



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Facultad de Economía y Empresa

Trabajo de fin de grado

Nuevas tendencias del turismo: turismo sostenible y ecoturismo

Autora: Sara Piñeiro Adegá

Tutora: Pilar Uriz Tomé

Doble Grado en Ciencias Empresariales y Turismo

Curso académico 2022/23

Trabajo de Fin de Grado presentado en la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de A Coruña para la obtención del Doble Grado en Ciencias Empresariales y Turismo

Resumen

No existe duda alguna de que el turismo juega un papel muy significativo dentro de las economías nacionales, consolidándose como fuente principal de ingresos en muchos países o ciudades del mundo. A medida que este evoluciona, surgen nuevos flujos turísticos ligados también a los cambios que se van produciendo en la sociedad. Claros ejemplos de estas nuevas tendencias son el turismo sostenible y el ecoturismo, que han aparecido como alternativa a otras prácticas turísticas, como pudiera ser el turismo de masas. Así mismo, factores como la reciente pandemia del Covid-19 han favorecido estas modalidades turísticas basadas en la sostenibilidad y la desconexión en un entorno natural.

Por ello, tal y como se refleja en el título, el presente trabajo está enfocado en el análisis de las nuevas tendencias turísticas sobre el turismo sostenible y el ecoturismo. Bajo este objetivo principal, se realiza un análisis cuantitativo vinculado con la demanda y la oferta en España, a través de informes nacionales y una encuesta realizada a la población. Así mismo, se expone un análisis cualitativo relativo a este tipo de turismo en Galicia, en el que también se realizan entrevistas a establecimientos gallegos, persiguiendo el objetivo secundario de identificar los retos y oportunidades del sector. Como broche final a este estudio, se plantean una serie de conclusiones, que permiten entender el punto en que se encuentran estas tendencias y su perspectiva de cara al futuro.

Palabras clave: tendencias del turismo; sostenibilidad; ecoturismo; entorno natural; turismo rural; Galicia; destino sostenible

Número de palabras: 14.771

Abstract

There is no doubt that tourism plays a very significant role within national economies, consolidating itself as the main source of income in many countries or cities of the world. As this evolves, new tourist flows are also linked to the changes that are taking place in society. A clear example of these new trends are sustainable tourism and ecotourism, which have appeared as an alternative to other tourist practices, such as mass tourism. Likewise, factors such as the recent Covid-19 pandemic have favored these tourism modalities based on sustainability and disconnection in a natural environment.

Therefore, as reflected in the title, this project is focused on the analysis of new tourism trends about sustainable tourism and ecotourism. Under this main objective, a quantitative analysis linked to demand and supply in Spain is carried out, through national reports and a population survey. Likewise, a qualitative analysis related to this type of tourism in Galicia is exposed, in which interviews are also conducted with Galician establishments, pursuing the secondary objective of identifying the challenges and opportunities of the sector. As a finishing touch to this study, a series of conclusions are proposed, which allow us to understand the point at which these trends are and their outlook for the future.

Keywords: tourism trends; sustainability; ecotourism; natural environment; rural tourism; Galicia; sustainable destination

Word count: 14.771

Índice de contenido

1. Introducción	5
2. Marco teórico	7
2.1. Definición de turismo	7
2.2. Evolución del turismo.....	7
2.3. Turismo sostenible VS ecoturismo.....	10
2.4. Perfil del ecoturista	14
2.5. Beneficios de apostar por el ecoturismo	15
3. Metodología	19
3.1. Método cuantitativo.....	19
3.2. Método cualitativo.....	20
4. Turismo sostenible y ecoturismo en cifras. Análisis cuantitativo	22
4.1. Análisis de la demanda en España.....	23
4.2. Análisis de la oferta en España.....	33
5. Galicia como destino sostenible. Análisis cualitativo	40
5.1. Interpretación de las variables	41
5.2. Retos y oportunidades.....	45
6. Conclusiones	48
Bibliografía	51
Anexos	57
Modelo de encuesta I	57
Modelo de encuesta II	59
Encuesta II: Resultados	61

Índice de gráficos

Gráfico 1. Número de viajeros encuestados desde 2019 a 2022	24
Gráfico 2. Procedencia de los datos de los encuestados.....	25
Gráfico 3. Recurrencia de viaje de los encuestados	26
Gráfico 4. Evolución del gasto medio de los ecoturistas (en euros)	29
Gráfico 5. Número de trabajadores en empresas del Club Ecoturismo España...	36
Gráfico 6. Facturación anual de las empresas desde 2019 a 2022.....	38
Gráfico 7. Uso de la marca 'Soy Ecoturista'	38

Índice de tablas

Tabla 1. Variables cuantitativas relativas a la demanda y la oferta	22
Tabla 2. Variables específicas de la encuesta a la población	23
Tabla 3. Variables relativas a las encuestas cualitativas.....	41

1. Introducción

En los últimos años, las modalidades del turismo han ido evolucionando debido a diferentes factores, como la globalización de los mercados, la digitalización o el cambio climático, que influyen no sólo a nivel nacional, sino también a nivel mundial.

Retrocediendo en el tiempo, España experimentó el *boom turístico* fundamentalmente en la década de los años 60. Esto se reflejó en el continuo incremento del número de visitantes y de los ingresos, llegando a más de 6 millones visitantes en 1960 y alcanzando los 30 millones en 1975 según el estudio de Sánchez (2001).

Las tendencias desde aquel momento hasta no hace muchos años se basaban en un turismo de masas (centrado en turismo de sol y playa), caracterizado por el descontrol desmesurado de visitantes dentro de un entorno turístico, haciendo que la capacidad de carga alcance niveles extremos. Un caso muy recurrente a la hora de ejemplificar esta práctica turística es la ciudad de Barcelona, donde la masificación ha deteriorado la calidad de vida de la población local, así como de los viajeros.

Las consecuencias negativas de esta variante del turismo y el cambio de motivación de los visitantes suponen que cada vez haya más consciencia del impacto que se produce en el destino al que se viaja.

El fomento de nuevas prácticas turísticas vinculadas a la sostenibilidad y el entorno natural son piezas clave para un mejor desarrollo tanto a nivel local como a nivel turístico.

Por ello, Hosteltur (2022) ha facilitado los resultados del último informe realizado por Booking.com donde se dan cuatro tendencias, relacionadas con el turismo sostenible.

En primer lugar, “los turistas quieren estancias más sostenibles” (Hosteltur, 2022), es decir estancias verdes que permitan reducir el impacto medioambiental.

Por otro lado, esos turistas cambian su elección de destinos y épocas en las que viajar, decantándose por aquellos menos masificados y, sobre todo, en fechas de temporada media/baja.

Asimismo, “el compromiso por la sostenibilidad también ha hecho que algunos viajeros, para reducir su huella de carbono, elijan ciudades más cercanas y que analicen en detalle qué medio de transporte elegir para llegar y cómo desplazarse dentro del destino” (Hosteltur, 2022).

Y, por último, sin duda uno de los factores que más se ha puesto de moda es la conexión con el entorno y la evasión de la rutina, viviendo experiencias únicas y adaptándose a la vida de la población local del destino.

Debido a este cambio de mentalidad y el surgimiento de nuevas tendencias del turismo, el presente trabajo tiene como objetivo analizar el fenómeno del turismo sostenible y el ecoturismo.

Para poder conseguir el objetivo principal, se presenta un marco teórico en el que se exponen los conceptos de turismo/turismo sostenible/ecoturismo y su respectiva evolución a nivel nacional y autonómico (Galicia), las similitudes y diferencias entre el turismo sostenible y el ecoturismo, el perfil del ecoturista y los beneficios de apostar por el ecoturismo.

Una vez definidos los conceptos clave para el estudio, se describe la metodología aplicada y se procede a realizar un análisis cuantitativo (relativo a la oferta y la demanda en España) y un análisis cualitativo, centrado en la comunidad autónoma de Galicia. A partir de ambos análisis, se realiza una encuesta a la población y entrevistas a diferentes entidades vinculadas con el turismo sostenible, obteniendo posibles retos y oportunidades del sector.

Finalmente, de todos los resultados obtenidos se presentan una serie de ideas que sirven como conclusión del estudio.

2. Marco teórico

Tal y como se introdujo en el capítulo anterior, en esta sección se presentan una serie de conceptos clave para poder llevar a cabo el estudio sobre las nuevas tendencias del turismo.

2.1. Definición de turismo

Existen múltiples y diversas definiciones del turismo, dado que es un término del que se habla desde hace siglos. Desde los desplazamientos a los Juegos Olímpicos en Grecia, las peregrinaciones a Santiago de Compostela o La Meca, el nacimiento del Grand Tour, la Revolución Industrial o el fenómeno de Thomas Cook, hasta lo que se conoce hoy en día por turismo.

Sin duda es un concepto que se ha ido gestando con el paso del tiempo y, por ello, a partir de la Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viaje y Turismo celebrada en Ottawa en 1991 (Huesear, 1993), la Organización Mundial del Turismo - OMT (2023), UNWTO en inglés, lo define como “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios”.

El turismo se ha convertido en uno de los sectores económicos más importantes y con mayor crecimiento del mundo. Junto a su importancia para la economía mundial y otros factores como el cambio climático, han ido surgiendo nuevas tendencias como el turismo sostenible y el ecoturismo.

La situación mundial ha llevado a la sociedad a un punto extremo que hace que, para preservar correctamente el patrimonio y el entorno natural, “el cambio gradual del modelo turístico hacia formas más sostenibles sea una necesidad real” (Leal Londoño, 2018).

2.2. Evolución del turismo

Siguiendo las líneas introductorias del estudio, es evidente que el turismo es un sector que ha sufrido continuos y numerosos cambios a lo largo de su historia y, por tanto, tiene una evolución muy marcada.

Se puede empezar a hablar de un fenómeno “pre-turístico” desde la época egipcia, griega o romana, donde las motivaciones del viaje eran fundamentalmente por motivos religiosos. No obstante, los verdaderos orígenes del turismo moderno se remontan a los siglos XVII – XIX.

Tras las guerras que se disputaron por toda Europa y los largos períodos de inestabilidad política, económica y social, es importante resaltar uno de los productos turísticos por excelencia de aquella época: el *Grand Tour*. Según Pellejero Martínez (2022), se trataba de un viaje practicado durante el Renacimiento y “realizado por jóvenes de toda Europa, sobre todo británicos, ubicados en las capas media y alta de la sociedad, que asimilaron la experiencia viajera como parte de su formación”.

El avance del movimiento de industrialización del siglo XIX contribuyó al incremento de la demanda turística, así como de la oferta de productos y servicios. Es ahí donde aparecen los primeros viajeros románticos (centrados en la contemplación de monumentos y paisajes históricos) y el interés por el termalismo.

Además, ese incremento de la demanda turística supuso una transformación social, de forma que ahora la clase media comienza a viajar, consolidándose así el inicio del turismo de masas.

Por su parte, el primer tercio del siglo XX estuvo dividido entre épocas buenas, como la *Belle Époque* o los felices años 20, y épocas malas, marcadas por la Primera Guerra Mundial y la dura postguerra, las cuales frenaron el avance del turismo.

Durante esta etapa, en España el sector turístico consiguió avanzar, con la aparición de nuevos medios de transporte, importantes cadenas hoteleras o el nacimiento de las primeras agencias de viajes.

En cuanto al segundo tercio del siglo XX, la actividad turística en España estuvo estancada durante los años de Guerra Civil y la posterior Segunda Guerra Mundial, haciendo que fueran “los años del hambre” (Pellejero Martínez, 2022).

Aunque el hecho de volver a atraer turistas a España no resultó una tarea fácil debido a las duras secuelas de tantos años de conflictos, lo mejor estaba por venir. El “boom turístico” de España tuvo lugar entre los años 50 y 70, en los que el incremento continuo de turistas internacionales no dejó de crecer. Se produjo un auténtico fenómeno turístico, consolidándose como la época de oro.

En pleno auge turístico, la llegada del siglo XXI trajo consigo una creciente globalización y la aparición de las nuevas tecnologías, haciendo que surjan

herramientas turísticas nuevas como las Agencias de Viajes Online (OTAs) o la comercialización turística a través de internet.

En un siglo marcado por la llegada del euro, el creciente turismo de masas, la crisis del 2008 que desestabilizó las economías europeas o la reciente pandemia mundial derivada del Covid-19, se constituye una nueva visión de la actividad turística.

Esta hace surgir nuevas motivaciones de los viajeros, los cuales tienen mayores conocimientos y son más exigentes a la hora de escoger sus vacaciones.

Entre estas nuevas motivaciones aparece la preocupación por el medio ambiente y el desarrollo sostenible. Lo que buscan los turistas hoy en día es una conexión con el destino y su cultura local, intentando reducir el impacto de su actividad turística en el medio natural.

2.2.1. Orígenes del turismo sostenible

Pese a que el turismo sostenible es una tendencia que puede parecer reciente, lo cierto es que hay que remontarse al siglo pasado.

Siguiendo a Jareño (2020), el concepto de desarrollo sostenible comienza “con la Declaración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano, aprobada en Estocolmo en junio de 1972, donde se consideró la idea de limitar el desarrollo ante el progresivo deterioro del medio natural”.

Años más tarde, concretamente en 1987, nace la Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo “con la misión de realizar un estudio sobre la situación existente” (Vallejo Zamudio, 2009). A partir de ahí se publica el Informe Brundtland – *Our common future*, donde se plantean cuestiones como la globalización de la ecología o el diálogo con países menos desarrollados.

Gracias a sus argumentos, el Informe Brundtland es considerado como un documento de referencia para las cuestiones globales relacionadas con el medio ambiente.

Además, este derivó en la necesidad de realizar una nueva conferencia mundial para redefinir los objetivos que no se estaban cumpliendo hasta el momento. Por ello, en 1992 tuvo lugar la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD) en Río de Janeiro, “conocida también como Cumbre para la Tierra” (Jareño, 2020).

Esta cumbre dio lugar a la conocida Agenda 21, con la que el desarrollo sostenible pasa a ser un elemento clave para la economía y el turismo.

Así mismo, en 1995 se adoptó la “Carta del Turismo Sostenible” a partir de la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible celebrada en Lanzarote. En ella se reconocen cuestiones como “la necesidad de desarrollar un turismo que satisfaga las expectativas económicas y las exigencias ambientales, que no sólo sea respetuoso con la estructura socioeconómica y física de cada destino, sino también con las poblaciones receptoras”(Carta del Turismo Sostenible, 1995).

Tras unos años marcados por numerosas cumbres y la creciente importancia del turismo sostenible, en el año 2002 se celebra la Cumbre Mundial del Ecoturismo en la que se establece que el ecoturismo “se asienta en los principios del turismo sostenible, dado que cuenta con ciertas similitudes en torno a los impactos sociales, económicos y sobre el medio natural” (Jareño, 2020).

En definitiva, desde la implantación del concepto de desarrollo sostenible, la sensibilidad medio ambiental dentro del sector turístico es una tendencia que cada vez toma más fuerza entre la sociedad e incrementa el número de iniciativas que se están llevando a cabo. Ejemplo de ello es la Estrategia de Turismo Sostenible de España – Agenda 2030, la cual, junto con otras cuestiones, se expone en el siguiente epígrafe.

Dentro de la implicación que tiene España con la sostenibilidad, Galicia ha lanzado en 2022 la iniciativa *Galicia Destino Sostible*, de mano del Clúster de Turismo y la Xunta de Galicia, haciendo que esta comunidad se consolide como un importante destino sostenible, con una gran oferta turística comprometida con el medio natural.

De hecho, “el turismo sostenible ha pasado de ser una tendencia a una oportunidad de desarrollo” (*Galicia, promotora del turismo sostenible*, 2022), haciendo que la comunidad gallega aproveche sus recursos en un modelo basado en la sostenibilidad.

