

**LA SOSTENIBILIDAD EN EL
SECTOR TURÍSTICO:
DEFINICIONES, MODELOS Y
CASOS PARADIGMÁTICOS**

Trabajo Final de Grado

**Grado en Turismo
Curso: 2018 – 2019**

Tutora: Beatriz Forés Julián

Autora: Maria Ayuso Campos

DNI: 23846264 - W

e-mail: al340940@uji.es

*A mi tutora, por su ayuda, entrega y
sabias correcciones.*

*A mi facultad, por todo lo que he
aprendido y todo lo que soy gracias a
sus buenas praxis.*

*A mis padres, a los que debo todo lo
que soy.*

*A los que siempre han estado ahí. A
todos, gracias.*

ÍNDICE

RESUMEN	4
PALABRAS CLAVE	4
ABSTRACT	5
KEYBOARD	5
1. INTRODUCCIÓN	6
2. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO Y DESTINOS SOSTENIBLES	7
2.1. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO SOSTENIBLE	8
2.2. CARACTERÍSTICAS DEL DESTINO SOSTENIBLE	13
2.3. DIFERENCIAS ENTRE TURISMO SOSTENIBLE Y DESTINO SOSTENIBLE	15
2.4. COMPARACIÓN ENTRE OTRAS ALTERNATIVAS DE TURISMO Y EL TURISMO SOSTENIBLE	15
2.4.1. TURISMO SOSTENIBLE Y TURISMO CULTURAL	15
2.4.2. TURISMO SOSTENIBLE Y TURISMO RURAL	15
2.5. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE	16
3. LA SOSTENIBILIDAD FACTOR ESTRATÉGICO EN COMPETITIVIDAD	18
3.1. MODELOS DE MEDICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS	20
3.1.1. EL MODELO DE CROUCH Y RITCHIE	20
3.1.2. EL MODELO DE DWYER Y KIM	21
3.1.3. EL MONITOR DE COMPETITIVIDAD DEL “WTTC”	22
3.1.4. MODELO DE GOOROCHURN Y SUGIRYATO	24
3.1.5. MODELO DE COMPETITIVIDAD DE DESTINOS TURÍSTICOS DE HONG	25
4. CASOS PARADIGMATICOS DE DESTINOS TURISTICOS SOSTENIBLES	27
4.1. BUENAS PRÁCTICAS QUE CONFORMAN UN DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE	27
4.2. INICIATIVAS EN ESPAÑA	30
4.2.1. CATALUÑA	30
4.2.2. ECOTURISMO DEL OSO PARDO	31
4.2.3. ARAGÓN	32
4.2.4. NAVARRA	33
4.2.5. OTRAS INICIATIVAS DE TURISMO SOSTENIBLE	34
4.3. INICIATIVAS A NIVEL UE	34
4.3.1. MIDI-PIRINEOS	34
4.3.2. LANGUEDOC-ROSELLÓN	34
4.4. DESTINOS SOSTENIBLES	35
4.5. BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD A NIVEL DE EMPRESA TURÍSTICA: EL CASO DEL HOTEL VORAMAR	36
4.5.1. PLAN DE SOSTENIBILIDAD VORAMAR	37
4.5.2. RESPECTO DEL HOTEL VORAMAR	38
5. CONCLUSIONES	39
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41
6.1. TIPOS DE METODOLOGÍAS	42
6.2. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42
6.3. WEBGRAFÍA	45
6.4. BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA	47

7. ANEXOS	48
7.1. ABREVIATURAS UTILIZADAS	48

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1:	12
Pilares del turismo sostenible	
TABLA 2:	23
Indicadores de competitividad y descripción	
TABLA 3:	26
Distribución de las ventajas competitivas según Hong	
TABLA 4:	29
Principios de sostenibilidad	
TABLA 5:	32
Superficie y población en destino turístico pirenaico	
TABLA 6:	48
Abreviaturas empleadas	

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1:	9
Pilares fundamentales del turismo sostenible	
IMAGEN 2:	17
Cartel anunciador “Sea World”, del programa “Cup that Cares”	
IMAGEN 3:	31
Mapa del pirineo catalán por comarcas	

RESUMEN

El presente proyecto pretende hacer una valoración de la sostenibilidad de los hoteles, como parte esencial de toda actividad turística. La sostenibilidad de los destinos turísticos pasa ineludiblemente por la ubicación de los lugares destinados a la estancia de los turistas. La construcción de los emplazamientos hoteleros no ha estado nunca exenta de polémicas. Los grandes complejos *resorts* procuran desarrollarse lo más próximo a playas y enclaves naturales, y no pocas veces se anteponen los intereses económicos a la sostenibilidad. Lo que parece innegable es que la concienciación cada vez mayor de los clientes hace que los propietarios de los complejos hoteleros desarrollen su actividad bajo el lema de la sostenibilidad.

Por lo que el trabajo académico trata de analizar la sostenibilidad de los destinos turísticos siguiendo las siguientes estrategias: destinos turísticos definiéndose en primer lugar, conceptos clave como turismo y destino sostenible, explicando las características de cada uno y remarcando las diferencias entre ambos conceptos. Posteriormente se realizará una clasificación del turismo sostenible. Así como también se comparará con otras modalidades de turismo, a saber, el ecoturismo y el turismo rural.

Una vez asentados estos conceptos se estudiará la sostenibilidad de los destinos mediante el estudio de los modelos de medición de la competitividad, como los de Crouch y Ritchie (2000), Dwyer y Kim (2003) o el modelo de Hong (2009).

A continuación, se mostrarán las buenas prácticas de sostenibilidad, y se comentarán las iniciativas más paradigmáticas en España, en la Unión Europea y en el mundo.

Por último, se recogen las conclusiones finales del proyecto.

PALABRAS CLAVE

Sostenibilidad, destino turístico, calidad hotelera, producto turístico.

ABSTRACT

This project aims to assess the sustainability of hotels, as an essential part of all tourism activity. The sustainability of the tourist destinations inevitably passes through the location of the places destined for the stay of the tourists. The construction of hotel sites has never been without controversy. Large tourist complexes seek to develop the closest to beaches and natural enclaves, and economic interests are not rarely put before sustainability. What seems undeniable is the increasing awareness of customers makes the owners of hotel complexes develop their activity under the motto of sustainability.

So, the academic work tries to analyze the sustainability of tourist destinations following the following strategies: tourist destination defining first, key concepts such as tourism and sustainable destination, explaining the characteristics of each one and highlighting the differences between the two concepts. Subsequently, a classification of sustainable tourism will be carried out. As well as it will be compared with other types of tourism, namely ecotourism and rural tourism.

Once these concepts are established, the sustainability of the destinations will be studied through the study of competitiveness measurement models, such as those of Crouch and Ritchie (2000), Dwyer and Kim (2003) or the Hong model (2009).

Next, good sustainability practices will be shown, and the most paradigmatic initiatives in Spain, in the European Union and in the world, will be discussed.

Finally, the final conclusions of the project are collected.

KEYBOARD

Sustainability, tourist destination, hotel quality, tourism product.

1. INTRODUCCIÓN

Este trabajo pretende aportar al estudio del impacto de la sostenibilidad en el sector turístico; para ello se introducirán los principales conceptos relacionados, tales como turismo sostenible y destino sostenible, así como la diferencia entre ambos.

Se estudiarán también los modelos de medición de la competitividad de los destinos turísticos, según el modelo de Crouch y Ritchie (2000), el modelo de Dwyer y Kim (2003), el monitor de competitividad del “WTTC” (2011), el modelo de Goorochurn y Sugiryato (2005), el modelo de competitividad de destinos turísticos de Hong (2009).

Y finalmente los principales casos paradigmáticos a nivel nacional e internacional ayudaran a definir las principales características que ha de tener un destino de turismo sostenible para considerarse como tal.

Por ello la elección de la temática del presente TFG atiende al aumento en la concienciación de los turistas que son consumidores en destinos turísticos sostenibles. Si bien existe una gran cantidad de literatura académica al respecto, se ha procurado plasmar en el presente texto una simbiosis teórica y práctica que ponga de manifiesto la sensibilidad creciente a la hora de elegir destinos sostenibles como lugar de vacaciones.

Concretamente la estructura del trabajo

Después de esta introducción pasamos directamente a las características del turismo y de destinos sostenibles introduciendo pertinentemente las siguientes definiciones que lo sustentan. Una vez establecido el marco conceptual se explicará la importancia de la sostenibilidad como factor estratégico en la competitividad, esto nos ha llevado a revisar en este punto los principales modelos de medición de la competitividad de los destinos turísticos sostenibles. En un cuarto punto se analizarán los principales casos paradigmáticos a nivel de destino, en este punto también se hará énfasis en aquellas buenas prácticas y procedimientos en materia de sostenibilidad a nivel de empresa turística, a este cometido se introducirá el caso del hotel Voramar. El trabajo concluirá con un apartado de discusión en el que se analizaran las principales implicaciones del trabajo, limitaciones, y futuras líneas de investigación.

2. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO Y DESTINOS SOSTENIBLES

En el siguiente epígrafe se expondrán primeramente las definiciones básicas para la mejor comprensión del lector. No se trata de diseñar una excursión bibliográfica a modo de dossier, sino definir de forma sucinta, los conceptos básicos que se manejarán a lo largo del siguiente discurso. Posteriormente concretaremos en las características.

Turismo sostenible (TS):

Aquel que sigue los principios de sostenibilidad, minimizando el impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población local. GSTC (2011)¹.

El Gobierno de Aragón en su informe “Introducción al concepto de turismo sostenible”, se entiende por turismo sostenible como “todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad”² Blasco Lázaro (2005:1).³

La Organización Mundial del Turismo (OMT) un organismo internacional creado en 1975 con sede en Madrid, que cuenta con 158 estados miembro, cuya misión es fomentar la actividad turística, que además colabora estrechamente con la Organización de Naciones Unidas (ONU) desde un año después de su creación, y es una agencia ejecutiva del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) desde 1977.

La OMT por su parte, define Turismo sostenible como:

“[...] aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas...” UNWTO (s.f.)

¹ Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC). Vid. <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/eco-tour.html> [Fecha de consulta, julio 2019]

² Esta definición fue elaborada por la Federación de Parques de Nacionales y Naturales, FNNP en 1993.

³ Texto íntegro disponible en:

<https://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf> [Fecha de consulta, julio 2019]

Destino sostenible:

Aquel en los que las corporaciones municipales y la población residente velan por el cuidado de la zona turística a desarrollar, por el equilibrio de los ecosistemas y en el que se trazan las medidas oportunas para que los turistas se comporten de igual forma durante su estancia. Aqueae (2018)⁴

2.1. Características del turismo sostenible

La Organización Mundial del Turismo (OMT), en el año 1994, definió turismo sostenible en la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y Desarrollo como sigue⁵:

“Proceso de cambios en el que las alteraciones en la explotación de los recursos, gestión de las inversiones, orientación del desarrollo y, a nivel institucional son gestionadas de un modo coherente con las necesidades futuras y presentes” (OMT, 1994)

Dicha definición aborda el turismo sostenible como una actividad que implica una planificación, donde nada se deja a la improvisación y que combina con maestría la economía y el medioambiente, los beneficios y el desarrollo local, la inversión y la cultura y folclores de la región.

