudio de la matriz DAFO del

turismo en España, después de analizar la oferta de la cadena de valor, tal y como se muestra en la figura IV.6:

**Figura IV.6– Cadena de valor**



*Fuente: Consejo Español de Turismo (2007)*

En cuanto al análisis DAFO del sector turístico español, se muestra un resumen en la tabla IV.5

### **Tabla IV.5– DAFO del sector turístico español**

#### **Debilidades**

- Alta estacionalidad uso instalaciones turísticas sol y playa
- Erosión márgenes brutos de la empresa
- Presión demográfica y urbanística
- Dependencia de la demanda británica, alemana y francesa
- Entorno legislativo y fiscal adolece visión turística global

#### **Fortalezas**

- Experiencia en gestión de sol y playa
- Climatología favorable
- Calidad playa e instalaciones
- Cercanía a demandas europeas
- Reconocimiento del logo turístico de España en Europa
- Dinamismo PYMEs del macrosector
- Mayor nivel exigencia turismo interno

#### **Oportunidades**

- Incremento sustancial de la demanda europea para productos urbanos, cultural y deportivo
- Diversidad cultural y geográfica que permite adaptar nuevos productos
- Nuevas demandas de largo radio China, India, Brasil, Rusia
- Incipiente desarrollo nueva técnica de fidelización
- Mejora infraestructuras

#### **Amenazas**

- Disminución de la estancia media y gasto medio por turista
- Sobreoferta alojamiento sol y playa
- Consolidación de destinos con costes de explotación bajos en el Mediterráneo, Caribe y Europa del Este
- Mala imagen desarrollos urbanísticos
- Escasez recursos hídricos y elevado consumo energético

***Fuente: PriceWaterhouseCoopers (2008)***

Aparecen seis áreas de trabajo que sirven como líneas maestras en el desarrollo estratégico del turismo. Dichas áreas son:

- Personas
- Sostenibilidad
- Productos
- Marketing
- Innovación
- Agentes

Por la situación del turismo en España, la experiencia de los agentes y la calidad de los productos, son condiciones adecuadas para predecir si se trabaja para que España siga siendo un referente en turismo a nivel mundial.

### Plan Renove Turismo 2009

En diciembre de 2008 (B.O.E. 289), se publica el Plan de Renovación de instalaciones Turísticas (Plan Renove Turismo) del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Este Plan se instrumenta mediante una nueva línea ICO, dotado de 400 millones de euros de cara al 2009, más lo que se apruebe en ejercicios económicos sucesivos.

El Plan contribuye al logro de dos objetivos, por una parte paliar las consecuencias de la actual crisis económica (incidiendo sobre el sector de la construcción e indirectamente sobre industrias auxiliares, equipamiento de construcción, servicios de arquitectura, mobiliario, etc.); y por otro lado contribuir a mejorar el nivel y atractivo de nuestra oferta turística, ya que se priorizan los proyectos tendentes a incrementar el valor añadido del producto, mejorando la sostenibilidad. Todo se traducirá en un incremento de la competitividad de nuestras industrias turística, en un momento en el que emergen serios competidores.

Se favorece así inversiones para la mejora de la sostenibilidad, por ejemplo, de establecimientos turísticos mediante la implantación o mejora de sistemas para promover el ahorro energético y de agua, y la conservación y mejora del medioambiente (energías no contaminantes, depuración, reciclado de residuos, reducción de contaminación acústica o luminosa, reducción de emisiones de gases de efecto invernadero). Se favorece también inversiones encaminadas a mejorar la calidad con la implantación de sistemas de calidad (Q de calidad turística española; ISO 9000; ISO 14000, etc.).

Todas estas inversiones permitirán, a la salida de la crisis, ofertar un turismo español sostenible y competitivo.

#### **4.4.3 – Turismo Sostenible: Un valor añadido**

El turismo convencional es más económico que el turismo sostenible, pero hay que poner valor a la sostenibilidad, y sumar este valor añadido. Cuando el turismo de una región se convierte en turismo de masas, ya no puede ser sostenible, porque la masificación y la sostenibilidad se contradicen.

La definición de Turismo Sostenible supone un equilibrio entre varias dimensiones: económica, cultural, social, ambiental, etc., lo que requiere un control continuado y un gran convencimiento de que el turismo sostenible es una dirección hacia la cual ser ambicioso vale la pena (Nolte, 2007).

La sostenibilidad favorece la cadena de valor del turismo. El turismo sostenible respeta y valora el patrimonio natural y cultural, humano y social, minimiza impactos, añade beneficios financieros, etc., aunque inicialmente tenga costes.

Se impone una redefinición de destinos hacia segmentos de mayor valor añadido, porque la sostenibilidad tiene un retorno a la inversión claro, como es el caso de la eficiencia energética. Las empresas turísticas están ante el reto de saber generar valor con las políticas de sostenibilidad, acompañadas de un importante compromiso por parte de todos. Urge llevar la sostenibilidad a todos y cada uno de los procesos de la industria turística, y que esta comunique mejor sus avances en este ámbito. Valorizar frente al turista la sostenibilidad implica trabajar en ordenación del territorio, eficiencia energética, tratamiento de residuos, reducción del consumo de agua, etc.

En estos momentos de intensa competencia, la oportunidad para el territorio español está en conseguir vincular la marca España con la sostenibilidad, redefiniendo los destinos, como comentamos anteriormente. La sostenibilidad en el turismo supone una mejora económica, social, ambiental, y una nueva visión del territorio.

Desde la dimensión económica, la sostenibilidad añade valor al turismo, porque:

- Mejora la renta per cápita.
- Mejora y dinamiza la economía, ya que es detonador de encadenamientos productivos. Diversifica e impacta en otras dimensiones del desarrollo local para la competitividad territorial.
- Mejora y dinamización y otras actividades económicas como la artesanía, la gastronomía, el arte, distintas expresiones culturales, etc., actividades

que tradicionalmente no son relevantes y el turismo sostenible las integra como productos turísticos.

- Mejora la distribución del beneficio de forma equitativa entre promotores y población local.
- Contribuye a mejorar el PIB.
- Contribuye a estabilizar la balanza de pagos.
- Mejora la posibilidad de acceso a fondos externos, para la financiación de proyectos, como fondos comunitarios (FEDER, FSE y Fondo de Cohesión)
- Mejora el acceso a créditos.
- Mejora la gestión para que los beneficios recaigan sobre los actores locales y sean reinvertidos en el territorio.

Desde la dimensión social, la sostenibilidad añade valor al turismo, entre otros motivos porque promueve el desarrollo social, mejora la calidad de vida de la población, mejora la conducta del turista, o mejora el grado de satisfacción del turista.

En cuanto a la dimensión ambiental, la sostenibilidad añade valor al turismo, porque mejora el valor del Patrimonio Natural y su conservación, mejora la calidad del Medio Ambiente, mejora la mitigación del cambio climático, y disminuye los impactos negativos y la contaminación, entre otras muchas causas.

Desde la dimensión cultural, la sostenibilidad añade valor al turismo, entre los muchos motivos existentes, destacamos la mejora el patrimonio cultural, ayuda a conocer la cultura, las costumbres, la lengua, la gastronomía, y las tradiciones de los destinos turísticos.

Otras dimensiones en la que la sostenibilidad añade valor al turismo, es debido a mejoras la competitividad de los destinos, mejora la calidad, mejora en los transportes, también a mejorar la planificación y gestión del turismo sostenible (Rodríguez Durán, 2009)

El turismo sostenible incorpora una nueva ética del turismo y del turista, la sensibilidad hacia la naturaleza, la cultura, el patrimonio y las formas de vida de



las poblaciones receptoras, a la vez que conlleva numerosos beneficios para todo lo relacionado con el sector, directa o indirectamente.

Valorizar frente al turista la sostenibilidad, implica trabajar en ordenación del territorio, eficiencia energética, tratamiento de residuos, reducción del consumo de agua, etc.; pero se obtiene una mejora del medioambiente, de la educación, de la cultura, del patrimonio, de la salud, de las infraestructuras, de la seguridad, del ordenamiento y planificación territorial, de las relaciones interinstitucionales, mejor armonización de políticas y legislación entre gobiernos municipales y nacionales, y mayor participación de la sociedad con papeles diferenciados y complementarios.

Por todo esto, el turismo sostenible debe de ser culturalmente imaginativo, socialmente valiente, técnicamente innovador de calidad y competitivo, respetuoso con el medioambiente, con políticas públicas audaces y económicamente rentables.

Es necesario concretar “un modelo turístico sostenible”, que apueste por maximizar los efectos económicos de un bien escaso como es el suelo, preservando el litoral, los recursos naturales y culturales, sobre los que se asienta la viabilidad a largo plazo del desarrollo turístico, además de mantener elementos característicos de la propia oferta, vinculados al concepto de bienestar y seguridad europeo.

Los municipios que soportan la actividad turística, como cualquier otra actividad productiva, consumen recursos. La especificidad de la industria turística reside, a diferencia de otros sectores productivos, en la enorme importancia de los recursos naturales locales, para la viabilidad y desarrollo de la industria, ya que forma parte del propio producto turístico.

El turismo necesita un marco escénico para existir, es decir, un territorio sobre el que se asienta y que requiere un estado de conservación mínimo. La pérdida de calidad genera el desplazamiento a otro lugar.

Algunos municipios turísticos han provocado deterioro de su patrimonio natural y cultural. Se considera que son los criterios de desarrollo sostenible los

que pueden preservar y recuperar los valores culturales, sociales y ambientales, y favorecer una posición de competitividad ante los mercados.

Según el Código de Buenas Prácticas para el desarrollo de municipios turísticos (Ecofuturo, 2007), la valoración de la sostenibilidad de un territorio con significativa presencia de la actividad turística, debe hacerse con un enfoque global, considerando tanto cuestiones de incidencia de gran escala (cambio climático, agotamiento de recursos básicos,...), como incidencia del conjunto de los usos y actividades en la capacidad de carga. Es en este contexto en el que tiene sentido situar la ordenación del territorio y el desarrollo turístico.

Avanzar hacia la sostenibilidad exige cambiar formas de pensar, de actuar, de producir y de consumir.

**CAPÍTULO V. TURISMO SOSTENIBLE: UN  
ANÁLISIS DE LA LITERATURA SOBRE  
SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO**

**CAPÍTULO V. TURISMO SOSTENIBLE: UN ANÁLISIS DE LA LITERATURA SOBRE SOSTENIBILIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO.....201**

5.1 Marco general de aproximación al turismo sostenible.....203

5.2 Principales áreas de investigación en turismo sostenible.....208

5.3 Perspectivas de investigación sobre turismo sostenible.....213

## **5.1 – MARCO GENERAL DE APROXIMACIÓN AL TURISMO SOSTENIBLE**

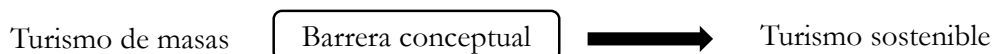
Para poder aproximarse al concepto de turismo sostenible, se ha tenido en cuenta la gran cantidad de artículos que existen sobre este tema (Brown, 1991), que han contribuido a reconocer la ambigüedad de dicho concepto (Beioley, 1995; Lanfant y Graburn, 1992; Murphy, 1994), y que plantean los aspectos básicos para el análisis de la sostenibilidad en el sector turístico.

Realizando una revisión académica (Clarke, 2013) de la literatura existente, el marco propuesto consta de cuatro posiciones para la comprensión de un turismo sostenible. Reflejan un enfoque dominante del turismo sostenible, ofreciendo distintos puntos de vista, y proporcionan el enfoque de ideas para la revisión de la literatura.

### Primera posición de polos opuestos

La primer posición que se describe, es la de Pearce (1992), probablemente la más antigua de las cuatro posiciones. Pearce muestra, tal como se puede ver en la figura V.1, la contraposición que existe entre el turismo de masas y el turismo sostenible.

### **FiguraV.1 – Polos opuestos**



***Fuente: Clarke, 1997***

La alternativa al turismo de masas fue el turismo sostenible, que sirvió como punto para alejarse de ese tipo de turismo que en algunos casos causaba menosprecio (Butler, 1991; Valentine, 1993; Nash, 1992). Al turismo de masas se le atribuyeron impactos sociales y ambientales, llegando a describirlo como un turismo destructivo.

En su forma más extrema, los defensores del turismo alternativo presionaron para un reemplazo total del turismo de masas (De Kadt, 1990, 1992; Lanfant y Graburn, 1992; Cohen1972). Podría decirse que la posición de los polos

opuestos se vio reforzada por la presentación de los medios frente a las características sostenibles en tablas diametralmente opuestas; estas tablas mostraban lo bueno frente a lo malo (Lane, 1989,1990).

En esta primera posición, se observa que el turismo sostenible se aleja totalmente del turismo de masas, existiendo una barrera conceptual entre ambos tipos.

#### Segunda posición de continuación

La posición de los polos opuestos, en la década de 1990 empezó a ser rechazada, pero la adaptación de un flujo continuo entre el turismo sostenible y el turismo de masas presenta una adaptación flexible de las ideas anteriores, tal y como se muestra en la figura V.2.

#### **Figura V.2 – Continuación**



***Fuente: Clarke, 1997***

Reconociendo que el turismo sostenible utilizó los sistemas de infraestructura, transporte y reservas de turismo masivo (De Kadt, 1990, 1992; Krippendorf, 1987; Wheeler, 1991), generado de una estructura de la industria turística que acompaña (Cohen, 1987,1989; Krippendorf, 1987), y tenía el potencial de convertirse en turismo de masas si no se maneja correctamente (Butler, 1990, 1992; Tourism Concern, 1992) la simplicidad de los polos opuestos se ajustó a un flujo continuo entre los dos extremos.

Pero ambas posturas no están exentas de críticas. Estas se han expresado durante los primeros enfoques para el turismo sostenible. La idea de los polos opuestos que representan el acierto y el error, fue denunciado como un engaño (Butler, 1990). La mayoría de las críticas relacionadas con una o ambas posturas son:

- 1) Simple. La apreciación inadecuada del turismo como un fenómeno dinámico y complejo que resulta de los defectos inherentes en la comprensión del turismo sostenible.
- 2) Poco práctico. La cuestión de la escala y de la incapacidad de esta estrecha visión del turismo sostenible para ofrecer soluciones prácticas al problema global del volumen creciente de las llegadas de turistas.

El turismo es un fenómeno complejo y dinámico (Heath y Wall, 1992; Przeclawski, 1993), sin embargo, el turismo sostenible de las dos posiciones analizadas, supone una homogeneidad y simplicidad en conflicto con la realidad (Cooper y otros, 1993).

Otras críticas que han surgido son la preocupación por temas como el elitismo (Cazes, 1989; Richter, 1987), los problemas de asegurar la propiedad y el control local, y desequilibrio en el poder (Wheeller, 1990, 1991a, 1991b).

Butler (1990) argumentó que el enfoque del turismo sostenible retrata una imagen estática de impactos. La revisión de las funciones relacionadas con el tiempo y el proceso produce un escenario menos halagador.

### Tercera posición de movimiento

Las críticas a las dos posturas anteriores de turismo sostenible, junto con una idea más estrecha del desarrollo sostenible, es resultado de la demanda para cambiar el turismo de masas a las formas más sostenibles (Bramwell, 1991, EIU, 1992).

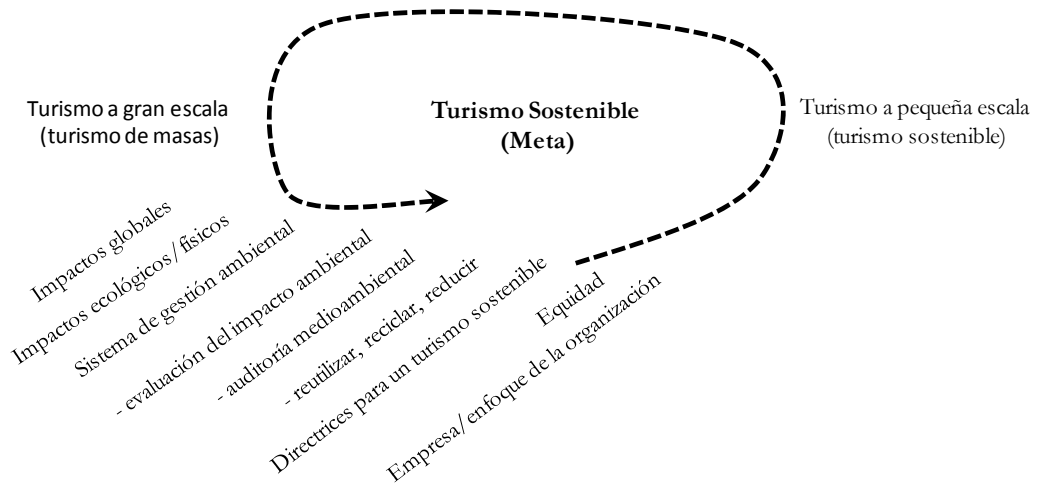
El turismo sostenible, tal y como se entiende bajo esta tercera posición de movimiento, difiere de las definiciones anteriores de turismo sostenible en tres dimensiones clave:

- 1) La cuestión de la escala hizo el turismo más objetivo y menos emotivo. El turismo de masas se convirtió en objeto de mejora.
- 2) El turismo sostenible se convirtió en el objetivo a alcanzar, en lugar de la posesión de una escala existente del turismo.

- 3) El conocimiento actual para avanzar hacia la meta se convirtió en el enfoque práctico de los esfuerzos, en lugar de debatir sobre el turismo sostenible de las dos posturas anteriores.

En la figura V.3 se muestra la postura del turismo sostenible de los defensores de la tercera posición de movimiento.

**Figura V.3 – Movimiento**



**Fuente: Clarke, 1997**

Como se refleja en dicha figura, se prefiere el turismo a gran escala para el turismo de masas, ya que arroja las connotaciones negativas. En cambio, el turismo a gran escala posee fortalezas que podrían utilizarse en beneficio de:

- El medioambiente: Es atacado por sectores como la minería y otras industrias (EIU, 1992; McKercher, 1993), sin embargo el turismo depende de la calidad medioambiental. El turismo debe proteger sus propios activos.
- Operadores a gran escala turística tienen las habilidades de marketing y comunicación, además de oportunidades de establecer gran cantidad de contactos, y el interés de favorecer activamente el turismo sostenible entre los millones de consumidores que compran sus productos.



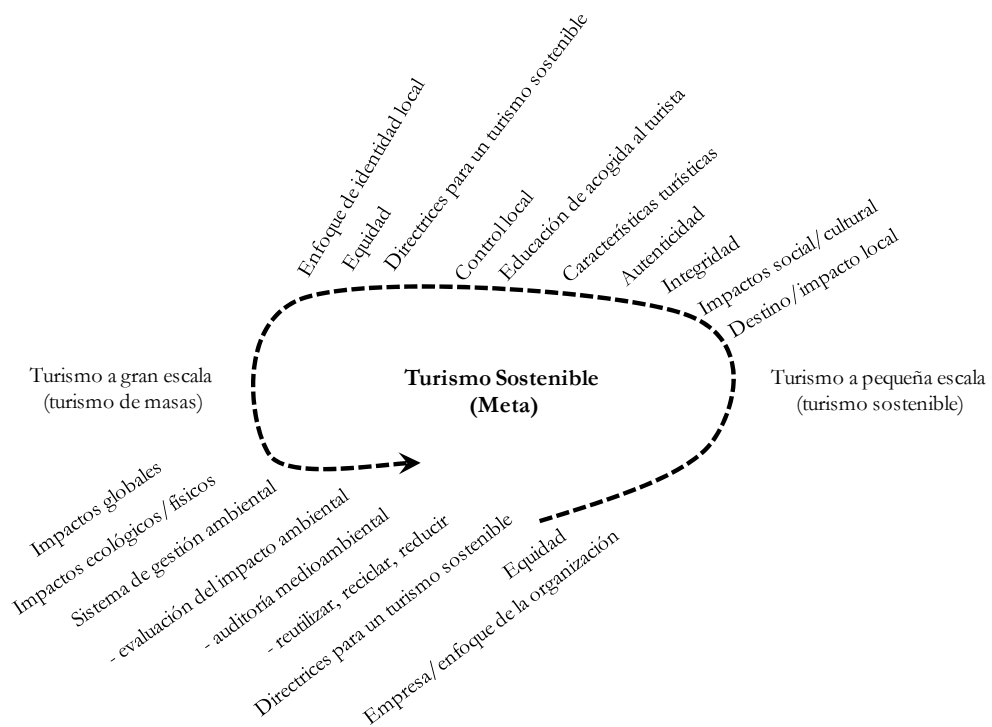
- El turismo de gran escala confiere influencia sobre los proveedores y los distribuidores, que podrían utilizarse como una fuerza persuasiva para la introducción de políticas sostenibles a lo largo de la cadena de suministro.

Existen razones menos altruistas para el turismo a gran escala para instigar el movimiento hacia el objetivo del turismo sostenible. La imposición del control regulador medioambiental de los gobiernos que se enfrentan a los problemas mundiales como la lluvia ácida, destrucción de la capa de ozono o el calentamiento global, requiere una respuesta mínima de cumplimiento. Desde el punto de vista de la demanda, los consumidores cada vez tienen más conciencia ecológica (Green, 1990) que proporciona un incentivo clásico de las necesidades del consumidor.

#### Cuarta posición de convergencia

Este apartado culmina con una posición de convergencia, tal y como se puede apreciar en la figura V.4.

**Figura V.4 – Convergencia**



**Fuente: Clarke, 1997**

La posición de convergencia representa la última comprensión de turismo sostenible, un objetivo que todo el turismo debe esforzarse por lograr (Inskeep, 1991).

La interpretación de pequeña escala del turismo sostenible (Clarke, 1997) ofrece una inclinación social desde una plataforma local o de destino. Es similar a la comprensión del turismo sostenible como el turismo alternativo en virtud de la primera posición, salvo para el reconocimiento fundamental del turismo sostenible como un objetivo y no una posesión.

Ambas interpretaciones consisten en:

- 1) centrarse en la aplicación de su conocimiento actual del turismo sostenible para avanzar hacia el objetivo final de la sostenibilidad
- 2) buscar el progreso futuro hacia el objetivo deseado a través de los procesos paralelos de un mayor desarrollo de las ideas inherentes a su propia interpretación.

## **5.2 – PRINCIPALES AREAS DE INVESTIGACIÓN EN EL TURISMO SOSTENIBLE**

Las primeras investigaciones que se encuentran sobre turismo, centran su atención, desde hace ya cinco décadas en el desarrollo social y en temas medioambientales (Young, 1973; Smith, 1977; Cater, 1987). La investigación que utiliza el término específico turismo sostenible, sin embargo, comenzó hace apenas dos décadas (May,1991;Nash y Butler, 1990 ).

La primera década produjo recopilaciones (Coccosis y Nijkamp, 1995; Hall y Lew, 1998; Swarbrooke, 1999), y los marcos básicos de experiencia en el turismo ( Butler, 1999; Clarke, 1997), la economía (Driml y Common, 1996; Garrod y Fyall, 1998) y gestión ambiental (Buckley,1996). La segunda década produjo una serie de reconceptualizaciones, y una serie de críticas que incluye Sharpley (2000), y Casagrandi y Rinaldi (2002).

Los temas que se van a utilizar para analizar las investigaciones sobre el turismo sostenible en el marco de la evaluación son: la población, la paz, la

prosperidad, la contaminación y la protección (Getz, 1986; Gill y Williams,1994). A continuación, se desarrolla cada uno de ellos.

La investigación sobre los vínculos entre el turismo y la población está limitada. En una escala global, el crecimiento de la población aumenta el turismo y sus impactos, pero hay poca evidencia de si la población influye en el turismo. A nivel local, el turismo puede generar crecimiento económico y cambio de la población, a través de la migración (Getz, 1986; Gill y Williams,1994).

Algunos parques nacionales, por ejemplo, pueden generar crecimiento poblacional a través de las oportunidades de turismo (Wittemeyer, Elsen, Bean, Burton y Brashares, 2008); pero en algunos casos, las poblaciones residentes pueden disminuir, a pesar del crecimiento en el turismo (Heberlein, Fredman y Vuorio, 2002).

También se estudian los vínculos entre el turismo y la paz. La paz incluye temas sociales y ambientales, así como económicos. Las guerras y el terrorismo tienen una influencia en la disminución del turismo, por lo menos en el corto plazo (Larson, Brun, Ogaard y Selstad, 2011; Spillerman y Stecklov, 2009). El turismo puede contribuir a la paz mediante la mejora de la comprensión intercultural (Instituto Internacional para la Paz a través del Turismo [IIPT], 2011).

Los vínculos entre el turismo, la prosperidad y la sostenibilidad son complejos. A gran escala, la prosperidad aumenta el impacto ambiental. Pero también cabe decir que existe una interpretación errónea de que el número de reclamaciones sobre la protección ambiental aumenta con el crecimiento económico (Buckley, 1993): los centros financieros, así como las grandes multinacionales se encuentran en los países más ricos, pero este es un patrón, no una cadena causal. En los países desarrollados, el turismo contribuye al desarrollo urbano, el consumo de materiales, y la presión sobre áreas protegidas (Buckey, 2003a).

El turismo contribuye a la contaminación de la atmósfera, los océanos y del agua (Gössling, 2002; Gössling y Schumacher, 2010; Gössling et al.,2011). La industria incide sobre la reducción de emisiones, las compensaciones de carbono

(Gössling et al., 2007), y la neutralidad de carbono (Glomsrød, Wei, Liu y Aune, 2011; Gössling y Schumacher, 2010).

El turismo produce impactos locales directos sobre el aire, el agua, el suelo y la biosfera; y efectos indirectos de la fabricación y el transporte de materiales. Los impactos se derivan de las emisiones atmosféricas, residuos sólidos y líquidos, y consumo de agua, energía y materiales (Aall, 2011; Chan y Lam, 2003; Smerecnik y Andersen, 2011).

Las políticas ambientales, medidas y tecnologías de gestión pueden reducir muchos impactos del turismo (Buckley, 2009b). Los instrumentos reguladores proporcionan la base de la sostenibilidad en el turismo como en otros sectores de la industria.

El turismo en las áreas protegidas públicas se estudia en gran medida, con especial atención a: el número de visitantes (Buckley, 1999; Shultis y More, 2011); cánones y las modalidades de concesión (Barborak, 2011; Chung, Kyle, Petrick y Absher, 2011; Crompton, 2011); de acceso (Kaltenborn, Haaland y Sandell, 2001; McCool y Stankey, 2001); herramientas de gestión (Buckley, 1998; Buckley, 2009a; Buckley, 2009b); y la interpretación (Ballantyne, Packer, y Hughes, 2009; Ballantyne, Packer y Sutherland, 2011).

