

**CERTIFICACIONES AMBIENTALES, PRODUCTOS INNOVADORES Y REDES  
DE COOPERACIÓN: INICIATIVAS DE TURISMO SOSTENIBLE EN NUEVOS  
DESTINOS DE CATALUÑA<sup>1</sup>**

Anna Torres Delgado (Investigadora. Universidad de Barcelona)

**RESUMEN**

En la actualidad el sector turístico está experimentando cambios estructurales importantes. La globalización del fenómeno y el cambio en las motivaciones y hábitos de consumo de los turistas requieren de un desarrollo sostenible de la actividad que garantice su calidad y viabilidad a largo plazo. La sostenibilidad en el turismo se ha convertido en un aspecto clave e ineludible en la planificación y gestión turística actual, como instrumento de revitalización y desarrollo equilibrado, y los nuevos destinos son el escenario más favorable a su despliegue por su naturaleza turística incipiente, que evita problemas de modelos turísticos preexistentes, y por sus entornos menos explorados, que responden a una nueva demanda que busca experiencias singulares. El imperativo real de la sostenibilidad turística se plasma en numerosos instrumentos y productos que proponen nuevas formas de gestión y aprovechamiento turístico.

Esta comunicación analiza diferentes iniciativas de turismo sostenible que se desarrollan en nuevos destinos de Cataluña con la voluntad de estudiar la aplicación práctica de la sostenibilidad en el sector turístico. A partir de una primera contextualización teórica del concepto de turismo sostenible, se presentan experiencias concretas de certificaciones ambientales, productos turísticos y redes de cooperación que son relevantes en el planteamiento de nuevos formatos turísticos que incorporan criterios de sostenibilidad.

---

<sup>1</sup> Esta comunicación se inscribe en las tareas de investigación, ámbito territorial y metodologías de trabajo del proyecto CSO2008-03315/GEOG, titulado “Nuevo turismo, competitividad territorial y desarrollo sostenible: análisis y evaluación del proceso de intensificación y extensión espacial del turismo en la Cataluña interior”, financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia, y en el marco del Grup de Recerca Consolidat Anàlisi Territorial i Desenvolupament Regional (ANTERRIT), 2009SGR 253, Generalitat de Catalunya.

**CERTIFICACIONES AMBIENTALES, PRODUCTOS INNOVADORES Y REDES  
DE COOPERACIÓN: INICIATIVAS DE TURISMO SOSTENIBLE EN NUEVOS  
DESTINOS DE CATALUÑA**

## **1. PRESENTACIÓN**

El objetivo de esta comunicación es reflexionar sobre la sostenibilidad en el sector turístico y su aplicación real mediante el análisis de diferentes experiencias turísticas innovadoras desarrolladas en Cataluña. Con este propósito se dedica la primera parte del artículo a profundizar sobre el concepto teórico del turismo sostenible, a partir de las diferentes acepciones y caracterizaciones, para contextualizar su significado e importancia pero también su ambigüedad e imprecisión. Seguidamente se exponen diversas iniciativas de turismo sostenible que se caracterizan por ser innovadoras y desarrollarse preferentemente en nuevos destinos del interior de Cataluña, y se clasifican en certificaciones ambientales, productos innovadores y redes de cooperación. Cada tipo de iniciativa se ejemplifica con experiencias reales de las que se destaca su despliegue y resultados en el territorio catalán.

## **2. CONSIDERACIONES SOBRE EL TURISMO SOSTENIBLE**

El concepto de turismo sostenible se ha consolidado en la literatura, científica y no científica, de los últimos años como pieza básica en el debate sobre la gestión de los recursos turísticos. Sus definiciones son diversas, pero todas coinciden en hablar de 3 dimensiones (sociedad, ambiente y economía), el equilibrio dinámico de las cuales determina el grado de sostenibilidad de un modelo turístico.

