

IUCN – TURISMO SOSTENIBLE EN EL MEDITERRÁNEO
PANORAMA Y PERSPECTIVAS, ESTRATEGIAS Y ACCIONES
DOCUMENTO DE TRABAJO - TEXTO DRAFT

Autor: José María de Juan Alonso

Agosto 2010



INDICE

- 1 - SOBRE EL DOCUMENTO Y SUS OBJETIVOS.**
- 2 - INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN.**
- 3 - Marketing de destinos turísticos y sostenibilidad.**
- 4 - Los requerimientos de sostenibilidad.**
- 5 - Apuntes iniciales para un marco conceptual del turismo sostenible.**
- 6 - Monocultivo turístico y sostenibilidad ambiental.**
- 7 - El concepto de turismo responsable.**
- 8 - Sostenibilidad social.**
- 9 - Sostenibilidad cultural.**
- 10 - Sostenibilidad económico-empresarial.**
- 11 - Impactos positivos y negativos de la actividad turística.**
- 12 - Turismo, ocio y uso público.**
- 13 - Compatibilidad de modelos de desarrollo turístico.**
- 14 - La presión de la demanda.**
- 15 - La complejidad temática de la sostenibilidad turística.**
- 16 - El papel empresarial en la sostenibilidad turística.**
- 17 - La planificación del territorio.**
- 18 - El caso especial de los espacios naturales protegidos.**
- 19 - El marco de la planificación turística.**
- 20 - El caso del “turismo” residencial y las relaciones con el turismo.**
- 21 - Dependencia de la actividad turística y modelos de desarrollo.**
- 22 - El marco jurídico de la planificación para el turismo sostenible.**
- 23 - Condicionantes operativos para el turismo sostenible.**
- 24 - El marco económico-empresarial: la relación entre productores y destinos.**

- 25 - El marco asociativo.**
- 26 - Los recursos patrimoniales naturales.**
- 27 - Los recursos patrimoniales culturales.**
- 28 - La demanda turística y su evolución.**
- 29 - Movilidad y transporte sostenible.**
- 30 - El mar Mediterráneo como recurso y como destino.**
- 31 - Gestión del conocimiento y transferencia.**
- 32 - Turismo y biodiversidad.**
- 33 - La gestión institucional de la sostenibilidad turística.**

1 - SOBRE EL DOCUMENTO Y SUS OBJETIVOS.

El presente documento pretende abordar de forma muy concisa:

- un panorama global de cómo el espacio geográfico del Mediterráneo se relaciona en la actualidad con los planteamientos de la sostenibilidad en turismo,
- cuáles son los campos de actuación que hay que tener en cuenta necesariamente para avanzar en la sostenibilidad,
- apuntar algunas líneas de trabajo o propuestas de acción, tanto generales como específicas.

Evidentemente, un documento de reflexión de esta limitada extensión se plantea como un draft de trabajo y no entramos a desgranar o profundizar en él referencias, productos, conflictos, estudios de caso, indicadores, o parámetros operativos de ninguno de los temas tratados; ya que abordarlos ocuparía decenas de páginas para cada uno de ellos. La pretensión es que de este documento se desprendan cuestiones concretas para el debate, estrategias y acciones inmediatas a abordar para resolver paulatinamente y de forma secuencial los muchos problemas planteados.

Estas estrategias deben de ser compartidas entre los entes públicos, el sector turístico, las organizaciones ambientales y los agentes sociales si desean triunfar y consolidarse como norma en la planificación y en las operaciones turísticas en el espacio mediterráneo.

Se aborda así mismo el turismo en relación al uso público y al ocio organizado como fenómenos distintos pero muy difíciles de separar en los destinos del Mediterráneo más desarrollados y concentrados.

Del documento se desprenden de forma directa e inmediata una gran cantidad de líneas de trabajo, temas de debate y acciones concretas que deberán ser más adelante definidas en detalle por equipos técnicos multidisciplinares con aplicación en los espacios piloto que presenten las condiciones más adecuadas.

La relación del turismo con la biodiversidad es así mismo un eje fundamental del documento, desde el punto de vista de la conservación y también de la biodiversidad como recurso turístico de alto valor. Ello constituye además una reflexión muy oportuna al enfocar la recta final del Año Internacional de la Biodiversidad.