La percepción de la contaminación puede reducir efectivamente el impacto, pero sólo si se cumplen una serie de condiciones estrictas (Coghlan y Gooch, 2011; Littlefair y Buckley, 2008). De no ocurrir esto, la percepción mantendría las mismas actitudes (Tubb, 2003) y los mismos impactos (Boon, Fluker y Wilson, 2008; Littlefair y Buckley, 2008).

El turismo puede apoyar la conservación a través de reservas privadas, conservaciones, y contribuciones a las áreas protegidas públicas, sólo bajo algunas circunstancias, (Balmford et al, 2009; Buckley, 2009c, 2010; Buckley, 2011a).

Los cinco temas clave identificados anteriormente son críticos para la sostenibilidad; pero la influencia del turismo, el interés por la industria del turismo, y el esfuerzo en la investigación hasta la fecha, se diferencian entre ellos.

A continuación, en la tabla V.1, se aprecian estos cinco temas clave y la influencia que ejercen.

**Tabla V.1 - Importancia de la Sostenibilidad, influencia en la industria y el esfuerzo en la investigación.**

	Biodiversidad y conservación	Contaminación	Prosperidad	Paz y Seguridad	Población
Importancia para la sostenibilidad	*****	*****	*****	*****	*****
Influencia del sector turístico	*****	****	***	**	*
Atención de la industria turística	**	***	*****	**	/
Esfuerzo de los investigadores turísticos	*	**	*****	*	*
Esfuerzo de los investigadores científicos	***	*****	*	*	/

*Clave: Cantidad de estrellas indica la escala o la importancia de los factores en cada fila.*

**Fuente: Buckley (2003)**

Se puede observar que la mayor parte de la industria turística se centra en aspectos relacionados con la conservación y el medioambiente. Destaca la importancia de la sostenibilidad en los cinco temas clave anteriormente citados.

En cuanto las investigaciones y a la atención de la industria turística, destaca la prosperidad y la contaminación, y en menor medida la conservación, la paz y la seguridad. Son casi nulos los estudios turísticos relacionados con la población.

En cuanto a las investigaciones científicas, destaca el esfuerzo hacia la biodiversidad, la conservación, la contaminación, y una escasa aportación en la prosperidad, paz y población. También se puede comprobar que cuestiones de paz y población apenas se abordaron estudios.

Una vez que se han identificado los temas de investigación importantes para el turismo sostenible hace varias décadas (Buckley, 1996; Cohen, 1978; May, 1991), estos temas han cambiado poco, tal y como se muestra en la tabla V.2.

**Tabla V.2 – Problemas de investigaciones turísticas y prácticas sostenibles**

Problemas	Campos y temas	Interés práctico	Investigación en progreso	Prioridades en la investigación
<b>IMPACTOS +/-</b>				
<b>Sitio-escala, social y ecológico</b>	Administración del Parque, recreación, ecología, cultural y cambio en la comunidad	Medio	Alto	**
<b>Uso de la tierra</b>	Política de Parques, acuerdos de conservación y reservas comunitarias	Alto	Bajo	***
<b>Recurso de consumo: general específico</b>	Conservación de energía y agua Especies raras usadas para recuerdos	Alto Bajo	Medio Bajo	* **
<b>Desechos y polución</b>	Química del agua y microbiología	Medio	Medio	**
<b>Cambio Climático</b>	Climatología y cambio climático	Medio	Bajo	**
<b>RESPUESTAS</b>				
<b>Individual</b>	Contextos culturales, valores, comportamientos y responsabilidad	Alto	Bajo	***
<b>Social, gobierno</b>	Política, planificación, evaluación del impacto ambiental y legislación	Medio	Medio	**
<b>Social, corporativo</b>	La autorregulación, la certificación, y marketing	Alto	Alto	*
<b>Tecnológico</b>	Energía, agua, materiales de conservación, los residuos	Alto	Alto	*
<b>INDICADORES</b>				
<b>Económico</b>	Economías regionales, pobreza	Alto	Alto	*
<b>Social</b>	Beneficios netos, equidad, bienestar	Alto	Alto	**
<b>Ambiental</b>	Falta de datos, parámetros inconmesurables	Alto	Bajo	***
<b>Sostenibilidad (combinado)</b>	Ámbito de aplicación y definiciones, parámetros inconmensurable	Bajo	Bajo	**

*Prioridades de investigación: \*, el más bajo, \*\*\*, la más alta. Prioridades reflejan el grado de esfuerzo de investigación previa, así como la significación del tema para el turismo sostenible.*

**Fuente: Buckley(2003)**

Este cuadro trata de recoger algunas medidas que son prioritarias para futuras investigaciones. Una de las preocupaciones a largo plazo (Butler, 1991; Butler, 1999) es el desarrollo de indicadores de sostenibilidad cuantitativos para el sector turístico.

El componente más difícil es establecer medidas contables ambientales, por lo que sigue siendo una prioridad para la investigación. La medición y la gestión de todos los tipos de impacto del turismo continúan siendo importantes. Una prioridad actual particular, sin embargo, es la capacidad del turismo para lograr un cambio a gran escala en el uso del suelo, mediante la generación de apoyo financiero y político para la conservación, por lo que es necesario tomar medidas urgentes por parte de todos los países del mundo, para que traten de

aumentar sus áreas protegidas y que sirva como un amortiguador contra el cambio climático

Por último, las respuestas a los impactos continúan incluyendo regulación, medidas empresariales y tecnológicas, pero las reacciones individuales de responsabilidad, a la luz de los cambios globales, parecen formar un prometedor campo de investigación futura.

La sostenibilidad es tan importante para el turismo como cualquier otro sector de la economía humana, e igualmente difícil de conseguir (Casagrandi, Rinaldi, 2002). Como señala Sharpley (2009), existe evidencia limitada de su aplicación en la práctica, mientras el lenguaje de las políticas nacionales se formula en términos de desarrollo sostenible.

Esta revisión identifica algunas prioridades inmediatas para la investigación académica orientada a mejorar la sostenibilidad de la industria del turismo en la realidad.

### **5.3 - PERSPECTIVA DE INVESTIGACIÓN SOBRE TURISMO SOSTENIBLE**

El turismo sostenible es un foco importante en el debate sobre el desarrollo turístico integrado con el medioambiente, pero la investigación actual muestra que la sostenibilidad es un concepto complejo, y que requiere un análisis completo (Butler, 1999; Mowforth y Munt, 2003)

Varios trabajos influyentes han mejorado la comprensión de los temas de alta complejidad y entrelazados con el turismo sostenible, la calidad de vida, la equidad y el medioambiente (Butler, 1999; Collins, 1999; Farrell y Twining -Ward, 2004). Se argumenta que el turismo sostenible tiene que ser conceptualizado de una manera más amplia a fin de evaluar de manera significativa y críticamente su interconexión con los elementos naturales, sociales y económicos a múltiples escalas y períodos de tiempo (Farrell y Twining -Ward, 2004; McKercher, 1999)

La revista de turismo *Journal of Sustainable Tourism (JOST)* ha sido y sigue siendo la única revista dedicada exclusivamente a la investigación del turismo sostenible. En este apartado se realiza un análisis de la literatura para identificar las tendencias de investigación y áreas de conocimiento, que a su vez

ayudará a determinar marcos para su aplicación en la práctica y el desarrollo de políticas.

### Método

Muchos investigadores han utilizado el análisis de contenido para rastrear las tendencias y han identificado patrones de desarrollo de conceptos y temas específicos. El análisis de contenido es una técnica de investigación para hacer referencias replicables y válidas basadas en el análisis sistemático y objetivo de las comunicaciones (Babbie, 2007).

La técnica que han aplicado a los estudios de turismo, por ejemplo, Xiao y Smith (2006) fue la utilización de métodos cualitativos y cuantitativos para analizar el índice de materia integral de *Annals of Tourism Research* (1973-2003). Informaron sobre los patrones que describen el crecimiento del conocimiento turístico identificado y proporcionaron perspectivas sobre la evolución de las subvenciones al turismo.

Reid y Andereck (1989) observaron el uso de técnicas estadísticas en revistas de turismo. Estas observaciones respecto a los cambios de las materias y técnicas de investigación, también se han llevado a cabo en el área de la hospitalidad (Baloglu y Assante, 1999).

Para el propósito de este estudio, es interesante repasar un análisis realizado del contenido de los primeros 15 volúmenes de *JOST* (1993-2007). Este análisis se dividió en tres periodos de 5 años: 1993-1997, 1998-2002, y 2003-2007. La investigación se realizó en dos etapas: un de análisis cuantitativo de los trabajos publicados durante el período de 15 años, seguido por un análisis cualitativo de síntesis y reflexión subjetiva del mundo social del turismo sostenible (Berg, 2001).

Durante la primera etapa, los temas seleccionados en *JOST* se leyeron y se codificaron en la base de datos teniendo en cuenta los siguientes atributos: (1) volumen / número / año; (2) ubicación donde el estudio se llevó a cabo, no la ubicación de los autores; (3) tipo de turismo discutido (por ejemplo, el ecoturismo, turismo indígena, turismo urbano); (4) tipos de objeto (por ejemplo, la discusión teórica, la evaluación de los impactos, el comportamiento del visitante



); (5) perspectiva de la investigación (por ejemplo, los visitantes, la comunidad local); (6) concepto y la medición y (7) la metodología.

Las categorías de los tipos de turismo inicialmente fueron tomados o adaptados directamente de los documentos que utilizan títulos, palabras clave (disponible a partir de 1999) y los resúmenes. Se condensaron más tarde en cinco categorías principales, sobre la base del foco de recursos turísticos. Las categorías de sujeto de investigación se derivan de una variedad de fuentes.

En primer lugar, se hizo una distinción conceptual y empírica. Los documentos conceptuales se refieren a los conceptos y discusiones sobre cuestiones teóricas y no emplean el análisis de datos. Los trabajos empíricos se definen como aquellas que emplean metodología cualitativa o el análisis de datos cuantitativos. Los temas sujetos de trabajos empíricos fueron adoptados de títulos de los artículos, palabras clave (disponible en 1999) y los resúmenes, índice temático de *Annals of Tourism Research*, así como la investigación anterior (Baloglu y Assante, 1999; Donohoe y Needham, 2006).

Las categorías de la perspectiva de la investigación se basaron en el tema del análisis de datos. Las categorías de metodología de la investigación fueron adoptadas de Babbie (2007) y Bernard (2006). Para garantizar la fiabilidad de los análisis, la codificación se llevó a cabo por separado por los dos autores.

Una verificación sistemática in situ se realizó para un año dado. La segunda fase de análisis incluye una revisión crítica del discurso de las definiciones y mediciones contemporáneas. Sólo las definiciones y los criterios de medición más comunes son a los que se hace referencia en la revista, y fueron seleccionados para esta parte de la investigación.

## Resultados

El creciente interés en el turismo sostenible como campo académico se puede ver a través de la expansión de JOST durante sus primeros 15 años. Un total de 66 documentos fueron publicados en el primer período de 5 años (1993-1997). El número de trabajos se duplicó en el segundo período de 5 años (1998-2002) llegando a 125 documentos, y llegó a 150 en el tercer período de 5 años (2003-2007).

En 1993, más del 45 % de los artículos fueron aportaciones conceptuales. Esto refleja un camino natural de crecimiento del conocimiento para un campo joven, donde la investigación anterior a menudo se centra en la conceptualización de los fenómenos básicos (Xiao y Smith, 2006).

Como el concepto de turismo sostenible recibió una amplia aceptación en los estudios turísticos generando la atención de las empresas, los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales y los turistas, los esfuerzos se concentraron en la comprensión de sus implicaciones prácticas.

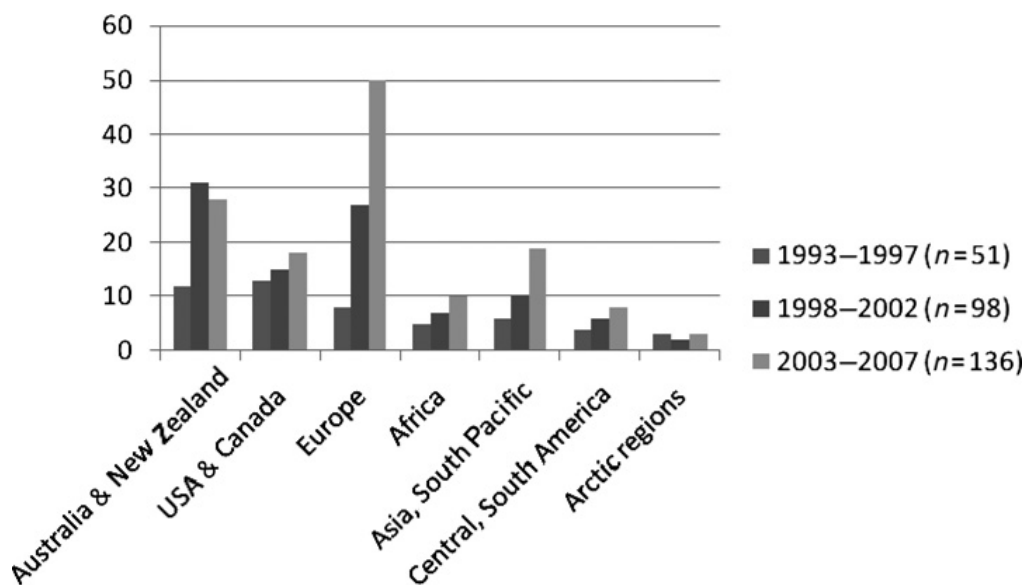
En 2007, el 85% de los artículos publicados eran estudios empíricos. Además de abarcar los problemas normales, JOST ha publicado números especiales para fomentar un debate en profundidad sobre el turismo sostenible y enfoques emergentes, incluida la colaboración y la asociación, el turismo y sus interacciones con el cambio climático, el acceso a las tierras rurales, impactos medioambientales, etc.

#### Lugares de estudio

Para evaluar si JOST había cumplido su objetivo, se examinaron los lugares donde se habían llevado a cabo los estudios. Había 285 documentos, o el 83% de las contribuciones totales, basados en estudios empíricos. Desde su creación, los estudios que cubren 62 países han sido publicados en la revista.

Los cinco principales países representados en los estudios son Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda. Los 62 países se engloban en siete categorías tal y como se muestra en la figura V.5, a fin de proporcionar una comparación continental.

Figura V.5–Aportación de estudios por categorías continentales



Fuente: Jiaying y Sanjay, 2009

Durante el primer período (1993-1997), alrededor de la mitad de todos los estudios (51%) se centraron en Estados Unidos, Canadá, Nueva Zelanda y Australia. Sobre el 16 % de los trabajos se dedicaron a Países Europeos, seguidos de Asia y Pacífico Sur (11%), África (8%), Sur y América Central (8%) y la región Ártica (6%).

A mediados del periodo (1998-2002), la proporción de los estudios realizados en Estados Unidos, Canadá, Nueva Zelanda y Australia había disminuido ligeramente a 47%, mientras que un aumento notable se observó en los estudios llevados a cabo en Europa (28%). La proporción de estudios de Asia y Pacífico Sur (11%) no cambió durante este período, se llevaron a cabo, pero un menor número de estudios en África (7%), del Sur y América Central (6%) y la región del Ártico (2%).

Más recientemente (2003-2007), la proporción de los estudios realizados en Estados Unidos, Canadá, Nueva Zelanda y Australia se ha reducido al 34%, lo que sitúa a Europa (37%) el lugar de estudios dominante. Alrededor del 15% de los estudios se llevaron a cabo en las regiones de Asia y el Pacífico del Sur,

seguido de un 8% en África, el 6% en el Sur y América Central, y del 2% en la región del Ártico.

### Tipos de turismo estudiados

Durante la primera etapa (1993-1997), el 58% de los artículos turísticos se centraron en la naturaleza y ecoturismo, el 30 % trató el turismo en general y el 12% cubrió otros tipos de turismo, como el turismo cultural y el turismo urbano.

A mediados del periodo (1998-2002), más del 50% de los trabajos se centraron en el turismo en general, mientras que sólo el 38% se concentraron en el turismo de naturaleza y el ecoturismo, el 12% en el turismo cultural/patrimonial y las formas alternativas del turismo.

Más recientemente (2003-2007), el turismo en general ha mantenido el enfoque de la investigación (46%). El turismo basado en la naturaleza y el ecoturismo son todavía importantes (36%), aunque en menor medida; mientras que los intereses en el turismo cultural/patrimonial, turismo alternativo y turismo urbano han aumentado (18%)

Con todo esto, se pueden observar tres tendencias:

- 1) La investigación ha desplazado al turismo sostenible como foco de turismo de nicho para el turismo de masas.
- 2) Crece el interés por el turismo cultural y el patrimonio.
- 3) Existe una gran variedad de productos turísticos alternativos al turismo sostenible, como el turismo indígena, el agroturismo, el turismo de congresos, el turismo sexual, el turismo arqueológico, el turismo de juego, o el turismo inducido por el cine y la televisión.

### Perspectivas en el turismo sostenible

Las perspectivas empleadas en las 341 ponencias fueron codificadas en 18 categorías: destino turístico, producto, visitante, teoría, perspectiva integrada, gerente, planificador, operador de turismo, comunidad local, política, gobierno, metodología, consultor, profesional del turismo, organización no gubernamental, guía de turismo, estudiante de turismo, público en general, voluntario.

Estas 18 categorías se muestran en la tabla V.3

**Tabla V.3 – Perspectivas de investigación por documentos de JOST**

<b>PERSPECTIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
<b>Destino /producto</b>	90	26,4
<b>Visitante</b>	52	15,2
<b>Teorético</b>	38	11,1
<b>Integrado</b>	36	10,6
<b>Gestor /planificador</b>	27	7,9
<b>Operador</b>	26	7,6
<b>Comunidad Local</b>	23	6,7
<b>Política</b>	18	5,3
<b>Sin fines lucrativos</b>	8	2,3
<b>Metodología</b>	7	2,2
<b>Guia turístico</b>	5	1,5
<b>Gobierno</b>	4	1,2
<b>Estudiante de turismo</b>	2	0,6
<b>Público</b>	2	0,6
<b>Consultor</b>	1	0,3
<b>Trabajador en Turismo</b>	1	0,3
<b>Voluntario</b>	1	0,3
<b>TOTAL</b>	<b>341</b>	<b>100</b>

*Fuente: Jiaying y Sanjay (2009)*

Durante el período inicial, las perspectivas de investigación empleadas con mayor frecuencia incluyen un destino turístico o un producto (23,6%), gestión (19,3%) y los visitantes (17,4%).

Durante los últimos períodos (1998-2007), la atención se centró en el papel de las organizaciones no gubernamentales, operadores turísticos y las comunidades locales en el desarrollo del turismo sostenible. Esto también puede indicar cambios en el enfoque de la investigación de organismos públicos a organizaciones privadas, y de los visitantes de la comunidad local. Aunque la mayoría de los papeles sólo hacen hincapié en un solo punto de vista, existe una tendencia creciente hacia la prestación integral.

### Principales temas

Los principales temas sometidos en los documentos de JOST, se codificaron en varios temas generales y subtemas específicos. Aunque hay alguna variación en el orden de rango de temas sujetos (basado en varios documentos sobre cada tema), el orden se ha mantenido constante a lo largo de los años.

Cinco áreas temáticas aparecen con mayor frecuencia en cada uno de los tres períodos de 5 años: el impacto turístico, la evaluación de la sostenibilidad, el desarrollo, el comportamiento del visitante y la actitud, y la planificación. Entre estos temas, sólo la evaluación de la sostenibilidad se asocia explícitamente con el turismo sostenible. Los otros cuatro temas también encontraron intereses de la investigación turística en general (Xiao y Smith, 2006).

Esto puede sugerir que las tendencias en la investigación del turismo sostenible reflejan de cerca las tendencias más amplias en investigación turística. No se encontraron subtemas para representar las nuevas tendencias temáticas en las siete grandes áreas temáticas: la participación local, la energía y el cambio climático, la colaboración y asociación, la tecnología, la cultura, la tipología y la aplicación turística. Un aumento en el número de documentos sobre la colaboración y la sostenibilidad cultural y una caída concomitante de la economía, evaluación ambiental y la comercialización constituyen un tercer patrón. Cuando los subtemas son examinados, casi no se puede distinguir las tendencias, y no hay cambios que representen cualquier cambio que sea significativo para las sub-áreas.

### Discurso metodológico

Tal y como se muestra en la tabla V.4, la mayoría de los artículos (139 o el 41%) han aplicado métodos cualitativos, seguido de cerca por métodos cuantitativos (125 o 37%) y métodos mixtos (21 o 6%), mientras que 16% eran artículos teóricos. Los métodos de recolección de datos utilizados en el análisis del turismo sostenible se han mantenido casi sin cambios, con los métodos de encuesta social, y estudio de casos como los dos más métodos comunes aplicados.

Recientemente, ha habido una tendencia a introducir métodos analíticos más sofisticados en el modelado de datos y pruebas de escala, tales como el análisis multidimensional de sistemas de modelado, la información geográfica y la

simulación por ordenador. En la tabla V:4 se muestran los tipos de investigación y la metodología que se ha utilizado.

**Tabla V.4 – Métodos de investigación aplicados a documentos de JOST**

Metodología	Tipo de investigación			Teórica u opinión
	Cualitativa y cuantitativa	Cuantitativa	Cualitativa	
Análisis teórico; revisión				54
Estudio de casos	7	61		2
Estudio			98	
Estudio & Entrevista; estudio & análisis de datos secundarios; estudios, entrevista & grupos de enfoque; estudios y grupos de enfoque	10		15	
Entrevista; entrevista, grupos de enfoque & teoría fundamentada; entrevista, documentos & estudio de casos		66		
Análisis de casos secundarios; tratamiento de datos	4	10	12	
Etnografía		2		
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>139</b>	<b>125</b>	<b>56</b>

*Fuente: Jiaying y Sanjay (2009)*

#### Definiciones e indicadores del turismo sostenible

El turismo sostenible fue visto inicialmente como una resolución de los impactos del turismo negativos y la viabilidad y el bienestar de los destinos de largo plazo. Como un enfoque positivo de la intención de reducir las tensiones creadas por las interacciones entre la industria del turismo, los visitantes, el medio ambiente y las comunidades, el turismo sostenible se centró en minimizar impactos ambientales y culturales, la optimización de la satisfacción del visitante y la maximización del crecimiento económico a largo plazo para la región donde el turismo se desarrolla (Bramwell y Lane, 1993; Lane, 1994).

De igual forma, se sugirió que la situación objetivo es "el desarrollo del turismo equilibrado" donde "todos los objetivos tienen el mismo peso y se yuxtaponen" (Müller, 1994). Sin embargo, esta definición predominante del turismo sostenible fue criticada por ser demasiado centralista, en términos de su alcance, la escala y sectorial (Hunter, 1995).

Clarke (1997) había identificado varias evoluciones cronológicamente secuenciadas en la comprensión del turismo sostenible. La comprensión dominante puso al turismo sostenible en el polo opuesto del turismo de masas. Los impactos sociales y ambientales negativos experimentados en destinos fueron atribuidos exclusivamente al turismo de masas. Sin embargo, durante la década de 1990, el turismo sostenible y el turismo de masas fueron vistos más como conceptos con diferentes dimensiones de la sostenibilidad en vez de como dos conceptos contrastados. De hecho, los estudiosos del turismo como Butler (1999) y Wall (1997) argumentaron que incluso el turismo de masas puede ser sostenible y el ecoturismo puede ser insostenible. Esto implicaba que las cuestiones del turismo sostenible fueron más relevante y presumiblemente más realista a escalas más pequeñas.

Esta posición fue sustituida por el entendimiento de que el turismo sostenible es la meta a alcanzar, en lugar de un tipo específico de producto turístico, y que la sostenibilidad podría ser un concepto práctico a mayor escala. La posición más reciente es una de convergencia que sugiere que el turismo sostenible es una meta que es aplicable a todas las formas de turismo, independientemente de la escala. El turismo sostenible es alcanzable a nivel local, regional, nacional y mundial (Hardy y Beeton, 2001).

Otra novedad importante en el concepto ha sido el reconocimiento de diferentes intereses de todos los agentes del turismo, que se considera un factor clave y diferenciador del turismo sostenible como turismo mantenido (Hardy y Beeton, 2001). Si no se reconocen todos los intereses, el turismo de una región puede seguir operando pero no ser sostenible. Es probable que uno de los grupos de interés implicados en el turismo no va a tener plena confianza en el turismo, aumentando así las divisiones entre los intereses en conflicto. Esta posición también refuerza el argumento de Hunter (1997), que habla del turismo sostenible como un concepto que puede implicar compensaciones entre intereses competitivos.

El concepto más reciente del turismo sostenible es el propuesto por Farrelly Twining-Ward (2005). Sugieren que el turismo sostenible debe ser gestionado para mejorar su capacidad de resistencia a las perturbaciones en lugar de centrarse en el logro de la estabilidad. Consideran esto como una forma de



manejo adaptativo. Su trabajo presenta siete pasos de introducción para la comprensión del turismo sostenible en el contexto del sistema complejo dinámico, con la esperanza de facilitar una transición más eficaz para la sostenibilidad.

El concepto de turismo sostenible sólo puede aplicarse eficazmente si hay indicadores de sostenibilidad que sean útiles, fiables y comprensible para valorar el impacto de los visitantes. En general, el desarrollo de indicadores sostenibles sigue su evolución conceptual.

Tres patrones se pueden observar en el período de 15 años:

- 1) la escala de medición del segmento ST se ha desplazado a partir de destino guiado a proyectos orientados.
- 2) el contenido de medición sostenible se ha ampliado para incluir no sólo un análisis cuantitativo sino también cualitativo.
- 3) una variedad de marcos de planificación se han utilizado para los indicadores de sostenibilidad del desarrollo, que incluyen la capacidad de carga, preferencia y experiencia de los visitantes, etc.

### Discusión y conclusiones

Las publicaciones en JOST representan una amplia gama de disciplinas y un amplio abanico de perspectivas. Si se tienen en cuenta los estudios realizados sobre turismo sostenible en la primera etapa (1993-1997), el turismo rural y el ecoturismo recibieron mayor atención y es un reflejo de la aplicación inicial del concepto a dichos destinos. Durante el período posterior, el turismo sostenible como concepto se hizo más inclusivo que los otros tipos de turismo. Se podría argumentar que esta tendencia indica el nivel de madurez en la comprensión de los sistemas turísticos tan complejo.

Aunque las grandes áreas temáticas de la revista son relativamente estables en el tiempo, la revista presta especial atención a diversos temas emergentes como el cambio climático y la globalización. La revista también sigue adoptando una gama completa de la metodología con una mezcla aproximada de los enfoques cualitativos y cuantitativos.