2.3. Turismo sostenible VS ecoturismo

Aunque a primera vista hablar de turismo sostenible puede resultar un sinónimo de ecoturismo, lo cierto es que no es así.

2.3.1. Turismo sostenible

En primer lugar, Fernández Fernández (2015, p.136) cita al XLI Congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST), donde se define

el turismo sostenible como aquel “que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos”. Además, cita al Comité de Desarrollo Sostenible del Turismo de la OMT, el cual añade que es necesaria la aplicación de principios de sostenibilidad dentro de todos los sectores del turismo.

Por ello, según Fuente de Val (2019, p.9) este turismo se sostiene en base a 3 pilares, los cuales han de mantenerse a largo plazo:

- Sostenibilidad económica
- Sostenibilidad social
- Sostenibilidad ambiental

Se trata de “un escaparate en el cual los turistas tienen la oportunidad de conocer un territorio y todo lo que hay dentro: paisaje, cultura, actividades tradicionales, etc.” (Fuente de Val, 2019).

Por su parte, dentro de las líneas del desarrollo sostenible, 2017 ha sido el Año Internacional del Turismo Sostenible lo cual, según las palabras de Fuente de Val (2019), hizo que los destinos turísticos desarrollaran sus propias iniciativas y actuaciones de forma sostenible y responsable con el entorno.

Así mismo, resaltar la existencia de la Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible (INSTO en inglés) creada por la OMT en el año 2004. Sus funciones básicas se centran en el apoyo a “la mejora continua de la sostenibilidad y la resiliencia en el sector turístico mediante un seguimiento sistemático, puntual y regular de los resultados del turismo y para conectar los destinos específicos”(UNWTO INSTO, 2022).

A partir de la web de UNWTO INSTO (2023), se han obtenido las regiones españolas integradas en esta red mundial: Canarias, Navarra, Mallorca, Barcelona, Vizcaya y Málaga.

2.3.1.1. Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En línea con a la última información expuesta, es necesario comentar el vínculo existente entre el desarrollo sostenible y el turismo.

A la hora de planificar los modelos de gestión turística de los destinos o de llevar a cabo determinadas prácticas turísticas, es esencial tener en cuenta multitud de necesidades, como las económicas, sociológicas, culturales, medioambientales, etc.

Por ello, “las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de

destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos”(OMT, 2023).

Teniendo en cuenta los 3 pilares principales del turismo sostenible, esta tendencia puede contribuir, directa o indirectamente, a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), incluidos en la Agenda 2030 de los diferentes países que forman parte de la OMT.

Concretamente, según la OMT (2023), el turismo forma parte de las metas de los siguientes objetivos:

- Objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico. Hoy en día, el turismo es uno de los sectores que más puestos de trabajo genera, concretamente 1 de cada 11, siguiendo a la OMT (2023).
- Objetivo 12. Producción y consumo responsable. Es primordial “elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales” (OMT, 2023).
- Objetivo 14. Vida submarina. Consiste en que el turismo se desarrolle dentro “de una ordenación integrada de las zonas costeras a fin de ayudar a conservar y preservar unos ecosistemas marinos frágiles y servir de vehículo para promover la economía azul” (OMT, 2023).

Finalmente, respecto a la Estrategia de Turismo Sostenible de España, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2023) expone que se trata de una agenda nacional de turismo creada para hacer frente a los retos del sector, los cuales giran en torno a los 3 pilares fundamentales ya citados con anterioridad.

A través de ella, se pretenden conseguir los ODS definidos por la OMT en su Agenda 2030, mejorando la calidad de España como destino turístico, y consiguiendo que los resultados se sigan incrementando con los años.

2.3.2. Ecoturismo

A diferencia del turismo sostenible, la UNWTO (2002) también proporciona una definición para el ecoturismo, entendiendo este como toda forma de turismo que reúne una serie de características:

- Se mueve en un entorno natural, el cual se convierte en la motivación principal para los turistas, además del interés por la cultura local del destino.

- Abarca otros aspectos relacionados con la interpretación de la propia naturaleza.
- En algunas ocasiones, suele ser un turismo enfocado en grupos reducidos, de forma que pueda ser gestionado por empresas locales.
- Así mismo, trata de minimizar los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural y contribuye a su mantenimiento.

Al igual que ocurre con el turismo sostenible, el ecoturismo también ha tenido su año internacional, concretamente en 2002, donde la OMT llevó a cabo numerosas iniciativas, destacando la Cumbre Mundial del Ecoturismo.

Por su parte, la International Ecotourism Society (s. f.) aporta una definición similar a la de la Organización Mundial del Turismo, de forma que se trata de “un viaje responsable a áreas naturales, que conserva el medio ambiente, sustenta el bienestar de la población local e implica interpretación y educación”.

En resumen, el concepto de turismo sostenible abarca mucho más, mientras que el ecoturismo se centra, como la propia palabra indica, en la parte relacionada con la ecología.

2.3.3. Relación del turismo sostenible y el ecoturismo con el turismo rural

Es muy frecuente observar “que tanto los diseñadores de la política turística nacional y regional como los académicos, consultores y profesionales del sector turístico, utilizan indistintamente los términos de turismo rural, turismo sostenible y ecoturismo”(Gago de Santos, 2019).

Para empezar, conviene definir el concepto de turismo rural como aquel cuya experiencia turística “está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés” (OMT, 2023).

Así mismo, según la OMT (2023), las actividades vinculadas con el turismo rural se llevan a cabo en entornos rurales que presentan las siguientes características:

- Baja densidad de población
- La agricultura y la silvicultura son las actividades que prevalecen dentro del paisaje
- Estructuras sociales y formas de vida tradicionales

Con todo, el turismo rural nace fundamentalmente para evitar el turismo de masas u otras tipologías similares. Dada esa necesidad de evadirse del entorno urbano con una excesiva capacidad de carga, es posible vincularlo con el ecoturismo y, por consiguiente, con el turismo sostenible.

Es evidente que el turismo rural, atendiendo a sus características, contribuye al desarrollo sostenible. No obstante, que esté relacionado no implica que sea un sinónimo.

El principal factor que hace que no sean términos sinónimos es que “no todos los servicios de turismo rural cumplen los principios esenciales para ser caracterizados como ecoturismo” (Gago de Santos, 2019), haciendo así que el ecoturismo tenga una mayor implicación con el medio natural.

En definitiva, el ecoturismo y el turismo sostenible se definen como “un ejemplo a seguir para cambiar la trayectoria natural de la industria turística en el actual contexto globalizado y altamente interconectado” (Leal Londoño, 2018).

2.4. Perfil del ecoturista

En base a las principales características del ecoturismo, el perfil de este tipo de turistas es muy complejo.

Según Leal Londoño (2018), los ecoturistas se pueden diferenciar en aspectos como la duración de su estancia, la importancia de la naturaleza como motivación de su viaje, el nivel de gasto, las actividades a realizar, entre otros.

Así mismo, se han ido haciendo numerosas encuestas e informes relacionados con el perfil de los ecoturistas, y todas coinciden en que “muchos ecoturistas consideran importante que su visita contribuya a la conservación y el desarrollo local” (Leal Londoño, 2018).

En líneas generales, son tres los rasgos que definen a los ecoturistas:

- Alto nivel educativo
- Experiencia como viajeros
- Elevado poder adquisitivo

Estas características llevan a pensar que el ecoturismo es una práctica ‘elitista’, dado que no todo el mundo puede acceder a este tipo de prácticas.

No obstante, existen múltiples experiencias de ecoturismo, desde un alojamiento singular en un parque natural cerca del lugar de residencia, a un paquete turístico que incluya inmersiones en los mares de Maldivas cuyo precio será mucho más elevado.

Se trata de una nueva tendencia turística en un contexto globalizado, lo que implica nuevos turistas con una mayor concienciación sobre el medioambiente y la sostenibilidad y que, debido a la continua conexión en las redes sociales, tienen un mayor grado de conocimiento, lo que hace que sean más exigentes con lo que buscan.

Leal Londoño (2018) expone que los ecoturistas europeos “son más aventureros y les gusta salir de los caminos más turísticos”. Además, su prioridad en cuanto al alojamiento es la autenticidad del lugar y su conexión con lo local, de modo que el impacto de su actividad sea mínimo.

Finalmente, en el caso de España, Hosteltur (2018) ha publicado una noticia vinculada con los datos ofrecidos por el Club de Ecoturismo de España, a partir de la que se obtienen unas líneas generales sobre el ecoturista español:

- En su mayoría son hombres o mujeres de entre 35 y 49 años
- Amantes de la naturaleza, con trabajo y estudios superiores
- Viaja en vehículo propio con pareja o en familia

Con todo, en siguientes capítulos se estudia más a fondo la oferta y demanda de este tipo de turismo.

2.5. Beneficios de apostar por el ecoturismo

En los últimos años, los turistas se preocupan más por conseguir que sus viajes generen impactos positivos, promoviendo “una creciente sensibilidad respecto a la importancia del turismo responsable”(Asociación de Ecoturismo en España, 2020).

La nueva tendencia del ecoturismo presenta una serie de beneficios ya que afecta positivamente tanto a la población local, como a los turistas y a las propias empresas o *stakeholders* (restaurantes, hoteles, empresas turísticas, etc.).

Siguiendo las palabras de Orgaz-Agüera (2014), es fundamental la correcta planificación del ecoturismo, debiendo basarse en la capacidad de carga, el impacto ambiental y el desarrollo sostenible del destino en cuestión.

A partir de ahí, los tres pilares del turismo sostenible entran en juego, haciendo que el ecoturismo cuente con numerosos beneficios, que se pueden clasificar en:

- Impactos económicos

Como la propia palabra indica, el ecoturismo es una práctica que genera riqueza. Además, una de sus características es su ubicación dentro del entorno natural, por lo que sus impactos económicos, según Orgaz-Agüera (2014), hacen referencia a: fomentar el uso productivo de terrenos inutilizados previamente, potenciar la participación de los gobiernos locales en proyectos ecoturísticos o fomentar la autofinanciación de espacios naturales (con iniciativas como el acceso con entrada).

No obstante, uno de los beneficios más significativos y que más contribuye a la población local es la generación de empleo y la diversificación y estimulación de la economía local.

Gracias a ello, se facilita el desarrollo del destino más allá de su sentido turístico, pues permite la apertura de nuevos negocios o la recuperación de antiguas tradiciones.

- Impactos sociales

Sociológicamente hablando, el estudio de Orgaz-Agüera (2014) distingue entre beneficios en infraestructuras (relativos a los medios de comunicación y transportes, servicios sanitarios y educativos...) y beneficios de bienestar social. Por ello, "la población local debe estar involucrada en todo el proceso de planificación de la actividad turística en un destino determinado" (Orgaz-Agüera, 2014). Gracias a esta implicación de la comunidad local y a la buena relación con el ecoturismo, se consigue mejorar los niveles de vida.

Por su parte, los beneficios de bienestar social pueden relacionarse con la motivación de los turistas, los cuales rechazan el turismo de masas y se evaden a espacios naturales, buscando paz mental, tranquilidad y propuestas turísticas alternativas.

Pese a esa positividad, la planificación vuelve a tener un papel importante, ya que los impactos sociales también pueden ser perjudiciales, a través de empleos de baja calidad, por ejemplo.

- Impactos medioambientales

Tal y como se mencionó con anterioridad, para que los impactos medioambientales sean positivos, hay que tener en cuenta la capacidad de carga del destino y su desarrollo sostenible.

Se trata de minimizar el impacto negativo que pueda generar la actividad turística dentro de un entorno natural, de manera que la población local y la biodiversidad no se vean muy alteradas.

Sin duda, el ecoturismo genera un elevado beneficio económico, lo que permite que el beneficio medioambiental también se incremente. Esto conlleva inversión en proyectos que contribuyen a la conservación y protección de las zonas naturales.

En consecuencia, se consigue una mayor financiación a la hora de llevar a cabo determinadas iniciativas sociales, enfocadas principalmente en la divulgación de valores educativos relacionados con el medio ambiente. Además, se invierte en una mayor profesionalización de los trabajadores y se consigue configurar el turismo sostenible como una práctica que resalta el valor del patrimonio natural.

Dichas iniciativas sociales son muy variadas, pueden ir desde la creación de centros de interpretación o rutas señalizadas, hasta la realización de visitas guiadas por el entorno natural, entre otras.

Al margen de los impactos económicos, sociales y medioambientales, el ecoturismo suscita otros beneficios vinculados a los etiquetados y certificaciones ecológicas.

Según Leal Londoño (2018), "las certificaciones en ecoturismo y turismo sostenible son bastante amplias y en muchos casos confusas, a pesar de ello, permiten reconocer la labor y el compromiso por parte de empresas y organizaciones". Además, estas ayudan a incidir en la conciencia de los turistas, de manera que cuando viajen a un determinado destino, observen esa certificación y sean conscientes del impacto en el medio natural.

En España, existen varias certificaciones ecológicas vinculadas con el sector turístico. Entre todas ellas, se pueden destacar:

- Travelife

Ellos mismos se definen como " un organismo global de certificación de sostenibilidad de alojamiento" (*Travelife, accommodation sustainability certification*, s. f.), siguiendo una norma reconocida por el Estándar del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC).

- The EU Ecolabel.

Gracias a la información disponible en la web de la European Commission (2022), esta es la etiqueta ecológica creada por la Unión Europea para la excelencia ambiental.

Fue creada en 1992 y certifica, a nivel europeo y mundial, productos con un bajo impacto ambiental garantizado y verificado.

Además, incita a las empresas a que desarrollen productos innovadores que sean duraderos, fáciles de reparar y reciclables. Así, por ejemplo, los hoteles y campings de toda Europa que cuentan con esta etiqueta se comprometen, entre otras cuestiones, a reducir el consumo de agua o los desechos de plástico. De esta forma, “podemos transformar la industria del turismo y hacer que las vacaciones sean sostenibles para todos” (European Commission, 2022).

- Biosphere Tourism

Siguiendo las líneas de los anteriores ejemplos, Biosphere Tourism (s. f.) certifica a diversos tipos de destinos y empresas en relación al cumplimiento de una serie de requisitos de sostenibilidad.

Se trata de “una certificación moderna, flexible y 100% online” (Biosphere Tourism, s.f.), puesto que es apta para una gran variedad de empresas, tales como alojamientos (hoteles, campings, albergues...), sitios de interés turístico (museos y centros de interpretación) y empresas de turismo activo y de aventuras, entre otras.

- S – Marca de Sostenibilidad Turística

Con el objetivo de “ayudar a los establecimientos, empresas y destinos de España en la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible”(ICTE, s. f.), se trata de una nueva certificación implementada en 2022 por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE).

En definitiva, el ecoturismo y el turismo sostenible son tendencias con grandes beneficios económicos, sociales y medioambientales, que contribuyen tanto al propio destino como a su población local. Gracias a la riqueza que producen, es posible una correcta planificación del destino, siempre y cuando no acabe derivando en consecuencias negativas como la contaminación del destino y los conflictos sociales.

3. Metodología

Para poder lograr los objetivos propuestos al inicio de este estudio, se utiliza un método mixto, combinando dos tipos de metodologías: cuantitativa y cualitativa.

Antes de llevarlas a cabo, es necesario clasificar la información con la que se va a trabajar. Por ello, hay que diferenciar entre:

- Fuentes primarias o directas, las cuales se refieren a “datos que nosotros hemos recogido o que otros han recogido y nos dan las matrices de los datos” (Pérez, 2019).
- Fuentes secundarias o indirectas, relativas a aquellos estudios o informes elaborados a partir de las fuentes primarias.