La OMT, en base al Informe Brundtland, define turismo sostenible como *“el desarrollo que responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida”* (OMT, 1993:7). De acuerdo con ello, y en consonancia con las tres dimensiones del desarrollo sostenible, el turismo sostenible debe:

- 1) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- 2) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.
- 3) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

En la misma línea, Sabaté -coord.- (2007:143) define turismo sostenible como *“el enfoque positivo que pretende reducir las tensiones y la fricción creadas por las complejas interacciones entre la industria turística, los visitantes, el medio ambiente y las comunidades que acogen a los turistas. Es un enfoque que supone trabajar por la viabilidad y la calidad a largo plazo de los recursos naturales y humanos. No está en contra del crecimiento pero acepta que éste tiene límites”*. Esta definición recoge los principios de sostenibilidad turística de la OMT y pone énfasis en el turismo sostenible como una manera de entender y proyectar el sector turístico. El turismo sostenible no es actividad productiva sino un enfoque, y como tal se convierte en un hito apto para cualquier desarrollo turístico.

Nuevas visiones más recientes del concepto (Sánchez y Pulido, 2008) reconocen que para que el equilibrio dinámico entre las tres dimensiones de la sostenibilidad se mantenga estable a lo largo del tiempo es necesario un ambiente propicio. Este ambiente es el que denominan como la cuádruple envolvente de la sostenibilidad: institucional, social, ética y de conocimiento. La envolvente institucional remarca la necesidad de que los gobiernos, de cualquier nivel administrativo, asuman la responsabilidad de proporcionar un marco de referencia para la

transición hacia modelos de consumo y producción sostenible. La envolvente social hace referencia a la necesidad de involucrar a la sociedad, tanto visitantes como residentes, en un proceso participativo que convierta la sostenibilidad en una exigencia ineludible para el uso racional y equitativo de recursos. La envolvente ética requiere que todos los agentes compartan un conjunto de valores que superen el carácter hedonista, utilitarista y materialista del consumo turístico, así como un elevado grado de compromiso para combatir prácticas ilegales. Y por último, la envolvente de conocimiento que, en el contexto actual, se convierte en una ventaja competitiva de primer orden. En resumen, la cuádruple envolvente de la sostenibilidad se refiere a la necesidad de tener un marco consistente que legitime y exija la sostenibilidad de la actividad turística.

Evidentemente, el turismo sostenible debe ser entendido como un paradigma adaptable a las circunstancias específicas de cada lugar, tal y como dice Hunter (1997: 859) *“la manera más apropiada de percibir el turismo sostenible no es como un concepto limitado y dependiente de la búsqueda de equilibrio, sino como un paradigma global con diferentes maneras de desarrollarse según las circunstancias”*. Así pues, las decisiones que se deberán tomar para lograr un turismo sostenible son diferentes en función de las características y la situación de cada destino turístico particular, pero la estrategia común debe ser siempre la participación de todos los agentes implicados: administración local, empresas turísticas, poblaciones residentes y visitantes. Farrell y Twining-Ward (2005) añaden a esta concepción la visión compleja del sistema, destacando que cada destino es único en su combinación, organización y expresión de características, las cuales están relacionadas hasta el punto que la variación de un componente puede afectar a todo lo demás. El turismo ya no es una ciencia lineal (causa-efecto), sino que se acepta que la complejidad de su naturaleza requiere de una visión pluridisciplinar y de comprensión de la sostenibilidad como un proceso cambiante.

El concepto de turismo sostenible está ampliamente aceptado y difundido en el sector turístico, sin embargo, su significado real muchas veces es menospreciado fruto de la propia vaguedad en el concepto de sostenibilidad (Butler, 1999; Donaire, 2005; López Palomeque, 2007; Vera -dir.-, 2001). Esta grave indefinición ha hecho que las buenas intenciones que se desprenden del concepto resulten en simples gestos vacíos que no contribuyen a reconvertir la sociedad sobre bases más sostenibles; el contenido del concepto no responde a definiciones explícitas sino al sistema de razonamiento que se aplica al referirse a él (Naredo, 1996). Este hecho es la clave del éxito, y a la vez la causa de la incorrecta apropiación y de la dificultad real de desarrollo operativo del concepto. El turismo sostenible no es una modalidad turística, como mucha bibliografía apunta erróneamente confundiéndolo con el ecoturismo o turismo rural, sino el objetivo al que deben tender todas las formas de turismo y todos los actores implicados en la industria turística (Pérez de las Heras, 2004). Por lo tanto, el turismo masivo y el turismo sostenible no son realidades irreconciliables, pues los principios de sostenibilidad deben guiar cualquier espacio o producto turístico independientemente de sus estados evolutivos (Vera -dir.-, 2001).