En cuanto al alcance del concepto, el turismo sostenible no es un tipo específico de producto turístico, sino una meta a alcanzar, así ha sido canalizado en forma práctica de ayudar a todas las formas de turismo para mover hacia la sostenibilidad. Más recientemente, el turismo es considerado como un sistema complejo y su mejor gestión descrito como un manejo adaptativo de forma. En cuanto a los criterios e indicadores para la medición de turismo sostenible, los resultados indican que ha habido un cambio gradual en el uso de indicadores con el tiempo, y esto corresponde al cambio en el propio concepto de turismo sostenible.

Los hallazgos de este estudio indican varias deficiencias que requieren atención:

- 1) Las investigaciones en los países en desarrollo, especialmente en África y Centro y Sur América, están aún poco representadas, ya que la mayoría de los investigadores del turismo se basan en el mundo desarrollado. Además, en muchos países en desarrollo de Asia, África y América Latina, el turismo sostenible tiene que caminar por la fina línea que separa el medio ambiente y la conservación. Esta cuestión se ha planteado recientemente por algunos estudiosos del turismo que argumentan que en el contexto de los países en desarrollo un "enfoque sostenible de medios de vida" es más pertinente y adecuado que un enfoque de turismo sostenible (Wall y Tao, 2008).
- 2) No se detectaron cambios significativos en la aplicación de métodos de investigación. Esto puede ser percibido, desde la perspectiva de Kuhn, del conocimiento científico en que el estudio del turismo está todavía en su fase de preciencia (Kuhn, 1970). Los métodos utilizados en el turismo son en gran parte tomados de otras disciplinas. Investigaciones sobre el turismo sostenible son aún muy descriptivos en su contenido, así como el análisis de lo que puede limitar las opciones de los métodos de investigación
- 3) Aunque la revista ha presentado una amplia gama de disciplinas, aparece la revista multidisciplinar y no interdisciplinar. La interdisciplinariedad se produce cuando, al menos, algunas de las variables independientes, intervinientes y dependientes en una hipótesis específica que se está

probando se derivan del conocimiento especializado de distintas disciplinas. Hay todavía margen de mejora en la integración de las ciencias sociales con otras disciplinas, así como la integración de las distintas disciplinas de las ciencias sociales.

Dada la importancia actual del medioambiente, los problemas del cambio y de la revista JOST han hecho contribuciones significativas en el desarrollo, la articulación, la mejora y la síntesis de concepto de turismo sostenible y sus diversos discursos. La revista tendrá un papel importante que desempeñar en el desarrollo de estos temas, lo que permite la configuración de futuros debates sobre estas y otras cuestiones pertinentes.

**CAPÍTULO VI. LOS PLANES ESTRATÉGICOS EN  
EL SECTOR TURÍSTICO: ANÁLISIS DE CASOS  
ESPECÍFICOS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA  
LOCAL EN ESPAÑA**

**CAPÍTULO VI. LOS PLANES ESTRATÉGICOS EN EL SECTOR  
TURÍSTICO: ANÁLISIS DE CASOS ESPECÍFICOS DE  
PLANIFICACIÓN TURÍSTICA LOCAL EN ESPAÑA.....226**

6.1	Introducción.....	228
6.2	La Sostenibilidad en las políticas estratégicas del sector turístico.....	228
	6.2.1 – Principios y planteamiento para un turismo sostenible.....	231
	6.2.2 – Objetivos programáticos para un turismo sostenible.....	232
	6.2.3 - Directrices europeas y españolas para la sostenibilidad turística....	233
6.3	Planificación estratégica: conceptos, metodología y tipos de planes.....	236
	6.3.1 – Concepto y definición de plan estratégico.....	236
	6.3.2 – Metodología de la planificación estratégica aplicada al turismo....	238
	6.3.3. – Tipos de planes estratégicos.....	246
6.4	Estudio de casos específicos de planificación turística local en España..	249
	6.4.1 - Agenda 21 Local para Calviá.....	251
	6.4.2 - Plan Estratégico Burgos Rural.....	257
	6.4.3 - Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona.....	261
	6.4.4 - Plan Estratégico de Turismo de Madrid.....	266
	6.4.5 - Plan Estratégico Zaragoza 2020.....	272
	6.4.6 - Plan Estratégico Málaga 2020.....	277
6.5	Conclusiones generales sobre planificación estratégica para el turismo en España.....	282

## **6.1 – INTRODUCCIÓN**

Cada vez más, se observa que los distintos destinos turísticos, se apoyan en la sostenibilidad y en la responsabilidad con los recursos para la realización de sus planes estratégicos. En este capítulo se aborda dicha importancia, apoyando el estudio con unos Planes Estratégicos de distintos municipios de ámbito nacional.

Los Planes Estratégicos seleccionados pertenecen a 6 municipios españoles, que representan una tipología diferenciada en cuanto a su integración en el mercado turístico.

De cada uno de los Planes, se analiza cual es su situación inicial o de partida, los objetivos que buscan, las líneas de actuación que se persiguen, y por último, los resultados que se han obtenido.

## **6.2 – LA SOSTENIBILIDAD EN LAS POLÍTICAS ESTRATÉGICAS DEL SECTOR TURÍSTICO**

El turismo sostenible no es una forma especial o distinta de hacer turismo, todas las formas de turismo deberían tender a ser más sostenibles, porque así se beneficiaría a las comunidades locales económica y socialmente, y se fomentaría la sensibilización y el apoyo para la conservación del entorno. Por esto, la protección medioambiental y el desarrollo económico, deben de ser fuerzas en el sector turístico, que se fortalezcan mutuamente, sobre todo si pensamos, que según la OMT, en el 2020 se prevé un crecimiento masivo para el turismo, con excelentes oportunidades de prosperidad, aunque con grandes desafíos en caso de que no se sepa gestionar bien (OMT, 2006).

Del turismo sostenible se podrían beneficiar:

- Las empresas turísticas, su imagen empresarial, el personal, la incidencia sobre el medioambiente mundial y su entorno.
- Las comunidades locales con mejor calidad de vida.
- Los ecologistas (el turismo sería una fuente de ingresos para su conservación).

- Los turistas son cada vez más conscientes de los efectos de sus viajes, y buscan entornos atractivos, de alta calidad y seguridad.
- También los gobiernos se pueden beneficiar, pero para ello han de trabajar para lograr estos fines.

En suma, el turismo sostenible proporciona una fuente creciente de oportunidades para el desarrollo de empresas, crea empleo, estimula inversiones, aporta valor económico tangible a los recursos naturales y culturales, potencia el entendimiento y la paz entre culturas; pero por lo contrario, presiona sobre los ecosistemas frágiles, provoca degradación en el entorno y destrucción de la vida, compite en el uso de recursos escasos (agua, tierras, etc.), contribuye a la contaminación local y mundial, se genera consumo insostenible de la energía, aumenta la contaminación atmosférica, el desarrollo urbanístico masivo sobre todo en áreas rurales, sin planificación y sin infraestructuras higiénicas suficientes, destrucción de hábitats, pérdida de biodiversidad, deterioro del paisaje por la proliferación de todo tipo de infraestructuras, construcciones y acumulación de desperdicios, etc.

Se hace necesario también respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando los activos culturales, arquitectónicos y valores tradicionales. También es necesario asegurar beneficios socioeconómicos bien distribuidos, empleo estable, buenos ingresos, servicios sociales, reducción de la pobreza, etc. (Buendía Azorín y Colina Sueiras, 2001); todo esto tendrá la máxima importancia. El turismo sostenible también exige que a la hora de hacer un buen plan estratégico, se tenga en cuenta la participación informada de todos los agentes relevantes, un liderazgo político para lograr amplia colaboración y consenso, y un alto grado de satisfacción.

Para poner en marcha una estrategia turística sostenible, es necesario conocer la profundidad de la realidad del espacio socioeconómico sobre el que se quiere actuar.

La OMT ha desarrollado un sistema de recopilación estadístico que se va ampliando y mejorando con el tiempo. Por mandato de la Naciones Unidas, y en colaboración con otras organizaciones mundiales, y con el apoyo de un buen número de países, se puso en marcha la llamada “Cuenta Satélite de Turismo”, en

cada país que particulariza para el turismo los datos socioeconómicos presentes en la Contabilidad Nacional. En la UE se aprobó la Directiva sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo (DOL 291 de 6-12-1995 p.32). En España se hizo también un esfuerzo para mejorar la información estadística disponible, tanto por parte de la Administración Central como de las Administraciones Autonómicas.

La planificación de las actuaciones, se convierte en un instrumento imprescindible para la puesta en marcha de una estrategia de desarrollo turístico sostenible. Muy importante a la hora de tener en cuenta una planificación estratégica, son los indicativos así como las recomendaciones del código ético mundial. En el siglo XXI, el turismo sostenible es una prioridad estratégica para Europa, un marco con cinco retos:

- Competitividad
- Sostenibilidad
- Calidad
- Estabilidad
- Accesibilidad

Una vez que se tiene establecido el marco de actuación, se define también un método de actuación, que es:

- Información
- Visión proyectiva
- Partenariados
- Coordinación

Y un instrumento “Agenda para un turismo Europeo Sostenible y Competitivo” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2007d)

El plan de acción de la Comisión contiene 8 retos para la sostenibilidad de destinos, empresas y turistas responsables, tal y como se indican en la tabla VI.1.



**Tabla VI.1- Retos para la sostenibilidad de destinos, empresas y turistas responsables.**

Disminuir la estacionalidad de demanda
Posicionar impacto del transporte
Aumentar la calidad de los puestos de trabajo
Aumentar la calidad del entorno local
Minimizar el uso de recursos
Puesta en valor del Patrimonio natural y cultural
Periodos de vacaciones para todos
Utilizar la industria turística

*Fuente: Comisión de las Comunidades Europeas (2007d)*

Hay que tener también en cuenta, según la OMT, a la hora de planificar, entre otras cosas:

- Ordenación del territorio
- Definición de los límites del turismo
- Suministro y gestión de infraestructuras
- Legislación, normativas y recomendaciones
- Certificaciones voluntarias
- Informes públicos y auditorías
- Directrices y códigos de conducta
- Preparación y empleo de indicadores y seguimiento
- Fortalecimiento de la capacidad
- Instrumentos económicos
- Servicios de marketing y financiación

Hacer un turismo más sostenible significa tener en cuenta todas estas consideraciones a la hora de planificar, ya que la importancia del turismo para el desarrollo sostenible, y de que el turismo adopte principios de sostenibilidad, cada vez son más reconocidos en los foros internacionales.(OMT y PNUMA, 2005)

### **6.2.1 - Principios y planteamiento para un turismo sostenible**

Según la OMT, la implantación de políticas estratégicas para un turismo sostenible y su desarrollo, deben basarse en principios y planteamientos tal y como se muestra en la tabla VI.2.

**Tabla VI.2 – Principios y planteamientos para la implantación de políticas estratégicas**

1. Fijar el rumbo	<ul style="list-style-type: none"><li>- Considerando una visión global</li><li>- Buscar el compromiso de múltiples partes interesadas</li><li>- Planificar a corto y largo plazo</li><li>- Considerar la incidencia mundial y local</li><li>- Proporcionar un consumo sostenible</li><li>- Buscar equilibrio entre la sostenibilidad y la calidad</li></ul>
2. Desarrollo de planteamiento	<ul style="list-style-type: none"><li>- Reflejar todas las incidencias en los costes (Principio “quien contamina paga”)</li><li>- Reducir riesgos (Principio de precaución)</li><li>- Tener perspectiva del ciclo de vida</li><li>- Considerar alternativas funcionales</li><li>- Respetar límites</li></ul>
3. Asegurar el avance continuo	<ul style="list-style-type: none"><li>- Adaptarse a las condiciones cambiantes</li><li>- Empezar una verificación continua mediante indicadores</li></ul>

**Fuente: Elaboración propia a partir de información de la OMT (www.unwto.org)**

### 6.2.2 - Objetivos programáticos para un turismo sostenible

Teniendo en cuenta el concepto general de turismo sostenible (OMT y PNUMA, 2005), la situación del turismo y los acuerdos alcanzados en los foros internacionales, se establecen doce objetivos para un turismo sostenible, tal y como se muestra en la tabla VI.3.

**Tabla VI.3 – Objetivos para un turismo sostenible**

1. Viabilidad económica, asegurando la competitividad de los destinos y las empresas
2. Prosperidad local
3. Calidad de empleo
4. Justicia social (distribución justa de los beneficios sociales y económicos)
5. Satisfacción del turista
6. Control local. Comprometer y responsabilizar a las comunidades locales en la planificación y en el futuro desarrollo
7. Bienestar de la comunidad
8. Riqueza cultural. Respetar y mejorar el patrimonio histórico, las tradiciones, etc.
9. Integridad física
10. Diversidad biológica
11. Eficacia de recursos
12. Pureza medioambiental

**Fuente: OMT (2006)**

El orden en que se han enumerado estos doce objetivos no implica ningún orden de prioridad, ya que todos son igualmente importantes. La viabilidad económica depende de la calidad del medioambiente. La satisfacción del visitante, además de satisfacer sus necesidades, es importante para la sostenibilidad económica. La riqueza cultural se considera a menudo dentro de la esfera social de la sostenibilidad, pero tiene gran relación con los aspectos medioambientales.

El bienestar de la comunidad, considerado objetivo social, está relacionado con la gestión de los recursos medioambientales, como por ejemplo el agua potable. La calidad de empleo y la reducción de la pobreza, están relacionados con los problemas de sostenibilidad económica y social. A estos objetivos hay que añadir la importancia que tienen los gobiernos en la planificación estratégica y desarrollo del turismo sostenible, ya que el nivel de su compromiso varía considerablemente, en todo el mundo, sobre todo si se trata de países desarrollados.

Los gobiernos a veces no coinciden en la interpretación de lo que implica el turismo sostenible, ni siquiera su terminología; por esto es necesario vincular objetivos y principios de sostenibilidad a las políticas turísticas, planificando adecuadamente; identificando estrategias necesarias para desarrollar y dirigir políticas y acciones a la hora de proyectar un plan estratégico del turismo sostenible.

### **6.2.3 – Directrices europeas y españolas para la sostenibilidad turística**

El tratado de Lisboa en 2007 establece por primera vez, una base jurídica propia, que encuadra la actividad turística dentro de la Unión Europea. El tratado especifica que la UE complementará la acción de los Estados miembros en el sector turístico, promoviendo la competitividad de las empresas en este sector, el desarrollo sostenible en el sector turístico, el turismo social y la promoción turística.

La Comisión de las Comunidades Europeas (2010) publicó una comunicación para poder establecer un marco de aplicación, ya que desde 1982, cuando se publicó la comunicación “Para una política Comunitaria del Turismo.

Primeras orientaciones”, no existía un marco jurídico como tal, que encuadrara las iniciativas y acciones de la política turística.

La Comisión Europea presentó dicho informe para impulsar y consolidar la competitividad para el turismo sostenible. La Comunicación de 2010 se basa en cuatro ejes principales, de conformidad con la estrategia económica Europa 2020; estos ejes son:

- Estimular la competitividad del sector turístico europeo
- Promover el desarrollo de un turismo sostenible y de calidad
- Consolidar la imagen y visibilidad de Europa como conjunto de destinos sostenibles y de gran calidad
- Reforzar la integración del turismo en las políticas e instrumentos de la UE

Estos cuatro ejes forman el armazón del nuevo marco de acción para el turismo, que la comisión pretende aplicar en estrecha concertación con los Estados miembros y principales agentes de la industria turística.

En cada uno de estos ejes, la Comunicación prevé varias acciones concretas. En relación con el primer eje, señala que es urgente llevar a cabo una estrategia coherente para la promoción turística y poner en valor el patrimonio común europeo. Para impulsar la innovación y las nuevas tecnologías, la Comisión apoya la idea de crear una “Plataforma de Turismo TIC”, entre las partes interesadas más importantes del sector turístico, ampliar la temporada turística, crear un “Observatorio Europeo virtual del Turismo”, que facilite la coordinación y el análisis de la investigación sobre el turismo.

En cuanto al segundo eje, lo que propone la Comisión Europea, es desarrollar una marca “Calidad Turismo”, proponer una carta de turismo sostenible y responsable, y plantea establecer o reforzar la cooperación con los principales países emergentes (Brasil, Rusia, India y China), así como con países del Mediterráneo, para la promoción de modelos de desarrollo turístico sostenible y el intercambio de buenas prácticas.

Sobre el eje “consolidar la imagen y la visibilidad de Europa como conjunto de destinos sostenibles y de calidad”, la Comisión Europea propone

crear una “Marca Europa” e impulsar rutas turísticas comunes como Camino de Santiago , Rutas Gastronómicas, etc. Promover un portal “visiteurope.com”, para mostrar sobre todo a los países emergentes destinos turísticos sostenibles y de calidad, y favorecer grandes eventos internacionales, ferias y salones.

Y en cuanto al cuarto eje, aconseja la UE, que dado el carácter transversal del turismo que está en contacto con muchas otras políticas, se tengan en cuenta elementos como transportes, agricultura, políticas regionales y locales, etc.

Las medidas sostenibles con respecto al medioambiente, son esenciales en la preservación y rehabilitación del patrimonio cultural y natural, sin olvidar que igualmente impulsa y contribuye el dialogo intercultural. (En Noviembre de 2010, en Malta, se celebró el IX Foro Europeo del Turismo, y se debatió un plan más detallado con los Estados Miembros y agentes públicos y privados del turismo europeo).

España participó en el debate de Malta sobre el nuevo marco político para el turismo dentro de la Unión Europea (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2010). El debate se centró en analizar las prioridades políticas sobre la implantación de 21 acciones que propone la Comunicación de la Comisión Europea. Entre los asuntos tratados, destacan 8 puntos clave:

- Promoción de la diversificación de la oferta turística
- Desarrollo de la innovación en la industria, especialmente en pymes.
- Mejoras de las capacidades profesionales del sector
- Promoción de los mecanismos para extender la temporada
- Consolidación de una base de conocimientos socioeconómicos del turismo
- Promoción de un desarrollo sostenible, responsable y de calidad
- Consolidación de la imagen y la visibilidad de Europa como conjunto de destinos turísticos sostenibles y de calidad
- Seguimiento proactivo de las políticas de la Unión Europea que tengan algún impacto sobre el turismo.

España, como estado miembro, participa y asume las directrices europeas, a la vez que pone a disposición de la Comisión su conocimiento en temas de

desarrollo turístico social, y la creación de una marca de calidad turística europea y de un observatorio europeo del turismo.

Las directrices españolas están marcadas en el Plan del Turismo Español Horizonte 2020, que se basa en que debe potenciarse la competitividad, la innovación, la calidad, la sostenibilidad y aportar el máximo bienestar social. Para todo ello, hay que mejorar la metodología de la planificación turística, la adecuación del sistema de comercialización y gestión a las necesidades del entorno, y mejorar la presencia en mercados lejanos.

Dado que el turismo sostenible es un pilar de la economía y de la sociedad, hay que renovar las pautas de crecimiento para asegurar y maximizar la contribución al bienestar social, liderando la nueva era del turismo, marcada por el cambio tecnológico, la responsabilidad ambiental y la demanda de la nueva sociedad.

### **6.3 – PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: CONCEPTOS, METODOLOGÍA Y TIPOS DE PLANES**

#### **6.3.1 – Concepto y definición de Plan Estratégico**

La planificación estratégica es un concepto que surge de la práctica empresarial, aunque es de destacar que su origen se inicia de la experiencia aportada por la ciencia militar. (Fernández Güell, 2006)

Realmente las primeras adopciones de los principios estratégicos en el mundo empresarial datan de los años 80, aunque con anterioridad se había planificado a largo plazo; es a partir de la recesión económica de la década de los setenta, cuando las empresas tienen la necesidad de contar con sistemas de información y análisis que les permita anticiparse a cambios internos y externos a la organización, que puedan afectar a la estrategia.

El plan estratégico “es el modo sistemático de gestionar el cambio en la empresa con el propósito de competir ventajosamente en el mercado, adaptarse al entorno, redefinir los productos y maximizar los beneficios” (Fernandez Güell, 1997). Se trata de un proceso reflexivo y creativo que da lugar a una serie de

estrategias para que la empresa mejore su posicionamiento, teniendo en cuenta sus puntos fuertes y débiles presentes, así como los retos y las oportunidades futuras.

Las características de la planificación estratégica se pueden observar en la tabla VI.4:

**Tabla VI.4 – Características de la planificación estratégica**

Conceptualización	Análisis	Proposición	Implantación
Integración de las visiones temporales	Consideración del entorno	Concentración en temas críticos	Flexibilidad decisional
Conjunción de equidad, competitividad y sostenibilidad	Comprensión de las relaciones entre ciudades		Participación de todos los agentes locales
Visión a largo plazo y compartida	Configuración de una oferta urbana competitiva	Orientada a la acción	Modernización de la Administración
	Énfasis en la prospectiva		

*Fuente: Fernández Güell (2006)*

El plan estratégico se puede aplicar a cualquier sector, como por ejemplo territorio, turismo, etc., siempre con criterios de sostenibilidad. Un plan estratégico es un proceso y no solo un documento. Necesariamente, las conclusiones de ese proceso quedan plasmadas en un documento que sirve de soporte y guía para la ejecución del mismo, pero lo esencial del plan es el propio proceso a través del cual se alcanzan las conclusiones.

Acle Tomasini (1990) define la planificación estratégica como “un conjunto de acciones que deben de ser desarrolladas para lograr los objetivos estratégicos; lo que implica definir y priorizar los problemas a resolver, plantear soluciones, determinar los responsables para realizarlos, asignar recursos para llevarlos a cabo y establecer la forma y periodicidad para medir los avances”.

Para Mintzberg (1990), la planificación estratégica no es mas que “el proceso de relacionar las metas de una organización, determinar las políticas y programas necesarios para alcanzar los objetivos específicos en camino hacia esas

metas y establecer los métodos necesarios para asegurar que las políticas y los programas sean ejecutados, o sea, es un proceso formulado de planificar a largo plazo que se utiliza para definir y alcanzar metas organizacionales”.

Es cierto que la turbulencia económica de los últimos años, ha llevado a algunos directivos a abandonar la planificación a largo plazo pensando que es imposible; pero se debe retomar no solo a largo plazo, sino también a medio plazo.

Porta y Valls (1995) explican la planificación estratégica turística desde una perspectiva funcional, y la definen como “la planificación que establece el modelo de desarrollo a largo plazo, que las comunidades y las instituciones desean para el territorio, modelo de sostenibilidad, que debe promover la rentabilidad de las inversiones privadas, la rentabilidad social y económica, medioambiental en una perspectiva de colectividad”.

El contenido estratégico de la planificación, se traduce en:

- Definición de un marco para el desarrollo armónico del territorio donde se establezca una jerarquía de prioridades de actuación.
- Visión temporal del largo plazo.
- Evitar comportamientos reactivos a la demanda que provocaría un crecimiento desordenado.
- Estructurar las actuaciones públicas de manera que posibiliten nuevas oportunidades de negocio.

### **6.3.2 – Metodología para planificación estratégica aplicada al turismo**

El proceso de la planificación debe basarse en una serie de actividades ordenadas, no solo la opinión de los participantes, sino también el uso de herramientas como las finanzas, estadísticas, informaciones externas y otros datos importantes que permitan conocer el estado de la organización y formular estrategias. (Caldera Mejía, 2004)

La planificación es, en esencia, un ejercicio de sentido común, a través del cual se pretende entender, en primer término, los aspectos cruciales de una



realidad presente, para después proyectarla diseñando escenarios de los cuales se busca obtener mayor provecho.

La planificación trata de organizar el futuro para así alcanzar ciertos objetivos (Esteban Curiel, 2009), y fijar directrices para tomar decisiones que eviten la insostenibilidad de un destino.

A la hora de planificar, no parece que haya un modelo de turismo sostenible aplicable universalmente, ya que el impacto del turismo varía dependiendo de las características de la sociedad anfitriona y su contexto. En cambio, sí hay modelos de desarrollo turístico que, sean cual sean las características sociales, económicas y medioambientales de la zona de destino, siempre son insostenibles: el turismo masificado, el turismo sexual, turismo a pequeña escala controlados por agentes foráneos, etc., estos no entran en la planificación.

En la planificación, los indicadores juegan un papel crucial hacia un turismo sostenible, pues permiten afrontar con ciertas garantías de éxito, el seguimiento y evaluación directa de las cuestiones estratégicas ambientales, sociales y económicas de los planes.

La planificación estratégica turística, podemos estudiarla a través del “análisis de procesos”. Según la Real Academia de la Lengua Española ([www.rae.es](http://www.rae.es)), se define proceso como “acción o sucesión de acciones regulares que ocurren o se llevan a cabo de una forma definida, y que llevan al cumplimiento de algún resultado; una operación continua o una serie de operaciones”. También definimos como proceso “una serie de acciones sistemáticas dirigidas al logro de un objetivo previamente definido”.

Entre otros, se pueden indicar los siguientes procesos (Jurán, 1998) para la planificación turística:

- Promoción de la PET (Plan Estratégico de Turismo)
- Definición de estrategias
- Establecimiento de objetivos
- Diagnóstico
- Ejecución de planes de acción

- Seguimiento y evaluación continua

La planificación estratégica debe de ser un proceso continuo, cuyas modificaciones van en función directa de los cambios observados. Es un recorrido que sigue una metodología, aplica variadas técnicas, y cuenta con la capacidad analítica creativa de quienes participan en la formulación del plan.

En la planificación de un destino turístico, la OMT considera imprescindible que antes de programar actuaciones, se cuente ya con un plan turístico que defina el modelo de desarrollo turístico, diversificado, diferenciado, competitivo y sostenible, que cubra las necesidades actuales de los turistas y de la sociedad, protegiendo y mejorando las perspectivas de futuro, y que proyecte una imagen de integración de la gestión de todos los recursos, de modo que queden cubiertas las necesidades económicas, sociales y estéticas, manteniendo al mismo tiempo, la identidad cultural, el paisaje, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas vivos.

Una planificación deficiente (Calderón Vázquez, 2008) o una no planificación, se traduce para el destino turístico en cuestión en toda una serie de problemas, como degeneración del medio natural, problemas de tráfico, pérdida de identidad cultural, falta de formación de los trabajadores, conflictos entre comunidades locales y turistas, carencia de atracciones dentro del catálogo turístico, etc., problemática que trae consigo la decadencia del destino.

La calidad de la planificación va a determinar el éxito y la longevidad de cualquier área territorial receptora, por lo que el tiempo, esfuerzo y recursos destinados a la planificación deben de ser considerados inversiones esenciales. (Mcintosh y otros, 1999)

Es necesario crear un equipo de planificación; las personas que lo integran son la pieza clave del proceso; deben de tener información clara de las expectativas, de lo que se quiere alcanzar con el plan, y del calendario del mismo.