Así mismo, a la hora de realizar el estudio, se utilizan distintos tipos de variables:

- Cuantitativas, “si se refiere a magnitudes características de los individuos” (Pérez, 2019). Por ejemplo, el número de noches de la estancia en el destino.
- Cualitativas, siendo estas las que se relacionan con los atributos de los individuos, pudiendo ser a su vez nominales (por ejemplo, el género o sexo) u ordinales (como la frecuencia de visitar un parque natural).

3.1. Método cuantitativo

En cuanto a la parte cuantitativa, desarrollada en el capítulo 4 del presente trabajo, se realiza una investigación sobre la demanda y la oferta de turismo sostenible y ecoturismo en España. Además, se elabora una encuesta destinada a la población (véase Anexos. Modelo I), con la finalidad de observar sus conocimientos sobre el turismo sostenible.

Para ello, se definen una serie de variables (véase Tabla 1 en el capítulo 4) que ayudarán a conocer la situación actual a nivel nacional de esta nueva tendencia del turismo. Se trata de una metodología basada en la revisión de datos estadísticos, donde se consultan estadísticas de la Asociación de Ecoturismo en España. A partir de esos datos obtenidos, se seleccionan aquellos que aporten mayor interés al estudio y, posteriormente, se elaboran tablas y gráficos que sinteticen toda la información.

A su vez, la Tabla 2 del mismo capítulo recoge las variables empleadas en la encuesta.

3.2. Método cualitativo

Por su parte, el capítulo 5 está dedicado al análisis cualitativo, el cual se ha centrado en la comunidad autónoma de Galicia. En él, se analizan los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas a diferentes entidades gallegas vinculadas con el turismo sostenible (véase Anexos. Modelo II).

Con todo, el modelo de encuesta cualitativa comparte similitudes con la encuesta realizada en el análisis cuantitativo, y es que ambas han seguido un proceso de elaboración similar.

➤ Etapa 1

Para comenzar, en cuanto al diseño de las encuestas, se ha realizado una revisión bibliográfica sobre ciertos aspectos del turismo sostenible como los ejemplos de ciudades con certificación sostenible, así como el planteamiento de cuestiones generales.

El Modelo I está compuesto por una serie de cuestiones iniciales (relativas a la ocupación, sexo, edad y procedencia del encuestado) y un total de 10 preguntas, siendo la gran mayoría de respuesta obligatoria. Todas las preguntas giran en torno a las variables específicas a estudiar en el capítulo 4.

En cuanto al Modelo II, este cuenta preguntas básicas acerca del tipo de institución, puesto a ocupar en ella y su ubicación geográfica, así como por 7 preguntas genéricas.

➤ Etapa 2

Se trata, junto con la primera etapa, de una de las partes más importantes de la investigación.

Una vez diseñada la encuesta, se procede a la selección de la muestra. Es decir, la selección de personas o entidades que han de ser encuestadas.

Para el desarrollo del Modelo I, la muestra no tiene un tamaño determinado a priori, sino que se ha optado por un “modelo libre”; es decir, dicha muestra está formada por aquellas personas que respondieran la encuesta en el plazo durante el cual se admitían respuestas a la misma, concretamente, de 3 semanas. Esto se debe a que, al estar enfocada en la población en general, interesa obtener un mayor feedback.

Por su parte, para el Modelo II se ha elaborado un listado de empresas candidatas a partir de la búsqueda por Internet, concretamente en la web *Galicia Destino Sostible* y asistiendo a la feria de BioCultura celebrada en A Coruña en marzo de 2023.

Los criterios de selección de dichas entidades se han limitado a:

- Ubicación. Al centrar el estudio en la comunidad autónoma de Galicia, se ha intentado contactar con empresas pertenecientes a las diferentes provincias (A Coruña, Lugo, Ourense y Pontevedra).
- Subsector turístico. Con el objetivo de ampliar el abanico de opciones, se han seleccionado empresas de varios subsectores, como alojamientos, agencias de viajes o una Reserva de la Biosfera.

El tamaño final de la muestra alcanza las 8 empresas.

➤ Etapa 3

Tras haber seleccionado a los sujetos encuestados, se procede a contactar con ellos.

Respecto al Modelo I, se ha divulgado la encuesta a través de las redes sociales de WhatsApp e Instagram, así como el boca a boca. Para este estudio, no se ha seguido ningún criterio de selección, de forma que la población teórica está constituida por todas aquellas personas interesadas en colaborar.

En relación con el Modelo II, se ha recurrido al correo electrónico para poder contactar con las empresas. A partir de ahí, se mantuvo contacto personal con aquellas entidades que respondieron positivamente. Dichas entrevistas fueron realizadas entre el 31 de marzo de 2023 y el 22 de mayo de 2023, de forma presencial y a través del correo electrónico.

➤ Etapa 4

Como última fase del estudio, se procede a la interpretación de los datos.

A partir de la primera encuesta, cuyo objetivo es analizar datos sobre el conocimiento e importancia de este tipo de turismo entre la sociedad, se han obtenido un total de 94 respuestas. De forma similar, la segunda encuesta pretende obtener los posibles retos y oportunidades del turismo sostenible. De las 8 entidades que conformaban la muestra inicial, lamentablemente sólo han sido entrevistadas 3 puesto que el resto no han respondido a las reiteradas peticiones de colaboración.

4. Turismo sostenible y ecoturismo en cifras. Análisis cuantitativo

El siguiente paso de la investigación lleva a analizar la situación actual del turismo sostenible y ecoturismo en España, tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta.

La Tabla 1 recoge las variables con las que se va a trabajar a lo largo del presente capítulo.

Cabe destacar que todas ellas se estudian utilizando datos pre y post pandémicos (2019 a 2022), debido a que la crisis del Covid-19 provocó una alteración considerable en las cifras turísticas, las cuales aún continúan en proceso de recuperación.

Tabla 1. Variables cuantitativas relativas a la demanda y la oferta

VARIABLES DE DEMANDA	VARIABLES DE OFERTA
Número de visitantes	Número de empresas
Acompañantes	Actividad principal de la empresa
Procedencia	Número de clientes por tipo de empresa
Frecuencia de viaje	Recursos humanos
Motivación	Facturación
Estancia media	Uso de la marca 'Soy Ecoturista'
Gasto medio	

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, a la hora de analizar la demanda, se presenta un sub-epígrafe en el cual se analizan los datos obtenidos a partir de la encuesta destinada a la población. Para ello, se utilizan las variables específicas definidas en la Tabla 2.

Tabla 2. Variables específicas de la encuesta a la población

Variables
1. Gusto por el turismo
2. Grado de conocimiento sobre el turismo sostenible/ecoturismo
3. Concienciación sobre el impacto de la actividad turística
4. Opinión sobre el desarrollo de actividades y normativas relativas al turismo sostenible
5. Nivel de conocimiento sobre recursos turísticos sostenibles en su ciudad
6. Grado de conocimiento sobre parques naturales existentes
7. Motivación para realizar un viaje sostenible
8. Opinión sobre el turismo sostenible

Fuente: elaboración propia

4.1. Análisis de la demanda en España

Tal y como se ha ido reflejando a lo largo del trabajo, el turismo sostenible y el ecoturismo son tendencias que han ido adquiriendo tal importancia con el paso de los años, que puede incluso decirse que “están de moda” en este momento.

A raíz de esa moda, se puede relacionar directamente este turismo con su propia demanda: los turistas y viajeros. Siguiendo las líneas del perfil del ecoturista descritas en el epígrafe 2.4, es importante tener claro que este tipo de clientes demandan lugares auténticos y diferentes, alejados de aquellos que están masificados, y que buscan conectar con el entorno en el que se encuentran y su población.

Tomando como referencia las variables de demanda definidas en la Tabla 1 y los informes publicados por Observatorio de Ecoturismo en España, se ha realizado un estudio particular, cuyos resultados se exponen a continuación.

Cabe mencionar que todas las cifras se han obtenido a partir de la colaboración de un listado de empresas adheridas a dicho club, todas ellas repartidas por el territorio nacional.

➤ Número de visitantes

Resulta muy difícil definir el número total de turistas sostenibles o ecoturistas. Por ello, esta variable se asocia al número de personas encuestadas, ya que dichas personas han ido usuarias de las empresas adheridas al Club Ecoturismo.

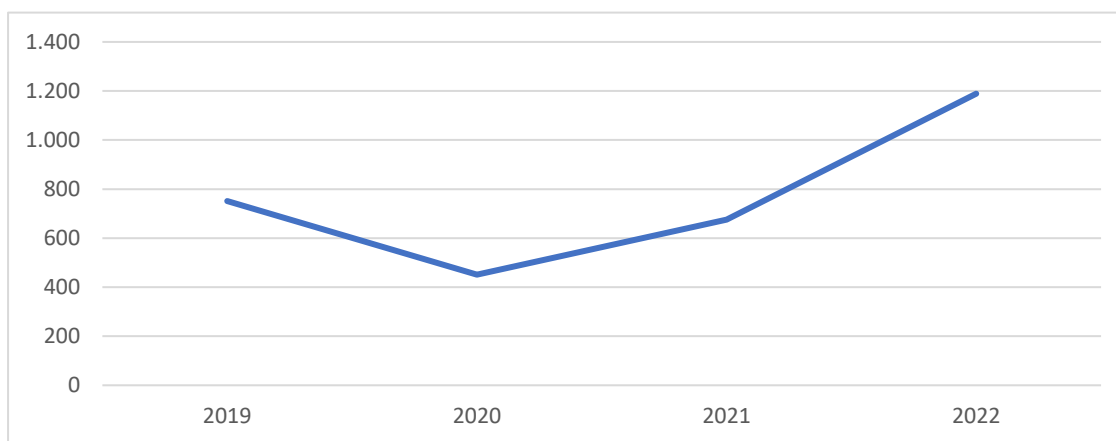
Los últimos datos relativos al año 2022, han situado en 1.189 el número de personas encuestadas. No son cifras muy elevadas, pero si se comparan con 2021, en ese año se han obtenido 675 resultados, lo cual deja ver que el compromiso por el ecoturismo y la sostenibilidad ha crecido.

De todas formas, hay que tener en cuenta que los datos del 2021, así como los del 2020 (451), han estado muy marcados por la pandemia del Covid-19. Por lo tanto, los resultados más reales son los de 2019, donde se consiguieron 751 respuestas.

En general, se puede llegar a la conclusión de que la pandemia, pese a que frenó los flujos de actividad turística, ha favorecido el desarrollo de estas tendencias turísticas, en las que usuarios buscan desconexión y alejarse de espacios masificados.

Este crecimiento exponencial se refleja en el Gráfico 1, donde se marca ese periodo de pausa en 2020 y 2021 y su recuperación en 2022.

Gráfico 1. Número de viajeros encuestados desde 2019 a 2022



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del Club Ecoturismo España

➤ Acompañantes

En 2022, el 48,2% de los encuestados ha viajado en pareja, mientras que otros han optado por viajar también con sus hijos (21,3%), con amigos (10,6%) o en familia (13,6%), entre otros.

Comparando con el 2021, en ese año también lideran los viajeros en pareja, alcanzado un 51,9%, seguidos de parejas con hijos (16,5%), grupos de amigos (11,5%) y familiares (13,2%).

Por su parte en 2020 y 2019 los datos han sido muy similares, dejando claro que el tipo de acompañante en estos viajes es la pareja, los hijos, los amigos y la familia. No obstante, en cada uno de los años existen porcentajes menores vinculados con grupos de viaje organizados o incentivos.

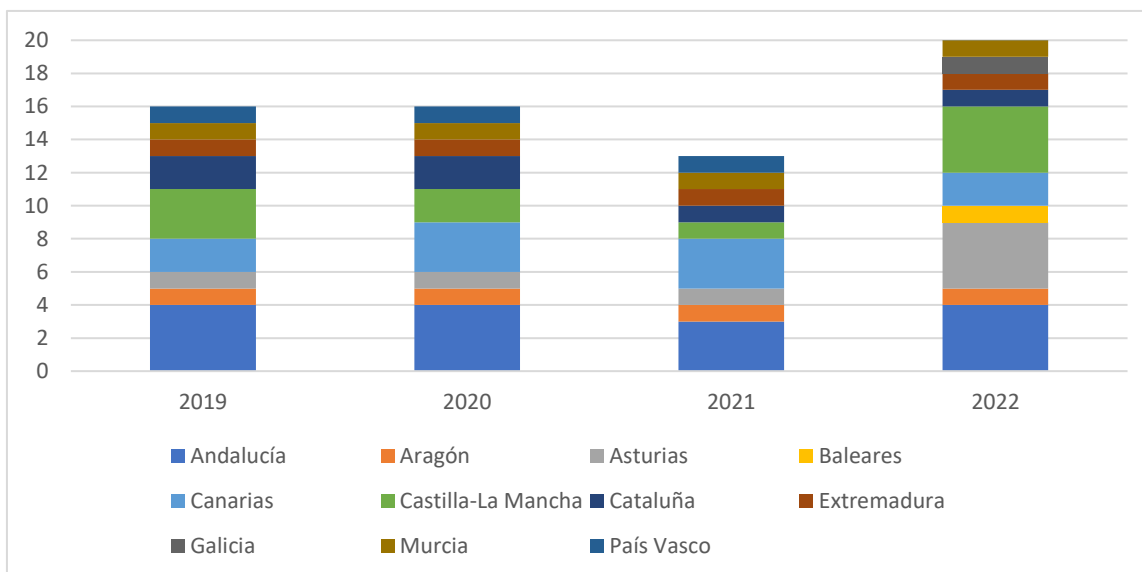
Lo que resulta evidente es que el turista sostenible o ecoturista no suele viajar solo.

➤ Procedencia

Dentro de este grupo de visitantes de espacios naturales, se puede establecer una clasificación por comunidades autónomas.

El Gráfico 2 permite visualizar más claramente los territorios de procedencia de los encuestados desde 2019 hasta 2022.

Gráfico 2. Procedencia de los datos de los encuestados



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del Club Ecoturismo España

En cada una de las comunidades autónomas, existen diferentes destinos de los que proceden los datos, es decir, diferentes entidades asociadas al Club Ecoturismo España.

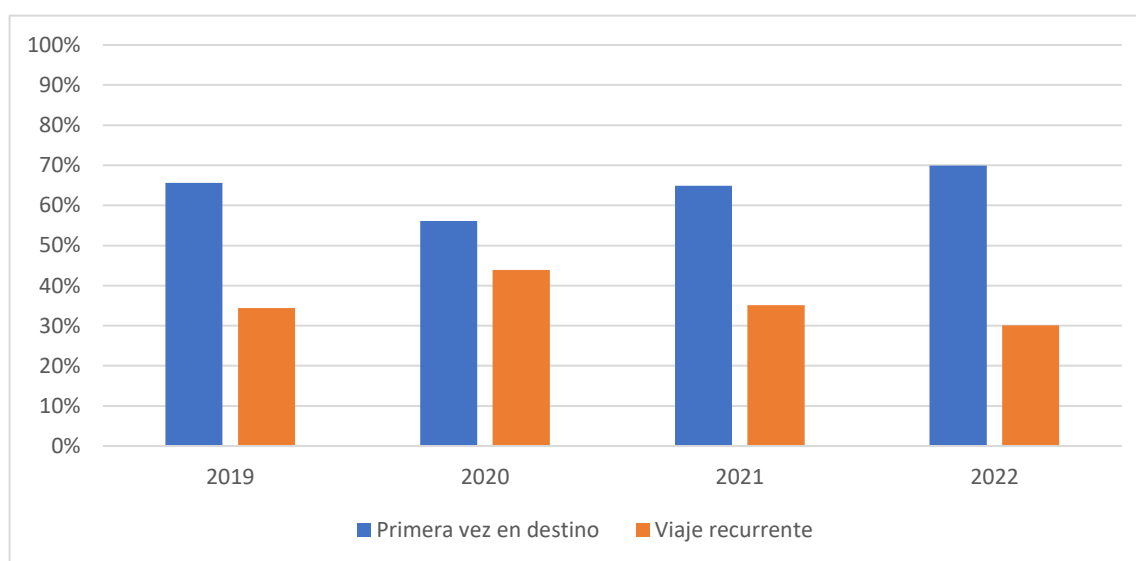
Tal y como se observa en el Gráfico 2, la procedencia de los datos es muy variada, pudiendo destacar sobre todo la participación de las comunidades de Andalucía,

Canarias y Castilla-La Mancha. Esto supone una gran ventaja, pues ayuda a que los datos se encuentren diversificados por todo el territorio español.