NOTA: Se elabora y presenta en paralelo a este documento un listado de referencias básicas sobre los principales aspectos tratados que pueden servir como inspiración y base documental para continuar avanzando en la temática y para proyectos futuros.

2 - INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN.

No cabe duda de que existe una preocupación general sobre las posibilidades y los límites de la actividad turística en un espacio tan emblemático y sensible como el Mediterráneo, y de que el planteamiento de estrategias de amplio alcance para aproximarse a la sostenibilidad turística en este ámbito, entendido desde un punto de vista global, presenta inicialmente una gran cantidad de dificultades. Baste mencionar la reciente aparición (Agosto 2010) en la prensa general de un estudio que presentaba el Mediterráneo como un mar muy amenazado. Más adelante citamos algunos de dichos impactos con mayor detalle.

En una primera instancia, hemos de tener en cuenta que se trata de países, territorios, destinos y clusters (conjuntos de atractivos) turísticos con un grado muy dispar de desarrollo turístico; algunos de los cuales tienen un posicionamiento en el mercado y un grado de desarrollo de la oferta muy elevados.

Ambos factores, posicionamiento en el mercado y grado de desarrollo de la oferta turística, tienen una gran importancia a la hora de abordar planteamientos de sostenibilidad, como profundizaremos más adelante. Frente a ellos, existen otros destinos emergentes y potenciales en el Mediterráneo, sobre todo en Europa del Este, que han visto en el turismo en algunos casos la única posibilidad de supervivencia económica a medio plazo; consecuentemente, estos nuevos destinos imponen una gran presión para la creación de oferta y la construcción de infraestructuras en torno a los mejores paisajes y a los entornos más accesibles.

Por ello es necesario desarrollar dos grandes líneas de trabajo:

- una para los destinos consolidados o incluso degradados,
- y otra para los destinos emergentes y para los territorios que ni siquiera se pueden considerar aún como tal destino, pero que presentan una clara vocación turística.

Es en estos nuevos destinos donde es más necesario crear una conciencia de la necesidad de una planificación turística sostenible, que tome lecciones de los errores del pasado en los destinos maduros y degradados del Mediterráneo. Para ello, es necesario establecer un sistema de gestión del conocimiento y de transferencia de resultados de investigaciones científicas y de mercado, que los pongan a disposición sobre todo de los destinos más pequeños y más débiles en estructura de gestión, así como de las PYMES.

También es necesario tener en cuenta que la intervención en el Mediterráneo es más compleja porque se debe de intervenir en paralelo sobre modalidades de turismo muy diversas, desde el turismo de sol y playa más convencional y masificado hasta el turismo cultural más refinado y especializado; todos ellos conviven en un espacio relativamente pequeño y, en general con, una gran concentración humana y abundantes conflictos de uso y abuso del territorio.

Ello genera además un gran número de incompatibilidades entre modalidades de turismo y entre segmentos que es necesario tratar en profundidad desde el punto de vista del marketing.

Así mismo, la presencia cercana de destinos muy desarrollados y a veces en degradación o declive, junto a destinos emergentes, genera una gran competencia territorial, incluso dentro de un mismo país. Esta competencia territorial genera así mismo una perniciosa guerra de precios de los destinos consolidados entre sí y a su vez con los destinos emergentes, que se ha acrecentado con el “credit crunch” o crisis financiera internacional.

La feroz competencia por los principales flujos de turistas, que se han reducido en número global y sobre todo en capacidad de gasto diario, fuerza a los destinos a competir reduciendo precios y estándares de calidad a todos los niveles. Ello afecta de manera indudable a los posibles planteamientos de sostenibilidad de la oferta, atacando su rentabilidad y reduciendo sus márgenes de maniobra.

Además, es observable a simple vista en los medios de comunicación tanto generalistas como especializados, que el discurso de la sostenibilidad ha pasado a un segundo plano ante la preocupación de la industria turística por su propia supervivencia. En esta competencia, los destinos más débiles en imagen y en seguridad tienen las de perder.