Se puede configurar el equipo del siguiente modo:

- Pleno (máximo órgano)
- Comité de dirección (verdadero gestor del Plan)
- Comité Asesor

- Comisiones sectoriales

El Plan deberá respetar los siguientes aspectos:

- Debe ser un plan participativo por los diferentes agentes socioeconómicos del territorio, intentando conseguir el consenso, en la definición de las estrategias de desarrollo, lo que implica trabajo en equipo e iniciativa.
- Debe estar dotado de asesoramiento y metodología. Se construye, no como una norma, sino como una herramienta de gestión.
- La administración pública implicada en el proyecto debe coordinar estrategias que se planifiquen.

Antes de realizar una actuación de planificación, es necesario realizar un análisis de la situación del territorio, sector o realidad sobre la que se va a actuar; lo que requiere recopilación y análisis de datos para conocer la situación real.

Existen multitud de diseños que indican las fases que debe tener un proceso de planificación. Por ejemplo:

La metodología del Plan Alicante Horizonte 2020 (Cámara de Comercio de Alicante, 2009)

Fase I. Definición inicial de metodología y contenido

- Decidir liderazgo y grupo de trabajo
- Cronograma
- Fases del plan

Fase II. Análisis y diagnóstico

- Recopilación de datos sobre el área que se planifica
- Identificación, jerarquización y ponderación de recursos
- Inventario de recursos (clasificación y descripción) y valoración del mismo.
- Categorías de recursos:
  - a) Atractivos o recursos naturales o paisajístico
  - b) Recursos histórico-monumentales y artísticos
  - c) Recursos gastronómicos y artesanía
  - d) Folclore, fiestas, eventos y acontecimientos programados.
- Análisis de la demanda

### Fase III. Diagnóstico de la planificación.

- Análisis DAFO
- Proyecciones: definición de temas claves o estratégicos.

### Fase IV. Síntesis y conclusiones: Plan Estratégico

### Fase V. Gestión y evaluación continua del plan

El Consejo Español del Turismo (CONESTUR), compuesto por administraciones públicas con competencias en turismo, empresarios, trabajadores y profesionales que inciden en la actividad turística, acordó hacer una revisión estratégica con horizonte 2020, y así surge el Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (Consejo Español de Turismo, 2007).

La metodología del plan consiste en cuatro fases:

#### Fase I. Documento base

- Análisis y diagnóstico del actual sistema turístico español
- Identificación de las principales tendencias de evolución en el Horizonte 2020
- Identificación de áreas críticas de mejora

#### Fase II. Participación y debate

- Identificación de planteamientos de mejora en áreas críticas de estudio
- Máxima involucración y participación de agentes sociales y turísticos
- Realización de un documento de avance del plan estratégico

#### Fase III. Elaboración del documento

- Profundizar en los planteamientos estratégicos de la fase II
- Elaboración del plan turístico español
- Diseño del plan estratégico

#### Fase IV. Ejecución y evaluación

Para la elaboración del plan se realizó un exhaustivo diagnóstico en cuatro áreas prioritarias: competitividad, destinos, oferta y productos, y modelos de gestión y recursos humanos.

El plan (Centro Internacional de Formación, 2004) debe tener un seguimiento continuo, analizando las repercusiones que hayan tenido las acciones propuestas, su ejecución dentro de la programación inicial, si se están consiguiendo los objetivos previstos, etc. Como hemos dicho, este proceso debe de ser continuo, que detecte las desviaciones que se producen y sus causas para reprogramar las acciones.

En general, podemos resumir las fases de una planificación en:

- Definición inicial de metodología y contenido
- Análisis del recurso
- Diagnóstico
- Síntesis y conclusiones
- Objetivos del plan
- Definición de estrategias competitivas
- Definición de actuaciones
- Organización y control

Siempre es necesario hacer un diagnóstico previo, que en el turismo implica analizar la situación socioeconómica del territorio antes de diseñar políticas estratégicas. Para ello existen varios métodos, pero tal vez el más conocido por su eficiencia sea el análisis DAFO. Este puede ser un buen punto de partida para analizar primero el territorio, y posteriormente el destino turístico, en el pasado, presente y futuro.

La eficacia del método queda supeditada al establecimiento de una metodología de trabajo concertado previamente con todos los actores locales o regionales.

Un DAFO es un tipo de análisis de carácter estratégico que pretende establecer los puntos débiles, las amenazas, las fortalezas y las oportunidades de una organización. Se compone, por tanto, de un doble análisis: interno (amenazas y oportunidades) y externo (debilidades y fortalezas).

Las amenazas son aquellos hechos potenciales que impiden el logro de los objetivos de la institución. Las oportunidades reflejan aquellos hechos potenciales que facilitan a la institución la determinación y logro de objetivos estratégicos. Su

origen puede situarse en cambios tecnológicos y/o en el mercado a gran o pequeña escala, cambios políticos relacionados con el sector en que la institución trabaja, cambios en modos de conductas sociales, perfiles de población, estilos de vida, etc.

Las debilidades son elementos o actividades de la institución que la hacen potencialmente vulnerable a los movimientos de los competidores, o a variaciones de su entorno. Y por último las fortalezas que son elementos o actividades de la institución que posibilitan una mejor actuación de la misma.

El secreto del análisis DAFO está en mantenerlo lo más simple, incisivo y concreto que se pueda. Simplemente recolectando la información y situándola en un cuadrante apropiado, podremos obtener una visión general de donde está o estará la institución. Se debe utilizar como proceso reflexivo de la institución actual y futura.

Es una imagen estática de la situación en el momento de realizar el análisis, por tanto es un documento que conviene actualizar cada cierto tiempo, especialmente cuando se producen cambios relevantes en el entorno (específico o genérico) y/o en la propia institución.

Antes de hacer este diagnóstico, sería importante clasificar varios elementos:

- Destino turístico, que es el resultado de la suma de los recursos que existen y de los servicios de los que se dispone en un entorno amplio. Definir límites reales del territorio, su demarcación geográfica y las fronteras político-administrativas, y perfilar los atractivos que tendría el destino.
- Demarcación territorial, señalar las fronteras político-administrativas que no tienen porque coincidir con las geográficas del destino turístico.
- Comunicación y coordinación. Debe alcanzarse un buen grado de comunicación y coordinación por parte de las administraciones, para consolidar alianzas necesarias para una estrategia de desarrollo.

Cuando se prepara en España el plan “Horizonte 2020 del turismo español”, al aplicar el análisis DAFO, una vez analizada la oferta y la demanda de

los integrantes de la cadena de valor, así como las tendencias del turismo español, se identificaron las principales debilidades y fortalezas, así como las oportunidades que pueden favorecer o frenar el desarrollo, lo que permite focalizar el esfuerzo en aquellas iniciativas que tengan como objetivo su consecución.

Algunas de las iniciativas que se redactaron, se muestra en la tabla VI.5.

**Tabla VI.5 – DAFO del Turismo Español Horizonte 2020**

DAFO del Turismo Español Horizonte 2020	
<b><i>Debilidades</i></b>	<b><i>Amenazas</i></b>
<ul style="list-style-type: none"><li>-Alta estacionalidad en el uso de las instalaciones de sol y playa</li><li>-Progresiva erosión de los márgenes brutos de las empresas del macrosector.</li><li>-Presión demográfica y urbanística sobre puntos del litoral</li><li>-Alta dependencia de un producto maduro como el sol y la playa</li><li>-Dependencia elevada de las demandas británicas, francesas y alemanas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Disminución en la estancia media y el gasto medio por turista</li><li>-Sobreoferta de alojamiento de sol y playa en el Mediterráneo</li><li>-Consolidación de destinos con costes de explotación muy bajos en el Mediterráneo Sur, Caribe y en Europa del Este</li><li>-Actual imagen de los desarrollos urbanísticos y la presión social que se ejerce sobre los mismos en las zonas del litoral</li><li>-Escasez de recursos hídricos y el elevado consumo energético producido de forma cíclica anual en las zonas turísticas debido a la estacionalidad</li></ul>
<b><i>Fortalezas</i></b>	<b><i>Oportunidades</i></b>
<ul style="list-style-type: none"><li>-Climatología muy favorable</li><li>-Buena calidad de playas e instalaciones</li><li>-Experiencia en la gestión del turismo de sol y playa en los establecimientos vacacionales</li><li>-Oferta, capacidad y variedad del alojamiento y la restauración</li><li>-Elevado reconocimiento del logo turístico de España en Europa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>-Fraccionamiento de las vacaciones principal en Europa, permite traer una demanda más uniforme temporalmente en el sol y playa</li><li>-Incremento sustancial de la demanda europea de los productos cultural, urbano y deportivo</li><li>-Progresivo incremento del turismo individual, frente al organizado en la demanda europea</li><li>-Diversidad cultural y geográfica, que permite adaptar los productos a las necesidades particulares de cada turista</li><li>-Mejora en las infraestructuras de transporte</li></ul>

***Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de Plan de Turismo. Horizonte 2020 (Consejo Español de Turismo, 2007)***

### **6.3.3 – Tipología de planes estratégicos**

La planificación estratégica es una herramienta para administrar y ordenar los cambios, definir objetivos y establecer estrategias para lograrlos. Una buena estrategia debe ser capaz de alcanzar objetivos, establecer conexión entre el entorno, los recursos de la organización y la competencia, dándole a la organización una ventaja competitiva pero lleva consigo la realización de cambios. (Sallena, 1991)

Planificar es un proceso a través del cual se toman decisiones hoy para alcanzar situaciones futuras, partiendo de un análisis de la situación actual. (Cortés Puya, 2004)

Los planes pueden ser:

- Plan de Acción: es el documento que incorpora las actividades que deben llevarse a cabo para lograr los objetivos o metas, establecidos por la organización. Incluye los recursos humanos, financieros, fechas límites y resultados (indicadores de éxito).
- Plan de Manejo: es un documento técnico. Planifica a medio y largo plazo, sirviendo de herramienta para la toma de decisiones operativas sobre la zona.

Los planes pueden ser también de países, regiones o planes locales. Las consideraciones generales de un plan estratégico de turismo deben tenerse en cuenta por la transversalidad de este sector, en planes generales de desarrollo sostenible, de países y regiones; con una amplia participación, se definen las metas y los objetivos compartidos (expertos, empresas, profesionales del sector, administraciones públicas y la sociedad en general).

A continuación se nombran algunos de los planes que debe tener en cuenta el turismo:

- Planes de ordenación territorial.
- Planes de desarrollo rural
- Planes energéticos
- Planes de transporte, etc.



Cuando se analizan distintos planes, una serie de líneas estratégicas se repiten de forma continuada, tales como el incentivo de la identidad territorial y cultural, el aumento de la capacidad tecnológica y productiva, la eficiencia económica y competitividad empresarial, la calidad de vida, la equidad, la integración social, la eficiencia institucional y la democracia local, la cohesión intraregional o la integración supraregional son temas habituales.

A nivel operativo, los planes estratégicos pueden desarrollar otro tipo de planes más pequeños (el Plan de Turismo Español Horizonte 2020 genera el Plan de Turismo Español 2008-12), acciones, programas o conjunto de políticas para aspectos específicos del turismo, así como el turismo cultural, rural, de salud, deportivo, de sol y playa, aventura, naturaleza, parques temáticos, cruceros, congresos, etc.

Los planes estratégicos nacionales, tratan más de las políticas e instrumentos de identificación para crear el entorno que permita el turismo sostenible, mientras que los planes locales tratan más de determinar lo que ocurre sobre el terreno (Brunet Estarellas, Almeida García, 2005); destacan:

- Planes de excelencia. Van dirigidos a destinos maduros para su recuperación (como por ejemplo zonal de litoral o ciudades monumentales)
- Planes de dinamización. Se dirigen a destinos emergentes, en fase de desarrollo turístico o en donde el sector no está suficientemente desarrollado.

En España existen otros tipos de planes que a continuación detallamos:

- *Plan Futures I*. Plan Marco de Competitividad 1992-95. Estableció estrategias para que el turismo consolidara su posición, como sector económico competitivo. Este Plan fue un éxito y condujo al Plan Futures II.
- *Plan Futures II*. Plan Marco de Competitividad. 1996-99. Los principios rectores de este Plan fueron: sostenibilidad, corresponsabilidad, concentración de actuación, e integración de las iniciativas empresariales en proyectos comunes con la administración.

- *PICTE* (Plan Integral de Calidad del Turismo Español). 2000-06. Este Plan fue adoptado tanto a nivel nacional como económico y local; integraba 4 programas de calidad: Destinos, productos, sectores empresariales y formación. La creación de la marca Calidad se ve reforzada por la creación del Instituto de la Calidad Turística Española (ICTE).
- *PITA* (Plan de Innovación Tecnológica del sector Alojamiento) 2003-05. Tiene como objetivos dotar a los alojamientos de servicios de internet, como una web y dominios propios.
- *PET* (Plan del Turismo Español) Horizonte 2020. Para avanzar este Plan, se puso en marcha el Plan de Turismo Español 2008-12. El PET tiene como objetivo el desarrollo turístico de España sobre las bases de la competitividad, y la sostenibilidad medioambiental, social y económica.
- *PRT* (Plan Renove Turismo 2009). El PRT impulsado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, ofrece financiación al sector turístico, especialmente dirigido a Pymes, para acometer proyectos de renovación, reforma y mejora de las instalaciones turísticas. Está enmarcado en el Plan de Turismo español 2008-2012, cuyo objetivo es lograr que en el año 2020 el sistema turístico español, sea más competitivo y sostenible, mejorando el nivel y atractivo de la oferta turística y paliar las consecuencias de la actual crisis.

Como se puede observar en esta descripción de distintos tipos de planes que la administración central ha venido elaborando desde principios de los años 90 hasta la actualidad, se tuvieron siempre objetivos claros como la competitividad, la calidad, la innovación, la excelencia, la sostenibilidad, etc. Hay, en definitiva, que apostar por un turismo sostenible competitivo de calidad e innovador.

## **6.4 – ESTUDIOS DE CASOS ESPECÍFICOS DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA LOCAL EN ESPAÑA**

Las sociedades han utilizado la planificación como un instrumento para organizar sus actividades. La metodología utilizada es la siguiente: primero se realiza un análisis de la situación, después se evalúan los escenarios, y finalmente se hace un diseño de las modificaciones. Todo esto enmarcado dentro de un espacio temporal definido.

En la actualidad, algunas entidades se han planteado otra forma de planificar, incorporando a los métodos habituales, la participación de todos los actores interesados y consolidando una cultura de colaboración entre todas las instituciones, entidades sociales y agentes económicos que estén implicados en el proyecto. Esta forma de planificar es la denominada planificación estratégica, y el documento donde se refleja todo este proceso es el Plan Estratégico.

Para la elaboración de los Planes Estratégicos, se busca la implicación de gestores y miembros de la organización, y así poder definir aquellas áreas en las que es preciso actuar, las prioridades del Plan, los indicadores que permitan definir las políticas y líneas de actuación, objetivos concretos, plazos de ejecución y los recursos que se destinen a cada área de actuación.

Si se centra en el escenario que interesa, que es el Plan Estratégico de una ciudad, es un proceso flexible destinado a dotar a la ciudad de una estrategia consistente, que proporcione una notoriedad y una singularidad a la ciudad y, sobre todo, que logre implicar a los principales actores de la ciudad, es decir, aquellos que tienen capacidad para transformarla.

Hay que destacar que en el desarrollo de un Plan Estratégico de una ciudad debe existir una voluntad real de participación ciudadana. Es primordial la implicación de los agentes de decisión económica y social por su capacidad de actuación sobre el territorio, pero también de la sociedad civil, entendida de la forma más amplia posible estimulando a la participación de todas las entidades y asociaciones que formen el entramado social de la ciudad.

Generalmente, el Plan Estratégico debe abarcar todos los aspectos de la ciudad: educativos, territoriales, culturales, económicos, sociales, asociativos y territoriales.

Por lo tanto, un Plan Estratégico es un instrumento de planificación, en el cual se diseñan unos objetivos clave que, ejecutados en los plazos previstos, consigan alcanzar las cotas de calidad de vida deseadas por la ciudadanía ([www.2004-2010.jerez.es](http://www.2004-2010.jerez.es)).

En este trabajo se van a analizar 6 Planes Estratégicos, todos ellos pertenecientes al territorio nacional, en donde se pueden observar, las líneas de actuación que cada municipio quiere llevar a cabo, su planificación estratégica, y cuales son los objetivos que pretenden lograr.

Los municipios que han sido seleccionados para realizar su estudio son:

- Calviá. Este municipio mallorquín fue pionero en el desarrollo de una Agenda 21 Local.
- Burgos. Como ejemplo de un Plan estratégico Rural.
- Barcelona. Como ejemplo de una gran ciudad, cosmopolita y moderna.
- Madrid. Ciudad turística destacándola por sus rutas culturales
- Zaragoza. Como ejemplo de un Plan Estratégico aplicado a una ciudad industrial.
- Málaga. Turismo sostenible aplicado a una ciudad turística.

De cada una de ellos, se analizarán los siguientes puntos:

1. Situación de partida
2. Objetivos
3. Actuaciones
4. Resultados obtenidos

A continuación, se desarrollan estos puntos para cada uno de los municipios seleccionados.

#### **6.4.1 - Agenda 21 Local para Calviá**

##### 1- Situación de partida

Calviá, municipio situado en la isla de Mallorca, en el Mediterráneo, es un ejemplo paradigmático de destino de sol y playa del Mediterráneo Nord-Occidental.

El desarrollo turístico de Calviá se origina a raíz del primer “boom” del turismo internacional en la España de los años sesenta. A partir de entonces se expande y consolida un modelo de desarrollo basado en una visión cortoplacista. A finales de los años ochenta empieza ya a detectarse el coste de la externalidades producidas por un desarrollo tan poco armónico. (Ministerio de Economía y Hacienda, 2000)

Se empezaba a notar una degradación en las instalaciones y equipamientos públicos y privados, con un elevado impacto ambiental, destacando la zona costera. Todo esto provoca una pérdida de competitividad y de atractivo en el sector en el que se basaba la economía de Calviá, la industria turística.

Ante la incertidumbre en el futuro que le depararía al municipio, no podría seguir soportando durante mucho más tiempo la elevada presión sobre los recursos naturales que se derivaba de un monocultivo turístico de marcado carácter estacional, se planteó la necesidad de romper las tendencias y afrontar las amenazas del futuro del municipio, desarrollando la Agenda 21 Local.

##### 2 – Objetivos

Ante esta situación tan crítica, a finales de 1994 el Ayuntamiento de Calviá empezó a elaborar las estrategias que debían seguir, planteándose en 1996 los siguientes objetivos específicos, tal y como reflejan en la página web del propio ayuntamiento: ([www.calvia.com](http://www.calvia.com))

- Parar el ritmo de ocupación de nuevos espacios y reflexionar sobre lo que tenemos, investigar a donde vamos y proyectar las alternativas más

convenientes para entrar en una nueva cultura basada en el desarrollo sostenible.

- Definir un modelo de desarrollo urbanístico moderno y participativo, potenciando los valores ecológicos y ambientales, redefiniendo el futuro de acuerdo con la filosofía plasmada en Agenda 21 Local.
- Reforzar las actuaciones que se venían realizando en materia de recogida selectiva, selección de basuras en origen y reciclaje y reutilización de residuos urbanos y agua depurada.
- Buscar el consenso y la concertación con los agentes sociales y con otras administraciones para conseguir la plena aplicación de los objetivos y filosofía de la Agenda 21 Local.
- Orientar el desarrollo sostenible desde la perspectiva del empleo estable y de la cualificación profesional de los trabajadores.
- Profundizar en los mecanismos de participación y responsabilización de los jóvenes en la conservación del entorno.
- Rentabilizar lo urbano frente a políticas de crecimiento insostenible y concreción de los nuevos valores para tomar decisiones de cara al futuro.

### 3 – Actuaciones

En 1996 se produce la adhesión de Calviá a la Carta de Aalborg.

Se crean una serie de Comisiones Temáticas que realizan distintos estudios sectoriales sobre el estado, evolución, escenarios y alternativas del desarrollo local y su relación con la sostenibilidad y la calidad de vida local. La identificación de problemas y sus causas se realiza mediante el estudio de la situación previa y actual de cada uno de los escenarios que contemplan las Áreas Temáticas Clave.

A lo largo de 1998 se pone en marcha la fase final del proyecto iniciándose los programas operativos.

La Agenda 21 Local para Calviá, ha servido de base para la definición del plan de acción a largo plazo pero, paralelamente a este proceso, se han ejecutado distintos proyectos específicos a corto y medio plazo cuya conveniencia y oportunidad era patente para alcanzar los objetivos de sostenibilidad a los que se

ha comprometido Calviá, entre ellos y sin ser exhaustivos, se citan en su página web, los siguientes:

- Ejecución del Plan de Esponjamiento (años 1995/1997): voladura de doce edificios en la zona de costa, y rehabilitación de zonas costeras bajo el principio de ecología urbana, con una inversión de 15.000 millones de pesetas.
- Desclasificación de 1.350 hectáreas de suelo urbano y revisión del Plan General bajo los criterios de sostenibilidad, no ejecutándose unas 40.000 plazas hoteleras previstas.
- Potenciación de políticas de recogida selectiva de residuos y reciclaje, ahorro de agua potable y reutilización de aguas depuradas (inversión de 2.500 millones de pesetas).
- Potenciación de la formación orientada a los nuevos yacimientos de empleo en torno a la diversificación y el medio ambiente.
- Difusión de la estrategia Agenda 21 Local para Calviá en todos los ámbitos de participación: local, regional, estatal e internacional.
- Reordenación de la organización y de los servicios municipales para el cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad.
- Previsión y aplicación en nuevas urbanizaciones del "urbanismo ecológico".
- Aplicación de medidas de desestacionalización turística y de formación turístico/ambiental.
- Realización de campañas de sensibilización y educación ambiental, y en concreto de ahorro de agua potable apoyando a los programas de reducción de pérdidas en redes.
- Potenciación de la recogida selectiva y reciclado de residuos sólidos urbanos.

Para el logro de estas y todas las actuaciones, ha sido muy importante la participación de distintos organismos, instituciones, y de la sociedad, que se confirma como un requerimiento ineludible para avanzar en la integración cultural, la sostenibilidad y la calidad de la vida local.

#### 4 – Resultados obtenidos

El desarrollo de Agenda 21 Local ([www.calvia.com](http://www.calvia.com)), mediante actuaciones y estrategias a corto, medio y largo plazo dirigidas a la sostenibilidad, ha permitido la concreción y puesta en marcha de proyectos a corto plazo que son la base para garantizar el futuro de todo el proceso previsto y que ya empiezan a mostrar los primeros resultados satisfactorios:

- La revisión del Plan General de Ordenación Urbana se ha enfocado netamente hacia criterios de sostenibilidad y de utilización racional de los recursos.
- Se ha llevado a cabo la remodelación urbana de zonas turísticas, en colaboración con la Comunidad Autónoma.
- Varias han sido las actuaciones desarrolladas dentro del Plan de Excelencia 1998, con una inversión de 135 millones de pesetas, e importes similares desde el año 1994.
- Se han derribado doce edificios públicos y privados dentro de la política de "Esponjamiento".
- Se han concedido subvenciones para la rehabilitación, construcción y adquisición de viviendas destinadas a residentes y trabajadores del municipio, con una inversión de 150 millones de pesetas.
- El Servicio Especializado de Formación y el Empleo que ha contado con 1.500 usuarios en 1997 ha funcionado satisfactoriamente.
- Gracias al proyecto de desestacionalización turística se ha logrado un considerable incremento de turismo en temporada invernal (15% en 1997).



- Se ha iniciado el proceso definitivo de decisión de actuaciones comprendidas en Agenda 21 Local y priorización de los objetivos estratégicos y objetivos clave plasmados en los estudios correspondientes a las distintas Áreas Temáticas Clave.
- El proceso Agenda 21 Local cuenta ya con el reconocimiento internacional como lo demuestra la concesión a Calviá del Premio Europeo Ciudad Sostenible 1997.
- Se ha logrado que la orientación de la organización, estrategia y política municipal se dirija hacia el desarrollo de Agenda 21 Local, existiendo una firme voluntad por parte de todos los Grupos Políticos de ejecutar los proyectos, de tal manera que toda la política municipal queda orientada hacia la aplicación práctica de las conclusiones de las Áreas Temáticas Clave y, en definitiva, de las previsiones de Agenda 21 Local.
- Se ha conseguido la institucionalización de la participación, la cooperación y la toma de decisiones del Gobierno Central, Comunidad Autónoma, Ayuntamiento, Foro Asesor de Ciudadanos, etc., en todo el proceso de ejecución de la Agenda 21 Local, lo que ha permitido una mejor integración y coordinación entre todos los agentes implicados.

Este proyecto se configura como una actuación de la administración pública para garantizar el futuro económico, social, medioambiental y patrimonial de Calviá desde una óptica de sostenibilidad y basado en las inversiones necesarias para la ejecución de distintos proyectos de muy diversa índole. Su financiación, según su naturaleza, se realiza tanto por el Ayuntamiento de Calviá como en colaboración con el Gobierno Estatal y la Comunidad Autónoma, por lo que no existe preestablecido un sistema de recuperación de costos.

La Agenda Local 21 para Calviá sirvió para encauzar el sector turístico y el desarrollo local en las próximas décadas, desde nuevos criterios de actuación, orientados por la sostenibilidad.

Es necesario destacar, para finalizar, que en el trienio 2009-2011, el Ayuntamiento de Calviá ha desarrollado un Plan Estratégico para potenciar el

Patrimonio Cultural y Natural, con el objetivo de la mejora del producto turístico en clave de sostenibilidad y diversificación de oferta.

En la tabla VI.6 se muestra un resumen de la Agenda 21 Local de Calviá.

**Tabla VI.6 – Resumen de la Agenda 21 Local Calviá**

<b>AGENDA 21 LOCAL DE CALVIÁ</b>	
1. Situación de partida	<ul style="list-style-type: none"><li>• Destino de “sol y playa”</li><li>• Costes externos relevantes desde finales de la década de 1980</li><li>• Incertidumbre futura por pérdida de competitividad</li></ul>
2. Objetivos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cambio de modelo de desarrollo urbanístico, con valores ecológicos y ambientales</li><li>• Consenso y participación de agentes sociales</li><li>• Reforzamiento de actuaciones ambientales</li></ul>
3. Actuaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Actuaciones urbanísticas</li><li>• Actuaciones ambientales</li><li>• Actuaciones de sensibilización ambiental</li><li>• Actuaciones de diversificación del empleo</li></ul>
4. Resultados	<ul style="list-style-type: none"><li>• Remodelación urbana</li><li>• Buenos resultados en formación y empleo</li><li>• Mejoras en desestacionalización del turismo</li><li>• Aumento de los procesos de cooperación entre agentes sociales y políticos</li></ul>

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la Agenda 21 Local de Calviá.*

## **6.4.2 - Plan Estratégico Burgos Rural**

### 1 – Situación de partida

El PEBUR 2010-2015 (Plan Estratégico de Burgos Rural) es el instrumento de desarrollo del medio rural de la provincia de Burgos que, a través de la articulación de medidas prácticas y concretas, debe servir como marco de planificación de las actuaciones a acometer en los próximos años, partiendo del consenso de los agentes implicados en el desarrollo rural de la provincia. Toda la información desarrollada a lo largo de este Plan procede de la página web [www.sodebur.es](http://www.sodebur.es).