➤ Frecuencia de viaje

Tal y como se introdujo al inicio del epígrafe, las nuevas tendencias turísticas ligadas a la sostenibilidad y la ecología tienen cada vez una mayor importancia en el sector. Por eso es importante ver la evolución de la recurrencia o repetición en las visitas a entornos naturales, lo que se representa en el Gráfico 3.

Gráfico 3. Recurrencia de viaje de los encuestados



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del Club Ecoturismo España

El Gráfico 3 muestra que en 2019 un 65,6% de los visitantes acudía por primera vez al destino, mientras que el 34,4% restante ya había visitado el lugar con anterioridad.

Teniendo en cuenta el Estado de Alarma de 2020 y la reducción del número de viajes, parece lógico que el porcentaje de personas que visitan por primera vez un espacio natural se haya reducido (casi un 10% respecto a 2019). No obstante, se ha visto un incremento de visitas recurrentes, que alcanza el 43,90%.

En 2021 se han ido recuperando las cifras del 2019, con un predominio de personas que visitan por primera vez el espacio natural (64,9%). En 2022, siguiendo las líneas del 2021, se ha incrementado levemente el número de personas que acuden por primera vez al lugar (69,9%), mientras que se redujo el porcentaje de visitas recurrentes.

En todos los años se reflejan cifras positivas, tanto con un elevado porcentaje de personas que ha visitado por primera vez esos entornos como de las que han decidido repetir, algo muy gratificante a la hora de evaluar dicha tendencia.

Aunque el ligero crecimiento del porcentaje de primeras veces apoya el argumento de que cada vez existe un mayor compromiso por viajar de manera sostenible y ecológica, creemos que estas cifras deberían ir en aumento debido a las nuevas tendencias y cambios de hábitos de los turistas.

➤ Motivación

Las causas que hacen que los espacios naturales reciban tal cantidad de visitantes se encuentran relacionadas con la motivación y caracterización de estos sujetos.

En el año 2019, el 69,7% de los encuestados ha alegado “visitar el espacio natural como motivación principal de su viaje. Así mismo, se dan otro tipo de motivaciones asociadas al descanso y el bienestar (“conocer la zona” y “descansar y relajarse en la naturaleza”, por ejemplo) o a actividades de ocio como “practicar una actividad física o deportiva”.

En 2020 se mantiene la misma motivación principal, llegando a incrementarse casi un 2% con respecto al año anterior. En 2021 y 2022, la motivación de “visitar el espacio natural”, aunque sigue siendo mayoritaria con un 48% y 45,8% respectivamente, ha reducido su importancia, mientras que se ha incrementado la de “descansar y relajarse en la naturaleza”.

En definitiva, se puede concluir que el ecoturista “da prioridad a motivos relacionados directamente con la naturaleza” (Club Ecoturismo España, 2023).

Basándonos en los datos de los diferentes años podemos señalar el perfil de los ecoturistas: en su mayoría son mujeres, de entre 35 y 49 años, procedentes de España y con una situación laboral activa; también se puede señalar que son turistas que recorren los paisajes y pueblos de los espacios naturales, entre 2 y 4 veces al año y contratando actividades alguna vez.

➤ Estancia media

Siguiendo la relación entre las variables, la duración de la estancia en los espacios naturales es un factor clave a la hora de estudiar el turismo sostenible y el ecoturismo.

Empezando por el 2019, el promedio de las estancias (30%) se sitúa entre 3-4 noches, con un porcentaje significativo (29%) de 2 noches. Realizando la media de noches, ha resultado 3,58 noches/viaje.

Al año siguiente, con la pandemia, las categorías más significativas son 2 noches, seguido de 3-4 noches, llegando incluso a alargar hasta 5-8 noches. Todas las cifras son muy similares a las de 2019, consiguiendo una duración media de 3,96 noches/viaje.

El informe del 2021 refleja que “el 27,7% de los usuarios permanece 2 noches fuera de su residencia habitual” (Club Ecoturismo España, 2022). Las siguientes dos categorías con mayores porcentajes son 5-8 noches y 3-4 noches.

En 2022 las categorías más frecuentes siguen siendo las citadas anteriormente, liderando los viajes de 2 noches con un 25,7%.

Aunque en general la duración media ha tenido una evolución muy constante, predominando los viajes de 2 noches, viendo las cifras publicadas por el Club Ecoturismo España, parece que cada vez se recortan más las estancias, haciendo que se incrementen, por ejemplo, las estancias de una noche y se reduzcan considerablemente las estancias de 9-15 días.

➤ Gasto medio

Como última variable se ha seleccionado el gasto medio de los turistas, pues refleja en cierta medida la implicación que tienen con este tipo de modalidad turística.

Los datos del 2019 reflejan que “el mayor gasto que realiza el ecoturista durante su viaje corresponde al alojamiento y las comidas”, según Club Ecoturismo España (2020). Ambas categorías, junto con otras como las compras y los museos, conducen a que el gasto medio sea de 133,66€ por persona y día.

En 2020 los efectos del covid-19 han hecho que las cifras sean muy irregulares. No obstante, alojamientos y restauración son las dos categorías principales de gasto, y la media de gastos totales por persona y día se mantiene en 119,19€.

Durante el año 2021, los turistas encuestados destinan el 61,2% de su gasto a categorías de alojamiento y restauración. Así mismo, invierten un 83,7% en souvenirs y compras. El resto de las categorías de gasto (rutas guiadas, visitas a museos...) no superan el 50%. En definitiva, los ecoturistas en 2021 han realizado un gasto de 141,32€ por persona y día.

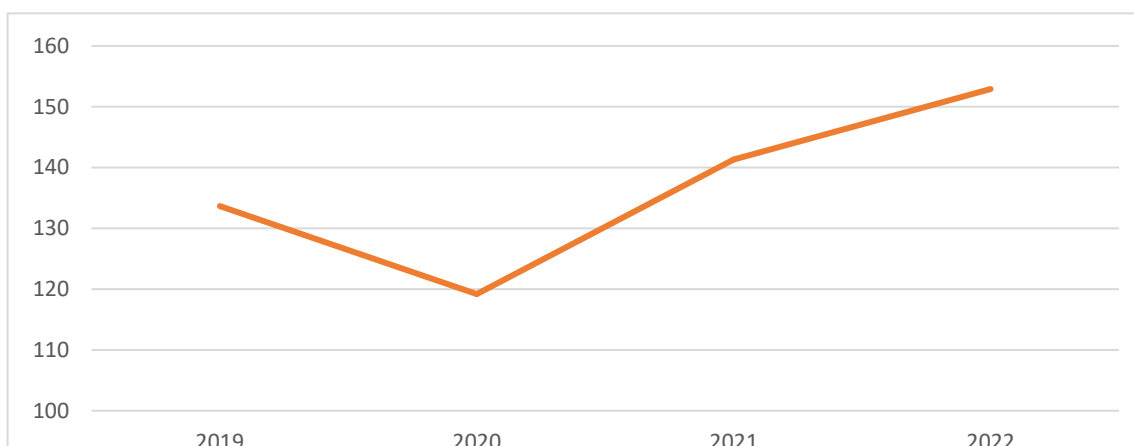
Por último, en 2022, “los ecoturistas invierten el 61,5% de su gasto total en las categorías de alojamiento y comida (bares y restaurantes) y el gasto total estimado se sitúa en 152,91€ por persona y día”, según Club Ecoturismo España (2023). A su vez,

la compra de productos locales y souvenirs sigue siendo importante, pues un 86% de los encuestados invierte en ello.

En resumen, el gasto medio y los porcentajes de gasto han seguido una tendencia positiva, superándose año tras año. Eso refleja una mayor implicación de los ecoturistas en sus viajes y favorece el crecimiento y desarrollo económico de los destinos.

El Gráfico 4 representa muy bien la evolución positiva del gasto descrita anteriormente.

Gráfico 4. Evolución del gasto medio de los ecoturistas (en euros)



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del Club Ecoturismo España

4.1.1. Encuesta a la población

La sociedad demanda el turismo sostenible y ecoturismo, por lo que es importante identificar cuáles son los conocimientos que tiene la población en general acerca de esta tendencia turística, pues es un término relativamente reciente.

A partir de la encuesta realizada (véase Anexos. Modelo I) se han obtenido un total de 94 respuestas, de las que el 75,5% han sido realizadas por mujeres, y el 24,5% por hombres. La ocupación de los encuestados es muy variada, siendo el 35,1% estudiantes, el 42,6% empleados, el 12,8% funcionarios, 6,3% autónomos y el 3,2% jubilados.

Respecto a la franja de edad en la que se encuentran los encuestados, gran parte afirman tener entre 18-24 años (36,2%) o entre 45-54 años (34%).

Respecto a la procedencia de los encuestados, destaca la provincia de A Coruña (75,5%). El 7,4% proceden de la provincia de Lugo, el 2,1% de Ourense y el 4,3% de

Pontevedra. El resto están muy repartidos por el territorio nacional (7,5%) e internacional, obteniéndose un 3,2% de las respuestas de Argentina.

A continuación, se exponen los resultados relativos a cada una de las variables recogidas en la Tabla 2:

➤ Gusto por el turismo

Tomando como punto de origen la sencilla pregunta de "¿Te gusta hacer turismo?", el 97,9% de los encuestados responden afirmativamente, dejando claro que a cualquier persona le gusta viajar y conocer lugares nuevos.

➤ Grado de conocimiento sobre el turismo sostenible/ecoturismo

Esta es una de las variables más importantes de este análisis, pues sirve para identificar qué entiende la sociedad cuando se le pregunta por los términos de turismo sostenible y ecoturismo.

De todos los encuestados, sólo un 73,4% ha oído hablar alguna vez de estos términos y algunas de las definiciones que exponen son: "turismo que respeta el lugar donde se realiza", "el que tiene en cuenta la repercusión económica y medioambiental para los visitantes de los anfitriones", "viajar sin dañar la tierra", "turismo bueno con el planeta, que cumple los ODS", "turismo no invasivo ni contaminante", "aquel que no daña el ecosistema, la naturaleza y busca generar menos contaminación ambiental"...

Aunque la mayoría de las personas que han oído hablar de dicha terminología sabe diferenciar ambos conceptos, resaltando que el turismo sostenible se refiere a la protección medioambiental del entorno, mientras que el ecoturismo se centra más en la naturaleza, creemos que es necesaria una mayor educación ambiental y sostenible, a fin de reducir el número de personas que desconocen estos términos.

➤ Concienciación sobre el impacto de la actividad turística

En este caso, se ha preguntado si a la hora de seleccionar un destino las personas se fijan en el impacto que genera su actividad turística al medioambiente. Un 38,3% de ellas afirma que realiza las actividades turísticas sin pensar en sus posibles impactos al medio, es decir, no se preocupan por lo que pueda derivar de ello. Un 18,1% se muestra indiferente y el 12,8% es consciente del impacto negativo, pero no actúa para cambiarlo.

El restante 30,9% es aquel que se fija en el impacto que genera y trata de realizar aquellas actividades que lo minimicen. Este último segmento es el que debería ser más representativo y sin embargo no lo es, lo que indica que se debe de incidir más en

concienciar a la población a la hora de desarrollar actividades turísticas que afecten al medio ambiente.

- Opinión sobre el desarrollo de actividades y normativas relativas al turismo sostenible

Dentro de esta variable se han planteado dos preguntas similares.

En primer lugar, a la pregunta de “¿Consideras que se deben potenciar actividades o acciones vinculadas con este tipo de turismo?”, la mayoría de los encuestados (88,3%) dejan claro que deberían de potenciarse nuevas actividades relacionadas con esta práctica turística. Este aspecto puede resultar contradictorio al relacionarlo con la variable anterior, pues una gran cantidad de personas no hace nada por reducir los impactos de su actividad y, por muchas acciones o actividades que se creen, su comportamiento va a seguir igual.

La segunda pregunta se refiere a si debieran de existir nuevas normativas que regulen ciertas prácticas turísticas para contribuir así a la sostenibilidad. Cuestión también contradictoria, ya que el 96,8% están de acuerdo en el desarrollo de estas nuevas políticas, pero dentro de ese porcentaje se incluyen personas que no miran por el impacto de su actividad turística, lo cual no encaja mucho con el criterio de querer beneficiar al desarrollo sostenible.

Algunos de los comentarios que han dejado los encuestados en este apartado se resumen en: “debería de haber más ofertas de turismo sostenible a un precio para todos los bolsillos”, “es difícil poner en práctica estas formas de turismo”, “es complicado, pues todos queremos ver o visitar aquellos sitios que se han puesto de moda”, entre otros.

- Nivel de conocimiento sobre recursos turísticos sostenibles en su ciudad

El 51,1% de las personas ha reconocido que desconoce si en su ciudad existen recursos turísticos que la hagan ser sostenible. Mientras el 12,8% ha dicho que existe una amplia oferta, el 37,2% que opina lo contrario.

Esto demuestra quizás tanto una falta de educación social como de promoción acerca del turismo sostenible, haciendo que muchas personas estén desinformadas sobre este tipo de recursos en su propia ciudad.

Asimismo, se ha querido preguntar sobre el conocimiento de alguna ciudad sostenible, a lo que sólo el 27,7% ha dicho que sí, poniendo de ejemplo ciudades como

A Coruña, Ámsterdam, Azores, la Comarca das Mariñas, Oslo, Vitoria, Londres, París o Tokio, entre otras.

Lo cierto es que las respuestas van por el buen camino, pues un reciente artículo de Batlle Cardona (2023) recoge algunas de las ciudades anteriores dentro del ranking de ciudades más sostenibles del planeta.

➤ Grado de conocimiento sobre parques naturales existentes

En el vértice del ecoturismo, un 80,9% confirma tener conocimiento acerca de los parques naturales, ejemplificando con algunos casos como: Fragas del Eume, Parque Nacional de las Islas Atlánticas, Picos de Europa, Timanfaya, etc.

Por su parte, resulta extraño que el 19,1% desconozca qué es un parque natural, pues en España hay más de 100 Parques Naturales y 16 Parques Nacionales repartidos por todo el territorio

De todas formas, los ejemplos descritos por los encuestados llevan a confusión, pues muchos no diferencian entre un Parque Nacional y un Parque Natural.

Según la web del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (2023), los parques naturales son aquellas áreas naturales que, gracias al conjunto de sus ecosistemas y biodiversidad, “poseen unos valores ecológicos, estéticos, educativos y científicos cuya conservación merece una atención preferente”.

Además, se engloba dentro de esta categoría a los Parques Nacionales, los cuales siguen una legislación específica. Este tipo de espacio natural es aquel que tiene un importante valor natural y cultural, con poca alteración por parte del ser humano y que, con el conjunto de sus elementos, su conservación merece “una atención preferente y se declara de interés general de la Nación por ser representativo del patrimonio natural español” (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2023).

➤ Motivación para realizar un viaje sostenible

Si algo une a las 94 respuestas que conforman la muestra, es su motivación a la hora de realizar un viaje sostenible.

Las principales motivaciones se resumen en 3 frases: “desconexión en la naturaleza”, “saber que estaría contribuyendo a mi nivel cultural y de entretenimiento, a la vez que al medioambiente” y “conocer nuevas formas de turismo”.