El turismo sostenible respeta los recursos naturales de la zona donde se desarrolla, y potencia la economía local de los residentes. Pretende un equilibrio nada baladí entre turistas y población autóctona, y procura que la actividad tenga una prolongación a largo plazo en el tiempo. Además, potencia el respeto entre actividad comercial y medioambiente; y vela por satisfacer las necesidades de los clientes sin comprometer el bienestar de la población autóctona. Se trata por tanto de desarrollar una estancia de calidad para visitantes y visitados, así como dotar a la comunidad receptora de mayor calidad de vida a través de puestos de trabajo y mayor generación de riqueza.

Tal y como apuntaba OMT (1994), los tres pilares fundamentales del turismo sostenible son los que se citan a continuación, a saber:

⁴ Vid. <https://www.fundacionaqueae.org/blog/consejos-del-agua/10-destinos-sostenibles-para-el-verano/> [Fecha de consulta, septiembre 2019]

⁵ Vid. <http://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/A/04.pdf> [Fecha de consulta, agosto 2019]

Imagen 1: Pilares fundamentales del turismo sostenible



Fuente: elaboración propia según el informe OMT (1994:260).

La sostenibilidad del turismo se basa en la calidad de la estancia al consumidor y en el aumento de la calidad de vida de la población residente (mediante flujo de ingresos, prestigio y puestos de trabajo, directos e indirectos). Por otro lado, no se concibe la sostenibilidad sin continuidad: la actividad debe ser prolongable en el tiempo, por eso los recursos se han de consumir con raciocinio, evitando la sobreexplotación. Para que la actividad perdure, el servicio que se ofrece al turista debe ser de calidad, exquisito y debidamente planificado.

Por otro lado, la calidad no solo influye en la percepción del consumidor: se procura buscar un equilibrio entre turismo y medioambiente, entre inversión y reparto de riquezas entre la población visitada. Este equilibrio no siempre se consigue con facilidad: los inversores buscan ante todo rentabilidad. Los empresarios buscan ante todo el negocio, ya que sin beneficios no hay empresa. No obstante, con cada vez más frecuencia es habitual encontrar diseños e infraestructuras que velen por el compromiso de sostenibilidad y equilibrio.

De este modo, según Gándara, Fraiz Brea, y Alén González, (2007), los destinos turísticos actuales no serán competitivos si tan solo buscan beneficios en términos económicos. Con cada vez más frecuencia, los turistas demandan destinos cuya rentabilidad vaya más allá del rédito y contemplen beneficios medioambientales y socioculturales.

El modelo convencional de turismo velaba casi exclusivamente por el beneficio. Desatendía de forma sistemática los recursos medioambientales y humanos de la zona donde se expandía. Por otro lado, los modelos de turismo tradicional solían saturarse con cierta

facilidad: la codicia de los empresarios por el lucro rápido con frecuencia degeneraba en sobreexplotación y el consecuente impacto medioambiental.

La sostenibilidad se soporta en la mejora de la calidad de los habitantes de la comarca donde se desarrolla la actividad turística. Las dimensiones del desarrollo humano son, según Valls, (1996), las que se citan a continuación:

- a) Cultural. La sostenibilidad mantiene los valores culturales del patrimonio y defiende el folclore y costumbres de los residentes.
- b) Social. El turismo sostenible proporciona riqueza y empleo a los habitantes del lugar.
- c) Ambiental. La sostenibilidad procura reducir el impacto medioambiental de la actividad turística.
- d) Calidad. El turismo promueve la calidad en los servicios ofrecidos al turista (en pro de la continuidad) y sobre todo en mejorar la calidad de vida de los habitantes residentes.

Lamentablemente tal y como manifestaban Albacete Saez y Fuentes Fuentes (2002), la gran mayoría de investigaciones relacionadas con el turismo sostenible apuntan a que éste se basa fundamentalmente en no cometer en los nuevos emplazamientos los errores anteriores que degeneraron en impactos negativos derivados del turismo masivo y sin control. Es decir, apenas existen estudios que pongan de manifiesto prácticas que conviertan los actuales destinos insostenibles en sostenibles.

En ese sentido, uno de los principales pilares sobre los que se fundamenta el turismo sostenible es el desarrollo local; conseguir una simbiosis entre la industria turística y la población residente no es baladí, pero se ha demostrado que es la mejor forma de asegurar la continuidad de la actividad, tal y como apuntaban Gándara, Fraiz Brea, y Alén González (2007:3).

Todo destino turístico que quiera competir en el mercado actual, ha de ser sostenible. Debe haber una planificación previa sobre sostenibilidad, que vele por los intereses de la población residente y reduzca el impacto medioambiental de la actividad.

En ese sentido, los indicadores de sostenibilidad⁶ que apuntaba la OMT (1994), son:

- a) Identificar los impactos negativos de la actividad antes de su surgimiento.
- b) Definir las oportunidades, amenazas y fortalezas⁷ de la actividad turística en su planteamiento.

⁶ La definición de indicadores certeros, evita tomar decisiones desafortunadas en el futuro. OMT (1994)

⁷ Análisis DAFO o SWOT

- c) Determinar las responsabilidades de los propietarios inversores en la actividad turística.

Elliot- Spivack (1990:12)⁸ sostuvo en su tesis las desventajas del turismo masivo y sin control: el deterioro estético de las edificaciones, la contaminación de los ríos, los residuos y basuras, derivados plásticos que deterioran la fauna y flora autóctona y degradan al medio ambiente.

La definición de turismo sostenible según este autor, es Elliot- Spivack (1990:5) “Cualquier aspecto del turismo basado en recursos naturales, como playas, vías fluviales, zonas montañosas, bosques, desiertos o praderas, que combinan naturaleza, aventura y educación”. Por su parte, la Sociedad Internacional del Ecoturismo (TIES), defiende el concepto de turismo sostenible como “*viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local*”⁹.

Según la OMT (1996), el turismo sostenible atiende a las necesidades del visitante y vela por las oportunidades del futuro, fomentando experiencias que puedan satisfacer las necesidades económicas de los habitantes de la comarca, “*respetando la integridad cultural y la diversidad biológica*”.

En esencia, el turismo sostenible es distinto al turismo convencional; en esta modalidad de turismo alternativo prima la sostenibilidad de las actividades, la preservación del medio ambiente y la apreciación del medio natural, sin dejar impacto o huella. Promulga un turismo “ético”, donde predomina el bienestar de la fauna y la flora autóctona.

Las características del turismo sostenible según Elliot-Spivack (1990:6) son:

1. Reducir los impactos negativos del turismo sobre las poblaciones locales.
2. Difundir conciencia ambiental y educar en valores sobre la naturaleza.
3. Diseñar actividades lúdicas para turistas, que no supongan impacto sobre la flora y fauna locales.
4. Elaborar actividades económicas que reviertan en la población local.
5. Velar y proteger los derechos de los trabajadores en actividades relacionadas con el turismo sostenible.
6. Fomentar la sensibilidad hacia el desarrollo sostenible en actividades relacionadas con el turismo ético y responsable.

⁸ Texto íntegro disponible en <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/204/171>

⁹ TIES: The International Ecotourism Society. Texto íntegro disponible en <http://www.ecotourism.org/ties-ecotourism-espa%C3%B1ol> [Fecha de consulta, septiembre 2019]

7. Hacer partícipe al visitante en experiencias responsables, educando en valores de sostenibilidad y protección del medio ambiente.

En la siguiente tabla se describen los principios o pilares por los que la OMT (1996) según Blasco Lázaro (2005:1) el turismo sostenible vela, son tales:

Tabla1: Pilares del turismo sostenible

TIPO	DESCRIPCIÓN
Sostenibilidad ecológica:	<ul style="list-style-type: none"> • Promover un turismo que no provoque cambios irreversibles en la fauna y flora local. • Emplear los recursos medioambientales de forma que no dejen impacto ni huella. • Mantener los procesos ecológicos esenciales. • Preservar la diversidad biológica.
Sostenibilidad cultural:	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar de la cultura y el folclore local como signo de identidad y como reclamo turístico de la zona.
Sostenibilidad social:	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar que la población local sea capaz de absorber el volumen de turistas sin que el entorno se vea afectado. • Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas. • Preservar la cultura y arquitectura local y sus valores tradicionales. • Contribuir a la tolerancia intercultural.
Sostenibilidad económica:	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la viabilidad de la industria turística a largo plazo. • Contribuir al tejido industrial de la zona, mediante la generación de riqueza y la aparición de puestos de trabajo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar con la erradicación de la pobreza. • Apostar por que los reportes económicos en la zona sean suficientes como para que el sector sea viable. • Velar por que la riqueza que genera el turismo incida directamente (o proporcionalmente) sobre los habitantes residentes. • Procurar encontrar un equilibrio entre los beneficios de los inversores (propietarios de los resorts y complejos turísticos) y los residentes locales.
--	--

Fuente: elaboración propia según (Blasco Lázaro, 2005:2)

Según UNWTO (s.f.), el desarrollo sostenible del turismo exige la participación de todos los actores involucrados:

- a) Población residente.
- b) Líderes políticos.
- c) Inversores y propietarios de las infraestructuras.

El turismo sostenible requiere por tanto un diálogo continuo, consenso entre las partes y liderazgo firme. No es un proceso estanco, sino que se prolonga en el tiempo. Precisa de evaluación continua, propuestas de mejora y detección de problemas antes de que surjan. Requiere la toma de medidas correctivas y preventivas, que garanticen la sostenibilidad del proyecto bajo todas sus facetas.

Por otro lado, el turismo sostenible también hace referencia a la educación de los ciudadanos y los visitantes, mediante la creación de modelos que fomenten las prácticas turísticas sostenibles, a través del ofrecimiento de experiencias únicas y vivencias exquisitas (para el visitante) el aumento del nivel de bienestar (para los visitados). UNWTO (s.f.)

2.2. Características del destino sostenible

En todo destino sostenible los habitantes residentes se esmeran por la continuidad de la actividad turística, toda vez que pretenden que ésta se desarrolle en el futuro. Por eso procuran evitar la sobreexplotación y sobre todo el agotamiento de los recursos existentes.

Por otro lado, las características propias del destino sostenible se llevan a cabo de manos de los propios habitantes autóctonos, y según Aquae (2018), son tales como: la protección del enclave en el que se encuentra la actividad turística, también se procura mantener y proteger las costumbres y las señas de identidad de la región a lo largo de los años y que se apoyan actividades anexas y aledañas al turismo como el comercio y la gastronomía local.

Los destinos turísticos se componen de muchos aspectos, a saber:

- a) Bienes y servicios.
- b) Región geográfica.
- c) Recursos.
- d) Infraestructuras y equipamientos.

Generalmente un destino turístico no es la suma de los productos que lo componen, sino *“la ordenación del conjunto de ellos”* Valls (1996:225). Según el anterior autor, no se trata meramente de la suma de las partes, sino de la vivencia global que el consumidor experimenta en el destino. Un almuerzo poco succulento se perdona si el hotel es céntrico, con solera y encanto. Además, un desayuno austero pasa desapercibido si el entorno ofrece gran cantidad de monumentos y atractivos turísticos para el consumidor. Se trata de que el cliente pase una experiencia inolvidable, aunque el sofá cama no sea el más confortable del mercado.

Por otro lado, Cooper, Fletcher, Gilbert, y Wanhill (1997) destacaban que como en todas las actividades económicas, pero en particular en la industria del turismo, la demanda condiciona la oferta. El turismo *“se consume donde se produce”* Cooper, Fletcher, Gilbert, y Wanhill (1997:96). El destino turístico prospera si muestra calidad, planificación y gestión sostenible. Los destinos que desatiendan las necesidades y expectativas de los turistas fracasarán más pronto que tarde. De hecho, tal y como sostenían Kotler, Bowen, y Makens, (1997) los destinos turísticos deben satisfacer las necesidades de los consumidores en cuanto a *“coste, conveniencia y comodidad”*. (1997:641). Un destino satisfactorio requiere poca inversión de tiempo y recursos, y aporta vivencias y experiencias inolvidables.