### 2 – Objetivos

Se realizó un diagnóstico de la situación, destacando 5 áreas:

- Capital humano
  1. Dificultad de encontrar personas formadas con la necesidad del medio rural
  2. Papel relevante de la mujer
- Imagen
  1. Imagen de Burgos muy sesgada a la capital
  2. Importancia del enfoque a los turistas
  3. Gran patrimonio cultural y natural
- Entorno económico
  1. Bajo emprendimiento en el medio rural
  2. Implantación y captación de empresas de la provincia
  3. Importancia de la cooperación empresarial especialmente en el actual marco de crisis
- Infraestructuras
  1. Desafío de implantación de nuevas tecnologías
  2. Prioridad en el desarrollo y mantenimiento de las infraestructuras viarias
  3. Posición geoestratégica

- Calidad de vida
  1. Importancia de la sostenibilidad en el medio rural
  2. Necesidad de fórmulas de concentración y provisión de servicios

El Plan Estratégico tiene como objetivo principal el desarrollo sostenible de la provincia de Burgos, a través del fomento de la actividad económica en el territorio; la mejora de la calidad de vida de los habitantes del medio rural; la valorización de su capital humano; la potenciación de una imagen conjunta del territorio que favorezca su conocimiento y desarrollo turístico y el aseguramiento de la competitividad territorial mediante unas infraestructuras adecuadas.

### 3 – Actuaciones

Una vez que se ha estudiado el diagnóstico de y los objetivos que se pretenden conseguir, se identificaron 48 proyectos. Una vez analizados y valorados se realizó una selección de los mismos, en donde se priorizó en base a su nivel de importancia, y aquellos proyectos que se pudiesen implantar fácilmente. Al final quedaron 28 proyectos para ejecutar en el PEBUR.

Las líneas de actuación se desarrollaron en las 5 áreas, y de forma resumida fueron las siguientes:

- Capital humano
  1. Capacitación. Profesionalización de los sectores a través de la formación empresarial.
  2. Tejido de profesionales. Retención y atracción del talento profesional
- Imagen
  1. Imagen y marca de la provincia. Desarrollo de la marca paraguas de la provincia de Burgos.
  2. Ordenación y promoción turística. Desarrollo de una oferta turística estructurada; y promoción de la imagen de la provincia de Burgos.
- Entorno económico

1. Agrupación e innovación. Dinamización, fomento de la innovación y apoyo a la financiación de la red de agrupaciones colaboraciones de la provincia.
  2. Competitividad rural. Creación de un Observatorio socioeconómico Provincial; y desarrollo de cuadernos de venta y estudios para la captación de inversores y la dinamización empresarial.
  3. Comercialización.
  4. Emprendimiento y empresa familiar. Realizar el Plan Integrado “Burgos Rural Emprende”. Fomentar la continuidad de la empresa familiar, y desarrollar políticas de empleo en la mujer.
- Infraestructuras
    1. Infraestructuras viarias y de transporte. Seguimiento de la situación de la demanda de grandes infraestructuras
    2. Aprovechamiento y optimización de las infraestructuras. Puesta en valor de la Encuesta de Infraestructuras, y promoción y mejora del suelo industrial.
    3. Tecnologías de la información y comunicación. Información, desarrollo y difusión de las tecnologías de la información y comunicación.
  - Calidad de Vida
    1. Bienestar social. Extensión del transporte a la demanda.
    2. Ocio y cultura. Fomentar el asociacionismo cultural y social, y desarrollo de la Ciudad de Clunia
    3. Sostenibilidad y conservación. Plan de Agua, y Plan de sostenibilidad Energética.
    4. Puesta en valor de la vida en el medio rural. Potenciar el comercio rural, y repoblación de núcleos rurales.

#### 4 – Resultados Obtenidos

Al ser el Plan Estratégico de Burgos Rural un Plan que finaliza en el año 2015, no se tiene constancia de resultados que se hayan obtenido hasta la fecha.

En la tabla VI.7 se muestra un resumen del Plan Estratégico de Burgos Rural 2015.

**Tabla VI.7 – Resumen del Plan Estratégico de Burgos Rural**

<b>PLAN ESTRATÉGICO BURGOS RURAL</b>	
1. Situación de partida	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escasez en formación turística</li><li>• Escasez de emprendedores</li><li>• Ausencia de Tic's en el medio rural</li></ul>
2. Objetivos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fomentar la actividad económica</li><li>• Mejora de la imagen de Burgos para su desarrollo turístico</li><li>• Mejora de las infraestructuras</li></ul>
3. Actuaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formación y profesionalización del capital humano</li><li>• Actuaciones sobre la imagen y la marca Burgos</li><li>• Actuaciones orientadas a la innovación y el emprendimiento</li><li>• Actuaciones sobre las infraestructuras y las Tic's</li></ul>
4. Resultados	<ul style="list-style-type: none"><li>• Al estar vigente aun el Plan Estratégico de Burgos Rural, se desconocen resultados</li></ul>

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos del Plan Estratégico de Burgos Rural (www.sodebur.es)*

### **6.4.3 - Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona (visión 2020)**

#### 1 – Situación de partida

El Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona (PEMB) es un modelo por su trabajo continuado para ofrecer visiones de futuro, anticiparse a los nuevos retos, prevenir posibles amenazas y, en definitiva, hacer propuestas de mejora que refuercen Barcelona y su área metropolitana como el referente internacional que es en la actualidad.

Su experiencia comienza ([www.pemb.cat](http://www.pemb.cat)) en 1987, cuando se inició el trabajo de lo que sería el I Plan Estratégico de Barcelona, publicado en marzo del 1990. Este Plan contribuyó a que Barcelona se hiciera presente en el mapa mundial de las ciudades y se convirtiera en nuevo referente en el terreno del desarrollo urbano. Desde entonces, muchas ciudades y metrópolis de España y del mundo han seguido el ejemplo de Barcelona.

Desde la celebración de los Juegos Olímpicos de 1992, Barcelona y su área metropolitana han estado sometidas a una gran transformación que les ha permitido progresar y prosperar más que otras ciudades de su entorno inmediato. Esto ha sido posible gracias al esfuerzo por crear las infraestructuras de accesibilidad y de interconectividad, así como otros equipamientos básicos diversos, fruto de un nuevo concepto de planificación que iba más allá del planteamiento urbano tradicional.

En el año 2008, después de siete años de vigencia del primer PEMB, se consideró oportuno iniciar un nuevo proceso de planificaciones que aportara una visión de futuro en la perspectiva de los próximos diez años. Muchas de las medidas del plan anterior ya estaban implementadas o en la agenda de los órganos competentes. Por otro lado, es obvio que la crisis financiera y económica, con sus repercusiones sociales, ha trastornado los entornos que inciden en el Área Metropolitana de Barcelona (AMB), con unos cambios de profundidad que exigen nuevos planteamientos para seguir progresando en el nuevo marco que se está configurando.

## 2 – Objetivos

Entre los objetivos principales podemos destacar la realización de una radiografía de cuál es la situación en los sectores económicos más innovadores de la ciudad de Barcelona y su área metropolitana, identificar las carencias más evidentes de cada uno de estos sectores y proponer un plan de objetivos y acciones que debería emprenderse para contrarrestarlas y fortalecer estos sectores, en un marco que permita acentuar la vocación global del AMB y transformar este área en un espacio urbano de influencia en todo el mundo, en un entorno de cohesión social. Hay que poner en valor aquello que pueda diferenciar a Barcelona y desarrollar un nuevo proyecto común.

Dado que la sociedad se encuentra inmersa en un proceso de globalización económica, política, cultural y social, y que formamos parte de una sociedad cada vez más interdependiente, las ciudades deben entender que no pueden afrontar estos cambios, y los retos que plantean, aisladamente; deben actuar como catalizadoras e impulsoras de la nueva economía y de la nueva realidad social.

Lo que se busca es construir una economía basada en el conocimiento y en la relación bidireccional con la industria; asociar la marca AMB a su capacidad de atraer capital y talento, con el fundamento de reflejar los valores reales y aspiracionales de la sociedad, y potenciar así la complicidad de todos los agentes implicados; transformar las inercias actuales en nuevas políticas de progreso; promover una actitud ante el cambio climático que tiene que ser un referente de buena práctica; reforzar la vocación internacional del AMB desarrollando nuevas políticas, coordinando todas las sinergias y planificando mejor, y estructurar redes de relación con las metrópolis de los países emergentes.

La finalidad de este Plan es:

- Consolidar la posición exterior y la internacionalización de la economía del área, creando un espacio en los nuevos ámbitos de la geopolítica.
- Crear un proyecto común que ayude a las empresas a aprender y a dar respuestas rápidas a los cambios.
- Poner en valor aquello que diferencia a la ciudad: las redes sociales regionales y las economías de aglomeración.



- Reforzar la cooperación público-privada.

Con todo esto, lo que pretende Barcelona es ser una de las regiones europeas más atractivas e influyentes para el talento global innovador, con un modelo de integración y cohesión social de calidad.

### 3 – Actuaciones

Para lograr la visión en el horizonte 2020, el AMB debe enfrentarse a seis retos, relacionados directamente con la capacidad competitiva de su territorio y sus empresas, que requerirán una apuesta por la economía verde, la estrategia de capitalidad euromediterránea, el liderazgo en nuevos sectores económicos y nuevas empresas, la potenciación de la industria y de los sectores tradicionales, la internacionalización de la economía con mayor capacidad exportadora, la captación de talento, la promoción de la innovación y el acento en la cohesión social del conjunto del Área Metropolitana de Barcelona.

En realidad se trata de retos que se pueden considerar, también, como auténticas oportunidades. Estos retos son:

- Sostenibilidad y cambio climático.
- Situar el AMB como referente en el nuevo marco global: mayor presencia en los países que lideran el mundo y capitalidad del Mediterráneo.
- Líder global en determinados sectores tractores de conocimiento.
- Más allá de las empresas “bio”. Puesta al día y potenciación de la industria y de los sectores tradicionales.
- Una de las regiones europeas más atractivas para el talento innovador.
- Ciudad interesante y equilibrada socialmente: una respuesta social a la crisis.

Este proceso de cambio exige la utilización de unos determinados instrumentos que provoquen el movimiento que permitirá alcanzar los objetivos marcados en el plan y la ruptura con las inercias naturales del pasado.

Así, para afrontar estos cambios el plan ha identificado un conjunto de cinco palancas que servirán de ejes vertebradores de todas las actuaciones citadas anteriormente. Estas palancas tienen que aportar soluciones de una manera transversal a todas las demandas comunes de todos los sectores económicos considerados.

Las palancas del cambio son:

- Una universidad y un sistema educativo potentes que fortalezcan su posición de excelencia y de conocimiento transversal, que sean un factor de atracción de talento y que favorezcan una mayor relación con los sectores productivos y empresariales.
- Una administración que actúe con criterios de eficiencia, que facilite la actividad económica, la creación de empresas y el desarrollo de proyectos. Una administración ágil en la tramitación y que se guíe por la presunción de confianza del ciudadano.
- Una gobernanza que aporte criterios innovadores en la gestión de proyectos estratégicos y que potencie la corresponsabilidad público-privada en su liderato.
- Unos valores de futuro que complementen y fortalezcan la base de los valores actuales y tradicionales, que aporten un nuevo carácter a la ciudad y a sus ciudadanos.
- Un amplio conocimiento de idiomas que facilite la internacionalización, la atracción del talento y la plena incorporación en los mercados mundiales. Un aeropuerto internacional y la marca Barcelona.

#### 4 – Resultados obtenidos

Al ser el Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, un Plan que finaliza en el año 2020, no se tiene constancia de resultados que se hayan obtenido hasta la fecha.

En la tabla VI.8 se muestra un resumen del Plan Metropolitano de Barcelona.

**Tabla VI.8 – Resumen del Plan Metropolitano de Barcelona**

<b>PLAN ESTRATÉGICO METROPOLITANO DE BARCELONA</b>	
1. Situación de partida	<ul style="list-style-type: none"><li>• Crisis económica y financiera</li><li>• Inexistencia de un Plan de futuro</li></ul>
2. Objetivos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar sectores económicos más innovadores</li><li>• Situar a Barcelona como referente en el ámbito europeo</li><li>• Mayor preocupación por la sostenibilidad y el cambio climático</li></ul>
3. Actuaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Actuación sobre el sistema educativo</li><li>• Actuaciones en las Administraciones, con el fin de crear empresas y desarrollar proyectos</li><li>• Potenciar la relación público-privada</li><li>• Mejora de la marca Barcelona</li></ul>
4. Resultados	<ul style="list-style-type: none"><li>• Al estar vigente aún el Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, se desconocen resultados.</li></ul>

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en la Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona.*

#### **6.4.4 - Plan Estratégico de Turismo de Madrid (2012-2015)**

##### 1 – Situación de partida

La ciudad de Madrid es uno de los principales destinos turísticos europeos, tanto a nivel nacional como internacional. El turismo es por tanto un sector clave para el desarrollo social y económico, así como para la generación de empleo en Madrid.

El Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Madrid 2012-2015 (Ayuntamiento de Madrid, 2012) continúa la senda iniciada por el anterior Plan 2008-2011 y constituye una hoja de ruta que, alineada con los objetivos estratégicos de la empresa y el Ayuntamiento de Madrid, pretende identificar y priorizar las acciones que se deben desarrollar en materia turística durante los próximos años.

Las estadísticas avalan a Madrid como principal destino turístico urbano en España, con más de ocho millones de viajeros recibidos en 2011. Durante los últimos cuatro años su crecimiento en este sentido ha sido constante. Como se puede observar, el peso de los viajeros de Madrid sobre el total de España (cuota de mercado) no ha dejado de crecer en los últimos años, pasando de ser un 8,67% en 2007 a un 9,78% en 2011.

Madrid es una ciudad que ha cambiado, se ha transformado y se ha vuelto más competitiva, algo de lo que da buena prueba su creciente escalada de posiciones en los *rankings* internacionales; en sólo tres años, Madrid ha pasado del puesto número 22 (2008) al puesto número 6 (2010) en el ranking mundial del ICCA (International Congress and Convention Association).

La urbe destaca a nivel internacional como un destino eminentemente cultural, aunque se ha ido posicionando cada vez más como un importante destino de ocio y de compras.

El Plan Estratégico de Turismo Ciudad de Madrid 2012-2015, tiene como misión lograr que el hecho turístico se convierta en eje vertebrador de la vida de la

ciudad, mejorando la competitividad del destino Madrid a nivel nacional e internacional.

## 2 – Objetivos

En este Plan, se busca alcanzar los siguientes 4 objetivos:

- Avanzar en la transformación del sector turístico madrileño hacia un modelo más competitivo, participativo e innovador basado en la corresponsabilidad de todos los agentes implicados.
- Ampliar la cadena de valor y el ámbito de influencia del turismo en la ciudad de Madrid, con la incorporación de nuevos productos, servicios y zonas de afluencia a la oferta turística madrileña.
- Consolidar el liderazgo de Madrid en el mercado turístico nacional e internacional como destino de referencia en el ámbito del turismo urbano, adecuando y renovando las estrategias de promoción y acogida a las nuevas tendencias y pautas de consumo turístico.
- Continuar con la mejora de los índices de visita, pernoctación, repetición de la visita, estancia media y consumo turístico mediante el desarrollo de nuevas herramientas de promoción, comercialización y fidelización.

## 3 – Actuaciones

Para alcanzar los objetivos que se han marcado, se propone un conjunto de líneas estratégicas y de actuación que guiarán el desarrollo de las acciones a ejecutar en el período 2012-2015.

Estas líneas de actuación se han agrupado en tres grandes categorías que definen y estructuran las iniciativas a desarrollar durante el periodo de referencia de este Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Madrid.

### **Promoción, comercialización y fidelización del destino Madrid**

- Consolidación de la marca Madrid en mercados estratégicos y posicionamiento coordinado con la marca España en mercados de interés

prioritario y mercados complementarios, destacando aquellos atributos que definen y singularizan el destino Madrid.

- Desarrollo de submarcas turísticas bajo el paraguas de la marca Madrid que contribuyan a la promoción y comercialización de nuevas zonas y circuitos turísticos.
- Impulso a la vinculación de la imagen del destino Madrid asociada a la de socios estratégicos de prestigio internacional.
- Atracción de nuevos visitantes mediante el desarrollo de estrategias enfocadas a que la experiencia del visitante contribuya a crear vínculos emocionales a largo plazo.
- Promoción continuada del calendario de eventos de interés turístico que tienen lugar en la ciudad.
- Definición y desarrollo de herramientas de fidelización que incrementen el número de visitantes recurrentes, con especial énfasis en las sinergias entre el turismo de negocio y el de ocio.
- Transformación del actual portal esmadrid.com en un conjunto de plataformas digitales y canales de comunicación desde las cuales mejorar la promoción y venta del destino Madrid. Con este fin se desarrollarán fórmulas para la integración y comercialización de los productos y servicios que componen la oferta turística madrileña.
- Mejora de la cantidad y calidad de la formación e información que sobre el destino Madrid recibe el sector profesional emisor.

### **Acogida, atención e información turística en destino**

- Atención permanente y adaptada a las necesidades del visitante, diversificando y adecuando la infraestructura, contenidos y soportes de atención, acogida e información a los distintos segmentos y públicos visitantes.
- Mantenimiento de los máximos niveles de calidad y excelencia en los servicios que la ciudad ofrece al visitante en destino. Garantizar la mayor

cobertura y accesibilidad de la red de centros y puntos de atención e información turística.

- Disponibilidad de una completa y variada oferta de servicios complementarios en destino, con la inclusión de un amplio programa de visitas oficiales por la ciudad y servicios y herramientas de geoposicionamiento en destino.
- Generación de nuevos programas y contenidos de acogida, atención e información turística que proporcionen al turista la posibilidad de disfrutar de experiencias únicas y perdurables. Fomentar el cumplimiento de sus expectativas y, con ello, la fidelización y prescripción del destino Madrid.
- Sensibilización, concienciación e implicación del ciudadano y del sector turístico en las labores de acogida a través de campañas informativas que destaquen la importancia del turismo en la generación de empleo y riqueza para la ciudad.
- Desarrollo de una política activa de sostenibilidad económica en la gestión de los servicios de atención, acogida e información turística que la ciudad pone a disposición de quienes la visitan (comercialización de producto turístico en la red de centros y puntos de información).

### **Innovación, cooperación profesional y coordinación institucional**

- Interlocución y coordinación constante con todos los agentes, actores y sectores de la ciudad cuya actividad pueda afectar de algún modo al desarrollo y comportamiento del hecho turístico en la ciudad de Madrid.
- Desarrollo de iniciativas de trabajo en colaboración con el sector turístico madrileño con el objetivo de generar información y conocimiento de alto valor añadido sobre la realidad de los mercados, las últimas tendencias en marketing de destino y las pautas de comportamiento y consumo turístico.
- Transferencia de información y conocimiento a los profesionales y agentes del sector con el objetivo de mejorar sus estrategias comerciales en la venta del destino Madrid.

- Ordenación, agregación y estructuración de la oferta turística madrileña, con el fin de generar mensajes y argumentos compartidos y utilizados por todos los agentes del sector en la creación y venta de destino.
- Colaboración con el sector profesional en el desarrollo, promoción y comercialización de nuevos productos turísticos. Ampliar la oferta existente e incrementar la cadena de valor del hecho turístico en la ciudad de Madrid.
- Apoyo y orientación a los organizadores y promotores de eventos para convertir sus iniciativas en acontecimientos de interés turístico, y ubicarlos correctamente en el calendario de la ciudad, con el objetivo de que resulten más atractivos al visitante y contribuyan a mejorar la curva de estacionalidad del turismo madrileño.
- Impulso a la competitividad y sostenibilidad de la empresa turística madrileña mediante el desarrollo de iniciativas de formación y propuestas que combatan el intrusismo.

#### 4 – Resultados obtenidos

Al ser el Plan Estratégico Turismo de Madrid un Plan que finaliza en el año 2015, no se tiene constancia de resultados que se hayan obtenido hasta la fecha.

En la tabla VI.9 se muestra un resumen del Plan Estratégico Turismo de Madrid.



**Tabla VI.9 – Resumen del Plan Estratégico Turismo de Madrid**

<b>PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE MADRID</b>	
1. Situación de partida	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Principal destino turístico urbano de España</li> <li>• Inexistencia de un Plan vigente</li> </ul>
2. Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar un modelo turístico más competitivo</li> <li>• Ampliar la oferta turística</li> <li>• Consolidación de liderazgo en el sector</li> <li>• Desarrollo de políticas de promoción, comercialización y fidelización</li> </ul>
3. Actuaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora de la imagen y de la marca Madrid</li> <li>• Mejorar la atención y la información al turista, destacando una política activa de sostenibilidad</li> <li>• Implicación y sensibilización de los ciudadanos</li> <li>• Actuaciones destinadas a la cooperación entre empresas del sector y la coordinación institucional</li> </ul>
4. Resultados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al estar vigente aún el Plan Estratégico de Turismo de Madrid, se desconocen resultados</li> </ul>

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos del Plan Estratégico de Turismo de Madrid (Ayuntamiento de Madrid, 2012)*

#### **6.4.5 - Plan Estratégico Zaragoza 2020**

##### 1 – Situación de partida

Zaragoza 2020 (Asociación para el Desarrollo Estratégico de Zaragoza y su Área de Influencia – EBRÓPOLIS, 2011) plantea la creación de un Marco Estratégico que permita el desarrollo de Zaragoza y su entorno en los próximos años. Parte de la consideración de la positiva experiencia de los dos planes estratégicos de 1998 y 2006, de las actuaciones realizadas y de los proyectos en marcha y de que, en el contexto de la crisis mundial iniciada en 2007, debe abordarse el futuro deseable y posible para este territorio.

El documento Marco Estratégico Zaragoza 2020 es consecuencia del diálogo de los principales agentes sociales y de la renovación del pacto estratégico que se realizó en 1998 y en 2006. Debe servir de contenedor de las diferentes realidades de planificación y gestión estratégica que se desarrollen a partir de 2011.

Ebròpolis, desde que se fundó en 1994, tiene como misión esencial realizar el plan estratégico de Zaragoza y su entorno. El primer plan, sin duda el más importante como trabajo colectivo en la forma de entender dicha ciudad y su entorno metropolitano, se presentó en 1998. Era un plan fruto de la planificación estratégica que se hacía en España. Avanzaba el futuro tras la crisis que afectó en los primeros años noventa, que fueron los causantes de que surgiese Ebròpolis y su primer fruto estratégico.

En la primera década de este siglo XXI, Zaragoza planteó nuevos retos, destacando el hito que supuso el año 2008 con la celebración de la Exposición Internacional, que propició grandes cambios en la ciudad y el territorio tanto en infraestructuras y equipamientos como en elementos intangibles.

El segundo Plan Estratégico de Zaragoza y su Entorno se consensuó en 2006 y su horizonte de finalización se estableció en 2010. En estos cuatro años, desde 2006 a 2010, se establecen dos objetivos prioritarios: la proyección exterior de la ciudad (marca de ciudad, logística, Expo 2008) y la sostenibilidad social y medioambiental.

Después de 2008 en un contexto de cambio, tanto la Unión Europea como España y Zaragoza, han realizado un trabajo de análisis, reflexión y propuesta hacia el futuro. Es lo que conoce como Estrategia 2020, que supone un diseño del futuro a medio plazo. El documento Marco Estratégico Zaragoza 2020 es, a nivel local, la muestra de esta tendencia general y quiere orientar, por tercera vez, la evolución de la ciudad.

## 2 – Objetivos

En una situación en que Europa y España han planteado medidas precisas de ajuste para abordar la crisis actual, Zaragoza necesita generar un marco estratégico. Se trata de un documento orientador que les sitúe en el futuro inmediato, planteando la continuidad de los procesos de EBRÓPOLIS como foro y de la planificación estratégica territorial como método.

Se trata de un proceso de trabajo que se ha centrado en cuatro ámbitos de análisis y una finalidad:

- territorio y población
- economía
- sostenibilidad
- desarrollo social, educativo y relacional

Respecto al ámbito territorial y de población es necesaria la revisión del concepto de territorio, la compactación, la policentralidad, la movilidad y la flexibilidad en el marco de la relación entre Zaragoza y su entorno.

En el ámbito de la economía se necesitan propuestas sobre el modelo económico y el territorio, la oferta y demanda como factores específicos de la ciudad, el posicionamiento estratégico y los sectores económicos.

Existe un interés creciente por la sostenibilidad en relación a la ciudad y sus desarrollos, la energía, la producción y el medio ambiente, la relación del progreso ambiental con la economía y el progreso social y el desarrollo territorial.

Respecto al desarrollo social, educativo y relacional, preocupa la redefinición del Estado de bienestar, la importancia de la educación y la

formación, la necesidad de la cohesión social y la equidad, el crecimiento económico y su relación con el progreso social, así como la participación ciudadana en un nuevo marco de gobernabilidad.

### 3 – Actuaciones

Partiendo de este contexto y después de citar los cuatro grandes ámbitos de trabajo, se ha definido una Visión de Zaragoza en 2020 como espacio equilibrado con su entorno apoyándose en unos valores propios fundamentados en la creatividad, atraktividad y conectividad y articulándose en una serie de ejes estratégicos en el que se contempla Zaragoza como:

#### **Zaragoza, Ciudad de los Ciudadanos**

Zaragoza, en 2020, se pretende que sea una ciudad vitalista, en la que los diferentes actores (personas, empresas, asociaciones, administraciones, etc.) quieran implicarse de forma proactiva y protagonista en el desarrollo de la ciudad.

Igualmente, Zaragoza, en 2020, se intenta que sea una ciudad responsable, que apuesta por la calidad de vida de todos sus ciudadanos y que permita un desarrollo continuado en materia de salud, educación, servicios sociales y atención a la dependencia y empleo, de forma que se consiga una ciudad cohesionada con ciudadanos protagonistas.

#### **Zaragoza, Ciudad de Alianzas**

Zaragoza, en 2020, se pretende que sea una ciudad de alianzas, en la que los diferentes actores dialogan, buscan el consenso, colaboran y acometen proyectos en común, gestionan el conflicto, fruto de acuerdos bajo la estrategia win-win, de mutuo beneficio.

#### **Zaragoza, Ciudad Innovadora**

Zaragoza, en 2020, se busca que sea una ciudad innovadora, integrando las tecnologías de la información y las nuevas tendencias de gestión en todo su entramado social, económico y cultural. Una ciudad, en definitiva, atractiva para la inversión y la puesta en marcha e impulso de proyectos empresariales.