No obstante, algunas personas no han sabido especificar cuál sería su motivación, argumentando que necesitan más información sobre esta modalidad del turismo. Una vez más, se pone en valor la necesidad de una mayor educación medioambiental.

➤ Opinión sobre el turismo sostenible

La última variable de la encuesta hace referencia a la opinión que tiene la sociedad sobre el turismo sostenible.

El 85,1% considera que es una tendencia que debería de quedarse para siempre, dada la necesidad de proteger y respetar la sostenibilidad ambiental, económica y social.

Por el contrario, un 6,4% indica que es algo que no le interesa a mucha gente, y el 3,2% lo considera una tendencia pasajera. El resto de los encuestados coinciden en que es algo con poco interés, pero que debería de quedarse entre las tendencias turísticas actuales.

En definitiva, es evidente que existe cierto interés por que permanezcan este tipo de modalidades turísticas entre la sociedad. No obstante, sigue estando presente un porcentaje de personas cuya opinión podría no ser 100% fiable, pues no tienen los conocimientos suficientes sobre el turismo sostenible.

4.2. Análisis de la oferta en España

Para que exista una demanda siempre debe existir una oferta, pudiendo hablar así de que son términos complementarios. En este punto se analizan una serie de variables relacionadas directamente con la oferta de turismo sostenible y ecoturismo a nivel nacional. Dichas variables se encuentran definidas en la Tabla 1 y se basan en los informes del Club Ecoturismo de España.

Además, es importante tener en cuenta que todos los resultados que se presentan a continuación se han obtenido gracias a la colaboración de las empresas del Club.

➤ Número de empresas

Comenzando con los datos del 2019, el número de empresas colaboradoras asciende a 195, representando el 40,5% del total de empresas asociadas al Club en dicho año.

Aunque en 2020, como consecuencia de la crisis del Covid-19, la cifra de empresas colaboradoras desciende a 86, 2021 (con 141 empresas) refleja el inicio del proceso de recuperación del sector, que ya alcanza en 2022 las 208 empresas colaboradoras.

Actualmente hay un total de 393 empresas adheridas al Club, todas distribuidas por el territorio nacional. Esta cifra no ayuda mucho para obtener unas conclusiones claras dado que el número de empresas ha ido creciendo con el paso de los años. No obstante, sirve para tener una estimación y apreciar que es necesaria una mayor participación de las empresas, para intentar alcanzar el 100% de la participación.

Relacionado con esta variable, también se puede mencionar a EUROPARC-España. Se trata del “principal foro profesional de las áreas protegidas en España”(EUROPARC-España, 2023) que, desde 1993, se dedica a discutir y elaborar propuestas para mejorar los espacios naturales.

Se relaciona con dicha variable de manera que se refleja que cada vez hay más empresas vinculadas con el sector de la sostenibilidad, además de nuevas iniciativas que impulsan esta tendencia turística.

➤ Actividad principal de la empresa

A partir de los datos de 2019, se obtiene que la mayor parte de las empresas se dedican fundamentalmente a alojamiento, actividades o a la combinación de alojamiento + actividades. Además, se dan otras empresas turísticas como agencias de viajes, restaurantes, centros de visitantes, industria agroalimentaria, museos, etc.

En cuanto a 2020 y 2021, la tendencia continúa ya que más del 50% de los encuestados afirma que su empresa de ecoturismo es su principal fuente de ingresos.

En 2022 se observa un aumento de los establecimientos de alojamiento, un descenso en agencias de viajes y surgen nuevas tipologías, como las vinculadas con el alquiler de vehículos. Además, un amplio porcentaje de empresas continua diciendo que su negocio es su actividad económica principal y sólo una pequeña parte afirma que se trata de una actividad complementaria.

Como síntesis se concluye que alojamientos y actividades son el foco principal de las empresas, las cuales obtienen esos beneficios como fuente de ingresos principal. De cara a próximos años y analizando el comportamiento de los usuarios, se prevé que nazcan nuevas tipologías de empresas de ecoturismo, pero alojamientos siempre será la principal actividad pues es una de las partes más importantes a la hora de viajar a un destino.

➤ Número de clientes por tipo de empresa

Teniendo en cuenta que dentro del sector del ecoturismo existen múltiples tipologías de empresas, con esta variable se pretende analizar el número de clientes totales, haciendo referencia a las categorías más importantes.

En 2019, un 47% de las empresas (incluyendo empresas de alojamientos, actividades y otros servicios turísticos) obtuvo un número de clientes inferior o igual a 500 personas. Así mismo, un 20,6% afirma recibir entre 1.001-5.000 clientes e incluso un 11,8% ha recibido más de 10.000.

Las dos categorías que han recibido un mayor volumen han sido alojamientos (303.220) y actividades (61.789), seguidas de otras como restauración (14.750) o alojamiento + actividades (13.220). El número total de clientes en este año llega a 417.153.

Los datos del año de pandemia han sido irregulares, y han hecho que más de la mitad de las empresas reciban 500 o menos clientes, reduciéndose drásticamente las empresas que reciben más de 10.000, por ejemplo. No obstante, alojamientos (96.276) y actividades siguen liderando como las principales categorías de empresas y contribuyen a que el número total de clientes en 2020 alcance los 139.798.

En 2021, se observa una recuperación del número de visitantes; aunque las empresas siguen recibiendo menos de 500 clientes, pero empiezan a incrementarse aquellas que reciben entre 1.000 – 5.000. Se trata de un proceso de recuperación lento, ya que el número de clientes totales fue de 197.638.

Segmentando la información, se mantienen las dos categorías principales: alojamientos con 76.466 clientes y actividades con 55.686. Así mismo, aparecen nuevas categorías como el transporte y alquiler de vehículos, con un total de 400 clientes.

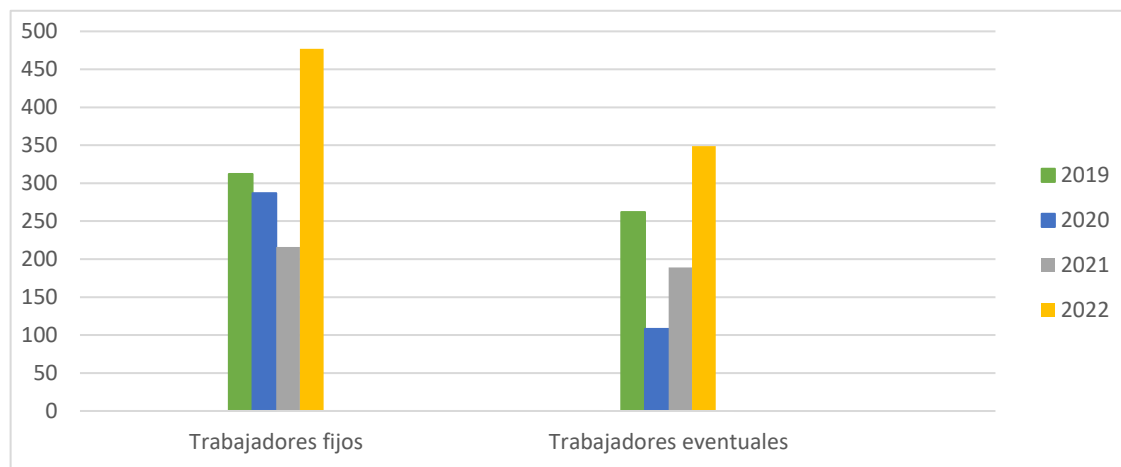
Los datos de 2022 muestran que se han recibido 450.000 clientes y que la mayor parte de las empresas siguen teniendo un volumen inferior a 500 clientes, consolidándose como la frecuencia más alta y con tendencia a mantenerse así de cara a futuro. Aunque las empresas de alojamientos continúan ostentando el mayor peso, esto puede deberse que representan la mayoría de las empresas que suelen responder los informes del Club.

Como vemos, analizando la evolución desde 2019 se ha visto que, pese al periodo de pandemia, las cifras tienden a incrementarse.

➤ Recursos humanos

La existencia de esta variable es indispensable, pues sin empleados no podría existir oferta. Para una mayor comprensión de la información, el Gráfico 5 recoge las cifras correspondientes a trabajadores fijos y eventuales desde 2019 hasta 2022.

Gráfico 5. Número de trabajadores en empresas del Club Ecoturismo España



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del Club Ecoturismo España

En 2019, los datos de empleo sitúan en un 50% a los trabajadores fijos y en el otro 50% restante a los trabajadores eventuales, contratados sólo para momentos de alta demanda. No obstante, este porcentaje puede variar si se analizan por separado los diferentes sectores de empresas de ecoturismo. Además, las mujeres representan el 57% de los trabajadores del sector.

El parón del turismo en 2020 trajo consigo una caída del empleo, sobre todo de tipo eventual (cayó un 58,8% de media) y afectó fundamentalmente a las empresas más pequeñas, es decir, con 5 o menos trabajadores.

Durante el año 2021, el 52,9% de los empleados eran eventuales. El empleo femenino, se sigue manteniendo como predominante en el sector del ecoturismo, haciendo que el papel de las mujeres en la vida laboral sea cada vez más reconocido.

Respecto a la recuperación del empleo, se observa que casi el 50% de las empresas aseguran tener el mismo número de empleados en 2021 y 2020, pese a que existen algunas que se han visto obligadas a reducirlo. De todas formas, "el 82,8% de las empresas encuestadas ha realizado una contratación igual o mayor que en 2020" (Club Ecoturismo España, 2022).

El año 2022 permite hacer una comparativa general con los datos prepandémicos, demostrando que el 75% de las empresas han mantenido el empleo e incluso aumentado su plantilla.

A partir de los informes podemos extraer tres conclusiones: que la mayoría de las empresas de ecoturismo son pequeñas, que cada vez tienen una mayor cantidad de trabajadores eventuales y que el papel de la mujer en el sector del ecoturismo cobra cada vez mayor relevancia.

➤ Facturación

Para ver la buena coordinación entre la oferta y la demanda, se presenta la variable de facturación. De esta manera se refleja la implicación de los usuarios con las empresas de ecoturismo.

En términos generales, en 2019 el 15% de las empresas tuvo una facturación superior a 300.000 €, seguido de un 14,2% que no obtuvo más de 5.000 €. Ambas categorías de facturación son muy dispersas entre sí, pudiendo acusarse a la situación particular de cada empresa.

Teniendo en cuenta todos los tipos de empresa participantes (alojamiento, restauración...), la facturación total de 2019 alcanza más de 38 millones de euros (concretamente 38.371.717 €).

El año 2020 estuvo marcado por una escasa facturación (cae hasta 5.171.551 €) debido a la caída del número de clientes y la ocupación anual. El 13,4% de las empresas facturó entre 50.000 y 75.000 €, seguido de empresas con menos de 5.000 €.

En 2021 se consigue retomar las cifras del 2019, con un 15,9% de empresas que facturan más de 300.000 €. En este año se refleja una clara recuperación, con tendencia al alza de cara a los próximos años, llegándose a una facturación anual total de 18.744.175 €, un 262,4 % más en comparación con 2020.

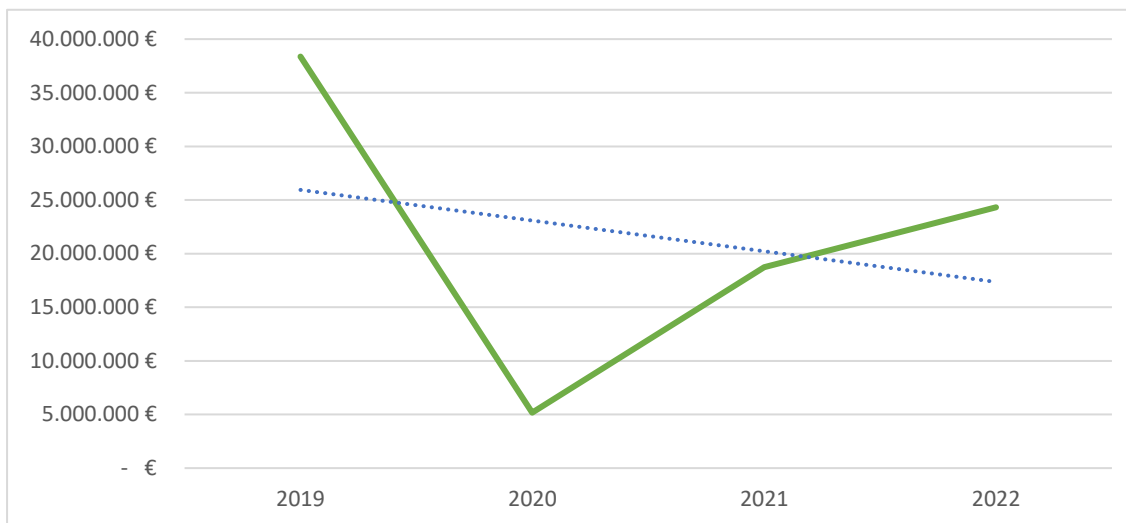
Ya en 2022, siguen liderando las empresas que facturan más de 300.000 € y menos de 5.000 €, con una facturación anual de 24.310.378 €.

Como conclusión, se observa que las categorías principales de facturación (más de 300.000 € y menos de 5.000 €) se han mantenido en todos los periodos del estudio y que, teniendo en cuenta el contexto de 2020, se ha mostrado una creciente recuperación. Todavía no se alcanzan las cifras del 2019, pero viendo el crecimiento

continuo es probable que para el 2023 se superen, demostrando también la gran implicación por parte de los clientes de las empresas.

El Gráfico 6 refleja un resumen de lo expuesto anteriormente con respecto a la facturación total anual.

Gráfico 6. Facturación anual de las empresas desde 2019 a 2022



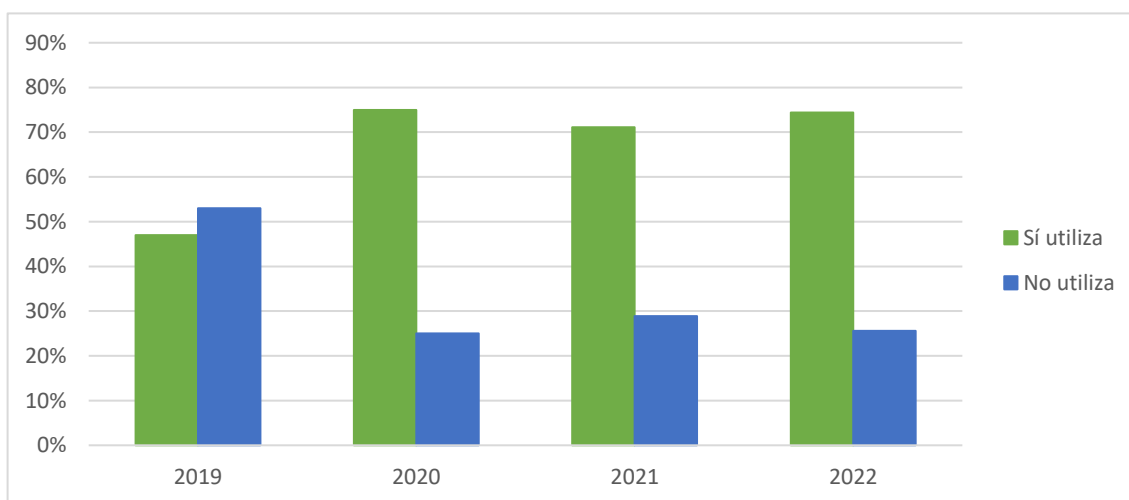
Fuente: elaboración propia, a partir de datos del Club Ecoturismo España

➤ **Uso de la marca 'Soy Ecoturista'**

A la hora de promocionar las empresas de ecoturismo resulta más atractivo apoyarse en las marcas del destino como, en este caso, el sello 'Soy Ecoturista' (marca correspondiente al Club Ecoturismo de España).

El Gráfico 7 muestra los porcentajes de uso del distintivo de ecoturismo.