La sostenibilidad en el sector turístico implica un cambio de paradigma en el aprovechamiento turístico de los recursos, que garantice una mejora de la calidad de vida de los residentes y los visitantes a la vez que reduce el consumo material. De acuerdo con esto, hay una serie de principios básicos que debe cumplir la actividad (Fraguell -coord.-, 1998):

- Turismo planificado: La planificación turística implica un diagnóstico del presente y de las perspectivas de futuro y, consecuentemente, una toma de decisiones. Así pues, es un paso indispensable en la elaboración de la estrategia de sostenibilidad.
- Turismo integrado y diversificado: El turismo debe ser un elemento integrado en la riqueza cultural y económica del lugar.

- Turismo abierto: El turismo debe estar abierto en su territorio e incluir su amplio abanico de recursos en la oferta turística.
- Turismo dimensionado: El turismo debe estar dimensionado en el espacio y tiempo, de manera que se limite la afluencia de turistas según la capacidad de acogida del territorio y se fomente la desestacionalización.
- Turismo participativo: El consenso y la democracia activa son principios del modelo de turismo sostenible y, por tanto, se requiere la participación activa de todos los agentes que intervienen en el proceso turístico.
- Turismo duradero: El turismo debe tener en cuenta los efectos a medio y largo plazo del modelo turístico adoptado.
- Turismo viable económicamente: No hay que renunciar a la ganancia de beneficios pero éstos deben contribuir al bienestar de la comunidad local.

La nueva orientación del turismo se dirige hacia formas diferentes de organización y gestión para conseguir una mayor productividad y efectividad a través de los principios de calidad, flexibilidad, desarrollo integrado en el entorno, atención personalizada al cliente, innovación e integración diagonal (Sancho -dir.-, 1998). Además, ante el más que probable crecimiento futuro del turismo hay que establecer filtros racionales, a través de mecanismos correctivos y preventivos, que eviten los problemas y las consecuencias negativas de desarrollos incontrolados. No hay duda de que el origen de estos son fruto de la falta de planificación o definición previa de un modelo que, desde la política económica regional, permita la inserción idónea del turismo en el territorio (Vera, 1992). En este sentido, las nuevas áreas turísticas presentan ventajas competitivas frente a otros destinos, pues la naturaleza incipiente de su turismo permite planificar y gestionar la actividad desde un principio evitando de esta manera problemas de desarrollos turísticos previos.

### **3. INICIATIVAS DE TURISMO SOSTENIBLE EN NUEVOS DESTINOS DE CATALUÑA**

El turismo en Cataluña ha estado tradicionalmente concentrado en el litoral, fruto del desarrollo turístico masivo de sol y playa de los años 60. Sin embargo, los cambios en los procesos de producción y consumo turístico de los años 90 propician la difusión del fenómeno hacia las comarcas del interior. Los turistas buscan nuevas experiencias y el entorno natural adquiere valor como recurso, cosa que facilita el despliegue turístico en zonas rurales y de montaña que ven en la actividad una oportunidad de desarrollo económico y revitalización social. El desarrollo turístico en estos destinos responde pues a una nueva demanda caracterizada por huir de modelos turísticos tradicionales, masificados y estandarizados, y que valora la práctica turística activa, dinámica y participativa que responde a diversas motivaciones a lo largo de las vacaciones (naturaleza, cultura, gastronomía, deporte, etc.). Precisamente estas características son las que propician que los nuevos destinos turísticos opten por desarrollar iniciativas que incorporan criterios de sostenibilidad.

En este apartado se hace una recopilación de experiencias turísticas que incorporan criterios de sostenibilidad. Evidentemente, tal y como ya se ha comentado, la sostenibilidad es un concepto impreciso que responde en parte a la interpretación subjetiva que se haga, por lo que no es extraño encontrar iniciativas denominadas de "turismo sostenible" que se centran excesivamente en una de las dimensiones de la sostenibilidad, normalmente el ambiental, olvidando el necesario equilibrio entre ambiente, economía y sociedad. Los casos analizados se consideran relevantes por plantear nuevos formatos y productos que persiguen el paradigma de la sostenibilidad en el sector turístico, sin embargo, no están exentos del sesgo introducido por la vaguedad intrínseca del turismo sostenible.