El confort del viaje y la estancia es una combinación de detalles tangibles e intangibles: ocio y lugares de interés (restaurantes, monumentos, proximidad a la playa, etc.), proximidad del hotel al aeropuerto, servicio de WIFI, cobertura móvil, limpieza, servicio de comidas de calidad, estabilidad política del país, cambios de moneda, etc. Por otro lado, interviene la relación calidad precio sobre el servicio. Valls (1996:196).

2.3. Diferencias entre turismo sostenible y destino sostenible

La diferencia entre turismo y destino sostenible radica principalmente en el punto de vista: la oferta, compuesta por la población local y los inversores turísticos, atienden a la actividad turística desde un punto de vista de destino turístico.

La demanda (compuesto principalmente por clientes e intermediarios, como tour operadores), ven el enclave turístico desde un enfoque de turismo sostenible.

Ambas definiciones comparten muchas características en común. De hecho, es difícil determinar si una peculiaridad pertenece a una u otra definición.

A grandes rasgos, la principal diferencia del destino sostenible según Aquae (2018), radica principalmente en el mantenimiento y protección de las señas de identidad. El destino sostenible presenta grandes *cargas emocionales* (pertenencia a la zona, preservación del ecosistema donde habitan, desarrollo económico de la zona, creación de puestos de trabajo, fomento del tejido industrial, etc.), mientras que el turismo sostenible tiene que ver con *experiencias y sensaciones* (percepción del cliente, calidad del servicio, enclaves únicos, mantenimiento de los parajes, etc.).

No obstante, lo que parece innegable es que el turismo y el destino sostenible reman en una misma dirección: la protección de los ecosistemas se lleva a cabo como forma de continuidad de la actividad turística (prolongable en el tiempo) y además proporciona al turista una vivencia exquisita, única e irrepetible (contemplación de paisajes naturales, senderismo, avistamiento de aves y animales en libertad, safaris, etc.). (OMT, 1994:12).

2.4. Comparación entre otras alternativas de turismo y el turismo sostenible

2.4.1. Turismo sostenible y turismo cultural

Tal y como sostenía Villanueva (1994) en su informe, parece innegable que turismo sostenible y turismo cultural se entrelazan de manera simbiótica. Un ejemplo claro sería la explotación turística de hallazgos arqueológicos, donde el respeto al medio ambiente y cultura, se combinan de manera simbiótica.

El turismo cultural es un claro ejemplo de turismo sostenible, toda vez que los propios trabajadores y residentes del lugar, velan por la protección patrimonial y arquitectónica de sus parajes ya que representa su medio de vida y forma parte de su legado histórico.

2.4.2. Turismo sostenible y turismo rural

De igual forma, turismo sostenible y turismo rural parecen complementarse: no existe turismo sostenible si se diseñan grandes complejos hoteleros cerca de un lugar emblemático de gran interés ecológico. Los efectos contaminantes de estas grandes polis pueden ser

perversos: contaminación de aguas, grandes acumulaciones de desechos sólidos, contaminación acústica y lumínica, entre otras.

Por lo general, el turismo de masas tan sólo aporta beneficios a los propietarios y tour operadoras. Sin embargo, no aporta beneficios a nivel medioambiental, ni beneficios entre la población local, ya que fomentan el empleo precario y de baja calidad, según ponía de manifiesto Restrepo en su artículo “Ecoturismo de tiburón blanco en la isla Guadalupe...” Restrepo (2008)¹⁰.

Por otro lado, Rondón Médicci, Buitrago, y Mccoy (2009) denunciaban en su informe el impacto negativo del turismo a gran escala insostenible, donde los grandes complejos hoteleros iluminaban en exceso las playas con luz artificial y desorientaban a las tortugas marinas que anidaban en la playa Cipara en Venezuela¹¹.

2.5. Clasificación del turismo sostenible

Volviendo a citar las palabras de Elliot- Spivack, “Cualquier aspecto del turismo basado en recursos naturales, como playas, vías fluviales, zonas montañosas, bosques, desiertos o praderas, que combinan naturaleza, aventura y educación” el turismo sostenible atiende a la siguiente clasificación, a saber:

- a) **Categoría 1:** aquel turismo sostenible que atiende sólo a la conservación natural de las poblaciones autóctonas.
- b) **Categoría 2:** aquel turismo sostenible que conserva el medio ambiente, con actividades de cultura local y patrimonio histórico.
- c) **Categoría 3:** aquel turismo que preserva y conserva el medio ambiente, mediante actividades educativas y culturales sobre el entorno local, que además invierte en un desarrollo sostenible, en el que los habitantes de la zona mejoran su calidad de vida gracias a la construcción y diseño de actividades turísticas. Aboga por un reparto justo de las riquezas y vela por los derechos de los trabajadores turísticos.

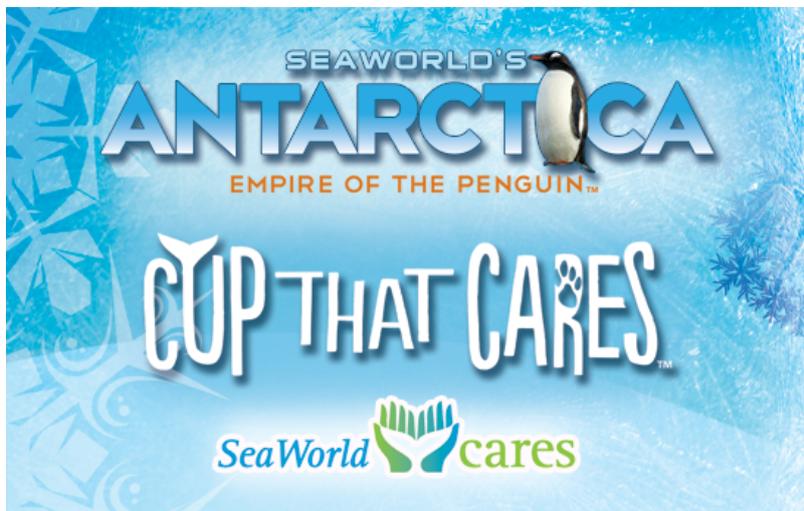
Sin lugar a duda, el turismo sostenible de categoría 3 es el que más beneficios aporta a la comunidad. Por eso es aquel dónde más recursos se deberían destinar por parte de las administraciones públicas, ya que combinan aspectos medioambientales y socioculturales con la educación. Por otro lado, existen actividades de falso turismo sostenible, bajo una estrategia de *greenwashing* o eco blanqueo, donde se emplean imágenes que fomentan la

¹⁰ Texto íntegro disponible en <http://www.jornada.com.mx/2008/02/04/index.php?section=politica&article=018a1pol>

¹¹ Vid. https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77442009000300006 [Fecha de consulta, agosto 2019]

preservación del medio ambiente, cuando sólo pretenden atraer masivamente a turistas. Ejemplos de *greenwashing* bajo el lema del turismo sostenible son muchos. Sin ser el principal objetivo del presente TFG, cabe destacar que el parque acuático “Sea World”,

Imagen 2: Cartel anunciador “Sea World”, del programa “Cup that Cares”



Fuente: recogido de Seaworldparks.org

tras la emisión de un documental de la BBC denominado “Blackfish”, donde se ponían de manifiesto las atrocidades que se cometían con los animales presos en los delfinarios y acuarios de todo el mundo, la reputación de la compañía “SeaWorld” se vio seriamente comprometida. Por eso, en un intento de limpieza de imagen, emitió un programa “Cup that Cares”, donde los vasos rellenables de Coca Cola (y otros refrescos), contenían un chip que informaban al consumidor cuánto CO₂ se había dejado de emitir al medioambiente gracias a la reutilización de ese vaso. La polémica surgió por varios motivos, puesto que:

- a) No se informa al usuario sobre el cálculo de emisiones CO₂ emitidas.
- b) Una de las formas de «Cup that Cares» tiene forma de pingüino. Contiene partes de plástico intercambiables y coleccionables, lo que potencian el consumo de vasos.
- c) El plástico empleado en el diseño de la colección de vasos, difícilmente suplirá el ahorro de emisiones de dióxido de carbono por la reutilización del vaso.

EXPOK (2014)

Así pues, se puede decir que los objetivos a evitar por parte de las organizaciones turísticas con fines medioambientales y sociales serían tales como: evitar el incumplimiento de la legislación ambiental, no identificar ni prevenir los efectos negativos que la actividad de la empresa produce sobre el ambiente y no analizar los riesgos que pueden llegar a la empresa como consecuencia de impactos ambientales accidentales que pueda producir.

3. LA SOSTENIBILIDAD FACTOR ESTRATÉGICO EN COMPETITIVIDAD

Para medir la sostenibilidad de los destinos turísticos, es necesario definir previamente una serie de indicadores de sostenibilidad. Dos de los grandes indicativos en la gestión de sostenibilidad son, según Gándara, Fraiz Brea, y Alén González (2007), los que se citan a continuación:

- a) La planificación estratégica.
- b) La gestión de la calidad.

Estos dos indicadores garantizan la continuidad del destino turístico de manera sostenible y a lo largo del tiempo.

La planificación estratégica de un destino turístico se entiende como el diseño de las acciones que se tomaran para conseguir obtener el mayor beneficio del destino, tanto a nivel económico, como social, entre otras.

La calidad de los destinos turísticos es una apuesta segura en el desarrollo turístico de la zona, toda vez que preserva la imagen corporativa de los mismos. En una era donde las redes sociales están muy presentes, el “boca a boca” (o “WhatsApp a WhatsApp”) pueden determinar de manera decisiva la decisión de futuros clientes. Una buena calidad del servicio desemboca en la satisfacción del cliente, lo que provoca una fidelización de los mismos y una captación de nuevos consumidores.

Parece innegable que los turistas son cada vez más exigentes, más expertos y están cada vez más informados. Sin ir más lejos, existen plataformas exclusivas donde se plasma la “sabiduría popular” y donde las grandes masas suelen acudir en busca de experiencias previas. Los portales del estilo TripAdvisor, Booking o Weekendsk, permiten registrar la experiencia de clientes previos. Y el éxito de estas empresas radica en que los potenciales clientes de un hotel o servicio rastrean y leen con minuciosidad y avidez las opiniones de antiguos clientes, aun siendo desconocidos y anónimos (muchas de las opiniones se registran bajo pseudónimos o *nicks*).

Según Gándara, Fraiz Brea, y Alén González (2007), la calidad en el destino turístico es, sin lugar a duda, un método de fidelización de los clientes. Muchos usuarios aprovechan sus vacaciones para hacer turismo. Por eso, cuando un destino turístico vacacional funciona, es muy probable que el cliente repita la experiencia. Los consumidores “no suelen jugársela” con las vacaciones, puesto que al tratarse de un bien escaso al que hay que sacar máximo partido.

La calidad en el destino y la satisfacción del cliente suelen ir de la mano. La relación

calidad/precio suele ser decisiva en la elección del destino: un complejo no solo debe ser bueno sino cumplir las expectativas presupuestarias de un gran abanico de clientes. Adviértase que la globalización ha aumentado exponencialmente el número de potenciales competidores en el sector turismo.