Gráfico 7. Uso de la marca 'Soy Ecoturista'



Fuente: elaboración propia, a partir de datos del Club Ecoturismo España

En 2019, el 47% de las empresas encuestadas se apoyó en la marca 'Soy Ecoturista' a la hora de promocionarse, ya sea reflejando el logo en la web, en las redes sociales, en el propio establecimiento o informando a sus clientes. Pudiera ser un porcentaje más significativo, aunque cada vez hay más empresas que muestran interés por utilizar dicho sello.

Sorprendentemente, en 2020 sólo un 25% afirma no utilizar la marca distintiva, de manera que el resto lo informa a sus clientes de la misma manera que en 2019. Quizás la pandemia ha supuesto un momento de inflexión en el que debe resaltar más el valor de las empresas, en el sentido de potenciar aquello que las hace únicas y diferentes, como por ejemplo su compromiso con el ecoturismo.

En 2021, se ha visto un ligero descenso del uso de la marca, aunque se superan los datos de 2019 y se mantiene como una tendencia positiva, tal y como puede comprobarse con los datos de 2022.

En resumen, la apuesta por identificarse con el sello del Club Ecoturismo de España ha seguido siempre una tendencia positiva que permite que sea una marca de calidad para reforzar el valor de los productos o servicios ofertados por las empresas. Además, supone "un mayor compromiso hacia el Club y hacia esta tipología turística" (Club Ecoturismo España, 2023).

5. Galicia como destino sostenible.

Análisis cualitativo

En el marco del turismo sostenible, Galicia es sin duda una de las comunidades autónomas que lideran esta tendencia turística.

Según una publicación de Quintás (2021) para el periódico *Quincemil*, Galicia “cuenta con numerosos emplazamientos en los que el uso sostenible de los recursos naturales está a la orden del día, alberga seis parques naturales y un geoparque y en ella terminan las diferentes rutas del Camino de Santiago”.

Esto lleva a que convivan una gran variedad de opciones como las Islas Cíes, el Camino de Santiago o la Ribeira Sacra, haciendo que la comunidad gallega se convierta en una opción ideal de turismo sostenible para todo tipo de visitantes, tanto nacionales como internacionales.

Por ejemplo, las Islas Cíes conforman el Parque Nacional de las Islas Atlánticas de Galicia, junto con las Islas Ons, Sálvora y Cortegada, siendo el único parque nacional de la comunidad gallega. Salinero Corral et al. (2017) exponen que se trata de un espacio natural cuyos ecosistemas marinos y terrestres, así como el patrimonio cultural de la zona, están en perfecto estado de conservación.

La gran afluencia turística que se ha generado en torno a este espacio ha proporcionado “oportunidades para la difusión de los valores del Parque y sus necesidades de protección, y para el desarrollo socioeconómico del Parque y su área de influencia”.

Otro destino destacable es la Reserva das Mariñas Coruñesas e Terras do Mandeo, que se considera el Primer Destino de Ecoturismo Certificado de Galicia.

Dicho destino establece en su página web una serie de premisas que suponen una oportunidad para el territorio como “incentivar y fortalecer las iniciativas ligadas al turismo sostenible, generar oportunidades de capacitación y formación o mejorar la conservación ambiental y la información sobre los recursos naturales” (Reserva da Biosfera das Mariñas Coruñesas e Terras do Mandeo, 2023).

Al mismo tiempo, nacen nuevas iniciativas promotoras del turismo sostenible como el club Galicia Destino Sostible, cuyo objetivo es “integrar y poner en valor la oferta

turística de la región que contribuye a un crecimiento sostenible del destino”, tal y como lo define el Clúster Turismo de Galicia (2023) en la web del club.

Este club ha conseguido posicionarse en el sector del turismo sostenible gracias a su apuesta por un modelo turístico basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, contribuyendo a su vez al desarrollo local, medioambiental y gubernamental.

Por la importancia que tiene Galicia como destino sostenible, en este capítulo se analizan los resultados de las 3 entrevistas realizadas a entidades vinculadas con el turismo sostenible, con la finalidad de detectar los posibles retos y oportunidades del sector de cara al futuro.

A continuación, la Tabla 3 refleja las variables que son objeto de estudio.

Tabla 3. Variables relativas a las encuestas cualitativas

Variables
1. Grado de conocimiento sobre el concepto de turismo sostenible
2. Opinión sobre las iniciativas de turismo sostenible desarrolladas en la comunidad
3. Nivel de contribución de su empresa a dicha tendencia turística
4. Cambios en el concepto de turismo sostenible
5. Retos y oportunidades del turismo sostenible y el ecoturismo
6. Impacto del Covid-19 en el desarrollo de tendencias como el ecoturismo
7. Potencial de Galicia para convertirse en referente turístico de sostenibilidad

Fuente: elaboración propia

5.1. Interpretación de las variables

A partir de las variables referenciadas en la Tabla 3, se consiguieron una serie de resultados presentados a continuación. De todas formas, para una mayor comprensión se adjunta en Anexos cada una de las entrevistas en detalle.

➤ Grado de conocimiento sobre el concepto de turismo sostenible

Con esta primera variable se ha querido descubrir qué entienden las empresas como turismo sostenible, ya que en muchas ocasiones lleva a confusiones si se compara con el ecoturismo.

De entre las definiciones aportadas, la más clara ha sido la de la Entidad 1 (E1), la cual hace referencia al turismo sostenible como aquel que adapta su modelo de negocio hacia la sostenibilidad, mientras que el ecoturismo ha de realizarse en el entorno natural protegido. Además, este ecoturismo ha de llevar consigo un mensaje educativo detrás, haciendo que sea una experiencia de calidad y de contacto directo con la naturaleza.

Las otras dos entidades (E2 y E3) aportan conceptos similares, llegando a la conclusión de que se trata de un turismo que debe respetar el entorno físico, social, económico y , sobre todo, ambiental del lugar.

➤ Opinión sobre iniciativas de turismo sostenible desarrolladas en la comunidad

Partiendo del objetivo de querer ver la oferta de iniciativas en Galicia y su financiación, E1 y E3 cuestionan algunas de estas iniciativas existentes, ya que se trata de una situación que tiene que ir más allá de obtener una certificación. Ha de basarse en una formación constante de todo el empresariado, en conseguir que todas las empresas estén concienciadas con la situación y que lo transmitan a sus clientes.

Por ejemplo, la E1 presume de ser el único destino que forma anualmente a su empresariado para darles una triple certificación: Marca de Reserva de Biosfera, Sello SICTED y Sello Club Ecoturismo de España.

Hablando de financiación para este tipo de proyectos, sí que se cuenta con ayudas, pero la conclusión general es que deberían desarrollarse nuevas propuestas y conseguir un mayor grado de implicación con la sostenibilidad. Tal y como justifica la E2, "nunca es suficiente, siempre se puede mejorar".

➤ Nivel de contribución de su empresa a dicha tendencia turística

Viendo el amplio abanico de empresas que realizan actividades de sostenibilidad, es necesario ver en qué medida contribuyen a esta tendencia.

Cada una de las entidades encuestadas tiene su propia aportación al turismo sostenible y el ecoturismo, pero todas ellas siguen una dirección similar.

E1 se centra en actividades puramente ecoturísticas, trabajando periódicamente con el empresariado local. De hecho, se ha consolidado como el Primer Destino de Ecoturismo certificado de Galicia.

Dentro de la actividad de ecoturismo se engloban diferentes factores como las actividades en el propio medio o el contacto con la cultura local, pero hablar de gastronomía también es importante. Por ello, se puede decir que esta empresa es el único destino que tiene certificado el producto agroalimentario, lo cual supone un gran sello distintivo.

Por su parte, E2 se dedica a la actividad hotelera, pero contribuyendo en cierta medida con su ahorro energético y, sobre todo, con la preservación del patrimonio natural y cultural. De esta manera intenta no repercutir con efectos negativos sobre la zona en la que se encuentra, dado que está en el corazón de la Ribeira Sacra. Su privilegiada ubicación permite ofrecer actividades ecoturísticas, culturales e incluso gastronómicas.

Por lo que respecta a la E3, se centra más en la parte de actividades en el medio natural, al definirse como una empresa de ocio. Su contribución al ecoturismo radica en ofrecer unos servicios de calidad, trabajando siempre con empresarios y negocios locales, utilizando productos de proximidad. Además, son actividades pensadas para grupos reducidos de personas, lo que facilita una mayor formación y protección sobre el medio en que se llevan a cabo.

➤ Cambios en el concepto de turismo sostenible

Dado el contexto globalizado en el que se mueve la sociedad, se ha decidido lanzar la pregunta: “¿Puede convertirse el turismo sostenible en el nuevo turismo de masas?” con el objetivo de ver en qué nivel de masificación se encuentra esta práctica turística.

En este caso, cada entidad lo ha interpretado de una manera diferente. E1 expone que es evidente que las prácticas de turismo de masas se pueden “maquillar” y convertirlas en sostenible, bien sea con la reducción del consumo de agua o medidas similares.

En cuanto a la E2, opina que todavía hay una carencia de concienciación y falta mucho para que ese turismo sostenible se pueda masificar.

Por último, la E3 complementa las respuestas anteriores en cuanto dice que si el turismo sostenible se vuelve un turismo de masas es porque lo han permitido, ya que “un turismo de masas nunca sería sostenible”.

➤ Retos y oportunidades del turismo sostenible y el ecoturismo

Se ha visto a lo largo del trabajo que el turismo sostenible es una tendencia reciente que cada vez está ganando más importancia. Por ello, se ha preguntado a las empresas encuestadas cómo ven el futuro de esta modalidad, para de ahí inferir los retos y oportunidades del sector.

Todas las empresas encuestadas coinciden en que es una tendencia en constante crecimiento y por la que se debe apostar cada vez más. No sólo es necesario incentivar mayores prácticas y destinos ecoturísticos y sostenibles, sino también luchar para que no se conviertan en lugares masificados y degradados.

Además de estas iniciativas propias, la E1 señala que de cara al futuro habrá muchas propuestas que ya serán obligatorias por parte de la Unión Europea. Esto lleva a pensar que cada vez se tiene más conciencia y preocupación por el tema.

➤ Impacto del Covid-19 en el desarrollo de tendencias como el ecoturismo

El Covid-19 ha marcado un punto de inflexión en todos los sectores, entre ellos el turístico. Desde aquel momento, el sector se ha ido recuperando poco a poco, volviendo a la normalidad e intentando remontar las cifras que había hasta entonces.

Para ver este impacto se preguntado por la influencia que ha tenido la pandemia en el desarrollo de estas tendencias turísticas.

Es evidente que ha supuesto un punto de inflexión en el ritmo de vida de la población mundial, haciendo también que las prácticas turísticas cambien.

E1, E2 y E3 coinciden en que sí que se ha notado el cambio, en el sentido de que al salir de la cuarentena la gente empezó a viajar con menos frecuencia y con mayor protección y seguridad que en época prepandémica. Se demandaban más destinos en entornos naturales y alejados de cualquier tipo de aglomeración.

Bien es cierto que ese cambio de conciencia poco ha durado, ya que ahora todo el mundo viaja como si no hubiera pasado nada, retomando las prácticas de masificación que había en su momento.

De todas formas, E1 recalca que el Covid-19 “ha marcado en cierta manera la tendencia”, en el sentido de que las generaciones futuras van a empezar a demandar experiencias más sostenibles y únicas, donde se valorará más la calidad de la propia experiencia.

➤ Potencial de Galicia para convertirse en referente turístico de sostenibilidad

Como última variable del análisis, se ha apostado por la pregunta de “¿Cree que Galicia puede convertirse en un referente turístico en cuanto al turismo sostenible?” con la idea de ver hasta qué punto se puede potenciar y explotar el territorio gallego como líder de sostenibilidad y ecoturismo.

E1 y E2 comparten la opinión de que Galicia tiene mucho que explotar y podría situarse como líder en destinos de turismo sostenible y ecoturismo junto con el norte en España, donde las condiciones geográficas y climáticas son muy similares.

Para poder ser una referencia, la tarea fundamental consiste en mejorar y ser más conscientes con todas las políticas relacionadas con el tema.

Por eso, la E3 critica que la comunidad gallega no está preparada todavía para ponerse en la cabeza de esta tendencia, dado que hay una carencia de sensibilización por parte de la Administración central y la población.

Ejemplos de la escasa concienciación son la instalación de eólicos dentro de parques naturales o la masificación que produce el Camino de Santiago, entre otros. Tal y como expuso la E3 en la entrevista: “Podremos acercarnos a turismo sostenible, pero sin cambios en las mentalidades, nunca seremos un referente”.

5.2. Retos y oportunidades

Una vez analizadas las diversas opiniones de las empresas acerca del turismo sostenible en Galicia, se han extraído una serie de ideas que podrían entenderse como los retos y oportunidades a los que se enfrenta este sector.

5.2.1. Retos

Ante cualquier nueva tendencia han de aparecer barreras a las que enfrentarse. En este caso, el turismo sostenible y el ecoturismo han de hacer frente a los retos que se proponen a continuación:

- Lucha continua contra el impacto medioambiental y todo lo relativo al cambio climático, como por ejemplo la reducción de la huella de carbono o el ahorro energético.

De hecho, la E1 entrevistada en el epígrafe anterior anuncia una nueva medida que ha adoptado: la reducción y compensación de la huella de carbono de aquellas empresas certificadas. El objetivo de esto será invertir esa

compensación en la mejora de infraestructuras o espacios de la zona que conforma la Reserva de la Biosfera.

- Conseguir una mayor sensibilización por parte del empresariado y la población local. De esta manera, todo el mundo estará más concienciado con la sostenibilidad a la hora de viajar.

Así mismo, ese empresariado ha de estar formándose constantemente con el objetivo de tener una alta profesionalización y ofrecer servicios de máxima calidad.

- Poner en valor aquello que hace único a los entornos naturales (cultura local, gastronomía, fauna, etc.). Es decir, resaltar los atributos principales de los destinos, para que la demanda aumente, pero sin llegar a los límites de su capacidad de carga.

Esta medida también ha de contribuir a la generación de riqueza, tanto económica como de empleo, en el lugar de origen.

- Dinamización de nuevos destinos en espacios naturales. Con ayudas de fondos económicos, se trata de encontrar nuevas zonas para este tipo de turismo o recuperar aquellas que en su momento fueran degradadas, bien por el paso del tiempo o por la masificación turística.

Con esta medida se busca la recuperación de entornos rurales, lo que ha de ir muy ligado al crecimiento del turismo rural.

5.2.2. Oportunidades

Por su parte, la existencia de retos conlleva también una serie de oportunidades como:

- Aprovechamiento de las nuevas tecnologías a la hora de potenciar y promocionar un destino sostenible y ecoturístico. Además, las nuevas herramientas de marketing digital han de facilitar una mayor divulgación de esta tendencia turística, incidiendo sobre todo en el carácter educativo y ambiental.

No obstante, a la hora de ofrecer la experiencia en destino, el objetivo fundamental será que el propio ecoturista desconecte .

- Diversificación de la oferta existente, es decir, creación de nuevos modelos de negocio, de manera que los turistas tengan una mayor oferta en el destino. A

modo de ejemplo se podría citar la creación de paquetes turísticos sostenibles, el incremento de empresas de actividades en la naturaleza y alojamientos ecoturísticos o la creación de centros de interpretación, entre otros.

- Convertir el ecoturismo en un punto de referencia dentro del sector turístico. Gracias a los valores sociales, educativos y medioambientales, el ecoturismo tiene que aprovecharse como una auténtica oportunidad en la que Galicia pueda liderar. Tal y como dijo con anterioridad la E1, "el ecoturismo va a la vanguardia" y la comunidad gallega debe ser un ejemplo de ello.