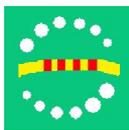
### **3.1. Certificaciones ambientales**

La certificación ambiental de espacios y establecimientos está creciendo año tras año en el sector turístico, y muchos agentes lo empiezan a percibir como un aspecto clave en su actividad. Se distinguen dos tipos de instrumentos: las Ecoetiquetas y los Sistemas de Gestión Ambiental (SGA), que permiten la identificación pública de empresas, organizaciones, productos y servicios que mediante instrumentos voluntarios procuran la preservación ambiental. La implementación de estas certificaciones supone indudablemente una mejora en la gestión ambiental de la empresa, pues el consumo de recursos (agua y energía) y la producción de residuos se minimizan y, una vez amortizada la inversión inicial de adecuar las instalaciones, los costes asociados también se reducen. Además del ahorro que pueden suponer estas medidas, la certificación ambiental otorga un valor añadido al producto turístico ya que el consumidor ve en el distintivo una garantía de menor impacto negativo sobre el medio ambiente (Torres Delgado, 2008).

Las ecoetiquetas identifican y certifican de forma oficial que ciertos productos o servicios cumplen una serie de criterios ambientales que los hacen menos perjudiciales para el medio ambiente comparativamente con otros que cumplen la misma función. Los criterios se desarrollan teniendo en cuenta las especificaciones de cada producto y servicio y se revisan periódicamente. En el ámbito turístico las ecoetiquetas se aplican mayoritariamente a establecimientos turísticos. Según datos de ECOTRANS (Red Europea para el Desarrollo del Turismo Sostenible), en 2004 sólo en Europa ya había más de 40 sistemas de reconocimiento ambiental, por lo que a continuación se ha optado por presentar dos ecoetiquetas significativas a nivel de Cataluña.



La Etiqueta Ecológica de la Unión Europea es concedida a aquellos productos y servicios que minimicen los impactos ambientales a lo largo de su ciclo de vida, es decir, a aquellos que minimizan el impacto desde la extracción de los recursos hasta su gestión final como residuo. En el sector turístico la adquisición de bienes para proveer el servicio y la gestión de los residuos generados son los aspectos ambientales que determinan su concesión.



El Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental (DGCA) de la Generalitat de Catalunya se otorga a aquellos establecimientos que promuevan el diseño, la producción, la comercialización, el uso y el consumo de productos y de servicios que favorezcan la minimización de residuos, el ahorro de agua, energía y recursos, o bien la recuperación, reciclaje y reutilización de productos. En el sector turístico sólo es aplicable a los alojamientos.

Por otra parte, los SGA consisten en un círculo continuo de planificación, acción, revisión y mejora del comportamiento ambiental de las organizaciones en relación con el tipo, magnitud e impacto ambiental de sus actividades, productos y servicios. Es decir, es un instrumento estructurado y sistemático para incorporar la variable ambiental en la gestión de la empresa de acuerdo con la legislación vigente. La implantación de un SGA permite a las empresas obtener las ventajas propias de todo sistema de gestión sumadas a los beneficios ambientales, lo que mejora su imagen y competitividad. Actualmente hay dos normas de carácter voluntario para diseñar o implantar un SGA: la norma de ámbito internacional ISO 14001 y el reglamento europeo EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)

## ISO 14001

La norma ISO 14001 especifica los requisitos para un SGA. Permite a la organización formular su política y sus objetivos, teniendo en cuenta los requisitos legales y la información relativa a sus impactos ambientales significativos. Se aplica a aquellos aspectos ambientales que la organización puede controlar o tener influencia. La certificación la realizan varias empresas privadas por lo que no hay un registro unitario y oficial de las empresas y servicios que cumplen la norma, sólo hay estimaciones.



El EMAS es un sistema que promueve la mejora continua del comportamiento ambiental de las organizaciones mediante la implantación de un SGA (remitiéndose a la norma ISO 14001), la evaluación de este sistema, la formación e implicación activa de los trabajadores, y la información al público y a las partes interesadas.