La calidad en el servicio torna una herramienta de posicionamiento frente a la multitud de competidores y un elemento diferenciador de la competencia. De hecho, según Gándara, Fraiz Brea, y Alén González (2007:1), “... *la calidad de los destinos turísticos debe ser una regla básica para que éstos permanezcan en el mercado...*”.

Según Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Sinde Cantorna, y Blanco Cerradelo, (2011), es innegable el aumento en la concienciación sostenible de muchos países en materia de turismo. En buena medida, esta sensibilización sostenible del turismo se ha potenciado gracias a las nuevas tecnologías de la información (TIC).

Los nuevos turistas disponen a su alcance de más información acerca de la sostenibilidad de los destinos, lo que supone un atractivo más junto con la vivencia de nuevas experiencias. Flores Ruiz y Barroso González (2009).

Sánchez Rivero (2006) definió la competitividad en los destinos turísticos como “...*la capacidad del destino de crear (...) valor añadido sobre sus recursos, (...) manteniendo una posición privilegiada en el mercado frente a sus competidores inmediatos...*”.

En ese sentido Mazaro y Varzin (2008) mantenían que las Nuevas Tecnologías de la Información y el efecto de la globalización, suponían un aumento atroz de la competencia en el sector turístico. Destacaban en su informe que una de las mejoras de competitividad de la industria turística residía precisamente en la sostenibilidad de los destinos.

Algunos autores van más allá, manteniendo que la competitividad en la industria del turismo no se concibe sin sostenibilidad.¹²

En ese sentido Ritchie y Crouch (2000) argumentaban que la competitividad del turismo pasaba por la sostenibilidad sociocultural de los destinos y el respeto al medio ambiente. De hecho, siguen Ritchie y Crouch (2000) postulando que la competitividad sin sostenibilidad es frágil y vulnerable: los nuevos turistas son cada vez más sensibles a los destinos que respetan los ecosistemas. Es un valor añadido a las sensaciones y experiencias, y que no constituye en modo alguno una moda pasajera o una tendencia. Las expectativas de los consumidores apuntan cada vez más a destinos sostenibles. Y dicha sostenibilidad no solo atiende a un respeto al medioambiente: los nuevos turistas gustan cada vez más del reparto

¹² “*La competitividad es ilusoria sin sostenibilidad*”. Ritchie y Crouch (2000)

equitativo de las riquezas, de la importancia del valor patrimonial y las costumbres como seña de identidad de los pueblos y de la distribución equitativa de los beneficios que genera el turismo.

En esa línea, Ritchie y Crouch (2000) defendieron el postulado de que los destinos turísticos verdaderamente competitivos son aquellos que aportan riqueza a la población autóctona, preservan la cultura y el folclore de los habitantes del destino y mantienen el arraigo de sus raíces.

En ese mismo sentido, Valls (2004) mantuvo que la competitividad turística de los destinos debe reportar los siguientes tres tipos de beneficio en la comunidad: económica, ecológica y social.

- a) Beneficio económico: poder de atracción de inversores, propietarios de resorts y mano de obra cualificada.
- b) Beneficio social: mejora de la calidad de vida de los residentes, potenciación del tejido industrial y creación de empleo en la localidad.
- c) Beneficio ecológico: el turismo proporciona ingresos suficientes como para paliar los desarreglos medioambientales de su presencia. En ese sentido, un mayor aumento de basuras generado por el turismo se contrarresta por el aumento de las tasas municipales en materia de recogida de residuos.

Parece evidente que la competitividad plena se consigue exclusivamente con una combinación de las tres modalidades de beneficio. No es posible la sostenibilidad con la ausencia de alguno de las tres dimensiones.

3.1. Modelos de medición de la competitividad de los destinos turísticos

En el siguiente epígrafe se describirán los modelos más representativos que miden la competitividad en los destinos turísticos. Sin ánimo de que el presente texto se convierta en una excursión teórica de contenidos, se procurará describir de forma sucinta pero exhaustiva los modelos actuales de reconocimiento de destino turístico. Estos son: el modelo de Crouch y Ritchie (2000), el modelo de Dwyer y Kim (2003), el monitor de competitividad del “WTTC” (2011), el modelo de Goorochurn y Sugiryato (2005), el modelo de competitividad de destinos turísticos de Hong (2009).

3.1.1. El Modelo de Crouch y Ritchie

Crouch y Ritchie (2000) fueron los primeros en desarrollar un modelo de medición de la competitividad en el destino turístico, denominado el “Modelo Calgary”.

Dicha metodología promulgaba de manera pionera que el destino turístico competitivo por excelencia, debía contribuir a mejorar el confort de los residentes. Ritchie y Crouch (2000:150).

El Modelo Calgary¹³, defendía dos ventajas:

- a) *Ventaja comparativa*: está compuesto por la mano de obra, inversiones, infraestructuras, patrimonio histórico y cultural y potencial económico del área a desarrollar.
- b) *Ventaja competitiva*: se compone de la capacidad de mantenimiento y prolongación de la actividad, eficacia en la gestión de recursos, eficiencia, gestión política del turismo, etc.

Tras el Modelo Calgary, Ritchie y Crouch (2003) definieron una metodología de medición de la competitividad del destino turístico basada en la “atracción”. No en vano sostenían que los recursos naturales del entorno servían como atractivo a los potenciales clientes y consumidores. Asimismo, la competitividad del destino turístico dependía de la gestión y promoción de dicho destino. González y Mendieta (2009:122).¹⁴

Según aportaba Garau Taberner (2006), si bien el presente modelo presenta una gran variedad de indicadores, es un modelo meramente teórico y conceptual, que en ocasiones no puede cuantificar aspectos intangibles relacionados con la competitividad de los destinos turísticos.

Por otro lado, Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Sinde Cantorna, y Blanco Cerradelo, (2011) aseguran que este modelo lista los indicadores según relevancia, si bien asigna los mismos pesos a todos ellos. Por otro lado, ponen de manifiesto que es inviable recopilar todos los factores que intervienen en la calidad del destino turístico, y existe una ausencia de indicadores que cuantifiquen todo lo relacionado con los recursos naturales de los destinos.

3.1.2. El Modelo de Dwyer y Kim

El Modelo Integrado de la competitividad de Dwyer y Kim (2003) se basaba principalmente en la oferta y la demanda del destino turístico. Por otro lado, no se contemplaba competitividad sin el aporte de bienestar entre la población autóctona residente.

¹³ El Modelo Calgary fue la primera aportación al estudio de la competitividad de los destinos turísticos. Por eso, no estuvo exenta de críticas y debilidades. Sin ir más lejos, Crouch y Ritchie (1999) describieron el carácter descriptivo del modelo, que carecía de bases de datos donde soportarse. Por otro lado, argumentaban la descripción de ítems difícilmente mesurables, como la “filosofía”. Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Sinde Cantorna, y Blanco Cerradelo (2011).

¹⁴ Vid. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70201/67671> [Fecha de consulta, julio 2019]

Este modelo defiende que el éxito del destino turístico se soporta en tres tipos de recursos, según Dwyer y Kim (2003:2), a saber:

- a) Recursos heredados.
- b) Recursos creados.
- c) Recursos de soporte.

Entre sus debilidades, los propios autores sostenían la inviabilidad de elaborar encuestas en todos los destinos turísticos debido al gran coste económico. Por otro lado, una de las grandes carencias de este modelo residiría en la falta de datos en los que soportar una comparación. Por otro lado, manifestaban la dificultad en el seguimiento y supervisión de las preferencias de los consumidores turistas.

Tal y como sostenía Garau Taberner (2006), este modelo distingue entre las distintas condiciones locales del destino turístico, si bien se les asignan a todos los indicadores el mismo peso.

Por otro lado, Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Sinde Cantorna, y Blanco Cerradelo, (2011) sostenían que las conclusiones del presente modelo no siempre concordaban con la realidad de los destinos turísticos. Tampoco había una correlación acerca de los países más competitivos y los más visitados a nivel mundial.

3.1.3. El Monitor de Competitividad del “WTTC”

El monitor de competitividad es una metodología elaborada por el World Travel and Tourism Council (WTTC)¹⁵ (2011), basada en la definición de 65 indicadores de referencias entre destinos turísticos.

El monitor de competitividad mide el grado de competitividad de más de 200 destinos turísticos repartidos por toda la geografía mundial. Pulido Fernández y Sánchez Rivero (2009).

Los indicadores de competitividad en el Monitor del WTTC (2011) se muestran descritos en la siguiente tabla 2.

¹⁵ Según (Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Sinde Cantorna, y Blanco Cerradelo, 2011), en colaboración con el Instituto Christel DeHaan Travel Research (TTRI), ubicado en la Universidad de Nottingham.

Tabla 2: Indicadores de competitividad y descripción

INDICADORES DE COMPETITIVIDAD.	DESCRIPCIÓN.
COMPETITIVIDAD DE PRECIOS	Precio del hotel. Índice de Paridades de Poder de Compra. Hoteles.
DESARROLLO INFRAESTRUCTURAS	Acceso por carretera. Infraestructuras sanitarias. Otros accesos (autobús, proximidad al aeropuerto, etc.). Disponibilidad de agua corriente.
MEDIO AMBIENTE	Densidad de población en destinos turísticos. Nivel de emisiones de dióxido de carbono. Respeto medioambiental. Gestión de residuos.
DESARROLLO TECNOLÓGICO	Acceso a WIFI. Número de líneas de teléfono.
RECURSOS HUMANOS	Nivel de educación de la población autóctona. Índice de fracaso escolar.
APERTURA TURÍSTICA	Gestión de visados. Tasas de comercio internacional.
DESARROLLO SOCIAL	Índice desarrollo Humano. Disponibilidad de ordenadores, acceso a televisión, periódicos.

Fuente: elaboración propia a partir de Bravo Cabria (2004)

A continuación, la metodología del monitor de competitividad genera indicadores sintéticos de competitividad a través de una media ponderada de los ocho indicadores compuestos. Siguiendo este modelo, Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Sinde Cantorna, y Blanco Cerradelo (2011) establecieron el siguiente ranking de destinos turísticos según su nivel de competitividad:

1. Estados Unidos
2. Suecia
3. Noruega
4. Finlandia
5. Australia

Los menos competitivos, según el mismo listado son:

1. Burkina Faso
2. Chad
3. Benín
4. Etiopía
5. Camboya

Este modelo describe un método que mide la competitividad en los destinos turísticos, contrarrestando la ausencia de datos y según Bravo Cabria (2004), superando las dificultades durante el trabajo de campo.

3.1.4. Modelo de Goorochurn y Sugiryato

El modelo de Goorochurn y Sugiryato (2005) apuntaba a que, siguiendo la metodología del modelo anterior, únicamente con excepción de EE.UU., los demás países competitivos no aparecen en el listado de países más visitados del mundo. Dicho ranking es el siguiente:

1. EE.UU.
2. Francia
3. España
4. China
5. Italia

Por otro lado, los pesos empleados en la ponderación de las medias diferían mucho entre sí (la tecnología presenta un poder muy superior a la hora de competitividad que la del medioambiente).

Los autores Goorochurn y Sugiryato (2005) cambiaron algunos indicadores incluidos en el monitor de competitividad anterior, e incorporaron nuevos indicadores. De esa forma, el indicador de precios de hoteles, fue completado con un indicador de precios de restaurantes y otros bienes consumidos habitualmente por los turistas (recuerdos, figuras, postales, etc.). En el indicador de infraestructuras, se incide en este modelo más en la red de transportes,

como la proximidad de estaciones de tren y aeropuertos. También se tiene en cuenta la cantidad (y calidad) de aerolíneas que operan habitualmente en dicho destino turístico, así como su regularidad.