3 - Marketing de destinos turísticos y sostenibilidad.

Hacemos en este documento una gran cantidad de referencias al marketing turístico y de los destinos, ya que éste tiene una gran relación de sinergias y fricciones con las políticas de desarrollo sostenible y con sus posibilidades de aplicación.

Desde el punto de vista del marketing turístico, el conjunto del espacio mediterráneo actúa como un gran y único destino que es una referencia turística internacional. Ello convierte en modelo de referencia e imitación en otros países de cualquier parte del mundo, cualquier iniciativa que se tome en destinos turísticos muy mitificados, reconocidos y notorios para todos los mercados emisores como son por ejemplo Italia, España o el sur de Francia/ Costa Azul. Por ello, cualquier acción que se lleve a cabo en ellos tiene grandes posibilidades de influencia en las tendencias los mercados turísticos internacionales, tanto emisores como receptivos, sobre todo en los menos desarrollados y emergentes.

El mito del Mediterráneo traspasa todas las fronteras y acumula una gran cantidad de destinos y micro-destinos que forman parte de la memoria mediática colectiva y del imaginario mítico del ocio y el turismo en la sociedad desarrollada desde hace décadas.

Podemos observar, por ejemplo, como los países del Mahgreb que han apostado más recientemente de forma intensa y acelerada por el desarrollo turístico, como

Túnez o Marruecos, están utilizando por lo general un modelo de desarrollo muy similar al del Mediterráneo español, con áreas de gran concentración urbanística en las que se mezcla en mayor o menor medida el fenómeno del turismo residencial o de segundas residencias con la oferta turística propiamente dicha, como es el caso de Saïdia.

Este modelo de desarrollo turístico y constructivo es totalmente cuestionado por sus impactos ambientales y estéticos inmediatos, así como por su propia sostenibilidad como modelo de desarrollo socioeconómico; pero se encuentra por imitación en destinos de todo el mundo; asumiendo en los países en desarrollo más inseguros y menos dotados de infraestructuras generales para el turismo y el ocio la forma de “resort”, complejo o ciudad de vacaciones, y también hoteles “todo incluido”, que aíslan casi completamente a los turistas de la población local después de transportarlos a veces desde la otra punta del planeta. Ello es a todas luces un modelo de insostenibilidad ambiental, social y cultural, pero cada vez más extendido en los destinos en desarrollo que buscan rentabilidad a corto plazo.

Ante este panorama, es necesario plantearse cuáles son los requerimientos generales de sostenibilidad y tratar de convertirlos en criterios y medidas concretos.

Desde el punto de vista del marketing, el papel de las Cámaras de Comercio puede ser muy relevante en este contexto, como entes concentradores de conocimiento del mercado que pueden servir como núcleos dinamizadores de unas políticas de marketing más cualificadas y sostenibles. Pueden servir así mismo como interlocutores entre los distintos tipos de destinos implicados, transfiriendo conocimiento de gestión y datos de mercado. La cooperación público-privada es esencial para que se pueda dar una planificación turística sostenible y se puedan aplicar sus políticas.

Estas políticas implican una publicidad turística cada vez más eficaz y direccionada hacia segmentos o nichos de demanda previamente bien perfilados e identificados, huyendo cada vez más de las campañas de promoción masivas e indiscriminadas. Estas campañas dirigidas a audiencias masivas tienen un alto coste y un ratio de efectividad muy bajo.

Ello facilita la captación de públicos selectivos que presentan un mayor nivel de gasto en el territorio y además lo cualifican como destino turístico frente al mercado.

Para que se pueda conseguir este objetivo, es necesaria previamente una campaña de gran alcance para la profesionalización de los entes de desarrollo, de gestión y de promoción turística locales. La eclosión continua de numerosos micro-destinos en el Mediterráneo no ha sido planificada y, en general, no se cuenta en los destinos emergentes con un cuerpo técnico que pueda acometer con éxito labores de planificación y de marketing avanzado con criterios de sostenibilidad.

La coordinación de imagen es así mismo necesaria ya que la disparidad de campañas, de imágenes y de mensajes sobre la sostenibilidad turística confunde a la demanda. La sobre-comunicación de información y publicidad turística que se dirige hacia una demanda sometida a continuos impactos publicitarios contribuye a aumentar la confusión.