### **Zaragoza, Ciudad-Territorio y Ciudad-Global**

Zaragoza, en 2020, se intenta que sea una ciudad red, en el sentido de que mantendrá y perfeccionará las líneas de conexión (físicas y virtuales) con su entorno más cercano y con su entorno global, llegando a ser verdadero polo de interconexión entre esas dos realidades territoriales.

### **Zaragoza, Ciudad Sostenible**

Zaragoza, en 2020, se pretende que sea una ciudad sostenible, que parte del reconocimiento de lo hecho en el pasado y de las responsabilidades que de ello se derivan, apostando por una gestión sostenible de los recursos y del territorio.

### **Zaragoza, Ciudad Comunicativa**

Zaragoza, en 2020, se pretende que sea una ciudad con una fuerte seña de identidad, apoyada en unos valores que serán proyectados al interior y al exterior. Una Marca de Ciudad que la hará atractiva y destino de todo tipo de personas, iniciativas y valores. La comunicación deberá visualizar y explicar el progreso de la ciudad y su entorno.

Cada uno de estos 6 ejes estratégicos requiere de un desarrollo que permita su operativización, de forma que esa concreción haga posible un puente entre la Planificación y la posterior fase de Ejecución.

#### 4 – Resultados obtenidos

Al ser el Plan Estratégico de Zaragoza, un Plan que finaliza en el año 2020, no se tiene constancia de resultados que se hayan obtenido hasta la fecha.

En la tabla VI.10 se muestra un resumen del Plan Estratégico de Zaragoza 2020.

**Tabla VI.10 – Resumen del Plan Estratégico de Zaragoza 2020**

<b>PLAN ESTRATÉGICO ZARAGOZA 2020</b>	
1. Situación de partida	<ul style="list-style-type: none"><li>• Crisis Económica</li><li>• Necesidad de analizar el futuro inmediato</li></ul>
2. Objetivos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Posicionamiento estratégico a nivel económico de la ciudad</li><li>• Reforzar actuaciones medioambientales</li><li>• Potenciar la formación y la participación ciudadana</li></ul>
3. Actuaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Actuaciones sobre la masa social</li><li>• Gestión sostenible</li><li>• Actuaciones para potenciar la marca ciudad</li><li>• Actuaciones sobre el desarrollo de nuevas tecnologías</li></ul>
4. Resultados	<ul style="list-style-type: none"><li>• Al estar vigente aún el Plan Estratégico Zaragoza 2020, se desconocen resultados</li></ul>

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos del Plan Estratégico Zaragoza 2020 (Asociación para el Desarrollo Estratégico de Zaragoza y su Área de Influencia – EBRÓPOLIS, 2011)*

#### **6.4.6 - Plan Estratégico Málaga 2020**

##### 1 – Situación de partida

La consideración de la Costa del Sol como destino turístico internacional empieza a tomar cuerpo a partir de la segunda mitad del siglo pasado, en un momento en el que el turismo de lujo, escaso y selectivo, busca nuevos lugares para pasar sus periodos vacacionales; este hecho empieza a coincidir con el turismo de masas.

Málaga, bañada por el mar Mediterráneo, tiene un litoral de 160 kilómetros en el que hay multitud de playas y puertos deportivos. Sobresale la ciudad de Marbella, conocida por muchos como la capital europea del golf.

En el año 1992, se realizaron dos grandes eventos en España: los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Exposición Mundial de Sevilla. Ambas ciudades se convirtieron en punto de referencia, acaparando la atención nacional e internacional.

Málaga reacciona ante esta posible pérdida de competitividad en el territorio andaluz y español, planificando su futuro a medio y largo plazo. Es así una de las primeras ciudades españolas, y la primera en Andalucía, en utilizar una herramienta, hasta entonces poco conocida a escala urbana, que le ha permitido diseñar el modelo de la “Málaga del futuro” de una forma participativa, plural y consensuada: la Planificación Estratégica.

En el Primer Plan Estratégico de Málaga (1992-1996) se fijaron cinco líneas estratégicas y 194 proyectos, y cuyo objetivo central era: Hacer de Málaga "una ciudad metropolitana de alcance mediterráneo, metrópolis de alta calidad de vida y respeto medio ambiental, capital económica y tecnológica de Andalucía, capital turística y de ocio europea."

Conseguir este objetivo, implicaba tener un plan de acción ([www.ciedes.es](http://www.ciedes.es)) y fijar una estrategia a seguir. De esta forma surgen 5 Líneas Estratégicas:

- Línea I: "Ciudad metropolitana de alcance mediterráneo". Engloba, entre otros, los temas del rol y el contexto de Málaga en el territorio, las grandes infraestructuras de transporte y comunicaciones, el gobierno de la ciudad y del sistema urbano, resultando un conjunto de 5 programas.
- Línea II: "Metrópolis de alta calidad de vida y respeto medio ambiental". Se ocupa de los aspectos relacionados con la "sostenibilidad de la ciudad". Además de los temas medio ambientales, esta línea se refiere a la población, la vertebración y articulación social, el sistema sanitario y la vivienda, como bienes de primera necesidad, fijándose 5 programas.
- Línea III: "Capital económica y tecnológica de Andalucía". Analiza lo relativo al mercado de trabajo, las infraestructuras, la competitividad económica y los sectores industriales - financiero, construcción, etc.-, determinando un total de 8 programas.
- Línea IV: "Capital turística y de ocio europea". Su objetivo es proyectar la ciudad al exterior y hacerla más atractiva. Le conciernen los temas culturales, turísticos y comerciales. Cuenta con un total de 6 programas.
- Línea V: "Ciudad educadora y formadora". Engloba los temas de educación y formación desarrollados en tres programas. Se considera que tiene un carácter horizontal o transversal (al igual que la de calidad de vida) en cuanto invade y/o interfiere en las otras líneas.

Tras la evaluación del Primer Plan Estratégico (2000), se constató que el grado de ejecución de los proyectos alcanzaba un 68% (en la actualidad, es del 98%) y que entre ellos estaban incluidos los proyectos que han transformado la Málaga actual.

Ante los avances y los cambios producidos, se debe realizar un Plan acorde con los nuevos tiempos, y por ello, en 2002 se decide iniciar el II Plan Estratégico de Málaga.

## 2 – Objetivos

El análisis del contexto en que se mueve la ciudad en estos momentos se completa con el estudio de la evolución que ha experimentado Málaga en los



últimos diez años en comparación con otras grandes urbes españolas. Para ello, en el II Plan Estratégico de Málaga 2020, se han definido diez hechos fundamentales que se han producido en el análisis de la evolución de la ciudad:

- El crecimiento de la población metropolitana y su dispersión a lo largo del territorio.
- El crecimiento de la ciudad de Málaga como destino turístico.
- La progresión de las necesidades sociales y su creciente complejidad.
- La mejora del ciclo económico y la especialización del tejido productivo.
- La interdependencia entre los municipios y los territorios a nivel regional, nacional e internacional.
- Una mayor proporción de inmigración de distintas procedencias geográficas y sociales.
- El mayor interés por la singularidad del medio físico de Málaga.
- El crecimiento del empleo y de su carácter temporal.
- El desarrollo de las actividades motoras de la sociedad del conocimiento.
- La mejora de los niveles de formación y cualificación de la población.

La integración del mar en la ciudad es motor de desarrollo y promueve espacios de convivencia, accesibles al disfrute de todos. Un espacio, por tanto, que es capaz de articularse en torno a un sistema integral y moderno de comunicaciones y transportes con criterios de racionalidad, eficiencia y sostenibilidad, tanto en el interior de la ciudad, como con el exterior.

Esta visión contempla, de forma constante, cuatro claves a las que deben responder las distintas estrategias que se desarrollen:

- Calidad en todo lo que se hace.
- Sostenibilidad económica, social y medioambiental.
- Compromiso ciudadano donde todos participen y colaboren.

- Cooperación y trabajo en común, coordinando esfuerzos individuales y colectivos

Para alcanzar con éxito los objetivos que el II PEM plantea para Málaga y su entorno se requiere el compromiso de todos los ciudadanos y agentes que trabajan y viven en este territorio. Todos deben sentirse partícipes de esta visión, para consecuentemente considerarse enviados a lograr la misión de hacer realidad el modelo de ciudad marcado.

Esta misión se podría concretar en los siguientes aspectos, y que son coherentes con sus objetivos fundacionales:

- Articular mecanismos para alcanzar la visión
- Buscar actuaciones estratégicas que acerquen la visión a la realidad
- Coordinar a los agentes implicados en los proyectos estrella
- Evaluar permanentemente el desarrollo de la ciudad y confirmar que se produce en línea con las claves estratégicas
- Sensibilizar a la ciudadanía y los visitantes sobre la importancia y los medios que ellos pueden tener para alcanzar la visión
- Trabajar por la articulación del espacio metropolitano y su unificación de la visión de futuro de este territorio.

### 3 – Estrategias

De la reflexión realizada sobre las cuatro líneas de debate de la visión de ciudad, se desprenden cuatro estrategias a la hora de plantear la Málaga del futuro:

- *Málaga ciudad litoral, da lugar a la estrategia: “Una metrópoli que mira al mar”.* Los criterios de sostenibilidad y calidad priman en el tratamiento del litoral, cuidando el delicado equilibrio de la zona sumergida y de las playas, fomentando entre los ciudadanos y las administraciones el respeto al mismo. De igual forma, el litoral es partícipe de la creación de riqueza en la metrópoli, con la aparición de nuevas empresas, industria y comercio entorno a las actividades marítimas y la potenciación del sector turístico.

- *Málaga ciudad de la cultura*, da pie a la línea estratégica: “La Málaga de Picasso, cultural y atractiva”. Se apuesta por una industria cultural que aprovecha todos los recursos endógenos de la ciudad en una estrategia integral y donde aparecen nuevas oportunidades de desarrollo económico y de hacer a todos partícipes de la nueva imagen de Málaga. Esta apuesta permite que sus 3.000 años de historia se proyecten al futuro con Picasso, haciendo propio el reto de revalorizar todo el patrimonio histórico en el nuevo centro metropolitano de la cultura. Todo ello otorga a Málaga la posibilidad de proyectar una imagen de calidad, hacia el interior y hacia el exterior, con una nueva marca de excelencia en la cultura y el ocio que se mantiene en el tiempo.
- *Málaga ciudad del conocimiento*, articula la estrategia para ser: “una metrópoli en la vanguardia de la sociedad del conocimiento”. El conocimiento no es un fin en sí mismo, ni un objetivo a alcanzar, es un medio para aspirar a una sociedad más libre, plural, respetuosa con los derechos de todos, con armonía y calidad de vida, en equilibrio con el entorno urbano y el medio ambiente que nos rodea.
- *Málaga revitalización urbana*, se concentra en la estrategia: “una ciudad renovada para sus ciudadanos y visitantes”. Málaga aspira a ser una ciudad integrada socialmente, acogedora y solidaria, que trabaja desde la inclusión social, la educación y el respeto cívico, apostando por la sostenibilidad y la calidad ambiental como bandera de desarrollo, así como por el aprovechamiento y cuidado de su entorno natural para disfrute de sus ciudadanos y visitantes.

La línea de debate “Málaga, revitalización urbana”, que se consideró desde un principio transversal a las demás, se integró en las demás con una clara referencia a la realidad metropolitana, a la calidad en las acciones urbanas, a la sostenibilidad como filosofía que impregna toda la vida en la metrópoli, y a la necesaria solidaridad e integración social, como medio también para enriquecer la cultura local.

#### 4 – Resultados Obtenidos

Al ser el Plan Estratégico de Málaga, un Plan que finaliza en el año 2020, no se tiene constancia de resultados que se hayan obtenido hasta la fecha.

En la tabla VI.11 se muestra un resumen del Plan Estratégico de Málaga.

**Tabla VI.11 – Resumen del Plan Estratégico de Málaga**

<b>PLAN ESTRATÉGICO MÁLAGA 2020</b>	
1. Situación de partida	<ul style="list-style-type: none"><li>• Destino de “sol y playa”</li><li>• Fuerte competencia en el mercado nacional</li><li>• Destino turístico maduro y pionero</li></ul>
2. Objetivos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Participación de agentes sociales</li><li>• Mejora de la sostenibilidad</li><li>• Mayor compromiso con la calidad</li></ul>
3. Actuaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mejora de la imagen a través de la cultura</li><li>• Actuaciones sobre la sostenibilidad y la calidad ambiental</li><li>• Sensibilización de la población</li></ul>
4. Resultados	<ul style="list-style-type: none"><li>• Al estar vigente aún el Plan Estratégico Málaga 2020, se desconocen resultados</li></ul>

*Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos del Plan Estratégico Málaga 2020.*

### **6.5 – CONCLUSIONES GENERALES SOBRE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL TURISMO EN ESPAÑA**

Se han analizado 6 Planes Estratégicos correspondientes a distintas ciudades españolas. A lo largo de los 6 Planes se han estudiado 4 puntos comunes, que son: Análisis de la situación, Objetivos, Actuaciones y Resultados.

Para concluir este tema, a continuación se muestra en la tabla VI.12 un resumen de los 6 Planes.

**Tabla VI.12 – Resumen de los 6 Planes Estratégicos**

	<b>Situación Inicial</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Actuaciones</b>	<b>Resultados</b>
<b>Calviá</b>	Degradación ambiental Incertidumbre futura	Cambio desarrollo urbanístico Consenso y participación	Urbanísticas Ambientales Empleo	Marco de acción urbana Cooperación social
<b>Burgos</b>	Escasez formativa Ausencia TIC's	Mejora Imagen Fomentar Economía Mejorar Infraestructuras	Infraestructuras Ambientales Empleo	-----
<b>Barcelona</b>	Crisis económica y financiera Plan de futuro	Sostenibilidad y medioambiente Referente europeo	Marca Administraciones Empleo	-----
<b>Madrid</b>	Líder turismo urbano Plan de futuro	Ser más competitivo Promoción Fidelización	Marca Sostenibilidad Implicación ciudadanos	-----
<b>Zaragoza</b>	Crisis económica Plan de futuro	Medioambiente Formación Empleo	Sostenibilidad Marca Empleo	-----
<b>Málaga</b>	Destino consolidado Fuerte competencia	Sostenibilidad Calidad	Medioambiente Imagen Implicación social	-----

*Fuente: elaboración propia partiendo de datos de los distintos Planes Estratégicos.*

Para concluir, se analizan cada uno de los 4 puntos:

- 1) Situación de partida. En general, se muestra una preocupación por el medioambiente y por la sostenibilidad. En algunos de los casos se realizan los Planes Estratégicos porque no existen planes anteriores, o para seguir Planes ya finalizados. Al ser Planes que se iniciaron a mediados y finales de la primera década del S. XXI, destaca la preocupación por la crisis económica.
- 2) Objetivos. En cuanto a los objetivos, en la mayor parte de los municipios, se busca una mejora de la sostenibilidad y del medioambiente. También destacar la preocupación hacia la mejora de la imagen del destino como potenciar la marca de cada ciudad. Ante la crisis económica que se viene desarrollando, existen objetivos para potenciar políticas de empleo y de formación.
- 3) Actuaciones. Las actuaciones están relacionadas con los objetivos que se pretenden conseguir. Las principales líneas de actuación son para potenciar el empleo, mejoras ambientales y en la sostenibilidad del destino, y en algunos casos, hay actuaciones para implicar a los ciudadanos en el propio Plan.
- 4) Resultados. En este caso, solo existen resultados de un único Plan, el de la Agenda 21 Local Calviá, al ser un plan finalizado. El resto de Planes, al estar aun vigentes, no hay constancia de resultados. Si tenemos en cuenta únicamente el caso de Calviá, existen unos resultados una vez finalizado el Plan muy satisfactorios, en donde destaca la desestacionalización turística, la cooperación social y una remodelación urbana.

Para terminar, el desarrollo de estos planes es el principio de un proceso que debe llevar al inicio de un desarrollo continuo que debe renovarse en el tiempo, analizando y controlando las desviaciones que se produzcan.

## **CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES**

## CONCLUSIONES

El presente trabajo se ha llevado a cabo con la intención de contribuir al desarrollo de un necesario marco teórico sobre el concepto de turismo sostenible. A lo largo del mismo, se ha puesto en relación el creciente valor del turismo, como motor económico de muchos municipios, determinadas actitudes referentes al medio ambiente y a la sostenibilidad, y la conducta ecológica como elementos que forman parte del marco psicosocial de la preocupación por la calidad del medio ambiente y de los distintos destinos, que predisponen a la puesta en marcha de acciones que evitan el deterioro de la calidad del entorno donde el ser humano se desenvuelve. Las conclusiones de este trabajo son las siguientes:

El concepto de desarrollo sostenible ha tenido distintas interpretaciones, tanto en el ámbito privado como en el institucional. Destaca la definición del Informe Brundtland como origen del concepto de desarrollo sostenible, en donde se especifica que las sociedades asuman las necesidades humanas mediante el crecimiento productivo y el establecimiento de estrategias. Esta conceptualización tuvo sus críticas, e hizo que diferentes autores crearan sus propias posturas. Dobson (1996) plantea cuatro posturas para responder al concepto de sostenibilidad; y Fullana y Puig (1997) desarrollaron las dimensiones del desarrollo sostenible.

Para lograr un desarrollo sostenible, se debe realizar un estudio de la sostenibilidad desde distintas posiciones. Las principales preocupaciones de la sostenibilidad ambiental se relacionan con el efecto invernadero, la calidad del aire o los residuos. La sostenibilidad social se refiere al bienestar de la sociedad, a la creación de empleo, lucha contra la pobreza o el fomento de la calidad de vida. La sostenibilidad económica aborda los problemas aplicando instrumentos puramente económicos; se busca establecer un sistema económico que sea viable, eficiente y técnicamente sostenible. Por último, la sostenibilidad global, que se refiere al compromiso de las sociedades para reducir la pobreza y al desarrollo sostenible de los países en vías de desarrollo.

Se debe plantear la sostenibilidad hacia nuevos retos, entre los cuales destacan el desarrollo de energía renovables, desarrollo de procesos tecnológicos más limpios, potenciación del reciclaje y reaprovechamiento de deshechos y desperdicios, o una mayor implicación de la sociedad y de la población.



A partir de la década de los 70, iniciado en 1972 con el Informe Meadows, existen una serie de acontecimientos que son clave para la mayor implicación de los distintos países en la problemática del desarrollo sostenible. Este compromiso se extendió a las distintas regiones, ciudades, municipios, ongs y empresas. Se busca que sean los propios pueblos los que marquen las metas y los objetivos para lograr la sostenibilidad del medio ambiente.

El turismo, como actividad económica muy relevante en el mundo y en España, genera impactos sobre la economía, el medio ambiente y la sociedad. A nivel internacional, el turismo es una de las mayores fuentes de ingresos de muchos países, y una vía indispensable para la creación de empleo y desarrollo. La llegada de turistas a distintos destinos mundiales, ha aumentado con el paso de los años, ya que supone en los países eminentemente turísticos, un peso específico elevado en su PIB. Se aprecia un incremento de los viajeros a la búsqueda de nuevos destinos, destacando la región de Asia. Se aprecia también que los principales destinos turísticos siguen siendo Francia, España y Estados Unidos. De cara al año 2020, las estimaciones de la OMT son que siga creciendo la llegada de turistas a nivel mundial, destacando como principal destino turístico mundial, China. En cuanto a mercados emisores, será Alemania el principal país con una cuota de mercado de un 10,2%.

El sector turístico ha supuesto para España una de sus principales fuentes de ingresos. Actualmente, es el segundo país del mundo que recibe más turistas. En el año 2013, recibió 60,6 millones de turistas, lo que marca un nuevo máximo histórico en llegadas de turistas extranjeros. Los principales países emisores son Reino Unido, Alemania y Francia, por este orden; estos tres países representan el 60% de turistas que visitan nuestro país.

Se prevé que el turismo siga siendo una de las principales fuentes de ingreso para España, que sea un generador de empleo y de bienestar para la sociedad. Ante el incremento de la competencia, el desarrollo del sector se fundamentará en el desarrollo sostenible a medio y largo plazo. Por todo esto se desarrolló el Plan de Turismo Español 2020, para seguir siendo competitivos y afrontar con éxito los retos del nuevo modelo turístico. Principalmente se van a tener en cuenta 6 líneas de trabajo sobre las que actuar y sobre las que se fundamenta el modelo turístico español en el desarrollo sostenible. Estas líneas

son: Personas, Sostenibilidad, Productos turísticos, Marketing turístico, Innovación y Agentes.

La actividad turística también genera una serie de impactos. Estos impactos provocan una serie de efectos positivos o negativos sobre el sector. Se pueden distinguir una serie de impactos que afectan de una forma directa. Los impactos económicos se analizan desde una perspectiva positiva, en cuanto contribuyen al desarrollo del turismo, los ingresos de divisas, la generación de empleo u oportunidades de negocio.

El instrumento que se utiliza para cuantificar los impactos económicos del turismo es la Cuenta Satélite; en el caso de España se comprueba que la aportación del turismo al PIB es superior al 10%, siendo en el año 2012 un 10,9%. También se observa un incremento en los últimos años del número de empleados en el sector, lo que implica que es un sector dinámico y con un componente muy importante de generador de puestos de trabajo.

Los impactos ambientales se refieren a la vinculación directa entre el ser humano y el medio ambiente. Cada vez existe una mayor preocupación por el deterioro ambiental, no solo provocado por el turismo, sino también por malas actuaciones de la población, como la contaminación, incendios forestales, basuras, etc. Pero se observan una serie de impactos positivos y negativos en la actividad turística por lo que es necesario analizar si verdaderamente es rentable esta actividad. Hay que realizar distintas planificaciones para asegurar el desarrollo de la industria turística pero sin degradar los recursos naturales.

La Comisión Europea busca crear un crecimiento sostenible del turismo a escala mundial. Cabe destacar el impacto negativo producido por el turismo de masas, generalmente en aquellos países que no tienen una normativa ambiental estructurada, y que favorecen a la industria turística, debido a la fuente de riqueza que produce. La tendencia futura del turismo es hacia destinos que sean cada vez más sostenibles, que cuiden su ecosistema y que no estén masificados.

El concepto de desarrollo turístico sostenible viene precedido por un crecimiento constante de la industria turística y su consiguiente masificación, y con una cada vez mayor conciencia ambiental de la sociedad. Se busca un equilibrio entre las dimensiones económicas, socioculturales y ambientales para

garantizar la sostenibilidad de los destinos turísticos. Es indispensable la participación de todos los agentes, destacando a la población local.

A partir de la década de los 90, es cuando el concepto de sostenibilidad en el turismo empieza a tener relevancia. Se celebran distintas Cumbres, Asambleas, Congresos,... a nivel internacional donde se discute y se toman medidas y decisiones para integrar el medio ambiente en la industria turística, proteger el patrimonio cultural, concienciar a las instituciones y a la población local sobre la importancia de la no degradación del entorno, proteger a la naturaleza, etc. A nivel nacional, aunque España sea tradicionalmente un país puntero en la industria turística, también es a partir de la década de los 90 cuando se observan los primeros Congresos o Planes de turismo sostenible.

Existen una serie de instrumentos que se utilizan como medio para fortalecer y mejorar la sostenibilidad en el turismo. Los instrumentos legislativos y de gestión se usan para hacer cumplir las normas, y de esta forma apoyar a la sostenibilidad en el turismo. Existe una gran cantidad de leyes y acuerdos, tanto a nivel local, nacional e internacional, que permiten un mayor control y el establecimiento de acciones para apoyar al desarrollo turístico.

La Agenda 21, es un documento que marca las actuaciones, a nivel internacional, para el desarrollo sostenible en el ámbito social, económico y medio ambiental. Destaca la importancia de las autoridades locales para lograr los objetivos marcados y ejecutar las políticas ambientales. Este documento se ha convertido en modelo de referencia para la consecución del desarrollo sostenible.

La Carta de Aalborg es un documento que marca las líneas estratégicas que deben seguir los gobiernos locales para la consecución de un desarrollo sostenible, y la importancia de la cooperación entre ellos. Por último, la Carta de Turismo Sostenible, entre sus principios destaca la importancia de la sostenibilidad ante el desarrollo turístico, el respeto de la industria sobre el medio ambiente, o la participación de todos los sectores, tanto a nivel público como privado, al igual que la población para contribuir al desarrollo sostenible.

Como instrumentos de planificación se encuentran los indicadores, utilizados para integrar aspectos ecológicos, económicos y socioculturales, y sirven para calibrar la situación de los destinos turísticos y tomar medidas al respecto. El

problema de los indicadores es la dificultad para obtener información, ya que en muchos casos la información existente es escasa o nula. Un instrumento cada vez más extendido es el Sistema de Gestión, que busca que los productos o servicios turísticos sean sostenibles. En estos sistemas, se encuentran entre otras herramientas, la elaboración de auditorías e informes, certificaciones o las etiquetas ecológicas.

Los instrumentos financieros se utilizan para apoyar al sector turístico sostenible. Entre los muchos instrumentos existentes, destacan FEDER, FEADER o LEADER. Aparte de estos, existen unos instrumentos de apoyo que se deben tener en cuenta para la dotación y gestión de infraestructuras por parte de los gobiernos o mejora en las infraestructuras de destinos turísticos.

La innovación es un factor clave para el crecimiento y desarrollo de cualquier sociedad. La innovación afecta a los productos, los procesos, las organizaciones y al marketing. El turismo no es ajeno a la innovación, tanto para la mejora de su desarrollo como de su gestión. España, para seguir siendo competitiva en el mercado turístico, debe adaptarse a las nuevas tendencias, sensibilizando a todos los agentes turísticos. La industria se debe adaptar a las TIC para poder situar al turismo sostenible en el campo de la calidad. Las pymes del sector turístico necesitan, en esta época de crisis, de la innovación tanto a nivel tecnológico, de gestión, cooperación o formación.

La globalización de los mercados, la aparición de nuevos destinos turísticos, el uso de nuevas tecnologías, hace que España se tenga que adaptar a esta nueva realidad, y reaccionar rápidamente para buscar las oportunidades que existen en el mercado. Por todo ello es necesario, tanto a nivel público como privado, que se innove para responder a este entorno cambiante y dinámico, implantando tecnologías de la información y la comunicación.

Las TIC suponen una innovación, dar un paso de calidad en el sector turístico. Cada vez se generaliza más su uso en el sector, siendo habitual en la reserva de hoteles, billetes de avión, etc. Este avance transformó el modelo de negocio y de gestión de muchas empresas, lo que hace que sean más competitivos en el mercado que actúan.