En la Tabla 1 se observa el alcance de las certificaciones ambientales en Cataluña y se constata que los establecimientos de alojamiento son los mayoritarios. Esta proporción responde a que las ecoetiquetas se aplican únicamente a este tipo de empresas de servicio, y a que los SGA inicialmente estaban dirigidos a industrias por lo que al ampliarse a todo tipo de organizaciones fue más fácil su implantación en las empresas en que los impactos eran más identificables, por ejemplo los alojamientos. Comparativamente, las ecoetiquetas están más extendidas (164) que los Sistemas de Gestión Ambiental (86), sin embargo están muy concentradas en los establecimientos de turismo rural. Esto se debe a que se ha promovido la implementación del DGCA en estos establecimientos a través de un convenio entre la Generalitat de Cataluña y dos asociaciones de casas rurales (RuralCat y Confederación Catalana de Agroturismo y Turismo Rural). También se debe tener en cuenta que las

ecoetiquetas se otorgan si el establecimiento cumple con una serie de requisitos de gestión en el momento de la petición, mientras que los SGA requieren de una redefinición de la política ambiental de toda la organización. En este sentido, es más fácil implantar una ecoetiqueta que un SGA. Por lo que se refiere a la distribución espacial de las certificaciones ambientales, aproximadamente un 56% se concentran en el interior de Cataluña, cosa que indica la generalización de dichos instrumentos en destinos de reciente dinamización.

**Tabla 1. Establecimientos turísticos certificados ambientalmente en Cataluña (2010).**

<b>Establecimiento turístico</b>	<b>Etiqueta Ecológica de la Unión Europea</b>	<b>DGCA</b>	<b>ISO 14001</b>	<b>EMAS</b>	<b>Total</b>
Cámpings	1	13	11	18	43
Campos de golf	-	-	-	1	1
Casas de turismo rural	4	115	-	1	120
Estaciones de esquí	-	-	2	-	2
Hoteles	2	18	22	25	67
Instalaciones juveniles	-	11	-	-	11
Oficinas de turismo	-	-	-	1	1
Parques acuáticos	-	-	1	2	3
Parques temáticos	-	-	1	1	2
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>157</b>	<b>37</b>	<b>49</b>	<b>250</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Departamento de Medio Ambiente de la Generalitat de Cataluña y Turisme de Catalunya.

### **3.2. Productos turísticos innovadores**

Los productos turísticos articulan los recursos y la oferta turística de un territorio con el fin de vender conjuntamente una experiencia singular. El hecho de que el producto turístico combine diferentes servicios del viaje (alojamiento, transporte, actividades, etc.) hace especialmente importante la incorporación de criterios de sostenibilidad, ya que se facilita su difusión al resto del sector. En este apartado se presentan dos ejemplos de productos turísticos que se consideran innovadores y que están basados en el desarrollo sostenible de la actividad.

### Agroturismo en la sierra de Castelltallat

La sierra de Castelltallat está situada en la comarca del Bages y pertenece al municipio de Sant Mateu de Bages. Su población vive diseminada en masías y la economía ha estado tradicionalmente basada en la explotación forestal y la agricultura de secano, sectores en declive desde los años 50. Durante la década de los 90 se produjeron grandes incendios forestales en la zona, lo que contribuyó a acentuar la crisis que se vivía en el campo. En este contexto el turismo se erigió como una nueva posibilidad económica que podría fijar la población y asegurar el mantenimiento de las explotaciones agrarias (Cors, 2007). Considerando los principales recursos turísticos de la zona (paisaje, naturaleza y patrimonio agrícola), se optó por promover el agroturismo. Con este objetivo se creó la Asociación Serra Castelltallat, que se configuraba como un núcleo sólido y singular de desarrollo agroturístico basado en la coordinación y cooperación de los actores del territorio. El producto turístico se creó a partir de iniciativas privadas y combinaba un turismo activo, basado en rutas de caravanas y caballo por la sierra, con el alojamiento en casas de campo y otras ofertas complementarias, como el observatorio astronómico.