El indicador de recursos humanos, también se contempla el número de habitantes del destino turístico, así como su dispersión. El número de ordenadores de sobremesa y PC, se reemplaza por “número de restaurantes con servicio de WIFI”.

Por su parte, Garau Taberner (2006) sostenía que una de las ventajas de este modelo es que permitía comparar la competitividad mediante la elaboración de un ranking (se ordenaban los destinos turísticos según las posiciones). El principal inconveniente es que el peso que se asignaba a los indicadores se hacía de manera poco rigurosa.

3.1.5. Modelo de competitividad de destinos turísticos de Hong

Hong (2009) señalaba en su artículo que la competitividad del turismo dependía de la generación de valor añadido a los servicios que los consumidores observaban a través de sus experiencias.

Cuanto más y mejores experiencias turísticas se le ofrezcan al usuario, mayor competitividad tendrá ese destino turístico en el mercado. (2009:109).

El modelo de Hong incorpora los siguientes indicativos:

- a) Las condiciones de los recursos naturales (denominadas recursos exógenos).
- b) Los recursos tecnológicos (recursos endógenos).
- c) Las ventajas competitivas de Porter (basados en la formación de los empleados, educación para el turismo, gestión de la calidad de los servicios).
- d) Las condiciones del entorno (arquitectura, gastronomía propia, folclore, etc.).

Bajo este modelo, se tienen en cuenta con mayor precisión el orden de los factores e indicadores según su relevancia. Por otro lado, el presente modelo atiende a aspectos cuantitativos y cualitativos Hong (2009:110). A saber, que los indicadores en destinos turísticos atienden a otros aspectos no exclusivamente cuantificables (impacto emocional, el “olor de las ciudades”, la importancia histórica, la importancia visual y emocional de la arquitectura, etc.).

Sigue Hong (2009) sosteniendo que las ventajas de competitividad de un destino turístico, se distribuyen según las proporciones, incluidas en la siguiente tabla 3.

Tabla 3: Distribución de las ventajas competitivas según Hong

VENTAJA COMPETITIVA	PROPORCIÓN
Los recursos naturales y culturales (ventajas exógenas)	49%
Ventajas competitivas	18%
Gestión del turismo	12%
Ventajas endógenas	10%
El entorno mundial	6%
El entorno doméstico	5%

Fuente: elaboración propia a partir de Hong (2009:111-129).

Garau Taberner (2006) manifestaba del presente modelo que se empleaban variables e indicadores de modelos fiables. Por otro lado, el reparto de los pesos que se le asignan a cada indicador es bastante justo, toda vez que tiene en cuenta la contribución a la competitividad del destino turístico. La principal desventaja es que no siempre se contrastan los resultados entre todos los intervinientes involucrados en su desarrollo y medición, ante la elevada diversidad de los mismos. (p.e. políticos, empleados, empresarios, clientes, funcionarios, etc.).

4. CASOS PARADIGMATICOS DE DESTINOS TURISTICOS SOSTENIBLES

4.1. Buenas prácticas que conforman un destino turístico sostenible

El presente epígrafe comienza con la definición de Buenas prácticas sostenibles, según Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Sinde Cantorna, y Blanco Cerradelo (2011:12)

Más adelante se describe un caso práctico, el Hotel Voramar, como ejemplo de buena praxis sostenible.

Buenas prácticas sostenibles se definen por: Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Sinde Cantorna, y Blanco Cerradelo (2011:12), como aquellas técnicas que se aplican en destinos turísticos, que cumplen simultáneamente los siguientes requisitos, a saber:

- a) Son social y ambientalmente responsables.
- b) Son económicamente viables.
- c) Favorecen la reducción de costes de operación.
- d) Permiten a las empresas de la industria turística alcanzar un alto grado de desempeño.
- e) Potencian la viabilidad del proyecto turístico respetando el medioambiente.
- f) Se sostienen en procesos y subprocesos particulares para cada empresa, atendiendo a las necesidades de la población y teniendo en cuenta el potencial cultural de la zona.
- g) Generan capacidad de respuesta de la organización según los intereses de la comarca donde se desarrolla el destino turístico.

Las buenas prácticas sirven como meta para lograr niveles de excelencia. Por otro lado, buscan mejorar el desempeño social, ambiental, cultural, económico y de calidad entre sus clientes, permitiendo de esa forma el construir un producto diferenciado y una mejor imagen.

Las buenas prácticas surgen de situaciones encontradas que no cumplen con las expectativas de los clientes. Son aquellas como las que se citan a continuación:

- a) Mala gestión del agua.
- b) Despilfarro de energía.
- c) Uso desmesurado, inadecuado e innecesario de químicos.
- d) Generación ingente de residuos, especialmente los plásticos.
- e) Deficiente gestión del reciclaje y reutilización de materiales y recursos.

Incorporar las buenas prácticas de sostenibilidad añade ventajas y beneficios como los que se citan a continuación:

- f) Monitoreo y control de los objetivos.
- g) Gestión de la responsabilidad ambiental, social y de calidad.
- h) Reducción de costes.

- i) Reducción de residuos.

Rainforest Alliance (2016)

No existe una forma correcta y exclusiva de implementar las buenas prácticas. No existen directrices magistrales de incorporación de buenas prácticas sostenibles porque cada región y destino se rige bajo sus propias peculiaridades. No todas las buenas prácticas tienen el mismo efecto en todos los lugares porque hay que considerar individualmente cada situación ambiental, geográfica, social, política, económica, cultural y tecnológica.

Es necesario, por tanto, que cada empresa establezca sus propias metas, oportunidades y restricciones constantemente. Resulta indispensable un sistema de control y corrección permanente, que evalúe el proceso periódicamente.

La ejecución de las buenas prácticas implica cambios de actitud apreciables en el compromiso de los administradores y en la participación del personal, que se transmiten al cliente. Se tratan de cambios operacionales en los hábitos de desempeño del trabajo, en el establecimiento de procedimientos estándares de actuación por toda la plantilla y en el control y evaluación de la supervisión.

Por otro lado, las buenas prácticas también se soportan en el equipo y en las infraestructuras. El diseño de las instalaciones requiere de una proyección sostenible que vele por los intereses medioambientales de la zona.

Según Valls (1996:27), las buenas prácticas aportan las siguientes ventajas:

- a) Incrementan la eficiencia en manejo y operación.
- b) Potencian la eficacia.
- c) Ahorran costes. Reducen tiempos de ejecución.
- d) Proporcionan controles operacionales.
- e) Aprovechan de forma óptima los insumos energéticos.
- f) Permiten el mejor aprovechamiento del agua.
- g) Reducen el consumo de sustancias químicas y potencialmente peligrosas.
- h) Disminuyen los residuos: reducen la emisión de sólidos contaminantes y promocionan el reciclaje.
- i) Aminoran la producción de aguas residuales a través de la reutilización.
- j) Involucran a los trabajadores mediante la sensibilización y concienciación.
- k) Estimulan el control en las visitas a espacios naturales protegidos. Velan por la protección de los ecosistemas.
- l) Protegen los entornos de la denominada contaminación visual (escenarios naturales no alterados).

m) Favorecen un comportamiento respetuoso hacia las culturas locales.

Las buenas prácticas sostenibles, requieren según Diéguez Castrillón, Gueimonde Canto, Sinde Cantorna, y Blanco Cerradelo (2011) y Gándara, Fraiz Brea, y Alén González (2007), de los siguientes requisitos, a saber:

- a) Una política ambiental que defienda el valor de los ecosistemas y proteja el medioambiente.
- b) Una planificación firme, que contemple un plan de acción, una implementación eficaz y una operación eficiente de los recursos sociales y medioambientales disponibles.
- c) Una evaluación continua del proyecto, que incorpore acciones correctivas, control y monitoreo constante y una revisión por parte gerencial o del responsable al cargo de las políticas llevadas a cabo en materia de sostenibilidad.
- d) Un afán constante por conseguir un mejoramiento continuo.

Izuriaga (2013), describía los principios de las buenas prácticas sobre sostenibilidad según la siguiente tabla 4, a saber:

Tabla 4: Principios de sostenibilidad

PRINCIPIO	DESCRIPCIÓN
ECONÓMICO	Desarrollar valores empresariales sostenibles. Involucrar a los empleados en el proyecto sostenible.
SOCIO-CULTURAL	Los clientes manifiestan cada vez más su interés en los destinos turísticos sostenibles como aquellos donde se conserven la cultura autóctona. Los turistas gustan cada vez más identificar destinos con sus propias costumbres y protocolos de actuación. Descartan con cada vez más frecuencia las representaciones y puestas en escena, a modo de <i>performance</i> . El usuario cada vez tiende a vivir experiencias relacionadas con el modo de vivir de la población autóctona.
AMBIENTAL	La degradación de los ecosistemas acaba por ahuyentar a los turistas. Por eso es necesario emplear correctamente los recursos naturales de cada destino turístico sin agotarlos. Este aspecto vela por la reducción de residuos, aguas residuales y empleo eficiente de la energía.

Fuente: elaboración propia a partir de Izuriaga (2013)

Algunas prácticas sencillas sobre sostenibilidad según Gándara, Fraiz Brea, y Alén González (2007). son:

- a) Uso de bicicleta y transporte público.
- b) Reducción del empleo de enseres de plástico (vasos, platos, etc.).
- c) Reducción de la impresión de documentos. Empleo del email para la distribución de contratos.
- d) Separación de los distintos residuos (vidrio, cartón, orgánico, etc.) para su correcto reciclaje.
- e) Optimización de la electricidad (apagar luces, ordenadores que no se usan, aires acondicionados, etc.).

De las definiciones anteriores se desprende que toda buena práctica sostenible no es una implementación puntual sino un proceso constante de mejora. Gándara, Fraiz Brea, y Alén González (2007). Se trata de un ejercicio que involucra a todos los trabajadores y empleados intervinientes en el proyecto turístico. No es, por tanto, un manifiesto de buenas intenciones sino un compromiso formal que facilite la perpetuidad del proyecto turístico, sin comprometer la vulnerabilidad medioambiental de los ecosistemas y velando por la expansión económica de la comarca y la continuidad de las explotaciones turísticas. Gándara, Fraiz Brea, y Alén González (2007).

Son muchos los destinos turísticos sostenibles en la actualidad que se distribuyen por todo el mundo, en el siguiente punto hacemos acopio de los principales, definiendo sus principales características estructurales.

4.2. Iniciativas en España

4.2.1. Cataluña

En 1998, Catalunya puso en marcha el proyecto Agenda 21, con el propósito de velar por la sostenibilidad de las políticas del gobierno, con especial mención al turismo sostenible.

La Generalitat de Catalunya, fundó en 2003 el Consejo Asesor para el Desarrollo Sostenible de Cataluña (CADS) que pertenece a la red EEAC. Ya en 1989, las regiones de Cataluña, Midi-Pirineos y Languedoc-Rosellón colaboraron en turismo de sostenibilidad en el marco de la Eurorregión de 1989, tal y como se desprendía del informe.

CADS (2008:44-60).

4.2.2. Ecoturismo del oso pardo

Con el fin de recuperar la población de osos en los Pirineos, la Fundación Oso Pardo inició en 1996 la suelta de varios ejemplares procedentes de Eslovaquia.