La coordinación de políticas de marketing es así mismo necesaria entre los destinos, ya que la competencia basada únicamente en el precio daña la propia estructura del sector y es necesario que los destinos del Mediterráneo aprendan a convivir y a coordinar sus estrategias de marketing para alcanzar mejores mercados.

A este respecto, algunas políticas como las de los “hoteles resort” y los hoteles “todo incluido” ya citados han sido especialmente dañinas, al atraer grandes masas de público de muy bajo nivel de gasto y que desarrolla toda su actividad dentro del hotel u organizada por el hotel; con ello se elimina la mayor parte del negocio para la oferta independiente, que maneja habitualmente márgenes mucho más amplios de negocio que crean mayor beneficio para el destino en su conjunto.

La obsesión por la rentabilidad a corto plazo unida al fenómeno low cost en el transporte, ha generado este modelo low cost del alojamiento y de la estancia completa. Este modelo de turismo de masas con muy poca rentabilidad por unidad, choca frontalmente con el modelo especializado que se pretende potenciar en el marco del turismo sostenible.

En este campo del marketing no cabe duda de que el papel de las Cámaras del Mediterráneo va a ser crucial como canalizadores de conocimiento y de iniciativas, y como “think tank” sobre estrategias de sostenibilidad que conduzcan a un futuro luminoso para este gran destino.

La irrupción de las nuevas tecnologías en el campo del marketing turístico obliga a mantener muy capacitadas y actualizadas en este campo tanto a las empresas como a profesionales, empleados y organismos intermedios. A las nuevas tecnologías aplicadas tanto al marketing como a la producción y a la información, será necesario en todos los casos dedicarles una línea de trabajo aparte por su importancia y por su continua evolución.

4 - Los requerimientos de sostenibilidad.

Los requerimientos de sostenibilidad que deben presidir cualquier actuación en pos del desarrollo del turismo sostenible deben de contemplar de forma intensa y coordinada los tres ámbitos:

- ambiental/ paisajístico,
- social-cultural y
- económico-empresarial,

de forma especial en los territorios y destinos en proceso de desarrollo; de modo que se asegure el futuro del territorio y la estabilidad de las iniciativas de negocio. Insistiremos más adelante en el marco conceptual en cada uno de estos campos o requerimientos de sostenibilidad.

Podemos ver, por ejemplo, en el caso de la cooperación internacional al desarrollo, que las iniciativas fracasan habitualmente a los pocos años por falta de esquemas previos y bien definidos de sostenibilidad económico/ empresarial; así como por la excesiva o única dependencia de los fondos exteriores para el desarrollo del turismo sostenible.

Esta cooperación también se ha desarrollado de forma intensa en el ámbito del turismo en el Mediterráneo, desde diversos países de la Europa turística desarrollada hacia los países de la antigua Yugoslavia y hacia todo el Magreb. En este campo, la disparidad y descoordinación de las acciones sobre el terreno, unida a la multiplicidad de actores, son causa de que la eficacia de la asistencia sea muy escasa y discontinua. A ello se le une la escasez de actores profesionales del sector turístico y conocedores de sus mercados en el mundo de la cooperación al desarrollo. De nuevo podemos decir que las Cámaras pueden y deben ser un interlocutor válido en este esquema de cooperación, adaptando la asistencia técnica a las necesidades reales de las empresas. De cara a la cooperación al desarrollo, la realidad turística es especialmente compleja, ya que el pequeño tamaño, la atomización y el aislamiento de las empresas a las que se pretende apoyar dificulta su acceso al conocimiento turístico y al mercado.

Es el mismo caso del turismo interior en una serie de espacios de los principales destinos mediterráneos, donde no se ha asegurado a largo plazo la sostenibilidad del esquema de desarrollo socio-económico en base al turismo que se ha fomentado desde los programas públicos de desarrollo y cohesión de la Unión Europea; ello está comprometiendo en la actualidad las posibilidades del territorio, con problemas como:

- el abandono o la degradación de las explotaciones turísticas,
- el aumento de los problemas sociales,
- el abandono de las actividades productivas tradicionales,
- y la despoblación,

entre otros síntomas.