El éxito de la iniciativa ha sido incuestionable y los vecinos de la zona han imitado el modelo. Las actividades tienen una demanda considerable que ha hecho el negocio rentable y ha permitido mantener las actividades agrícolas y forestales tradicionales. Además ha revitalizado y fijado la población, y a la vez ha facilitado la incorporación de la mujer al mercado laboral, ya que es la encargada de gestionar el negocio turístico mientras el hombre trabaja en el campo. También se ha recuperado parte del patrimonio rural construido, principalmente masías o dependencias agrarias que se han transformado en alojamientos rurales. En cuanto al impacto ambiental, la actividad se ha integrado completamente en la estructura preexistente y ha aprovechado los recursos naturales y patrimoniales del territorio,

minimizando así la alteración del paisaje y usos del suelo. Este producto turístico pues, consigue un buen equilibrio entre las tres dimensiones de la sostenibilidad, maximizando los efectos positivos del turismo en la economía, sociedad y entorno de la sierra de Castelltallat.

#### Senderismo en el Ripollès, la Garrotxa y el Alt Empordà: el proyecto Itinerànnia

En 2001 la entidad Turisme Garrotxa, frente a la necesidad de desestacionalizar el turismo y reducir la hiperfrecuentación, encargó un estudio de mercado para la creación de productos turísticos que identificó el senderismo como opción óptima para la zona. El 2004, conscientes que la dimensión de la Garrotxa era reducida, la comarca se puso en contacto con las comarcas vecinas (Ripollès y Alt Empordà) para proponerles una iniciativa de senderismo conjunta: Itinerànnia. Itinerànnia era un proyecto que pretendía crear una red de senderos entre las tres comarcas que articulase recursos y ofertas generando un producto turístico especializado y de calidad, transversal en el territorio, competitivo en los mercados y sostenible en la destinación. La colaboración entre las tres comarcas, a través de las entidades Consorci Ripollès Desenvolupament, Turisme Garrotxa y Alt Empordà Turismo, se inició ese mismo año con un inventario exhaustivo de caminos, la creación de una metodología para la selección de los senderos que formarían parte de la red, y la edición de un manual de señalización común. En 2008 la iniciativa ya contaba con 2.500 Km de senderos señalizados. Itinerànnia se considera una iniciativa pionera por el hecho de conectar diferentes redes de caminos, multiplicando exponencialmente las posibilidades de recorrido del senderista, y por aplicar el concepto de red viaria a las áreas rurales, permitiendo llegar a cualquier punto del territorio desde cualquier otro lugar. Además, el amplio despliegue y difusión de los senderos del proyecto promueven el turismo en el territorio y aumentan las posibilidades de desarrollo local. De hecho, Itinerànnia ofrece senderos a través de 108 poblaciones, cosa que beneficia a unos 325 hoteles y pensiones, 299 alojamientos rurales, 63 cámpings, 8 albergues, y muchos

otros negocios como restaurantes, guías de naturaleza y diversas actividades complementarias. Por otro lado, la iniciativa ha significado la recuperación de caminos históricos y ha incorporado itinerarios específicos (senderos de Gran Recorrido, rutas por el Parque Natural de la Zona Volcánica de la Garrotxa, etc.), permitiendo descubrir los rincones más emblemáticos de las comarcas y revalorizando su paisaje, cultura y gastronomía.

### **3.3. Redes de cooperación**

Las redes de cooperación se basan en establecer sinergias entre los agentes turísticos de manera que éstos se beneficien del intercambio de información y/o de la comercialización conjunta de productos y servicios turísticos. Se trata de una herramienta que optimiza los recursos invertidos y logra una gestión más eficiente y coordinada de la actividad. A continuación se presentan dos ejemplos de redes en las que sus miembros intercambian información y venden productos y servicios de turismo sostenible.

#### Red SOLC - Asociación Municipio, Turismo y Paisaje

La red SOLC es una asociación de micromunicipios (pueblos de dimensiones demográficas, administrativas y presupuestarias reducidas) que se unen para mejorar su desarrollo económico mediante la explotación turística sostenible de su paisaje. La iniciativa fue impulsada en 2009 por el ayuntamiento de Riudecanyes (Baix Camp) y, aunque es muy reciente, ya cuenta con 11 municipios asociados.