La mayoría de los 35 osos que se encuentran en la cordillera en la actualidad, se distribuyen principalmente en el Pirineo Central, El valle de Arán y el Parque Natural del Alto Pirineo (Lleida)¹⁶. En los pirineos franceses, se reparten fundamentalmente en Ariège y Haute Garonne. (FOP, 2016).

La pasada crisis económica afectó notablemente a muchos sectores. El sector turismo no fue ajeno a esta recesión, pero no todas las categorías de turismo sufrieron los mismos efectos. De hecho, la crisis se cebó especialmente, en el turismo de interior. Este atenuante desembocó según Ávila Bercial y Barrado Timón (2005), en el surgimiento de nuevas propuestas de actividades turísticas, repletas de actividades complementarias y la calidad de la oferta.

La Generalitat de Catalunya, denominó bajo la marca turística de “Pirineos” a las comarcas (ubicadas en Lleida y Girona) mostradas en la Imagen 3.

Imagen 3: Mapa del Pirineo Catalán por comarcas



- Alt Urgell
- Alta Ribagorça
- Berguedà
- Cerdanya
- el Alt Empordà
- Garrotxa
- Solsonès
- Pallars Jussà
- Pallars Sobirà
- Ripollès
- Val d'Aran

Fuente: Prat y Cànoves (2014:30).

En estas comarcas¹⁷ se ha desarrollado el denominado turismo de interior, basado en los

¹⁶ Según este informe, tan sólo existen dos machos libres en el Pirineo occidental.

¹⁷ En la comarca del Alt Ampurdà también se ha desarrollado el turismo de sol y playa en la Costa Brava.

ecosistemas, el patrimonio histórico y cultural, el ecoturismo de montaña.

La comarca turística “Pirineos” cuenta con más de 11.000 km² (representa casi un 34,5% del territorio de toda la Generalitat). En 2018 contaba con una población de 346.566 habitantes, según IDESCAT (2018).

Tabla 5: Superficie y población en destino turístico pirenaico

	SUPERFICIE (km²)	POBLACIÓN 2018
Alt Empordà	1.357,50	140569
Alt Urgell	1.447,50	20224
Alta Ribagorça	426,9	3774
Berguedà	1.185,20	39104
Cerdanya	546,7	17882
Garrotxa	734,6	56613
Pallars Jussà	1.343,10	13091
Pallars Sobirà	1.377,90	6934
Ripollès	956,6	25000
Solsonès	1.001,20	13392
Val d'Aran	633,6	9.983
TOTAL	11.010,80	346.566
TOTAL CATALUNYA	32.108	7.543.825¹⁸

Fuente: IDESCAT (2018)

4.2.3. Aragón

El Consejo de Protección de la Naturaleza y el Consejo de Ordenación del Territorio de Aragón son órganos pertenecientes a la Comunidad Autónoma de Aragón, con competencias directas en desarrollo sostenible. Destacan dos iniciativas que inciden sobre el desarrollo del turismo verde:

- a) Proyecto de Ley de Ordenación del Territorio aprobado por el Gobierno de Aragón de enero de 2006.
- b) Red de Entidades Locales del Alto Aragón por la Sostenibilidad, promovido principalmente por las Diputaciones de Huesca y Zaragoza.

¹⁸ A fecha 1 de enero del 2018.

Ecoturismo del quebrantahuesos. Necro comedero.

Una de las iniciativas ecoturísticas más destacadas, tuvo lugar entre 2012 y 2013. El proyecto *Ecotourism Payback Experience* fue llevado a cabo por agrupación empresarial Turebe. Fue una iniciativa innovadora en materia de turismo sostenible en la biosfera y constaba de empresas y entidades destinadas a la innovación con el fin de estimular proyectos de colaboración entre administraciones públicas y empresarios. Turebe se creó en 2010 y está destinada al fomento del turismo sostenible en España. (TUREBE, 2013:2)

En los Pirineos, este proyecto destinaba recursos dirigidos a la recolonización del quebrantahuesos en la cordillera cantábrica. La cría en cautividad (con la intervención de marionetas, para que no adviertan la presencia humana) sirvió para la recolonización de esta especie en los Pirineos y en los Picos de Europa. Desde el punto de vista del turismo sostenible, la presencia del quebrantahuesos puede considerarse un atractivo turístico de gran relevancia.

En Aínsa (Huesca), se ha puesto en marcha un necro comedero de aves carroñeras y necrófagas, que sin duda es un reclamo para el turismo verde y sostenible. (FCQ, 2018:11)¹⁹. Más aún, según se cita en el mencionado informe, “el matadero municipal se ahorra el coste de la empresa de recogida de residuos (4000€ anuales)²⁰”, además de reciclar convenientemente los residuos de las industrias cárnicas.

Según ponía de manifiesto el FCQ (2018:12) una de las grandes iniciativas ecoturísticas es el Eco Museo Centro de Visitantes, ubicado en el Castillo de Aínsa (Aínsa-Huesca), en la comarca de Sobrarbe (en pleno pirineo aragonés). En este emplazamiento, se encuentra una sala específica sobre el quebrantahuesos y un ejemplar irrecuperable en el parque zoológico.

4.2.4. Navarra

Gran cantidad de las iniciativas turísticas del norte de la comunidad, fueron consideradas pioneras del desarrollo del turismo rural, ya que desde la década de los 80, el Gobierno de Navarra apostó muy fuerte por la implantación de este tipo de turismo en la cordillera pirenaica. Bustos Alecha (2016:14). Es más, la presencia del Gobierno de Navarra en la proliferación de espacios turísticos sostenibles y rurales, se pone de manifiesto en la creación de los siguientes organismos públicos Comisiones Obreras Navarra (CCOO) (2011):

- a) Observatorio Navarro de Empleo y el Observatorio Territorial de Navarra

¹⁹ Los trabajos se han realizado en el ámbito de aplicación del Plan de Recuperación del Quebrantahuesos en Aragón (Decreto 45/2003)

²⁰ En 2017, colaboraron los mataderos de Aínsa y Huesca. Se llevaron a cabo un total de 67 aportes de alimento (1005 kg.) y 48 kg. de lana.

- b) Agencia de desarrollo rural Cederna-Garalur.
- c) Sociedad pública Nasuvinsa (Plan de Ordenación del Territorio).
- d) Ayuntamientos y consistorios municipales de los valles de Roncal, Salazar y Aezkoa.

La apuesta de turismo desarrollado en el pirineo aragonés está demostrando su eficacia. Según apuntaba Bustos Alecha (2016) en sus conclusiones, el método del ecoturismo y del agroturismo parece estar arrojando resultados satisfactorios en materia de desarrollo sostenible.

4.2.5. Otras iniciativas de turismo sostenible

Otras iniciativas relacionadas con el turismo sostenible son la Estación Biológica del Monte Perdido y el Sendero denominado “las montañas del quebrantahuesos” y miradores de Revilla.

4.3. Iniciativas a nivel UE

La Estrategia de Desarrollo Sostenible de la Unión Europea revisada en 2006, mantiene la conveniencia de que los Estados miembros dispongan de consejos asesores para el desarrollo sostenible. Menciona la red *European Environmental and Sustainable Development Advisory Councils (EEAC)*, conjunto de países y comunidades que comparten intereses en materia de sostenibilidad. EUR-Lex (2001)²¹.

4.3.1. Midi-Pirineos

La región Midi-Pirineos ha participado relevantemente en la redacción del Plan Agenda 21. En su informe D2Mip (*Développement durable en Midi Pyrénées*) se han diseñado una serie de indicadores en materia medioambiental en la cornisa Pirenaica francesa, a partir de estadísticas elaboradas por Eurostat.

La Agencia Regional por el Medio Ambiente (ARPE)²² defiende los intereses turísticos en los Midi Pyrenees.

4.3.2. Languedoc-Rosellón

La región de Languedoc-Rosellón, y en particular El Departamento de Hérault, participa

²¹ Texto íntegro disponible en <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=legisum:l28117> [Fecha de consulta, agosto 2019]

²² *L'Agence Régionale pour l'Environnement (ARPE)*.

activamente siguiendo las directrices de la Agenda 21 desde 2002. (CADS, 2008:46)

Desde entonces se considera un reclamo ecoturístico en la comarca de Pallars Sobirà, en Lleida. En la localidad de Isil (*Alt Àneu*), se ubica *Casa de l'Ós Bru* (Casa del Oso Pardo).

4.4. Destinos sostenibles

La Fundación Aquae²³ (2018) ponía de manifiesto en su informe la sostenibilidad de los siguientes destinos turísticos:

1. Eslovenia. Considerado con uno de países más sostenibles del mundo porque más de un 60% de su extensión está poblado de árboles. Se trata de un “pulmón” en plena Europa, y uno de los países mundiales con mayor biodiversidad. Hay más de 400 enclaves de conservación de ecosistemas. El Gobierno eslovaco defiende el turismo sostenible, y este apoyo se refleja en que, en la última década, el turismo se ha triplicado.
2. Copenhague. El gobierno danés promociona el turismo en su capital mediante políticas de sostenibilidad. Asimismo, destina grandes inversiones en investigación de protección medioambiental. No en vano pretende ser la ciudad europea más sostenible y aspira a ser ciudad neutra de emisiones de carbono en 2025. Gran cantidad de su población emplea la bicicleta como medio de transporte.
3. Pontevedra. La capital de las Rías Baixas se ha convertido en los últimos años en un referente de modelo urbanístico. Ha pretendido suprimir paulatinamente el tráfico en sus calles. En 2015 obtuvo el galardón ONU-Hábitat al modelo urbano por haber reducido en 14 años más del 66% de las emisiones de dióxido de carbono en el casco urbano en 14 años. Asimismo, obtuvo el premio a la Excelencia en Movilidad, gracias a la construcción de 40 kilómetros de sendas peatonales y la adaptación para discapacitados.

Además, esta ciudad ostenta el gran orgullo de ser una ciudad con cero víctimas mortales por accidente de coche o atropellos en los últimos tres años. Fundación Aquae (2018)

4. Botsuana. La industria del turismo abarca más del 5% de la economía nacional. En unos años, supondrá casi el 10% del PIB nacional.

Según Fundación Aquae (2018) la quinta parte del país es espacio protegido. Su normativa en desarrollo turístico protege especialmente los intereses locales de su

²³ Fundación Aquae apuesta por un modelo sostenible de desarrollo social, económico y medioambiental a través del apoyo al talento emprendedor, la investigación y la innovación. Aquae (2018)

población, mediante iniciativas sostenibles como safaris. Las tribus alquilan sus tierras a empresas que demuestren su sostenibilidad y respeto del medioambiente y al patrimonio natural y cultural del país.