La falta de continuidad en las políticas y en las ayudas es lo que ha causado el colapso de una gran parte de los procesos de desarrollo del turismo en torno al Mediterráneo, con grandes desigualdades previas entre las comarcas que a veces se han acrecentado con las políticas de desarrollo rural.

La introducción no planificada de modelos de turismo exógenos o extraños a la cultura local también tiene que ver con el fracaso de muchas iniciativas. Por ello es

necesario que los destinos emergentes del Mediterráneo tomen nota de estos errores para no repetirlos, así como aprovechar los muchos aciertos conseguidos.

En este contexto, al igual que ocurre en los mencionados programas de cooperación internacional al desarrollo, se han concedido en los primeros años de los programas Leader (inicios de los 90) una gran cantidad de fondos para la creación de infraestructuras y oferta tangible (centros de interpretación y de visitantes, señalización, senderos, alojamientos de todo tipo...) pero en general no se ha previsto la continuidad de la gestión y operación de dichas infraestructuras. Por ello es relativamente fácil encontrarlas cerradas, mal o no mantenidas, por falta de estrategia y/ o de fondos en los municipios y otros entes locales.

Al igual que en otras situaciones mencionadas en este documento, la actual crisis económica sólo ha hecho que acelerar el proceso de degradación de un esquema de desarrollo que ya estaba mal planteado.

No cabe duda de que para los destinos menos desarrollados del Mediterráneo, sobre todo para los entornos rurales cercanos al litoral, sería necesario un gran plan de acción de este tipo que sirviese de catalizador de fondos internacionales y nacionales, públicos y privados, para dar un soporte sustentable al desarrollo del litoral. La importancia de estos entornos rurales cercanos a las zonas de turismo costa es vital como soporte de la cultura, del paisaje y de la biodiversidad autóctonas. De ahí la preocupación por aquellos lugares en los que la expansión constructiva de la costa se ha extendido a las comarcas del interior más cercanas, poblando el paisaje de urbanizaciones con un mismo modelo invasivo.

En este contexto, la obsesión desde la iniciativa pública por la construcción de infraestructuras y elementos tangibles ha dejado de lado entre otros temas esenciales:

- la preocupación por las estrategias ligadas a la investigación de los mercados del turismo sostenible,
- la investigación de los impactos positivos y negativos de la actividad turística; a corto, medio y largo plazo,
- la creación de estructuras productivo/ receptoras y estructuras comerciales capacitadas y estables, que brillan por su ausencia en los territorios de interior y en los destinos emergentes de costa.

La gran diversidad de enfoques políticos del desarrollo; unida a la existencia de comunidades, regiones, comarcas y provincias autónomas con gran independencia en cuanto a las competencias sobre el uso del territorio y en cuanto a las competencias netamente turísticas, complica sobremanera la posibilidad de llegar a consensos y modelos coordinados sobre el uso turístico sostenible del territorio en el espacio mediterráneo e incluso dentro de cada país, región o Comunidad Autónoma. Pero en todo caso, es un paso necesario para confrontar y proponer una alternativa a la actual anarquía que impera en el desarrollo turístico y sus modelos.

La planificación y el desarrollo del turismo son realidades complejas que dependen de muchos factores externos, con cambios continuos de las amenazas y de las oportunidades procedentes del exterior y de las evoluciones de los mercados. Por ello, precisan de una actualización constante de los análisis DAFO previos a la planificación y de la revisión constante de la situación de fortalezas y debilidades de cara a la sostenibilidad y a la competitividad, dos conceptos que van indisolublemente unidos.

Abordamos a continuación un breve marco conceptual del turismo sostenible, que nos permita avanzar con un mismo lenguaje básico.

5 - Apuntes iniciales para un marco conceptual del turismo sostenible.

De acuerdo con las definiciones más habituales, generalmente aceptadas por los entes académicos y los organismos internacionales, el turismo sostenible cuida el medio ambiente por compromiso ético, por inteligencia económica y por razones de mercado.