La red actúa como plataforma de cooperación e intercambio en donde los miembros pueden discutir sus problemas y necesidades y recibir apoyo técnico y científico. Además el SOLC trabaja para posicionar estratégicamente los municipios en los mercados turísticos como referentes de un modelo de turismo de calidad y sostenibilidad basado en valores de identidad, territorio, cultura y paisaje. Con este fin desarrolla estrategias conjuntas para implementar

nuevos modelos de desarrollo y de turismo sostenible, contribuye a diseñar y crear productos y servicios turísticos basados en el paisaje, hace difusión y promoción a través de diferentes canales (e-boletín, web, ferias, prensa, etc.), capta fondos de financiación, y colabora con entidades diversa naturaleza con las que crea sinergias (administraciones públicas, empresas, universidades, centros de investigación, etc.). Por otra parte, la red también pretende ser un lobby de micromunicipios unidos que represente sus intereses ante el resto de administraciones públicas, procurando que se incorporen sus demandas e intereses en la elaboración de estrategias, planes y programas de órganos de ámbito territorial superior.

#### Red EcoturCAT - Ecoturismo en Cataluña

La red EcoturCAT es una iniciativa del *Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible* de la Generalitat de Cataluña, y tiene como objetivo dinamizar el ecoturismo en Cataluña y ayudar a las empresas, entidades y organismos promotores del sector a mejorar su competitividad a partir del intercambio de experiencias, la innovación y el desarrollo de pruebas piloto. EcoturCAT brinda la oportunidad de establecer alianzas estratégicas y vínculos profesionales entre agentes del sector, gracias a la visibilidad social que se da a sus miembros a través de un directorio propio y de las reuniones y jornadas que organiza periódicamente. Además también publica un boletín con las principales novedades relacionadas con el ecoturismo y la red. Pero sin duda uno de los aspectos más interesantes de pertenecer a esta red es el acceso a un espacio que permite la demanda de información, la disponibilidad de una bolsa de trabajo, el debate de aspectos claves del presente y futuro del sector, la promoción conjunta de iniciativas y proyectos pilotos, etc.; en definitiva, un espacio diverso y pluridisciplinar en el que crear sinergias.

Aunque EcoturCAT no actúa como un portal de promoción de la oferta ecoturística de Cataluña, sí que recoge la mayoría de las actividades de este sector por lo que también puede

cumplir esta función de manera indirecta. En este sentido, el portal web de la red dispone de información sobre los atractivos y actividades ecoturísticas que se desarrollan en Cataluña; destacando especialmente mapas interactivos que territorializan dicha información.

#### **4. CONCLUSIONES**

En el contexto social y económico actual, caracterizado por un cambio en las motivaciones y pautas de consumo turístico y por una fuerte competencia entre destinos, los principios de sostenibilidad se postulan como la estrategia clave para cualquier desarrollo turístico. El nuevo paradigma turístico pretende evitar los problemas e impactos negativos que generan los modelos turísticos incontrolados y conseguir un desarrollo sostenible e integrado en el territorio. Los nuevos destinos son el escenario más propicio, aunque no el único, para desplegar una verdadera actividad turística sostenible ya que permiten planificar y gestionar el fenómeno desde un principio evitando deficiencias estructurales heredadas de desarrollos turísticos previos. Además, el perfil de la demanda actual busca nuevas experiencias en entornos singulares por lo que los nuevos destinos, relativamente menos explorados, ofrecen más posibilidades en este sentido.

Sin embargo, no se puede olvidar que la ambigüedad del concepto de sostenibilidad implica dificultades prácticas en su despliegue real, impregnando las iniciativas de una fuerte carga subjetiva. A menudo las iniciativas denominadas de "turismo sostenible" se centran excesivamente en una de las dimensiones de la sostenibilidad, normalmente el ambiental debido al origen ecologista de la definición de desarrollo sostenible, lo que supone que los esfuerzos y los resultados sean parciales. A pesar de esto, no se puede negar que la sostenibilidad ha calado en el sector turístico y que esto se manifiesta en numerosos instrumentos y productos que plantean nuevos formatos de aprovechamiento turístico, algunos de los cuales se recogen en esta comunicación.

Las iniciativas de turismo sostenible presentadas responden a tres niveles de aproximación al fenómeno. Las certificaciones ambientales son un instrumento voluntario de gestión ambiental que se aplican concretamente a las empresas, para las que suponen indudablemente una optimización en el consumo de recursos y una minimización en la producción de residuos. Los productos turísticos, en cambio, articulan diversos recursos e infraestructuras bajo una misma oferta turística, cosa que obliga a combinar diferentes servicios del viaje (alojamiento, transporte, actividades, etc.) y facilita la difusión de criterios de sostenibilidad a diversos componentes del sector. Y finalmente, las redes de cooperación actúan como mecanismos de comercialización e intercambio de información entre los agentes turísticos y sus productos y servicios, introduciendo la sostenibilidad a un nivel más global.