5. Røros (Noruega). Población de 5.000 habitantes, declarado Patrimonio de la Humanidad. Se trata de un antiguo asentamiento minero que ha preservado su folclore y costumbres genuinas de su población autóctona. Sus casas están elaboradas con madera, lo que supone que cada año acudan a sus calles más de un millón de clientes turistas.
6. Praia, archipiélago de Cabo Verde. Paraje del Océano Atlántico frente a las costas de Senegal. Esta antigua colonia portuguesa pretende que en 2050 toda la isla se abastezca de energías no contaminantes.
7. Curitiba (Brasil). Hace más de 4 décadas, Curitiba implantó la línea de autobuses urbanos públicos de Tránsito Rápido. Pretenden peatonalizar las grandes avenidas de su capital, eliminar el tránsito de vehículos de su centro urbano. Las emisiones de dióxido son absorbidas por sus grandes bosques urbanos.
8. Portland (Estados Unidos). Ostenta más de 400 kilómetros de carril bici, dispone de luces LED en todas sus farolas, y su aeropuerto es transitable en bicicleta (se permite el embalaje y envío de bicicletas en todas las bodegas de sus aviones). Los trenes disponen de ubicaciones para bicicletas. También potencia el uso de jardines verticales y espacios verdes en azoteas.
9. Santa Fe. (Estados Unidos). Protege el patrimonio histórico de la ciudad y prohíbe la construcción de edificios de más de tres plantas, con el fin de que las montañas sean vistas desde cualquier zona de la ciudad.
10. Azores. (Portugal). Dispone de parajes naturales muy bien conservados. Su núcleo urbano (construido) tan sólo supone el 5% de la superficie total del país. Controla la visita de turistas.

4.5. Buenas prácticas en sostenibilidad a nivel de empresa turística: el caso del hotel Voramar

Una vez analizados los casos paradigmáticos a nivel de destino en el presente epígrafe se estudiará cómo caso práctico de sostenibilidad el hotel Voramar.

Se ubica en el Paseo Marítimo Pilar Coloma, 1 en Benicàssim, Castellón, España.

Según se desprende de la página web, <https://www.voramar.net/voramar-sostenible/>, el hotel lleva a cabo un Plan de Sostenibilidad estratégico basado en los principios de la Economía del Bien Común. Tiene como objetivo reducir “...*los impactos ambientales, sociales y*

económicos derivados de (...) la actividad, que garantice el desarrollo sostenible a todos los niveles...”.

Según Rafael Pallares (2017), dueño del hotel Voramar, la Economía del Bien Común es un programa que se dirige a velar por los intereses generales y al bien común, relacionados, pues, con el introducido paradigma de la sostenibilidad.

Según Pallares (2017) se fundamenta en valores como honradez, responsabilidad, solidaridad y generosidad. Promueve la justicia social y la protección de los ecosistemas, así como la solidaridad y la democracia. Según e desarrolla en las siguientes líneas, a saber:

- a) Protección medioambiental: reducción de residuos sólidos y empleo eficiente de los recursos naturales. Disminución de las emisiones de CO₂. Sensibilización de la plantilla en dicho cometido.
- b) Consumo energético: reducción del consumo energético a través de potenciación de hábitos (apagar luces, desconectar ordenadores cuando no están en uso, etc.). Instalación de placas solares y uso de energías limpias y alternativas, como placas fotovoltaicas.
- c) Recursos naturales: optimización de los recursos naturales disponibles. Actitudes hacia la reutilización de los materiales maximizando su ciclo de vida útil.
- d) Compromiso social: elaboración de políticas de recursos humanos que protejan los derechos de los empleados. Selección de proveedores y suministradores sostenibles. Donación anual del 0,7% a la asociación “Acción Contra el Hambre”.
- e) Reducción de Residuos: uso mínimo de envoltorios plásticos y packaging. Reutilización y reciclaje de los residuos. Uso exclusivo de botellas de cristal retornable. Empleo de papel reciclado en servilletas y otros enseres. Separación de las basuras para su correcto reciclaje.
- f) Huella ecológica: reducción de los contaminantes por dióxido de carbono mediante el uso de coche eléctrico.

4.5.1. Plan de sostenibilidad Voramar

Según Pallares (2017) el hotel desarrolla un plan de sostenibilidad desde la fecha de inauguración en 1930, basado en el respeto a los trabajadores, a los ecosistemas y apuesta por la economía local.

Fomenta entre la plantilla:

- a) Compromiso sostenible.
- b) Valores de respeto entre los empleados.

- c) El confort de los clientes.
- d) Garantía de entorno de trabajo saludable.
- e) El bienestar de los trabajadores.
- f) La igualdad entre los miembros de la plantilla.
- g) Selección de proveedores locales sostenibles.
- h) La incorporación de hábitos que permitan reducir las emisiones de CO₂.
- i) La sensibilización de los clientes y proveedores.
- j) La transparencia en los resultados.
- k) La comunicación entre los empleados de la plantilla.
- l) La escucha de sugerencias entre los profesionales.

4.5.2. Respecto del hotel Voramar

Se trata de un hotel muy comprometido con el medioambiente y mantiene un firme compromiso con sus empleados. Vela no solo por el confort de los huéspedes sino también por el bienestar de los empleados. Potencia un clima de trabajo agradable, basado en el respeto.

Las políticas medioambientales consisten en el uso racional de los recursos naturales. Asimismo, también se obtiene electricidad gracias a placas solares y fotovoltaicas. Los vehículos de la empresa son eléctricos.

Tienen una política de reciclaje basada en la reutilización (envases de cristal retornables, uso de papel reciclado, etc.), y en la prolongación de la vida útil de los recursos.

Mantienen un Plan de Sostenibilidad, basado en los principios de la Economía del Bien Común, donde ponen de manifiesto la justicia social, la democracia, la igualdad y defienden y promulgan valores como la dignidad humana, la honestidad, la honradez, la honorabilidad y la igualdad.

Es, sin lugar a dudas, un destino turístico sostenible por excelencia

5. CONCLUSIONES

Este estudio pretende aportar a la literatura sobre sostenibilidad en el sector turístico, incidiendo en su importancia como factor crítico de la competitividad, tanto a nivel destino como empresa. Por lo que esperamos que la revisión realizada pueda aportar tanto a la gestión empresarial como a los políticos responsables en la materia.

Todos los indicios apuntan a que los destinos más comprometidos con la sostenibilidad son en particular los más rentables, los turistas apuestan cada vez más por los destinos que velen por la protección del medioambiente, la justicia social y la defensa de las tradiciones.

Los turistas cada vez más apuestan por destinos con costumbres genuinas, que muestren el folclore y el modo de vivir de sus gentes. Se opta cada vez menos por representaciones teatrales que emulen la forma de vivir autóctona, elaboradas exclusivamente para el deleite del turista.

No obstante, de la revisión de la literatura realizada se desprende que todavía existe un importante camino por recorrer para consolidar un modelo de destino sostenible pleno.

Entre las principales limitaciones se destacan su dificultad de medir su impacto en términos de competitividad. Esto se debe a factores como:

- a) Competitividad turística. Gran cantidad de las dificultades radican en que el diseño de los mismos contiene un gran soporte teórico.
- b) Existen muchos indicadores difícilmente cuantificables, toda vez que el turista experimenta sensaciones, relacionadas con emociones y experiencias previas.
- c) En otros casos, las variables son intangibles y cualitativos. La calidad de los servicios no siempre es percibida por todos los clientes por igual. La calidad percibida es distinta a la calidad esperada.
- d) No existen criterios estándares sobre el uso de los indicadores que miden la competitividad de los destinos turísticos. En ocasiones para realizar medias ponderadas, se asignan pesos muy distintos a distintos factores. De hecho, a la tecnología se le asigna mayor importancia que el respeto a los ecosistemas.
- e) El modelo de Dwyer (2003), por ejemplo, tan sólo tiene en cuenta el precio a pagar. No se tienen en cuenta los recursos del destino ni se hace mención a la competencia de otros destinos.

Por tanto, se demuestra fundamental el establecimiento de rúbricas robustas sobre el impacto medioambiental, social u económico de los destinos; principalmente de aquellos calificados como sostenibles.

Una vez realizado el estudio de los principales destinos calificados como sostenibles y sus características estructurales que los fundamentan, hemos abordado como estos principios de la sostenibilidad o la economía del bien común, se traducen en la práctica empresarial de un establecimiento hotelero.

Futuras líneas de investigación requerirían de un análisis más profundo de estas acciones; se considera altamente interesante elaborar un pequeño seguimiento acerca de la sostenibilidad del hotel Voramar, para comprobar cómo afecta la sostenibilidad de un complejo hotelero en la viabilidad de un proyecto. En su página web no aparece ningún balance anual ni ninguna memoria de cuentas. No obstante, todo parece indicar que la empresa, en su afán de transparencia, no tendría problema en publicar alguno de su estado de cuentas o análisis de beneficios.

Se trataría de elaborar un estudio más exhaustivo que permitiese encontrar la relación entre sostenibilidad y negocio.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

La metodología empleada en el siguiente trabajo de investigación se rige bajo el artículo de Galán²⁴ (2006) sobre metodología.

Otros enlaces a metodología, se cita en la siguiente página web:

<http://www.econstor.eu/handle/10419/54385>

A continuación, se enumeran unas bases gratuitas donde se encuentran artículos de investigación en PDF. Son las fuentes empleadas en el presente trabajo TFG.

- <http://dialnet.unirioja.es/servlet/buscador> (en español)
- <http://www.doaj.org/> (revistas en acceso libre)
- <http://www.scielo.org/php/index.php?lang=es> (Texto completo en español)
- <http://www.redalyc.org/home.oa> (Revistas de texto completo hispanas)
- REBECA: registros bibliográficos, bibliotecas públicas españolas.
<http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/areas/bibliotecas/mc/rebeca/portada.html>

Repositorios:

- UGR. Digibut.
- UJaen. Sinbad2.
- Universidad Pontificia de Comillas.
- UV Roderic.

Artículos de revistas, con interés especial en los internacionales Journal Citation Reports.

- TESEO: (Tesis doctorales españolas)
<https://www.educacion.gob.es/teseo/irGestionarConsulta.do;jsessionid=64C505ADF438823781C8B123F634FAE>
- <http://papers.ssrn.com/sol3/DisplayAbstractSearch.cfm>
- <http://www.econstor.eu/> (contiene artículos de investigación)

Asimismo, se ha empleado el motor de búsqueda Google, en su versión “Academic”, que permite el filtro de información por fuentes fiables, fechas y autores:

<http://scholar.google.es/>

²⁴ Arturo Galán González: doctor en Ciencias de la Educación por la Universidad Complutense de Madrid, obteniendo el Premio Extraordinario de Doctorado. Fue profesor en las universidades Complutense, Alcalá y Pontificia Comillas de Madrid. Actualmente es Profesor Titular del Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación de la Facultad de Educación de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Texto íntegro disponible en:
<https://www.econstor.eu/dspace/bitstream/10419/54385/1/663638313.pdf> [Fecha de consulta, agosto 2019]

6.1. Tipos de metodologías

Hernández, Fernández y Baptista (2003)

Galán González, Arturo et al. (2011). Metodologías de aprendizaje compatibles con el espacio europeo de educación superior. UNED.

Chuliá Rodrigo, Elisa, y Marco Vinicio. Agulló Pastor. Cómo se hace un trabajo de investigación en Ciencia Política. Vol. 397. Catarata, 2012.

6.2. Referencias bibliográficas

Albacete Saez, C., & Fuentes Fuentes, M. (2002). Calidad de servicio en los alojamientos rurales: un instrumento de medida. *V Congreso de Turismo Universidad Empresa: La Calidad Integral del Turismo*. Benicassim: FUJIE.

Aquae, F. (01 de 08 de 2018). *10 destinos sostenibles*. Obtenido de <https://www.fundacionaquae.org/blog/consejos-del-agua/10-destinos-sostenibles-para-el-verano/>

Ávila Bercial, R. B. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo* (15), 27-43. Recuperado el 1 de 11 de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801502>>

Blasco Lázaro, M. (2005). *Introducción al concepto de turismo sostenible*. Gobierno de Aragón.