Con el paso de los años se irá viendo en que medida se van cumpliendo estos retos y oportunidades que se han expuesto.

6. Conclusiones

Una vez desarrollado el estudio estadístico, se ha llegado a una serie de conclusiones que han permitido alcanzar el objetivo propuesto inicialmente, el cual hace referencia al análisis del fenómeno del turismo sostenible y el ecoturismo.

Gracias al marco teórico presentado al principio del trabajo y a los análisis cuantitativo y cualitativo, se ha conseguido indagar en el mundo de esta tendencia turística tan popular en los últimos tiempos.

En general, toda la información expuesta se ha ido relacionando entre sí en los diferentes epígrafes, dejando claros los 3 pilares fundamentales de este turismo: sostenibilidad económica, social y ambiental.

A priori turismo sostenible y ecoturismo suelen parecer sinónimos, pero se ha descubierto que son términos muy similares y a la vez muy lejanos, pues el ecoturismo se centra en los entornos naturales y el turismo sostenible se basa fundamentalmente en lo que la propia palabra indica: la sostenibilidad.

Además, se trata de alternativas turísticas que pueden llegar a relacionarse con las premisas del turismo rural, a modo de evadirse de la realidad urbana.

Consolidándose como una tendencia positiva de cara al futuro del turismo se ha estudiado en profundidad el comportamiento de su demanda y su oferta.

Por lo que respecta a la demanda, la pandemia ha beneficiado a este tipo de turismo, ya que las motivaciones de viaje han ido evolucionando y cada vez son más las personas que buscan opciones diferentes, como por ejemplo “visitar el espacio natural”, “descansar y relajarse en la naturaleza” o “conocer nuevas formas de turismo”.

Cada vez son más numerosos los demandantes que viajan por primera vez y suelen hacerlo acompañados, realizando estancias generalmente cortas, que tienden a vincularse con estancias de fin de semana. Dentro de estas estancias, existe un incremento continuo en los gastos, lo que alude a un claro compromiso económico, social y ambiental por parte de los ecoturistas.

Bien es cierto que un gran porcentaje de esos gastos se refiere a la compra de souvenirs, lo cual devalúa en cierta medida la actuación de los visitantes. Hoy en día, la mayor parte de la población prioriza el presumir de estar en un destino; es decir, se

preocupa más por subir una fotografía a sus redes sociales o por comprar un recuerdo y decir “yo estuve ahí”, que en disfrutar y desconectar en el propio lugar. Lo ideal sería intentar limitar este tipo de actitudes, ya que suelen conducir a comportamientos negativos, basados en la mera apariencia pública.

Dentro de esta demanda, el análisis muestral realizado a la población ha determinado que es necesaria una urgente educación ambiental y sostenible, debido a que gran parte de la sociedad desconoce los términos de turismo sostenible y ecoturismo.

Una de las consecuencias de ese desconocimiento es que la gente no sabe la oferta que tiene en su propia ciudad sobre este turismo. Muchas veces uno no se da cuenta de lo que tiene a su alrededor hasta que, por ejemplo, sufre daños o se masifica. Aunque esto también podría justificarse con la falta de promoción sobre ecoturismo.

Así mismo, más del 50% de la población no es consciente del impacto que genera su actividad turística en el medio o, si lo es, no hace nada por cambiarlo. No obstante, existe una contradicción a esto ya que la mayoría de los encuestados apoya la creación de más actividades y normativas vinculadas a la sostenibilidad.

Resulta extraño que alguien que no se preocupa por cuidar el medio quiera que se incrementen las iniciativas en él. Por eso, se necesita una mayor divulgación social, ya que también afecta a otras cuestiones como las motivaciones de viaje personales.

Otro aspecto para valorar es el nivel que requiere practicar este tipo de turismo, pues se suele asociar a un perfil con edad media, altos conocimientos y poder adquisitivo medio-alto. Los encuestados exigen un turismo sostenible más accesible, pero subjetivamente hablando es algo costoso, ya que lo que se ofrece es una experiencia de mayor calidad y autenticidad. Por tanto, se trata de un tipo de experiencias que se pagan por su valor cultural, social y ambiental.

Por lo que respecta a la oferta, se ve un predominio de empresas de alojamientos y actividades que poco a poco van innovándose y contribuyendo al turismo sostenible, manteniéndolo como su fuente principal de ingresos.

No sólo se aprecia un crecimiento en el número de empresas, sino también en el número de clientes de estas y, sobre todo, un crecimiento económico que intenta alcanzar las cifras de 2019.

Iniciativas como EUROPARC y el sello del Club de Ecoturismo de España llevan a un mayor compromiso por la sostenibilidad y la protección del entorno natural.

De manera global, se necesita tener iniciativa propia tanto desde la perspectiva de la oferta como de la demanda. Una iniciativa que en los últimos años ha ido creciendo con fuerza hasta convertirse en una de las tendencias turísticas del momento.

Si se siguen las líneas de trabajo actuales, se augura un buen futuro para el turismo sostenible y el ecoturismo, en el que se irá viendo una mayor implicación por parte de la población y los organismos públicos.

Hablando de Galicia, se espera que se mantenga como referencia en sostenibilidad e incluso pueda llegar a convertirse en líder de esta tendencia como consecuencia de la amplia oferta que existe en dicho territorio.

Gracias a las entrevistas realizadas a diferentes entidades, se han sacado algunos retos y oportunidades que se basan en cuatro aspectos: formación constante del empresariado y el compromiso de la población local; resaltar los atributos principales de los destinos; optimizar el uso de las nuevas tecnologías como técnicas de promoción y comunicación; y diversificación de la oferta.

En unos años, uno de los factores que más habrá cambiado esta tendencia son las nuevas tecnologías, ya que cada día surgen nuevas funciones.

Con todo esto se concluye que se está ante una de las ramas del turismo que más fuerza e interés tienen, pero para poder seguir explotándola positivamente, hay que ser conscientes y conocedores de lo que el ecoturismo y el turismo sostenible conllevan.

Bibliografía

- Asociación de Ecoturismo en España (2020). *Recopilación de datos e información de referencia sobre ecoturismo*. Recuperado 15 de febrero de 2023, de https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2019/06/InformeSintesis_DatosReferencia_ECOTURISMO.pdf
- Batlle Cardona, M. (2023, enero 14). *Estas son las diez ciudades más sostenibles del planeta*. Recuperado 23 de marzo de 2023, de: https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/estas-son-las-diez-ciudades-mas-sostenibles-del-planeta_18332
- Biosphere Tourism (s. f.). *Certificación de sostenibilidad*. Recuperado 16 de marzo de 2023, de: <https://www.biospheretourism.com/es>
- Carta del Turismo Sostenible* (1995). Recuperado 9 de marzo de 2023, de: <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Carta-del-Turismo-Sostenible-Lanzarote-Espan%CC%83a-1995.pdf>
- Clúster Turismo de Galicia. (2023). *Inicio. Galicia Turismo Sostible*. Recuperado 24 de marzo de 2023, de: <https://galiciadestinosostible.com/>
- EUROPARC-España. (2023). *¿Qué es Europarc-España? – EUROPARC*. Recuperado 16 de marzo de 2023, de: <https://redeuroparc.org/que-es-europarc-espana/>
- European Commission (2022, octubre 13). *Ecolabel-Home*. Recuperado 14 de marzo de 2023, de: https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home_en
- Fernández Fernández, J. (2015). *El turismo sostenible en España: Análisis de los planes estratégicos de sostenibilidad en el ámbito local*.

Fuente de Val, G. de la. (2019). Turismo y Paisaje: Caminando hacia la sostenibilidad y responsabilidad social. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 12(27), 1.

Gago de Santos, P. (2019). El papel del turismo rural y el ecoturismo ante la desaceleración del turismo receptor en España en 2018. *Journal of Tourism and Heritage Research: JTHR*, 2(1), 204-219.

Galicia, promotora del turismo sostenible. (2022, junio 8). Galicia, promotora del turismo sostenible - Portal da Oficina Galicia Empresa. Recuperado 16 de marzo de 2023, de: https://galiciaempresa.xunta.gal/es/ao-dia?content=/.content/nova-ove/nova_00019.xml

Hosteltur. (2022, abril 22). *Cuatro tendencias que dan forma a los viajes sostenibles en 2022 | Economía*. Hosteltur: Toda la información de turismo. Recuperado 22 de febrero de 2023, de: https://www.hosteltur.com/151149_cuatro-tendencias-que-dan-forma-a-los-viajes-sostenibles-en-2022.html

Hosteltur. (2018, junio 2). *El perfil del ecoturista español | Economía*. Hosteltur: Toda la información de turismo. Recuperado 15 de febrero de 2023, de: https://www.hosteltur.com/128442_perfil-ecoturista-espanol.html

Huesear, A. (1993). *NUEVO MARCO CONCEPTUAL DEL TURISMO*.

ICTE. (s. f.). S Marca de Sostenibilidad. *ICTE*. Recuperado 16 de marzo de 2023, de: <https://marcas-icte.es/s-marca-de-sostenibilidad/>

Jareño, J. A. C. (2020). Orígenes e impactos del ecoturismo: Origins and impacts of ecotourism. *Kalpana- Revista de Investigación*, 18, Article 18.

Leal Londoño, M.P. (2018). *Turismo ecológico y sostenible: perfiles y tendencias*. Recuperado 15 de febrero de 2023, de: http://www.aept.org/archivos/documentos/Informe_Turismo%20Ecologico.pdf

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2023). *Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. Recuperado 28 de febrero de 2023, de: <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (2023). *Espacios Naturales Protegidos*. Recuperado 02 de abril de 2023, de: https://www.miteco.gob.es/es/biodiversidad/temas/espacios-protegidos/espacios-naturales-protegidos/enp_categorias.aspx

Observatorio de Ecoturismo en España (2020). *Informe Demanda 2019*. Recuperado 5 de abril de 2023, de: https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2019/06/InformeSintesis_EstudioDemandaEcoturismo_2019.pdf

Observatorio de Ecoturismo en España (2021). *Informe Demanda 2020*. Recuperado 20 de marzo de 2023, de: https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2019/06/InformeDEMANDA-REAL_2020_ObservatorioEcoturismo.pdf

Observatorio de Ecoturismo en España (2022). *Informe Demanda 2021*. Recuperado 20 de marzo de 2023, de: https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2019/06/Informe-Demanda-2021_ObservatorioEcoturismo.pdf

Observatorio de Ecoturismo en España (2023). *Informe Demanda 2022*. Recuperado 2 de abril de 2023, de: https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2023/03/Informe_DEMANDA_2022_Observatorio_Ecoturismo.pdf

Observatorio de Ecoturismo en España (2020). *Informe Oferta 2019*. Recuperado 20 de marzo de 2023, de: https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2019/06/InformeSintesis_EstudioOfertaEcoturismo_2019-1.pdf

Observatorio de Ecoturismo en España (2021). *Informe Oferta 2020*. Recuperado 20 de marzo de 2023, de: https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2019/06/InformeOFERTA_EMPRESAS_2020_ObservatorioEcoturismo-1.pdf

Observatorio de Ecoturismo en España (2022). *Informe Oferta 2021*. Recuperado 20 de marzo de 2023, de: https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2019/06/Informe-Oferta-2021_ObservatorioEcoturismo.pdf

Observatorio de Ecoturismo en España (2023). *Informe Oferta 2022*. Recuperado 2 de abril de 2023, de: https://soyecoturista.com/wp-content/uploads/2023/03/Informe_OFERTA_2022.pdf

OMT (2023). *Desarrollo sostenible | OMT*. Recuperado 15 de febrero de 2023, de: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

OMT (2023). *El turismo en la Agenda 2030 | OMT*. Recuperado 28 de febrero de 2023, de: <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>

OMT (2023). *Glosario de términos de turismo | OMT*. Recuperado 20 de febrero de 2023, de: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

OMT (2023). *Turismo Rural | Organización Mundial del Turismo*. Recuperado 1 de marzo de 2023, de: <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

Orgaz-Agüera, F. (2014). Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, 26, 47-66.

Pellejero Martínez, C. (2022). *Historia económica del turismo en España: (1820-2020) : de los viajeros románticos al pasaporte COVID*. Pirámide.

Pérez, B. (2019). *Introducción a la estadística descriptiva* [Material del aula]. Facultad de Economía y Empresa, A Coruña

Pérez-García, A. (2019). *Métodos y técnicas de investigación aplicados al turismo* [Material del aula]. Escuela Universitaria de Turismo EUT, A Coruña.

Quintás, P. (2021, junio 19). *El potencial de Galicia para el turismo sostenible, una gran oportunidad económica*. Quincemil. Recuperado 27 de marzo de 2023, de: <https://www.elespanol.com/quincemil/articulos/economia/turismo-sostenible-una-gran-oportunidad-economica-para-galicia>

Reserva da Biosfera das Mariñas Coruñesas e Terras do Mandeo. (2023). *Reserva da Biosfera*. Recuperado 5 de abril de 2023, de: <https://www.marinasetanzos.gal/reserva-da-biosfera-descripcion>

Salinero Corral, M. del C., Vela Fernández, P., & Castiñeiras, J. R. (2017). La ruta de la camelia: Un ejemplo de turismo sostenible integrada en el medio natural de Galicia. *Mol: boletín de la Sociedad de Ciencias de Galicia*, 17 (Diciembre-December), 27-44.

Sánchez, E. M. S. (2001). El auge del turismo europeo en la España de los años sesenta. *Arbor*, 170(669), Article 669. <https://doi.org/10.3989/arbor.2001.i669.918>

The International Ecotourism Society. (s. f.). What Is Ecotourism. *The International Ecotourism Society*. Recuperado 28 de febrero de 2023, de: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>

Travelife, accommodation sustainability certification. (s. f.). Travelife for Accommodation. Recuperado 16 de marzo de 2023, de: <https://travelifestaybetter.com/es/>

UNWTO. (2002). *Ecoturismo y áreas protegidas* | OMT. Recuperado 10 de marzo de 2023, de: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>

UNWTO INSTO. (2022). *Málaga se integra en la Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT* | OMT. Recuperado 28 de febrero de 2023, de: <https://www.unwto.org/es/news/malaga-se-integra-en-la-red-internacional-de-observatorios-de-turismo-sostenible-de-la-omt>

UNWTO INSTO. (2023). Home. *UNWTO INSTO*. Recuperado 28 de febrero de 2023, de: <http://insto.unwto.org/>

Vallejo Zamudio, L. E. (2009). Del crecimiento económico al desarrollo sostenible: Una aproximación. *Apuntes del CENES*, 28(47), 99-116.