Es evidente que las maneras de introducir la sostenibilidad en el sector turístico responden a interpretaciones diversas y, por tanto, a iniciativas de calidad e intensidad diferentes. Sin embargo, el hecho significativo y diferencial que se da en la actualidad es la voluntad de avanzar hacia un turismo sostenible aplicado. Es quizá en este sentido en el que se está avanzando más recientemente: en pasar de la teoría a la práctica.

## **5. FUENTES DE INFORMACIÓN**

### **Bibliografía**

BUTLER, R.W. (1999): “Sustainable tourism: A state-of-the-art review”, en *Tourism Geographies*, 1: 1, pp. 7-25.

CORS IGLESIAS, MARTÍ (2007): “El agroturismo en la Cataluña interior. El caso de la Sierra de Castelltallat” en *A propósito del turismo. La construcción social del espacio turístico*, pp. 225-233. Editorial UOC, Barcelona.

DONAIRE, J.A. (2005): “Pot ser sostenible el turisme? Noves platges, vells problemes”, en *DCIDOB* 93, pp. 9-12.

- FARRELL, B. y TWINING-WARD, L. (2005): “Seven Steps Towards Sustainability: Tourism in the Context of New Knowledge” en *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 13, nº 2, pp. 109-122.
- FRAGUELL SANSBELLÓ, R.M. (coord.) (1998): *Turismo sostenible a la Mediterrània. Guia per a la gestió local*. Brau Edicions, Girona.
- HUNTER, C. (1997): “Sustainable tourism as an adaptative paradigm”, en *Annals of Tourism Research*, vol.24, nº 4, pp. 850-867.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2007): “Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos” en *Anuario Turismo y sociedad*, vol. VIII, pp. 51-68. Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Universidad de Colombia.
- NAREDO, J.M. (1996): “Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible”, en *La construcción de la ciudad sostenible. Primer catálogo español de buenas prácticas*. Ministerio de Obras públicas, Transporte y Medio Ambiente. Madrid, España.
- ORGANIZACIÓ MUNDIAL DEL TURISME (OMT) (1993): *Guía para administraciones locales: desarrollo turístico sostenible*. OMT, Madrid.
- PÉREZ DE LAS HERAS, M. (2004): *Manual del turismo sostenible. Como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Mundi-Prensa Ed., Madrid.
- SABATÉ, X. (coord.) (2007): *Turisme sostenible: experiències europees aplicables a Catalunya*. Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible i Departament d’Innovació, Universitats i Empresa. Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- SÁNCHEZ RIVERO, M. y PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. (2008): *Medida de la sostenibilidad turística. Propuesta de un índice sintético*. Investigación Turística. Tribuna Fitur Jorge Vila Fradera. Fitur 2008. Editorial universitaria Ramón Areces, Madrid.
- SANCHO, A. (dir.) (1998): *Introducción al turismo*. OMT, Madrid.

TORRES DELGADO, A. (2008): “Creando ventajas competitivas: la ambientalización de los destinos turísticos catalanes como estrategia de revalorización del producto” en *Espacios Turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad*, pp.473-484. Editorial AguaClara SL., Universidad de Alicante, Alicante.

VERA, J.F. (1992): “La dimensión ambiental de la planificación turística: una nueva cultura para el consumo turístico” en *Papeles de Geografía*, nº 18, pp. 195-204.

VERA, J.F. (dir.) (2001): *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores*. Instituto Universitario de Alicante, Alicante.

## **Webs**

Green Globe Certification: [www.greenglobecertification.com](http://www.greenglobecertification.com)

Red EcoturCAT: [www.ecoturcat.cat](http://www.ecoturcat.cat)

Red SOLC: [www.xarxasolc.org](http://www.xarxasolc.org)

Turisme de Catalunya: [www.catalunyaqualitat.cat](http://www.catalunyaqualitat.cat)

Turisme Garrotxa: [www.turismegarrotxa.com](http://www.turismegarrotxa.com)