Bravo Cabria, M. S. (2004). *La competitividad del sector turístico*. Boletín Económico. Banco de España. Recuperado el 27 de 08 de 2019

Bustos Alecha, H. (13 de 12 de 2016). Desarrollo rural en áreas de montaña: el Pirineo navarro. *Revista electrónica de Medioambiente.*, 17(2), 1- 19. doi:<http://dx.doi.org/10.5209/MARE.54798>

CADS. (2008). *Una estrategia de desarrollo sostenible para la Eurorregión Pirineos-Mediterráneo: orientaciones básicas*. Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible de Catalunya, Departament de la Vicepresidència. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/estudis/2007/hdl_2072_204194/PM_Castellano.pdf

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1997). *Turismo, principios y práctica*. México: Diana. Recuperado el 01 de 09 de 2019, de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IWz2gBscMKYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Cooper,+C.,+Fletcher,+J.,+Gilbert,+D.,+Wanhill,+S.+Turismo,+principios+y>

+pr%C3%A1ctica.&ots=jfjMtV99BE&sig=n_BEY0UAh-
pkWtpkb9hByRT4QC0#v=onepage&q=Cooper%2C%20C.%2C%20Fletcher%2C
%20J

- Crouch, G., & Ritchie, J. (1999). Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44, 137-152. Recuperado el 31 de 07 de 2019, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296397001963>
- Diéguez Castrillón, I., Gueimonde Canto, A., Sinde Cantorna, A., & Blanco Cerradelo, L. (29 de 07 de 2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Cultur, Revista de Cultura e Turismo.*, Año 05(Nº 2). Recuperado el 02 de 09 de 2019, de www.uesc.br/revistas/culturaeturismo.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Elliot-Spivack, S. M. (1990). *Turismo y Medio Ambiente: Dos realidades sinérgicas*.
- EUR-Lex. (Junio 2001). *Estrategia de Desarrollo Sostenible de la Unión Europea*. Recuperado el 12 de 11 de 2019, de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=legissum:l28117>
- EXPOK. (4 de septiembre de 2014). *Comunicación de sustentabilidad y RSE*. Recuperado el 02 de 08 de 2019, de 5 ejemplos de greenwashing: <https://www.expoknews.com/5-ejemplos-de-greenwashing/>
- Flores Ruiz, D., & Barroso González, M. (2009). *Análisis de la competencia en la actividad turística*. . Oviedo: Septem ediciones.
- FOP. (12 de MAYO de 2016). *El futuro del oso en el Pirineo occidental*. (F. F. Pardo, Editor) Recuperado el 09 de 10 de 2018, de <http://fundacionosopardo.org/el-futuro-del-oso-en-el-pirineo-occidental/#>
- Fundación Aequae. (01 de 08 de 2018). *10 destinos sostenibles*. Obtenido de <https://www.fundacionaqua.org/blog/consejos-del-agua/10-destinos-sostenibles-para-el-verano/>
- Gándara, J. M., Fraiz Brea, J. A., & Alén González, M. E. (2007). *Hoteles sostenibles para destinos sostenibles. La calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad*. Universidad Federal de Paraná y Universidad de Vigo. Recuperado el 31 de 08 de 2019, de <http://www.esade.edu/cedit2003/pdfs/gandarajm.pdf>
- Garau Taberner, J. (2006). Propuesta de dos índices para la mediación de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto

- de vista de la demanda. En AECIT (Ed.), *XV Simposio Internacional de turismo y ocio*. ESADE-Fi. Recuperado el 04 de 08 de 2019, de <https://aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/63/58>
- González, R., & Mendieta, M. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 23, 111-128. Recuperado el 30 de 07 de 2019, de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70201/67671>
- Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25-43. Recuperado el 11 de 09 de 2019
- GSTC. (2011). *The Sustainable Tourism Gateway*. Recuperado el 11 de 08 de 2019, de <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/eco-tour.htm>
- Hong, W. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12(2), 105-132. Recuperado el 22 de 07 de 2019
- IDESCAT. (31 de 12 de 2018). *Densitat de població. Comarques i Aran, àmbits i províncies*. Recuperado el 11 de 01 de 2019, de Generalitat de Catalunya. Institut d'Estadística de Catalunya. : <http://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=249>
- Izuriaga, B. (2013). Buenas prácticas para una empresa de turismo sostenible. *Talento & Turismo, Turismo y hostelería*. Recuperado el 11 de 08 de 2019, de <https://www.turijobs.com/blog/buenas-practicas-una-empresa-turismo-sostenible/>
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (. (1997). *Mercadotecnia para hotelería y turismo*. México: Prentis-Hall Hispanoamericana.
- Mazaro, R. M., & Varzin, G. (2008). *Competitiveness Models for Tourist Destinations into the Sustainability Context* (Vol. 12). Curitiba: RAC. Recuperado el 01 de 08 de 2019
- OMT. (1994). *Desarrollo del turismo sostenible: manual para organizadores locales*. . Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- OMT. (1996). *Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible*. Madrid: Organización Mundial del Turismo. Recuperado el 13 de 07 de 2019, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284401796>
- Pulido Fernández, J., & Sánchez Rivero, M. (2009). Measuring tourism sustainability: proposal for a composite index. *Tourism Economics*, 15 (2), 277-296. Recuperado el 07 de 08 de 2019
- Restrepo, I. (2008.). *Ecoturismo de tiburón blanco en la isla Guadalupe*. México: La Jornada. Recuperado el 4 de 10 de 2018, de

<http://www.jornada.com.mx/2008/02/04/index.php?section=politica&article=018a1pol>

- Ritchie, J., & Crouch, G. (2000). The Competitive Destination. A Sustainable perspective. *Tourism Management*, 21, 1-7. Recuperado el 03 de 09 de 2019
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination. A Sustainable tourism perspective*. . UK: CABI Publishing.
- Rondón Médicci, M., Buitrago, J., & McCoy, M. (Septiembre de 2009). Impacto de la luz artificial sobre la anidación de la tortuga marina *Dermochelys coriacea* (Testudines: Dermochelyidae), en playa Cipara, Venezuela. *Revista de Biología Tropical*, Vol.57 (N.3). Recuperado el 20 de 07 de 2019, de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77442009000300006
- Sánchez Rivero, M. (2006). Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: un análisis provincial mediante modelos de estructura latente. *Revista de análisis turístico*, 1, 4-22. Recuperado el 02 de 09 de 2019, de <https://aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/79>
- TUREBE. (2013). *Proyecto Ecotourism Payback Experience 2012-2013*. Agrupación Empresarial Innovadora Ecoturismo Responsable en la Biosfera (Turebe). Recuperado el 1 de 11 de 2018, de http://212.64.170.28/turebe/portal/wp-content/uploads/2013/12/Proyecto_EPE_Resultados_FINAL.pdf
- UNWTO. (s.f.). *Sustainable Development of Tourism*. Recuperado el 01 de 07 de 2019, de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Valls, J. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Barcelona: Ediciones Global.
- Valls, J.-F. (1996). *Las claves del mercado turístico. Cómo competir en el nuevo entorno*. Bilbao: Deusto. Recuperado el 22 de 08 de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=239476>
- Villanueva, J. (1994). Turismo Rural y Medio Ambiente. *Geographica*, 31, 211-230.
- Voramar. (2017). *Voramar sostenible*. Obtenido de <https://www.voramar.net/voramar-sostenible/>

6.3. Webgrafía

- http://212.64.170.28/turebe/portal/wp-content/uploads/2013/12/Proyecto_EPE_Resultados_FINAL.pdf
- <http://dx.doi.org/10.5209/MARE.54798>

- <http://fundacionosopardo.org/el-futuro-del-oso-en-el-pirineo-occidental/#>
- <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- <http://www.ecotourism.org/ties-ecotourism-espa%C3%B1ol>
- <http://www.esade.edu/cedit2003/pdfs/gandarajm.pdf>
- <http://www.esade.edu/cedit2003/pdfs/gandarajm.pdf>
- <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/eco-tour.htm>
- <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/eco-tour.htm>
- <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/eco-tour.html>
- <http://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=249>
- <http://www.jornada.com.mx/2008/02/04/index.php?section=politica&article=018a1pol>
- <http://www.jornada.com.mx/2008/02/04/index.php?section=politica&article=018a1pol>
- <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/204/171>
- <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801502>
- <http://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/A/04.pdf>
- <https://aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/63/58>
- <https://aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/79>
- https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=lWz2gBscMKYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=Cooper,+C.,+Fletcher,+J.,+Gilbert,+D.,+Wanhill,+S.+Turismo,+principios+y+pr%C3%A1ctica.&ots=jfjMtV99BE&sig=n_BEY0UAh-pkWtpkb9hByRT4QC0#v=onepage&q=Cooper%20C.%20C.%20Fletcher%20C%20J
- https://ddd.uab.cat/pub/estudis/2007/hdl_2072_204194/PM_Castellano.pdf
- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=239476>
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=legisum:l28117>
- <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70201/67671>
- <https://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>
- <https://www.econstor.eu/dspace/bitstream/10419/54385/1/663638313.pdf>
- <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284401796>
- <https://www.fundacionaquae.org/blog/consejos-del-agua/10-destinos-sostenibles-para-el-verano/>

- https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77442009000300006
- https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-77442009000300006

6.4. Bibliografía recomendada

En la elaboración del presente TFG, no se ha ceñido exclusivamente a las obras citadas en la bibliografía. La elaboración de un trabajo fin de grado, sin duda alguna, requiere la lectura de otras muchas obras, aparte de las que se citan en la Bibliografía. Se han ojeado y se han hojeado algunas otras obras, como las que se citan a continuación. Se pueden considerar como “bibliografía recomendada”. Son:

- Bigné Alcañiz, J.E.; Sánchez García, J. Y Moliner Tena, M.A. (1997): “Calidad y satisfacción en los servicios hospitalarios esenciales y periféricos”,
- Bordas, E. (1994): “La calidad de los servicios turísticos: de la teoría a la práctica”. En: Seminario de la Organización Mundial del Turismo sobre *La calidad, un reto para el turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Fayos-Solá, E. (1994): “Competitividad y calidad en la nueva era del turismo”. En: Seminario de la Organización Mundial del Turismo sobre *La calidad, un reto para el turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Furió Blasco, E. (2000): “Globalización económica y mercado turístico. Análisis del caso español”. En: *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
- *Investigación y Marketing*, No. 57, diciembre, pp. 55-61.

7. ANEXOS

7.1. Abreviaturas utilizadas

Tabla 6. Abreviaturas empleadas

ABREVIATURA	SIGNIFICADO
ARPE	<i>L'Agence Régionale pour l'Environnement.</i>
CC	Creative Commons.
CCAA	Comunidades Autónomas
CE	Comisión Europea
CEOE	Confederación Española de Organizaciones Empresariales
DAFO	Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades.
DS	Desarrollo Sostenible
ECEAT	European Centre for Ecological and Agricultural Tourism
TS	Turismo sostenible
DS	Destino sostenible
FEDER	Fondo Europeo de Desarrollo Regional
FNNP	Federación de Parques de Nacionales y Naturales
GSTC	Global Sustainable Tourism Criteria
I+D	Investigación y Desarrollo
INE	Instituto Nacional de Estadística.
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OMT	Organización Mundial de Turismo
ONG(s)	Organización(es) no gubernamental(es)
ONU	Organización para las Naciones Unidas
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats
TFG	Trabajo Fin de Grado
UJI	Universitat Jaume I
UNWTO	World Tourism Organization

Fuente: Elaboración propia.