Anexos

Modelo de encuesta I

INFORMACIÓN PREVIA	
Ocupación	<input type="radio"/> Estudiante <input type="radio"/> Desempleado <input type="radio"/> Empleado <input type="radio"/> Funcionario <input type="radio"/> Jubilado <input type="radio"/> Otro
Sexo	<input type="radio"/> Hombre <input type="radio"/> Mujer <input type="radio"/> Otro
Grupo de edad	<input type="radio"/> Menor a 18 <input type="radio"/> 18 años a 24 años <input type="radio"/> 25 años a 34 años <input type="radio"/> 35 años a 44 años <input type="radio"/> 45 años a 54 años <input type="radio"/> Mas de 54
Procedencia	<input type="radio"/> Provincia de A Coruña <input type="radio"/> Provincia de Lugo <input type="radio"/> Provincia de Ourense <input type="radio"/> Provincia de Pontevedra
PREGUNTAS	
1	¿Te gusta hacer turismo?
	<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No

2	<p>¿Has oído hablar del término turismo sostenible? ¿Y ecoturismo?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Si ○ No <p>En caso afirmativo, define brevemente ambos conceptos</p> <p><i>Respuesta libre</i></p>
3	<p>A la hora de seleccionar un destino, ¿te fijas en el impacto que produce tu actividad como turista al medioambiente?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Si, además intento que mi actividad produzca el mínimo impacto posible ○ Si, pero no me preocupo por ello ○ Indiferente ○ No, realizo las actividades turísticas sin pensar en sus impactos medioambientales
4	<p>¿Consideras que se deben potenciar actividades o acciones vinculadas con este tipo de turismo?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Si, debieran de potenciarse nuevas actividades relacionadas con el turismo sostenible y el ecoturismo ○ Indiferente ○ No, creo que es suficiente con la oferta existente
5	<p>¿Deberían de existir normativas que regulen ciertas prácticas turísticas como la masificación, contribuyendo así a la sostenibilidad?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Si ○ No <p>Comentarios: <i>respuesta libre</i></p>
6	<p>¿Crees que tu ciudad cuenta con recursos turísticos que la hacen ser sostenible?</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Si, existe una amplia oferta ○ Desconozco si existen recursos turísticos sostenibles ○ No, existe una carencia de ello

7	¿Sabrías decirme alguna ciudad sostenible?
	<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No
	Si es así, expón algunos ejemplos
	<i>Respuesta libre</i>
8	Vinculado directamente con el ecoturismo, ¿conoces los parques naturales?
	<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No
	En ese caso, indica alguno que hayas visitado
	<i>Respuesta libre</i>
9	¿Qué te motivaría a realizar un viaje sostenible?
	<i>Respuesta libre</i>
10	Para finalizar, ¿cuál es tu opinión sobre el turismo sostenible?
	<input type="radio"/> Es una tendencia pasajera, es una moda <input type="radio"/> Es algo que no le interesa a mucha gente <input type="radio"/> Es una tendencia que debería de quedarse para siempre, dada la necesidad de proteger y respetar la sostenibilidad ambiental, económica y social <input type="radio"/> Otra (<i>respuesta libre</i>)

Modelo de encuesta II

INFORMACIÓN PREVIA	
Tipo de institución	<input type="radio"/> Agencia de viajes minorista <input type="radio"/> Alojamiento

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Asociación de Turismo ○ Oficina de turismo local ○ ONG ○ Ocio y restauración ○ Otro (indique cual)
Ocupación	<i>(puesto de trabajo que ocupa en la institución)</i>
Localización	<ul style="list-style-type: none"> ○ Provincia de A Coruña ○ Provincia de Lugo ○ Provincia de Ourense ○ Provincia de Pontevedra
PREGUNTAS	
1	¿Cómo define usted el turismo sostenible?
	<i>Respuesta libre</i>
2	¿Qué opina de las iniciativas de turismo sostenible que se están llevando a cabo en Galicia, como por ejemplo el Club Galicia Destino Sostible? ¿Considera que son suficientes? ¿Cuentan con la financiación suficiente por parte de los entes públicos?
	<i>Respuesta libre</i>
3	¿De qué manera contribuye su empresa a esta tendencia del turismo?
	<i>Respuesta libre</i>
	En caso de realizar actividades de turismo sostenible, indique el área al que pertenecen:
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ecoturismo ○ Turismo cultural ○ Turismo de aventuras ○ Turismo gastronómico ○ Otro (indique cual)

4	¿Puede convertirse el turismo sostenible en el nuevo turismo de masas?
	<i>Respuesta libre</i>
5	¿Cómo ve el futuro (5 años aproximadamente) del turismo sostenible? ¿A qué retos y oportunidades se enfrenta el turismo sostenible y el ecoturismo?
	<i>Respuesta libre</i>
6	La pandemia del Covid-19 ha marcado un punto de inflexión en todos los sectores a nivel mundial. ¿En qué medida considera que ha influido en el desarrollo de nuevas tendencias turísticas, como el caso del ecoturismo?
	<i>Respuesta libre</i>
7	Para finalizar, ¿cree que Galicia puede convertirse en un referente turístico en cuanto al turismo sostenible?
	<i>Respuesta libre</i>

Encuesta II: Resultados

ENCUESTA 1: RESERVA DAS MARIÑAS CORUÑESAS E TERRAS DO MANDEO	
INFORMACIÓN PREVIA	
Tipo de institución	Entidad gestora de la Reserva y Entidad gestora del propio geodestino turístico+ Grupo de Desarrollo Rural
Ocupación	<i>Técnico de turismo</i>
Localización	Provincia de A Coruña
PREGUNTAS	
1. ¿Cómo define usted el turismo sostenible?	

Un modelo de turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, del sector, del territorio y de la población local

Turismo sostenible: aplicar la sostenibilidad al turismo. Básicamente convertir los destinos en sostenibles (con placas solares, inodoros de doble descarga etc.).

Ecoturismo: en un espacio natural protegido (zona red natura, geoparques, reservas biosfera...). Dicho espacio tiene que estar operado por pequeñas empresas locales. NO SE QUIERE MASIFICAR Y HAY QUE CONTROLAR LA CAPACIDAD DE CARGA.

Este es un turismo de calidad, de poder adquisitivo medio alto, bastante especializado. A la gente que viene se le enseña, hay un mensaje educativo detrás, de sensibilización por el patrimonio cultural y natural de la zona; respetar las costumbres locales y consumir producto local

Nueva iniciativa de la reserva: compensación de la huella de carbono de las empresas certificadas, mejorando ciertos espacios de la zona o las zonas visitables

2. ¿Qué opina de las iniciativas de turismo sostenible que se están llevando a cabo en Galicia, como por ejemplo el Club Galicia Destino Sostible? ¿Considera que son suficientes? ¿Cuentan con la financiación suficiente por parte de los entes públicos?

Hay que mirar más allá de un certificado. Tiene que haber una formación continua detrás y una mejora cuantificable de un año para otro.

No hay iniciativas de este tipo en Galicia, por lo que sí que se deberían de fomentar. "Galicia debería de estar a la vanguardia del ecoturismo en España".

Cuando una persona viene a Galicia una de las principales motivaciones es por la naturaleza y lo verde y comer bien (gastronomía). Habría que promocionar más eso, ya que son las claves del ecoturismo.

Ejemplo del Camino de Santiago. Es muy importante en todos los sentidos, pero hay que potenciar también otras cuestiones. Hay que diversificarse más turísticamente.

3. ¿De qué manera contribuye su empresa a esta tendencia del turismo?

Básicamente trabajando con el empresariado local periódicamente como Primer Destino de Ecoturismo certificado de Galicia

En caso de realizar actividades de turismo sostenible, indique el área al que pertenecen:

- Ecoturismo X
- Turismo cultural
- Turismo de aventuras
- Turismo gastronómico
- Otro (indique cual):

4. ¿Puede convertirse el turismo sostenible en el nuevo turismo de masas?

Por supuesto. El turismo de masas de ahora ya se puede justificar como sostenible con ciertos factores (reducción de agua, residuos...). "Se puede maquillar"

5. ¿Cómo ve el futuro (5 años aproximadamente) del turismo sostenible? ¿A qué retos y oportunidades se enfrenta el turismo sostenible y el ecoturismo?

"Nosotros en este territorio nos hemos adelantado". Se viene un futuro positivo donde Galicia debería de hacer una apuesta fuerte. Además, habrá cuestiones que ya sean de obligado cumplimiento (propuestas por UE, Estados, etc.). En definitiva, el ecoturismo va a la vanguardia.

6. La pandemia del Covid-19 ha marcado un punto de inflexión en todos los sectores a nivel mundial. ¿En qué medida considera que ha influido en el desarrollo nuevas tendencias turísticas, como el caso del ecoturismo?

Nos olvidamos pronto de lo que pasó con el covid. En su momento la gente sí que demandaba la naturaleza, destinos de proximidad. Pero en la nueva normalidad la gente cambia el chip y se vuelve a lo de antes, no aprendemos.

Sin embargo, la pandemia sí que ha marcado en cierta manera la tendencia. Las generaciones jóvenes van a demandar más este tipo de productos; experiencias más únicas.

Hoy en día, todo se basa en Instagram, en la espiral de redes sociales la cual lleva a problemas sociológicos. La salida a veces a estos problemas (ejemplo baño de

bosques en Japón) es demandar destinos naturales/alimentación saludable/actividades al aire libre, de "retiro espiritual". Hace años se vio el ejemplo con el turismo termal.

Cada vez se va a valorar más la calidad, el cómo aplicar la sostenibilidad.

Por otra parte, las nuevas tecnologías tienen que ser aprovechadas por el ecoturismo, pero en el momento de la experiencia, se tiene que conseguir que el ecoturista desconecte.

7. Para finalizar, ¿cree que Galicia puede convertirse en un referente turístico en cuanto al turismo sostenible?

Respondido con anterioridad.

ENCUESTA 2: PARADOR DE SANTO ESTEVO

INFORMACIÓN PREVIA

Tipo de institución	Alojamiento
Ocupación	<i>Departamento de Recepción</i>
Localización	Provincia de Ourense

PREGUNTAS

1. ¿Cómo define usted el turismo sostenible?

Es aquel en que se respeta el entorno físico, social, cultural y económico de un lugar determinado.

2. ¿Qué opina de las iniciativas de turismo sostenible que se están llevando a cabo en Galicia, como por ejemplo el Club Galicia Destino Sostible? ¿Considera que son suficientes? ¿Cuentan con la financiación suficiente por parte de los entes públicos?

Todo lo que suma para el desarrollo de la sostenibilidad del entono es beneficioso. Nunca es suficiente, siempre se puede mejorar. Falta financiación y nuevas iniciativas

3. ¿De qué manera contribuye su empresa a esta tendencia del turismo?
<i>Ahorro energético, preservación del entorno natural y del patrimonio nacional</i>
En caso de realizar actividades de turismo sostenible, indique el área al que pertenecen:
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ecoturismo X <input type="radio"/> Turismo cultural X <input type="radio"/> Turismo de aventuras X <input type="radio"/> Turismo gastronómico X <input type="radio"/> Otro (indique cual):
4. ¿Puede convertirse el turismo sostenible en el nuevo turismo de masas?
<i>No, están reñidos. Falta concienciación.</i>
5. ¿Cómo ve el futuro (5 años aproximadamente) del turismo sostenible? ¿A qué retos y oportunidades se enfrenta el turismo sostenible y el ecoturismo?
<i>Lo veo algo mejor, hay algunas cosas que están mejorando por ejemplo el reciclaje, o las nuevas modalidades de turismo con respeto a la naturaleza.</i>
6. La pandemia del Covid-19 ha marcado un punto de inflexión en todos los sectores a nivel mundial. ¿En qué medida considera que ha influido en el desarrollo nuevas tendencias turísticas, como el caso del ecoturismo?
<i>A raíz de la pandemia el ser humano se ha concienciado más del cuidado del entorno natural</i>
7. Para finalizar, ¿cree que Galicia puede convertirse en un referente turístico en cuanto al turismo sostenible?
<i>Con el cambio climático , el norte de España se ve favorecido por el turismo en general. Será un referente si entre todos nos convencemos de mejorar algunas políticas de sostenibilidad.</i>

ENCUESTA 3: ENTIDAD 'ANÓNIMA'	
INFORMACIÓN PREVIA	
Tipo de institución	Ocio y restauración
Ocupación	Gerente
Localización	Provincia de Pontevedra
PREGUNTAS	
1. ¿Cómo define usted el turismo sostenible?	
<p><i>Un turismo responsable, que se pueda mantener en el tiempo en varios sentidos:</i></p> <p><i>-Ambientales: que no degrade el espacio, incluso que mejore el lugar, controlando diferentes factores de este punto: no pisotear plantas, control de las especies invasoras que el turismo puede mover o acelerar, evitar erosión, evitar molestias a la fauna, etc. A mayores, que no suponga un alto coste ambiental a nivel consumo de combustibles fósiles, uso de energía renovables, reciclado de residuos, reducción de estos. Etc. Es decir, un turismo que no cree pisada ecológica en el lugar ni en el medio ambiente.</i></p>	
2. ¿Qué opina de las iniciativas de turismo sostenible que se están llevando a cabo en Galicia, como por ejemplo el Club Galicia Destino Sostible? ¿Considera que son suficientes? ¿Cuentan con la financiación suficiente por parte de los entes públicos?	
<p><i>Una completa mentira. Un lavado de cara, unirse a una moda, greenwashing. Cuenta con financiación, sí. Pero entra cualquiera y no supone una realidad para nada, no supone una definición de sostenibilidad. Precisamente en esos clubs hay empresas con denuncias ambientales abiertas por faltas graves medioambientales.</i></p> <p><i>Debería de tenerse un mayor grado de implicación y desarrollarse nuevas propuestas.</i></p>	
3. ¿De qué manera contribuye su empresa a esta tendencia del turismo?	
<p><i>Ofreciendo producto de calidad para aquel que lo quiera y explicando esos valores a los que les da igual el tipo de turismo a realizar.</i></p>	

<p><i>Con empleado local, cobrando lo que deben, neutralizando su carbono, estableciendo contacto con empresas que ofrecen producto local o de cercanía, manejando grupos reducidos, atendiendo a las zonas medioambientalmente frágiles y educando a los turistas a valorar todo tipo de patrimonio.</i></p>
<p>En caso de realizar actividades de turismo sostenible, indique el área al que pertenecen:</p>
<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ecoturismo X <input type="radio"/> Turismo cultural X <input type="radio"/> Turismo de aventuras X <input type="radio"/> Turismo gastronómico <input type="radio"/> Otro (indique cual): turismo de naturaleza
<p>4. ¿Puede convertirse el turismo sostenible en el nuevo turismo de masas?</p>
<p><i>Un turismo de masas nunca sería sostenible, así que los límites propios del turismo sostenible harían que nunca llegara a ser de masas. Si es de masas, es que han permitido que sea insostenible por moda, por greenwashing</i></p>
<p>5. ¿Cómo ve el futuro (5 años aproximadamente) del turismo sostenible? ¿A qué retos y oportunidades se enfrenta el turismo sostenible y el ecoturismo?</p>
<p><i>En auge, en crecimiento porque cada vez hay más gente interesada en él. Los retos son encontrar las zonas adecuadas para ese tipo de turismo dado que la degradación de los espacios, el turismo masivo que llega a cualquier sitio, e incluso las nuevas tecnologías y redes sociales hace que todo se masifique rápidamente.</i></p>
<p>6. La pandemia del Covid-19 ha marcado un punto de inflexión en todos los sectores a nivel mundial. ¿En qué medida considera que ha influido en el desarrollo nuevas tendencias turísticas, como el caso del ecoturismo?</p>
<p><i>Inicialmente sí marcó la diferencia, pero ya ha vuelto a la normalidad. La gente ha olvidado el tema de las aglomeraciones y la naturaleza y se ha vuelto a la normalidad.</i></p>
<p>7. Para finalizar, ¿cree que Galicia puede convertirse en un referente turístico en cuanto al turismo sostenible?</p>

Siendo sincera, no. Galicia tiene los ecosistemas destrozados, se destrozan los lugares de interés natural. Puede haber un turismo sostenible "ficticio", pero por motivos obvios de interés administrativo, de falta de conocimiento por su parte, por interés en turismo de masas. En el momento en que la administración comprenda el concepto de turismo sostenible, puede haber un cambio. Pero la población general y la administración no entienden el concepto.

Ejemplos: El turismo gastronómico asociado al turismo sostenible tiene que hablar de km0, pero también de uso de herbicidas y fertilizantes naturales, y en Galicia cuesta hacerlo entender // Hay que hablar de turismo en grupos reducidos, y aquí el turismo de camino de Santiago gana por las cantidades de personas que mueven // En los propios espacios, los eólicos, los embalses, las pruebas deportivas masivas, las especies invasoras... Todo esto es perjudicial para un turismo sostenible real. Y la propia administración y la población no comprenden los problemas.

Podremos acercarnos a turismo sostenible, pero sin cambios en las mentalidades, nunca seremos un referente.