La competitividad se refiere a la capacidad de distintas empresas para sobrevivir en el mercado y llevar a cabo una serie de mejoras o ventajas competitivas para poder actuar en él. En el sector turístico esta competitividad se mide a través de un índice en donde destacan tres categorías: Marco Regulador, Ambiente de Negocio e Infraestructura, y Recursos Humanos, Culturales y Naturales. España como destino turístico, obtiene un índice de competitividad que la sitúan 4ª de 140 países seleccionados. Para poder seguir siendo competitivo en el mercado, entre otras muchas características, se debe innovar, mejorar los productos y servicios, conocer y anticiparse al entorno, o ser eficiente y eficaz.

Ante el incremento de la competencia, el turismo busca que exista un equilibrio entre la sostenibilidad y el desarrollo de los destinos, por lo que la competencia depende principalmente de la sostenibilidad. Para que esto ocurra, se deben involucrar a todos los agentes del sector turístico, desde la población, las empresas, hasta los gobiernos. La Comisión Europea propone una serie de principios que deben cumplir aquellos destinos que quieren ser sostenibles, no solo por su relevancia en la economía, sino también a nivel social.

Después de muchas décadas de crecimiento no controlado, España como destino turístico, se planteó llevar a cabo una serie de medidas para controlar ese crecimiento y buscar la sostenibilidad. Este proceso se llevó a cabo a través de distintos instrumentos, como el Plan Future, o el PICTE. Mediante la aplicación de estos planes, se busca mejorar la capacidad competitiva de los destinos, el desarrollo turístico de la calidad, o mejorar y diversificar la oferta turística.

Se debe introducir la sostenibilidad en todos los procesos de la industria turística. La sostenibilidad supone una mejora a nivel económico, social y medio ambiental. Ser sostenible implica unos costes, pero se obtienen una serie de beneficios tanto económicos, educacionales, culturales, patrimoniales, etc. Se hace necesario elaborar un modelo turístico sostenible para seguir siendo competitivo en el mercado y para una ordenación del territorio.

La literatura económica sobre sostenibilidad en el sector turístico nos ofrece un marco general amplio de aproximación al turismo sostenible. Los diferentes enfoques teóricos, se centran en la dicotomía entre turismo de masas y turismo sostenible, planteándose en este sentido cuatro posiciones diferenciadas: polos opuestos, continuación, movimiento y convergencia, siendo esta última la

más relevante desde nuestra perspectiva, al plantear el turismo sostenible como meta sectorial para avanzar hacia el objetivo final de sostenibilidad.

Existen una serie de áreas específicas de investigación sobre turismo sostenible. Dichas áreas se refieren a la relación entre turismo y población, paz, prosperidad, contaminación y protección. Numerosos autores plantean esas relaciones buscando los impactos del turismo sobre cada una de esas áreas. Los estudios destacan que principalmente al sector turístico le influye más la biodiversidad y conservación, y la contaminación, es decir, el medio ambiente, y menos la población y la paz y seguridad. En cuanto a futuras investigaciones en el sector turístico, la mayor preocupación se centra en el desarrollo de indicadores de sostenibilidad cuantitativos.

Diferentes autores debaten sobre la manera de seguir investigando sobre el turismo sostenible, y buscar nexos de unión con elementos naturales, sociales y económicos. La revista *JOST* realizó una evaluación y una investigación de los estudios desarrollados entre 1993-2007. Se analizaron las metodologías utilizadas por los diferentes autores durante ese periodo de tiempo. Los resultados revelaron la importancia creciente del turismo sostenible en los estudios turísticos, siendo la mayor parte de ellos estudios empíricos. Destaca también la atención prestada por los gobiernos, las empresas o las organizaciones no gubernamentales.

En los primeros años del estudio, de los 62 países que se analizaron, se observa que los principales contribuyentes al mismo fueron EE.UU., Canadá, Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda; mientras que en los estudios más recientes, los países dominantes fueron los países europeos.

En cuanto a los tipos de turismo estudiados, las investigaciones se centraron más con el paso de los años en el estudio del turismo en general, desplazando al turismo sostenible; destaca un mayor interés sobre el turismo cultural y el patrimonial. Las perspectivas de investigación se centraron inicialmente en el destino/producto y en los visitantes, mientras que en los últimos años la atención se focalizó en el papel desempeñado por las organizaciones no gubernamentales, operadores turísticos y comunidades locales.

La tendencia de investigación del turismo sostenible se mantuvo durante la totalidad del periodo analizado, siendo las áreas temáticas con mayor frecuencia: el

impacto turístico, la evaluación de la sostenibilidad, el desarrollo, el comportamiento y actitud del visitante, y la planificación. La metodología utilizada en el análisis del turismo sostenible fue, en mayor medida, métodos cualitativos, seguida de cerca de métodos cuantitativos. Destacar el papel desempeñado por la revista JOST durante todos estos años, y su aportación al estudio del medio ambiente, del turismo y de la sostenibilidad.

El Plan estratégico es un proceso continuo, en el cual se pretende que las organizaciones o territorios mejoren su posicionamiento en el mercado. Es aplicable a cualquier sector de la economía, incluido el turismo; en este último caso, su aplicación conlleva generar criterios de sostenibilidad. Aunque distintos autores definen el concepto de planificación desde distintas perspectivas, se encuentra en común en todas ellas, que en toda planificación estratégica se debe definir un marco de actuación, la fijación de un espacio temporal, evitar un crecimiento desordenado, y estructurar las actuaciones públicas.

No existe una planificación turística sostenible que sea universal, ya que los impactos no son iguales en todos los territorios. En la planificación de un destino turístico, se debe desarrollar un plan turístico que defina el modelo de desarrollo que se quiere llevar a cabo. La calidad de esta planificación, determinará el éxito y la longevidad del plan. Aunque existen muchos diseños de planes, se encuentran unas fases comunes: Análisis y diagnóstico de la situación, definición de los objetivos, estrategias, control y seguimiento.

Existen distintas tipologías de planes estratégicos. En el sector turístico destacan, entre otros muchos, los planes de ordenación turística o los planes de desarrollo rural. Entre los planes estratégicos nacionales, destacan algunos por su relevancia en el desarrollo de destinos, o por su incidencia en la sostenibilidad, como por ejemplo el Plan Futures, el Plan PICTE o el Plan PET. En estos planes se apostaba por la calidad, la innovación o la sostenibilidad. Para la elaboración de un plan, es indispensable la participación de todos los agentes socioeconómicos del territorio, debe ser una herramienta de gestión, y las administraciones públicas deben coordinar las estrategias.

Los planes estratégicos estudiados en este trabajo, pertenecen a las localidades de Calviá, Burgos, Barcelona, Madrid, Zaragoza y Málaga. Cada municipio representa una tipología diferenciada en cuanto a su integración en el

mercado turístico español e internacional. En los 6 planes, se ha realizado un análisis de la situación inicial, es decir, el diagnóstico previo, los objetivos que se quieren marcar, las líneas de actuación previstas, y por último los resultados obtenidos de la elaboración de las estrategias o actuaciones realizadas.

El análisis y diagnóstico de la situación, muestra una inquietud general por la degradación del medio ambiente y la sostenibilidad. Los planes también muestran una preocupación por la crisis económica y financiera actual y su repercusión social, y una incertidumbre por el futuro del territorio. Se busca que el plan estratégico sea un plan de futuro, y se indague en nuevos planteamientos de mejora.

La mayor parte de los planes estratégicos analizados, tiene como principal objetivo la mejora del medio ambiente, y hacer que el destino sea sostenible. Se observa la tendencia y la preocupación de las localidades hacia la búsqueda del turismo sostenible. Destacar también otros objetivos como mejora de la imagen de la ciudad, principalmente por la fuerte competencia existente en el sector, las medidas para paliar la crisis económica y financiera existente, como por ejemplo, políticas de empleo, fomentar la formación, y la cualificación de la población.

Las líneas estratégicas y las actuaciones llevadas a cabo, buscan conseguir los objetivos mencionados anteriormente. Se observa que las principales estrategias son para potenciar el medio ambiente bajo criterios de sostenibilidad, mediante campañas de sensibilización y educación ambiental, apostando por una gestión sostenible de los recursos y del territorio. También existen actuaciones para fomentar el empleo, al igual de la vinculación de las instituciones que faciliten de creación de empresas o apostar por el desarrollo de nuevos proyectos, y fomentar la formación en distintos sectores. Otras líneas de actuación se realizan para mejorar la imagen del destino, o para la creación y mejora de una marca para competir en el mercado.

En cuanto a los resultados obtenidos de la elaboración y ejecución del plan estratégico, únicamente se obtuvieron datos del Plan Estratégico de Calviá, ya que en el resto de planes analizados, al estar vigentes, aun no se dispone de resultados finales. Teniendo en cuenta los resultados del Plan estratégico de Calviá, las estrategias llevadas a cabo han mostrado unos resultados muy satisfactorios por parte del municipio en cuestión, destacando una remodelación del territorio, se ha



fomentado el empleo y la formación a nivel local, se logró desestacionalizar el turismo, se consiguió la cooperación de todos los agentes, y se enfocaron las actuaciones hacia criterios de sostenibilidad y una utilización responsable de los recursos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

## REFERENCIAS

Aall, C. (2011). Energy use and leisure consumption in Norway: An analysis and reduction strategy. *Journal of Sustainable Tourism* 19 (6), 729-745.

Acle Tomasini, A. (1990) *La planificación estratégica y control total de calidad*. Ed. Grijalbo. México

AENOR (1996) *Sistema de Gestión Medioambiental. Especificaciones y directrices para su utilización. (ISO 14011:1996).* Norma Española. Octubre 1996. AENOR. Madrid.

AENOR (2001) *Norma Española Experimental: UNE 150101 2001EX*. Madrid <http://www.aenor.es/aenor/normas/normas/fichanorma.asp>

Agencia Europea de Medio Ambiente (2010). *El medio ambiente en Europa: Estado y perspectivas 2010 – Síntesis*. Agencia Europea de Medio Ambiente, Copenhague.

Aguilera Vaques, M. (2000) *El desarrollo sostenible y la Constitución Española*. Atelier Libros S.A. Madrid

Altaraz, M. (2002). *Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible*. Disponible en <http://www.aect.org/ecosistemas/022/informe1.htm>

Álvarez Arday, M. (1999): “Impacto económico del turismo en el primer y tercer mundos: La alternativa del Ecoturismo”, 6º Congreso Mundial de Ocio, Universidad de Deusto, Bilbao.

Asociación para el Desarrollo Estratégico de Zaragoza y su Área de Influencia – EBRÓPOLIS. (2011) *Marco Estratégico Zaragoza 2020*. 12 de Abril de 2011. Zaragoza.

Ayuntamiento de Madrid (2012). Plan Estratégico de Turismo. Ciudad de Madrid. 2012-2015. Oficina de Turismo. Ayuntamiento de Madrid. Madrid. (www.madrid.es)

Ayuso, S. (2003). Turismo Sostenible: Reto o ilusión? *Ecotropía* 1697-414X N° 39. Rubes Editorial

Ayuso, S. y Fullana P. (2002). Turismo Sostenible. Rubes Editorial. Barcelona.

Ayuso Siart, S. (2003) Gestión Sostenible en la industria turística. Universidad Autónoma de Barcelona 2003.

Babbie, E.R. (2007). The practice of social research. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

Ballantine, R., Packer, J., y Hughes, K. (2009). Tourists support for conservation messages and sustainable management practices in Wildlife Tourism experiences. *Tourism Management*, 30 (5), 658-664.

Ballantyne, R., Packer, J., y Sutherland, L. A. (2011). Visitors' memories of Wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences. *Tourism Management*, 32 (4), 770-779

Balmford, A., Beresford, J., Green, J., Naidoo, R., Walpole, M., y Manica, A. (2009). A global perspective on trends in nature-based tourism. *Plos Biology*, 7(6), e1000144.

Baloglu, S., Assante, L. (1999). A content analysis of subject areas and research methods used in five hospitality management journals. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 23(1), 53-70.

Barborak, J. (2011). Results of a comparative international review of public-private partnerships for tourism management in protected areas. Available from <http://conserveonline.org/>

Becken, S (2007) Climate Change Policies for International Air Travel. *Journal of sustainable Tourism* 15(4), 351-368.

Beioley, S. (1995) Green tourism: soft or sustainable? *English Tourist Board Insights*, B75-B89.

Berg, B. (2001). *Qualitative methods for the social sciences*. Boston: Allyn&Beacon.

Bermejo, F.(1982) *Discurso Académico en la inauguración del curso 1982/83*. Ed. USC

Bernard, H.R. (2006). *Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches*. Lanham, MD: AltaMiraPress. USA.

Blasco Lázaro, M. (2005) *Introducción al concepto de Turismo sostenible. Primeras Jornadas sobre Turismo Sostenible en Aragón. Octubre y Noviembre, 2005*. Zaragoza.

Boon, P. I., Fluker, M., y Wilson, N. (2008). Ten-year study of the effectiveness of an educative programme in ensuring the ecological sustainability of recreational activities in the Brisbane Ranges National Park, south-eastern Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6), 681-697.

Bramwell, B. (1991) *Tourism environments and management*. *Tourism Management* 12 (4), 363-4.

Bramwell, B., y Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.

Brida J.G., Pereyra J.S. y otros (2008) *La contribución del turismo al crecimiento económico*. Cuadernos de turismo nº22 (pp 35-46) Universidad de Murcia.

Brown, F. (1991) *Alternative Tourism*. *English Tourist Board Insights*, D27-D29.

Brunet Estarellas P.J., y Almeida García, F. (2005) “Los planes de excelencia y dinamización turística. Un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico. Boletín de la A.G.E. n° 39, pp 201-228

Buckley, R. C. (1993). International trade, investment and environment: An environmental management perspective. *Journal of World Trade*, 27(4), 102-148.

Buckley, R. C. (1996). Sustainable tourism: Technical issues and information needs. *Annals of Tourism Research*, 23, 925-928.

Buckley, R. C. (1998). Tools and indicators for managing tourism in parks. *Annals of Tourism Research*, 26, 207-210.

Buckley, R. C. (1999). An ecological perspective on carrying capacity. *Annals of Tourism Research*, 26, 705-708.

Buckley, R. C. (2002). Tourism ecolabels. *Annals of Tourism Research*, 29, 183-208.

Buckley, R. C. (2003a). Case studies in ecotourism. Wallingford: CAB International, 264 pp.

Buckley, R. C. (2009a). Ecotourism: Principles and practices. Wallingford: CAB International, 368 pp.

Buckley, R. C. (2009b). Evaluating the net effects of ecotourism on the environment: A framework, first assessment and future research. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(6), 643-672.

Buckley, R. C. (2009c). Parks and tourism. *PLoS Biology*, 7(6), e1000143.

Buckley, R. C. (2010). Conservation tourism. Wallingford: CAB International, 214 pp.

Buckley, R. C. (2011). Tourism and environment. *Annual Review of Environment and Resources*, 36.doi:10.1146/annurev-environ-041210-132637E.

Buckley, R. (2012) Sustainable Tourism: Research and Reality. *Annals of Tourism Research*. 39 (2) 528-546.

Buendía Azorín, J. y Colina Sueiras, J. (2001) Turismo y Medioambiente. Ed. Civitas. Madrid.

Butler, R.W. (1990) Alternative Tourism: Pious hope or Trojan Horse? *Journal of Travel Research* (3), 40-5

Butler, R.W (1991). Tourism, environment, and sustainable development. *Environmental Conservation*, 18(3), 201-209

Butler, R.W. (1992) Alternative Tourism: The thin edge of the wedge. In V.L. Smith, and W.R. Eadington (eds) *Tourism alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press and the International Academy for the Study of Tourism.

Butler, R.W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*,1(1), 7-25.

C. Lee Campbell, Victoria Evans y otros (1999) *Principios de Desarrollo Sostenible*. Ed.: AENOR, Madrid

Caldera Mejía, R. (2004) *Planeación Estratégica*. Ed. Estrategia –Consultora S.A. Universidad Politécnica de Nicaragua.

Cámara de Comercio de Alicante (2009). *Plan Alicante Horizonte 2020*. Alicante

Cámara de Comercio e Industria de Guadalajara. UE. (2004) *Guía de buenas prácticas ambientales en el sector rural*. Guadalajara.

Carta Internacional sobre Turismo Cultural. (1999). [www.cosv.org/public.pdf](http://www.cosv.org/public.pdf)

Casagrandi, R., y Rinaldi, S. (2002). A theoretical approach to tourism sustainability. *Conservation Ecology*, 6(1), 13. <http://www.consecol.org/vol6/iss1/art13/>.

Cater, E. (1987). Tourism in the least developed countries. *Annals of Tourism Research*, 14(2), 202-226.

Cazes, G.H. (1989) Alternative Tourism: Reflections on an ambiguous concept. In T.V. Singh et al. (eds) *Towards Appropriate Tourism: The Case of Developing Countries*. Frankfurt: Peter Lang

Centro Internacional de Formación (2004) Turismo y desarrollo local sostenible: elementos para debate. *Delnet*. N° 34. Abril-Mayo 2004. Centro Internacional de Formación de la OIT. Conclusiones de la reunión anual de expertos- Ed. OIT. Turín. Italia.

Chamorro, R. (2008) Una revolución en el Turismo gracias a las TIC. N° 170 pag. 30-33. España.

Chan, W. W., y Lam, J. C. (2003). Energy-saving supporting tourism sustainability: A case study of hotel swimming pool heat pump. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(1), 74-83.

Chung, J. Y., Kyle, G. T., Petrick, J. F., y Absher, J. D. (2011). Fairness of prices, user fee policy and willingness to pay among visitors to a national forest. *Tourism Management*, 32 (5), 1038-1046.

Clarke, J. (1997). A framework of approaches to sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(3), 224-233.

Coccosis, H., y Nijkamp, P. (1995). *Sustainable tourism development*. Michigan: Avebury.

Código ético mundial para el turismo. (2001) Asamblea General de las Naciones Unidas. OMT. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)



Coghlan, A., y Gooch, M. (2011). Applying a transformative learning framework to volunteer tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(6), 713-728.

Cohen, E. (1972) Toward a sociology of international tourism. *Social Research* 39 (1) , 164-82.

Cohen, E. (1978). The impact of tourism on the physical environment. *Annals of Tourism Research*, 5(2), 215-237.

Cohen, E. (1987) Alternative Tourism: A critique. *Tourism Recreation Research* 12 (2), 13-18.

Cohen, E. (1989) Primitive and remote: Hill tribe trekking in Thailand. *Annals of Tourism Research* 16 (1), 30-61.

Collins, A. (1999). Tourism development and natural capital. *Annals of Tourism Research*, 26(1), 98–109.

Comisión de las Comunidades Europeas. (1995). El papel de la Unión, en materia de Turismo. Libro Verde de la Comisión. pp. 97 final. Bruselas 4-4-1995.

Comisión de Comunidades Europeas (1996) “Propuesta modifica decisión del Consejo sobre el primer programa plurianual a favor del turismo europeo”. PHILOXENIA (1997-2000) COM (96) 615 final. Bruselas 4-12-1996.

Comisión de las Comunidades Europeas Dirección General de Medio Ambiente, Seguridad Nuclear y Protección Civil; Agencia Europea de Medio Ambiente (2000) En defensa de nuestro futuro: breve repasa a 25 problemas de Medio Ambiente. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.

Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Comunicación Trabajando juntos por el futuro del Turismo Europeo COM (2001) 665 final. <http://ec.europa.eu.enterprise/services/tourism/doc/comunications/com.pdf>

Comisión de las Comunidades Europeas (2001b) Desarrollo Sostenible en Europa para un mundo mejor: Estrategia de la Unión Europea para el Desarrollo Sostenible.(Propuesta de la Comisión ante el Consejo Europeo de Gotemburgo). Bruselas 15-5-2001. 264 final.

Comisión de las Comunidades Europeas (2003) Comunicación orientaciones básicas para la sostenibilidad en el turismo europeo COM 716 final. Bruselas.

Comisión de las Comunidades Europeas (2005).Libro Verde de la Innovación. Bruselas.

Comisión de la Comunidades Europeas (2006) Una nueva política turística en la UE: hacia una mayor colaboración en el turismo europeo. Bruselas 17/03/2006. COM 134 final

Comisión de las Comunidades Europeas (2007a)Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo. (621) final. Bruselas 19/10/2007.

Comisión de las Comunidades Europeas (2007b). Informe Provisional sobre Estrategia de Desarrollo Sostenible. COM /642 final. Bruselas 22.10.2007.

Comisión de las Comunidades Europeas (2007c). Destinos Europeos por Excelencia(EDEN).<http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/europeandestinationsofexcellence.htm>.

Comisión de las Comunidades Europeas (2007d). Dictamen del Comité Económico y Social sobre la Comunicación de la Comisión: "Agenda para un Turismo Europeo Sostenible y Competitivo" COM (621) final. Diario Oficial de la UE: 2009/27/03

Comisión de las Comunidades Europeas (2008) Un futuro sostenible a nuestro alcance. Guía para la Estrategia Europea de Desarrollo Sostenible. Bruselas

Comisión de las Comunidades Europeas (2010) Europa, primer destino mundial, un nuevo marco político para el turismo europeo. COM (2010) 352-final. Bruselas

Comisión Mundial del Medio Ambiente y del Desarrollo (1988). *Nuestro futuro común* (Informe Brundtland), Madrid, Alianza Editorial.

Consejo Español de Turismo (2007) *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*. Secretaria de Estado de Turismo y Comercio. Plan aprobado por Acuerdo del Consejo de Ministros el 8 de Noviembre de 2007. Madrid

Consejo Internacional de Iniciativas Ambientales Locales (1994). *Carta de las Ciudades Europeas hacia Sostenibilidad (La Carta de Aalborg)*. Conferencia Europea sobre Ciudades Sostenibles. 27 de Mayo, 1994. Aalborg (Dinamarca)

Cooper, C y otros (1993) *Tourism: Principles and Practice*. London: Pitman Publishing.

Cortés Puya, T. (2004). *Recuperación del Patrimonio Cultural Urbano como recurso turístico*. Tesis Doctoral Universidad Complutense. Madrid

Crompton, J. L. (2011). A theoretical framework for formulating non-controversial prices for public park and recreation services. *Journal of Leisure Research*, 43(1),1-29.

De Davos a Bali: la contribución del turismo al reto del cambio climático. OMT. [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

De Kadt, E. (1990) *Making the Alternative Sustainable: Lessons from Development for Tourism*. Sussex: Institute of Development Studies (DP 272)

De Kadt, E. (1992) *Making the alternative sustainable: Lessons from the development of Tourism*. In V.L. Smith, and W.R. Eadington (eds) *Tourism alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press and the International Academy for the Study of Tourism.

Destino Europeo por Excelencia (EDEN).  
<http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/europeandestinationsofexcellence.htm>

Diario Oficial de la Unión Europea (2009). Reglamento (CE) N66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de noviembre de 2009 relativo a la etiqueta ecológica de la UE

Díez García, MD., Such Pérez, D. (2009) “Innovación empresarial y su papel en tiempos de crisis”. XXV Encuentro ARETHUSE. Málaga.

Dobson, A. (1996) “Environment sustainabilities: an analysis and a typology”. *Environment Politics*, vol.5 n°3, pp. 401-428.

Donohoe, H.M., y Needham, R.D. (2006). Ecotourism: The evolving contemporary definition. *Journal of Ecotourism*, 5(3), 192–210.

Driml, S., y Common, M. (1996). Ecological economics criteria for sustainable tourism: Application to the Great Barrier Reef and Wet Tropics World Heritage Areas, Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 4(1), 3-16.

Ecofuturo (2007). Código de Buenas Prácticas para el desarrollo de municipios turísticos. I Congreso Andaluz de Sostenibilidad. Marbella.

Economic Intelligence Unit (1991) *Tourism and the Environment: Maintaining the Balance*. Report by the government task force. London: ETB and Employment Department Group.

Erias Rey, A. (2002) *Desarrollo Sostenible un nuevo escenario en el ámbito local*. Conferencia UIMP. Ribeira.

Erias Rey, A. (2003) *Economía, Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible*. Ed. Diputación Provincial da Coruña.

Esteban Curiel, J. de (2009). Una aproximación al marketing turístico sostenible, desde la planificación estratégica. *Rev. Observatorio Medioambiental*. Vol. 12, 37-45.

Esteban Talaya, A. (2008). Presentación ponencia “Competitividad en turismo” Foro Mundial del Turismo. México.

Exceltur (2007). Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo: Resumen de los principales efectos e indicadores. ([www.exceltur.org](http://www.exceltur.org))

Exceltur (2009). Alianza para la excelencia turística. Departamento de Comunicación. Comunicado de prensa. Madrid 14 de enero 2009

Exceltur (2012). Barómetro de la rentabilidad y del empleo de los destinos turísticos españoles. Balance de 2012. Exceltur. 25/02/2007 ([www.exceltur.org](http://www.exceltur.org))

Farrell, B., y Twining-Ward, L. (2004). Reconceptualizing tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 274–295.

Farrell, B., y Twining-Ward, L. (2005). Seven steps towards sustainability: Tourism in the context of new knowledge. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(2), 109–122.

Fernández Güel, J.M. (1997). Planificación estratégica de ciudades. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

Fernández Güell, J.M. (2006). Planificación estratégica de ciudades. Nuevos instrumentos y procesos. Ed. Reverte. Barcelona.

Figuerola, M. (2000) Introducción al estudio económico del turismo. Civitas. Madrid

Frangialli, F. (1998) Mirando la bola de cristal. *Revista Valenciana D’Estudis Autonomics*. Número 25. Cuarto Trimestre de 1998. Valencia

Frechtling, D.C. (1999): Cuenta Satélite: Fundamentos, avances y otras cuestiones. Estudios Turísticos, nº 140, págs. 39-52.

Fundación Biodiversidad. (2000-2006) “Buenas Prácticas Ambientales en el Sector Hotelero”. Programas Operativos de Iniciativa Empresarial y Formación Continua. Cámara de Comercio de Santiago.

Fullana, P. y Puig, R. (1997). Análisis del ciclo de vida. Editorial Rubes. Barcelona.

Furió Blasco, E. (1996) “Economía, Turismo y Medio Ambiente”. Ed. Tirant lo Blanch, Valencia.

García Novo, F. (1992) “Aspectos ecológicos del equipamiento turístico” Estudios Territoriales nº5 pp 137-147

Garrod, B., y Fyall, A. (1998). Beyond the rhetoric of sustainable tourism? *Tourism Management*, 19(3), 199-212.

Getz, D. (1986). Tourism and population change: Long-term impacts of tourism in the Badenoch and Strathspey District of the Scottish Highlands. *Scottish Geographical Journal*, 102(2), 113-126.

Gill, A., y Williams, P. (1994). Managing growth in mountain tourism communities. *Tourism Management*, 15, 212-220.

Glomsrød, S., Wei, T., Liu, G., y Aune, J. B. (2011). How well do tree plantations comply with the twin targets of the Clean Development Mechanism? –The case of tree plantations in Tanzania. *Ecological Economics*, 70(6), 1066-1074.

Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environmental Change*, 12, 283-302.

Gössling, S., y Peeters, P. (2007). “It does not harm the environment!” An analysis of industry discourses on tourism, air travel and the environment. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(4), 402-417.

Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J.-P., Dubois, G., Lehman, L. V., y Scott, D. (2011). Tourism and water use: Supply, demand and security, and international review. *Tourism Management*, 33(1), 16-28.

Gössling, S., y Schumacher, K. P. (2010). Implementing carbon neutral destination policies: Issues from the Seychelles. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(3), 377-391.

Granadero Castro, J. (2007). *Gestión Ambiental. Como implantar un sistema de gestión ambiental según la norma ISO 14001-2004*; Fundación Confemetal. Asociación Española de Normalización y Certificación. Aenor.

Green, S. (1990) The future for green tourism. *English Tourist Board Insights*, D5-D8.

Grupo de Alto Nivel del Turismo y Empleo (1998). Acceso al informe. <http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/doc/tourismandemployment/higreport.es>

Gualda Gil, J.A (2009) Sostenibilidad y agenda 21 Local. *Rev. Eco-Sostenible* nº 52 pp 33-43

Hall, C. M., & Lew, A. A. (1998). *Sustainable tourism: A geographical perspective*. Harlow: Longman.

Hall, C. M. (2000) "Tourism Planning Policies, Processes and Relationships". Essex, Prentice Hall.

Hardy, A.L., y Beeton, R.J.S. (2001). Sustainable tourism as maintainable tourism: Managing resources for more than average outcomes. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(3), 168–192.

Hassan, S. (2000). Determinants of Market. Competitiveness in a environmentally sustainable tourism industry. *Journal of travel research*. Nº 38. Pp 239-245

Heath, E. y Wall, G. (1992) *Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach*. Chichester: John Wiley and Sons.

Heberlein, T. A., Fredman, P., & Vuorio, T. (2002). Current tourism patterns in the Swedish mountain region. *Mountain Research and Development*, 22(2),142-149.

Hewitt, N. (1998). *Guía europea para la planificación de las Agendas 21 locales*. Bilbao. Departamento de Ordenación del Territorio, Vivienda y Medioambiente.

Hunter, C. (1995). On the need to re-conceptualise sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(3), 155–165.

Hunziker, W., y Krapf, K., (1942): “Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre”. Zurich. Polygraphischer Verlag.

Inskeep, E. (1991) *Tourism Planning. An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.

International Institute for Peace through Tourism (2011). International Institute for Peace through Tourism. Available from <http://www.iipt.org/>.

Instituto de Estudios Turísticos – Frontur

Jiaying Lu y Sanjay K. Nepal (2009): Sustainable Tourism Research: an analysis of papers published in the *Journal Of Sustainable Tourism*, *Journal of Sustainable Tourism*, 17:1, 5-16

Jiménez Beltrán, D. (2001) “10 años después de la Cumbre de Rio. Dónde estamos y a donde vamos”. *Información Ambiental*. Desafíos ante la crisis y los problemas ambientales. Madrid.

Jiménez Herrero, L. (2002) “Los grandes retos del Desarrollo sostenible. Perspectivas sobre la sostenibilidad en España”. *Jornadas de Desarrollo Sostenible Doñana 21*. Almonte



Juran, J. (1998) *Juran y la planificación para la calidad*. Ed. Díaz de Santos S.A. Madrid

Kaltenborn, B. P., Haaland, H., y Sandell, K. (2001). The public right of access - Some challenges to sustainable tourism development in Scandinavia. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(5), 417-433.

Kerry Turner, R.; Pearce, D.; Bateman, I. (1993) "Environmental Economics: an Elementary Introduction". The Johns Hopkins, University Press-Baltimore.

Krippendorf, J. (1987) *The Holiday Makers: Understanding the Impact Of Leisure and Travel*. Butterworth-Heinemann. London

Kuhn, T.S. (1970). *The structure of scientific revolutions*. (2nd ed.), Chicago: University of Chicago Press.

Lane; B. (1989) Will rural Tourism succeed? In S. Hardy, T. Hart and T. Shaw (eds) *The Role of Tourism in the Urban and Regional Economy* (pp. 34-9). London: Regional Studies Associaton.

Lane, B. (1990) Sustaining host areas, holiday makers and operators alike. In F. Howie (ed.) *The Proceedings of the Sustainable Tourism Development Conference*. Quenn Margaret College; Edinburgh.

Lane, B. (1994). Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(2), 102–111.

Lanfant, M. and Graburn, N.H.H. (1992) *International Tourism reconsidered: The principle of the alternative*. In V.L. Smith and W.R. Eadington (eds) *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press and the International Academy for the Study of Tourism.

Larson, S., Brun, W., Ogaard, T., y Selstad, L. (2011). The effects of sudden and dramatic events on travel desire and risk judgements. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(3), 268-285.

Littlefair, C., y Buckley, R. C. (2008). Interpretation reduces ecological impacts of visitors to World Heritage Areas. *Ambio*, 37(5), 338-341.

López López, A. (1990) *Espacio ambiental Europeo*. Pg. 133. Ed.: Uno. Complutense de Madrid.

López López, A. (2001) *Turismo y Desarrollo Sostenible*. Rev.: *Sistema* Vol. 162-163. Madrid

López López, A. (2005a) *Desarrollo Sostenible: Medioambiente y Turismo en las ciudades históricas: El caso de Toledo*. Rev.: *Observatorio Medioambiental*, nº8 pp. 331-334.

López López, A. (2005b) *Turismo y desarrollo sostenible*. Rev. *Sistema*. Nº 162. Junio. P.153. Madrid

Lorés Domingo, C. (2011) *Turismo, desarrollo y medioambiente*. Escuela Turismo de Huesca.

Llull Giler, A. (2004) *Los impactos medioambientales de la actividad turística*. *Revista Interdisciplinar de Gestión Ambiental*. Nº 72 Dic. 2004

Martín Flores, R. (2006) *La Agenda 21 impulsora del desarrollo sostenible y de la protección del Medio ambiente en Europa y España*. *Boletín Económico del ICE* nº 2.899

May, V. (1991). *Tourism, environment and development Values, sustainability and stewardship*. *Tourism Management*, 12(2), 112-124.

McCool, S. F., y Stankey, G. H. (2001). Managing access to wildlands for recreation in the USA: Background and issues relevant to sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(5), 389-399.

McIntosh, R.W, Goeldner, C. y R. Ritchie, J.R. (1999). *Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas*. Ed. Limusa-Wiley. México.

McKercher, B. (1993) The unrecognised threat to Tourism: Can Tourism survive sustainability? *Tourism Management* 14 (2), 131.

McKercher, B. (1999). Attitudes to a non-viable community-owned heritage tourist attraction. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(1), 29-43.

Meadowcroft, J. (2000) "Sustainable development: a new(ish) idea for a new century?" *Political studies*, 48, 370-387.

Ministerio de Economía y Hacienda (2000). *España: Un turismo sostenible*. Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2010) Gobierno de España. Gabinete de prensa. (22 de Noviembre de 2010). Madrid

Ministerio de Industria, Energía y Turismo (2014). *Frontur, movimientos turísticos en fronteras*. Junio, 2014. Fuente: Turespaña. [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)

Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2010). *Inventario de Gases de Efecto Invernadero de España*. Edición 2010 (Serie 1990 – 2008). Sumario de resultados. Madrid, 32 pp.

Ministerio de Presidencia (2007) *Estrategia Española de Desarrollo Sostenible*. Ministerio de Presidencia, Madrid.

Mintzberg H. (1991) "El proceso estratégico". Ed. Pearson. México

Monfort Mir, V. (1999) “Competitividad y factores críticos de éxito en los destinos turísticos mediterráneos: Benidorm y Peñíscola. Tesis Universidad de Valencia. Fac. de Económicas. Ed.: digital. Biblioteca virtual Miguel Cervantes.

Moreno de León, M., y otros (2006). Turismo sostenible: realidad y perspectivas. Universidad de Matanzas, Cuba.

Mowforth, M., y Munt, I. (2003). Tourism and sustainability: Development and new tourism in the Third World. London: Routledge.

Muller, H-R. (1994). The thornypath to sustainable tourism development. Journal of Sustainable Tourism, 2(3), 131–136.

Muñoz Santos, J. R., (2004). La gestión integrada: Calidad, Seguridad y Medio Ambiente. Serforem.

Murphy, P.E. (1994) Tourism and sustainable development. In W. Theobald (ed.) Global Tourism the Next Decade. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Nash, D. (1992) Epilogue: A Research agenda on the variability of Tourism. In V.L. Smith and W.R. Eadington (eds) Tourism alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism. Philadelphia: University of Pennsylvania Press and the International Academy for the Study of Tourism.

Nash, D., y Butler, R. (1990). Towards sustainable tourism. Tourism Management, 11 (3), 263-264.

Nolte J. (2007). Límites y oportunidades de un turismo sostenible. Reflexión del Congreso Internacional sobre “oasis y turismo sostenible”. Elche. España.

Noticias OMT. Rev. De la Organización Mundial de Turismo. Año XIII n° 1/2009.

OMT, desarrollo sostenible del Turismo

OMT (1995) Carta del Turismo Sostenible. OMT, Madrid.

OMT (1995) Lo Que Todo Gestor Turístico Debe Saber. Guía Práctica para el Desarrollo y Uso de Indicadores de Turismo Sostenible. OMT, Madrid.

OMT y PNUMA (2005) Por un turismo más sostenible: Guía para responsables políticos PNUMA y OMT Programa de Naciones Unidas para el Medioambiente y Organización Mundial del Turismo. Madrid

OMT (2005) Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos: guía práctica. OMT. Madrid

OMT(2008) Cambio Climático y turismo: Responder a los retos mundiales. Resumen 2008. OMT, Madrid

OMT (2009) El turismo: Una fuente de oportunidades en tiempos de retos. NoticiasOMT. Año XXIII. Numero 1/2009. Pag 4. <http://www.unwto.org/>

OMT (2013) Panorama OMT del Turismo Internacional. Edición 2013.<http://www.unwto.org/>

Pearce, D.G. (1992) Alternative Tourism: concepts, classifications, and questions. In V.L. Smith and W.R. Eadington (eds) Tourism alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism. Philadelphia: University of Pennsylvania Press and the International Academy for the Study of Tourism.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (2009).Plan Estratégico Nacional de Turismo. PENTUR, Perú 2008-2018. Perú.

Pérez de las Heras, M. (2004) Manual del Turismo Sostenible. Ed.: Mundi-prensa, Madrid.

Perspectivas del Medio Ambiente Mundial. GEO4. (2008). Medio Ambiente para el desarrollo. Ed. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

Plan de Turismo. Horizonte 2020

Plan Estratégico de Ciudad Real 2015. [www.impefe.es/pdf/planestrategico.pdf](http://www.impefe.es/pdf/planestrategico.pdf)

Porta, F. y Valls, J. (1995) “Conceptualización y Metodología de la Planificación Estratégica”. A propósito del Plan Estratégico de Turismo de Lleida.

PriceWaterhouseCoopers (2008) La transformación del sector turístico español. Retos y oportunidades. [www.pwc.es](http://www.pwc.es)

Przeclawski, K. (1993) Tourism as the subject of interdisciplinary Research. In D.G. Pearce and R.W. Butler (eds) *Tourism research: Critiques and Challenges*. London: Routledge and the International Academy for the Study of Tourism.

Puccio, H y Grana N. (2008) “La innovación como requisito para la competitividad turística”. *Rev. Gestión turística*. N°10. Argentina.

Pulido Fernández, J.I. (1998) Turismo y medio ambiente: Planteamientos para una reorientación medioambiental de la política turística española, publicado en la serie Documentos de Trabajo del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Jaén. WP 0401/N° 29. Jaén.

Quiroga Rayém, J. (2001). *Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sostenible: estado del arte y perspectivas*. Santiago de Chile. CEPAL, 106pp.

Recomendaciones a los gobiernos para el apoyo y la creación de sistemas nacionales de certificación de la sostenibilidad en el Turismo. OMT 2003.

Reid, L., y Andereck, K. (1989). Statistical analyses use in tourism research. *Journal of Travel Research*, 27(1), 21–24.

Revista Ecosostenible (2008). Entrevista a Diego Azqueta Oyarzun, Catedrático de Teoría Económica de la Universidad de Alcalá de Henares. N° 39, pp 52-57

Revista SAVIA (2009) Innovación, una salida a la crisis. Ed. Amadeus. N° Marzo 2009. Madrid.

Richter, L.K. (1987) The search for appropriate Tourism. *Tourism Recreation Research* 12 (2), 5-7.

Riechmann, J. (2003). Tres principios básicos de justicia ambiental. Ponencia presentada en el XII Congreso de la asociación Española de Ética y Filosofía Política. Castellón.

Robles Medina, C. (1999): Primeras conclusiones del estudio sobre el empleo en el sector turístico. *Estudios Turísticos*, n° 140, págs. 27-44.

Rodríguez Durán (2009) La salud y el Medioambiente. Proyecto de sostenibilidad del SESGAN. *Rev: ECO-sostenible*. n° 58 – pp 12-21.

Sachs, W. (1991). "Environment and Development: The Story of a Dangerous Liaison". *The Ecologist* 21(6):252-257.

Sachs, W. (1992) "Enviroments", *The Development Dictionary*, London, Zed Books

Sala Ríos, M. y Torres Solé T. (2007). El turismo como elemento de crecimiento económico en el ámbito español. (Universidad de Lleida) IX Reunión de Economía Mundial. Madrid.

Sallenave, Jean Paul. (1991) *Gerencia y Planificación Estratégica*. Ed. Norma. 1991.

Sánchez, M.P. y Castillo, R. (2006) Tercera edición del Manual de Oslo: cambios e implicaciones. *Rev. I+D* n° 35. Madrid

Sánchez Darío C. et al. (2008) La Calidad, su gestión estratégica y sus indicadores en turismo. Hacia una aproximación teórica. Instituto Multidisciplinario de

Historia y Ciencias Humanas (IMHHICIHU). Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Argentina.

Sánchez Gelabert, J.I. (2006). La Ecoetiqueta para Servicios de Alojamiento Turísticos. Servicio de Calidad Ambiental Región de Murcia. Jornada de La Etiqueta Ecológica Europea para los Servicios de Alojamiento Turístico; 10 de Octubre de 2006.

Sancho Pérez, A. (2000) Sector turístico e innovación: Un análisis a través de las patentes. Universidad de Valencia.

Santamarta, J. (2002) "Turismo y Medio Ambiente". Revista Ecología y Desarrollo, nº 14-pag. 48-51.

Senlle, A. (2001). ISO 9000-2000 Calidad en los servicios. Gestión 2000.

Sharpley, R. (2000) Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide. *Tourism of Sustainable Tourism*, 8(1), 1-19.

Sharpley (2009) *Tourism development and the environment: beyond sustainability?* London: Earthscan, 220 pp.

Shultis, J., y More, T. (2011). American and Canadian national park agency responses to declining visitation. *Journal of Leisure Research*, 43(1), 110-132.

Smerecnik, K. O., y Andersen, P. A. (2011). The diffusion of Environmental sustainability innovations in North American hotels and ski resorts. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(2), 171-196.

Smith, V. (1977). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. Philadelphia:University of Pennsylvania.

Smith, S.L.J. (2000): Measurement of tourism's economic impacts. *Annals of Tourism Research*, vol 27, nº 2, pp. 530-531.



Spillerman, S., y Stecklov, G. (2009) Societal responses to terrorist attacks. *Annual Review of Sociology*, 35, 167-189.

Stern, N. (2006) *The Economics of Climate Change. The Stern Review*. Cambridge (Reino Unido) Cambridge University Press.

Suvirats, J. y Font Borrás, N. (2000) *Local y Sostenible. Agenda 21 Local en España*. Icaria Editorial. Barcelona.

Swarbrooke, J. (1999) *Sustainable tourism management*. Wallingford: CAB International.

Tansley, A.G. (1935). The Use and Abuse of Vegetational Concepts and Terms *Ecology* 16(3):284-307

Tourism Concern (1992). *Beyond the Green Horizon*. London: Tourism Concern and World Wide Fund for Nature.

Tourism Sustainability Group (2007) *Action for more Sustainable European Tourism*. Report of the Tourism Sustainability Group Febrero de 2007. [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/tsg/tsg\\_final\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/tsg/tsg_final_report_en.pdf)

Tubb, K. N. (2003). An evaluation of the effectiveness of interpretation within National Park in reaching the goals of sustainable Tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 476-498.

Turismo en Europa. Nuevos Parteneriados para la Creación de Puestos de Trabajo. Conclusiones del Grupo de Alto Nivel, Turismo y Empleo. Publicado: "Comisión Europea, Dirección General XXIII". Bruselas 1998

Turismo y Medio Ambiente. Medio Ambiente en España. (2006). Ministerio de Medio Ambiente. Madrid.

Universidad de Alicante (2001). Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: Propuesta para la creación de un sistema de indicadores. Alicante. Instituto de Geografía.

Universidad de Cantabria (2009). Bases teóricas y estratégicas para el impulso de la Agenda 21 en la Universidad de Cantabria. Universidad de Cantabria. Santander.

UNWTO (2008) Climate Change and Tourism. Responding to global Challenges. Ed: World Tourism Organization and United Nations Environment Programme. UNWTO, Madrid.

Valentine, P.S. (1993) Ecotourism and nature conservation. *Tourism Management* 14 (2), 107-115.

Valero Gutiérrez del Olmo, E. y otros (2006). Manual Especifico de Desarrollo Sostenible en entornos de espacios naturales protegidos. Ed. Universidad de Vigo.

Venegas Álvarez, S. (2009) La Competitividad e innovación de un turismo sustentable. Régimen Jurídico del Turismo y de la Zona Marítimo-Terrestre. Memoria del Congreso Internacional de Derecho Turístico. UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México). Instituto de investigaciones jurídicas.

Vivien, F-D. (2002) Economía y Ecología. Ed. Abya-Yala. Quito

Vogeler, C. (2005) Planificación y gestión sostenible del territorio turístico. Encuentro: Planificación y Gestión del Territorio Turístico. Exceltur/UIIMP. Santander.

Wall, G. (1997). Is ecotourism sustainable? *Environmental Management*, 21(4), 483–491.

Wall, G., y Tao, T. (2008). Tourism as a livelihood strategy in an aboriginal community in Taiwan. Paper presented at the 2008 Annual Meeting of the Association of American Geographers, April 15–19, 2008, Boston, MA.

Wheeller, B. (1990) Is sustainable Tourism appropriate? In F. Howie (ed.) The Proceedings of the Sustainable Tourism Development Conference. Edinburgh, Queen Margaret College, November.

Wheeller; B. (1991a) Is progressive Tourism appropriate? Tourism and Hospitality Management: established Disciplnes or Ten Year Wonders? Guilford: University of Surrey.

Wheeller, B. (1991b) Tourism's troubled times: responsible Tourism is not the answer. *Tourism Management* 12 (2), 91-6

Wittemeyer, G., Elsen, P., Bean, W. T., Burton, A. C. O., y Brashares, J. S. (2008). Accelerated human population growth at protected area edges. *Science*, 321, 123-126.

World Economic Forum. (2013) The Travel & Tourism Competitiveness Report.

Xiao, H., y Smith, S.L.J. (2006). The making of tourism research: Insights from a social science journal. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 490–507.

Young, G. (1973). *Tourism -Blessing or blight?*. London: Penguin.

II Plan Estratégico de Málaga 2020. (2010) *Nuevos rumbos*. Ed. Fundación Ciedes. Málaga.

## **PÁGINAS WEB CONSULTADAS**

[www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/04/140410\\_vert\\_fut\\_ciencia\\_turismo\\_espacial\\_np.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2014/04/140410_vert_fut_ciencia_turismo_espacial_np.shtml)

[www.biospheretourism.com/es](http://www.biospheretourism.com/es)

[www.calvia.com](http://www.calvia.com)

[www.ciedes.es](http://www.ciedes.es)

[www.cmt.es](http://www.cmt.es)

[www.copenhague2009.blogspot.com/2008/05/en-el-cambio-climatico-es-la-tierra.html](http://www.copenhague2009.blogspot.com/2008/05/en-el-cambio-climatico-es-la-tierra.html)

[www.ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/doc/comunications/com.pdf](http://www.ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/doc/comunications/com.pdf)

[www.ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/doc/tsg/TSG.pdf](http://www.ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/doc/tsg/TSG.pdf)

[www.ec.europa.eu/maritimeaffairs/studies/coastaltourism/es.pdf](http://www.ec.europa.eu/maritimeaffairs/studies/coastaltourism/es.pdf) Acceso al estudio del Parlamento Europeo.

[www.ec.europa.eu/sustainable](http://www.ec.europa.eu/sustainable)

[www.europeancitiesmarketing.com](http://www.europeancitiesmarketing.com)

[www.exceltur.org](http://www.exceltur.org)

[www.exceltur.org](http://www.exceltur.org) (2009)

[www.giss.nasa.gov](http://www.giss.nasa.gov)

[www.hosteltur.com](http://www.hosteltur.com)

[www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)

[www.ine.es](http://www.ine.es)

[www.pemb.cat](http://www.pemb.cat)

[www.rae.es](http://www.rae.es)

[www.sodebur.es/pebur](http://www.sodebur.es/pebur)

[www.sostenibilidad-es.org](http://www.sostenibilidad-es.org)

[www.sustainabletourismcriteria.org](http://www.sustainabletourismcriteria.org)

[www.turismebcn2015.cat](http://www.turismebcn2015.cat)

[www.turismo2020.com](http://www.turismo2020.com)

[www.un.org/es/climatechange](http://www.un.org/es/climatechange)

[www.unep.org](http://www.unep.org)

[www.unfccc.int](http://www.unfccc.int)

[www.unwto.org/es](http://www.unwto.org/es)

[www.world-tourism.org/market](http://www.world-tourism.org/market)

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla II.1 - Diferentes Concepciones de Desarrollo Sostenible.....	14
Tabla II.2 – Dimensiones básicas del desarrollo sostenible.....	19
Tabla III.1 - Evolución de llegadas de turistas internacionales.....	53
Tabla III.2 - Ingreso por turismo internacional.....	55
Tabla III.3 - Ranking por países en llegadas de turistas internacionales.....	56
Tabla III.4 - Ranking por países en ingresos por turismo internacional.....	57
Tabla III.5 - Llegadas de turistas internacionales por regiones receptoras (millones).....	59
Tabla III.6 – Principales destinos turísticos del mundo (2020).....	61
Tabla III.7 - Destinos mercados emisores del mundo (2020).....	62
Tabla III.8 - Aportación del turismo al PIB de la economía española (millones de €). Precios Corrientes.....	83
Tabla III.9 - Aportación del turismo al PIB de la economía española en % (millones de €). Precios Corrientes.....	83
Tabla III.10 – Impactos del PIB por CCAA.....	86
Tabla III.11 – Ocupación del sector turístico.....	91
Tabla III.12 – Ocupados en turismo, por ramas de actividad.....	92
Tabla III.13 – Impactos positivos y negativos del turismo.....	99
Tabla III.14 – Impacto del turismo en el litoral español.....	103
Tabla III.15 – Emisiones de CO <sub>2</sub> .....	121
Tabla IV.1 – Indicadores de sostenibilidad.....	158
Tabla IV.2 - Procesos en el sector turismo.....	182

Tabla IV.3 - Valoraciones de las categorías y subcategorías del TTCI para España.....	185
Tabla IV.4 – Instrumentalización de la política turística en España.....	189
Tabla IV.5– DAFO del sector turístico español.....	195
Tabla V.1 - Importancia de la Sostenibilidad, Influencia en la industria y el esfuerzo en la investigación.....	211
Tabla V.2 – Problemas de Investigación Turísticas y Prácticas Sostenibles.....	212
Tabla V.3 – Perspectivas de investigación por documentos de JOST.....	219
Tabla V.4 – Métodos de investigación aplicados a documentos de JOST.....	221
Tabla VI.1- Retos para la sostenibilidad de destinos, empresas y turistas responsables.....	231
Tabla VI.2 – Principios y planteamientos para la implantación de políticas estratégicas.....	232
Tabla VI.3 – Objetivos para un turismo sostenible.....	232
Tabla VI.4 – Características de la planificación estratégica.....	237
Tabla VI.5 – DAFO del Turismo Español Horizonte 2020.....	245
Tabla VI.6 – Resumen de la Agenda 21 Local Calviá.....	256
Tabla VI.7 – Resumen del Plan Estratégico de Burgos Rural.....	260
Tabla VI.8 – Resumen del Plan Metropolitano de Barcelona.....	265
Tabla VI.9 – Resumen del Plan Estratégico Turismo de Madrid.....	271
Tabla VI.10 – Resumen del Plan Estratégico de Zaragoza 2020.....	276
Tabla VI.11 – Resumen del Plan Estratégico de Málaga.....	282
Tabla VI.12 – Resumen de los 6 Planes Estratégicos.....	283



**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura II.1 – Las tres dimensiones del desarrollo sostenible.....	16
Figura II.2 - Desarrollo Sostenible=desvinculación entre “calidad de vida” y “uso de recursos naturales”.....	20
Figura II.3 – Interacción entre el sistema económico y medioambiental.....	24
Figura II.4 – Objetivos medioambientales.....	25
Figura II.5 – Claves del desarrollo sostenible.....	26
Figura II.6 – Países firmantes del Protocolo de Kyoto.....	43
Figura III.1 -El Turismo en España. Visitantes Internacionales.....	63
Figura III.2 – Efectos sobre el PIB.....	72
Figura III.3 – Comparativa del ISTE (PIB Turístico) y del PIB en España.....	81
Figura III.4 - Peso de la economía turística en el PIB.....	85
Figura III.5 – Empleo generado en subsectores turísticos.....	90
Figura III.6 – Impactos negativos sobre el turismo.....	97
Figura III.7 – Cambio climático mundial.....	118
Figura III.8 – Emisiones de CO <sub>2</sub> por subsectores turísticos.....	121
Figura III.9 – Previsiones de emisiones de CO <sub>2</sub> de cara al 2035.....	122
Figura III.10 – Mitigación potencial de CO <sub>2</sub> generada por el turismo cara al 2035.....	122
Figura IV.1 – Modelo conceptual del turismo sostenible.....	128
Figura IV.2 – Proceso de planificación agenda 21 locales.....	143
Figura IV.3 – Ciclo de Deming o Ciclo de mejora continua.....	165

Figura IV.4 – Etiqueta Ecológica.....	169
Figura IV.5 – Ejes clave del Plan del Turismo Español 2020.....	193
Figura IV.6– Cadena de valor.....	194
Figura V.1 – Polos opuestos.....	203
Figura V.2 – Continuación.....	204
Figura V.3 – Movimiento.....	206
Figura V.4 – Convergencia.....	207
Figura V.5 –Aportación de estudios por categorías continentales.....	217