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos más especializados. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental/ paisajístico, económico/ empresarial y socio-cultural del desarrollo turístico, a los que ya hemos hecho referencia; habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los ecosistemas y los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.

Debe así mismo respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivos, sus valores tradicionales, sus materiales autóctonos, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia interculturales entre visitantes y residentes.

Finalmente, debe 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 en aquellos lugares más desfavorecidos, en el marco de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación bien informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una

colaboración amplia y establecer un consenso entre los sectores público y privado. La implantación de un modelo generalizado de turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia emotiva y significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles. La educación ambiental y la interpretación del patrimonio son herramientas ya muy experimentadas y consolidadas que pueden colaborar de forma directa en este aspecto.

También es cierto que para que pueda darse una estrategia de sostenibilidad ambiental turística, que tiene un alto coste técnico, debe de haber en el destino una masa crítica mínima de productos o de empresas que lo justifiquen. La dispersión geográfica de marcas y sistemas de sostenibilidad turística, aplicados en zonas con una oferta mínima, ha provocado entre otras muchas causas la insostenibilidad del modelo de desarrollo turístico actual en el Mediterráneo.

Por su lado, el concepto de capacidad de carga hace referencia al límite máximo hasta el que una población puede crecer y seguir siendo sustentada de forma permanente por el entorno. La traslación de este concepto al ámbito del turismo y del ocio organizado se ha producido por su incuestionable fuerza para expresar los límites que todo entorno natural tiene para soportar la presión humana, sin degradar sus recursos, su dinámica y sus funciones.

La capacidad de carga turística se expresa en términos de número de visitantes y actividades que pueden ser acomodados en un área turística sin que decline el conjunto de valores ecológicos que alberga; la capacidad de carga psicológica o perceptual es el umbral de actividad turística a partir del cual se produce un empeoramiento apreciable de la experiencia recreativa.

En el caso de la capacidad de carga, creemos que debe tratarse de una capacidad de carga dinámica, que pueda adaptarse a los cambios y evoluciones tanto en el medio ambiente como en la actividad turística en sí. En todo caso, se tratará de establecer una capacidad de carga consensuada entre diversos especialistas, en un ámbito multidisciplinar entre el turismo, el medio ambiente y el resto de condicionantes.

Las capacidades de carga definidas como estáticas y que permanecen fijas a lo largo de mucho tiempo se quedan obsoletas en breve plazo: evolucionan los ecosistemas, evoluciona la sensibilidad ambiental, evoluciona la forma de planificar y operar el turismo y evoluciona el comportamiento de los turistas y visitantes.

6 - Monocultivo turístico y sostenibilidad ambiental.

El tema de la sostenibilidad ambiental tiene también una estrecha relación con el monocultivo turístico. Existe una inevitable tendencia en cualquier comunidad local a sustituir progresivamente sus actividades productivas tradicionales por las actividades turísticas tan pronto como éstas demuestran su rentabilidad, que en general es muy superior a las de las actividades tradicionales, fundamentalmente agropecuarias o forestales. Cuando ésto ocurre, es frecuente el abandono de las actividades o de las explotaciones, que terminan por degradarse o perderse. Desde el punto de vista cultural, al mismo tiempo se pierde el conocimiento de cómo se lleva a cabo la actividad, de modo que las nuevas generaciones van perdiendo ese conocimiento tradicional hasta que desaparece.

Desde el punto de vista ambiental, el abandono de las explotaciones rompe el modelo de territorio, cuya ordenación también puede considerarse como un elemento patrimonial. Se pierde la limpieza de los bosques, se pierde la diversidad de cultivos y especies animales, y aparecen otros problemas como plagas, invasión de las tierras de cultivo por otras especies invasoras, etc.; de forma que cuando se da alguna crisis temporal en la actividad turística, las poblaciones locales tienen la imposibilidad de volver a su actividad productiva tradicional; y el problema ambiental y territorial se convierte también en un problema social y económico. La alteración del paisaje puede ser muy elevada por estas causas.

7 - El concepto de turismo responsable.

El concepto de turismo responsable profundiza un poco más en el papel activo de los turistas y de las empresas turísticas en la consecución de los objetivos de sostenibilidad. A este efecto, plantea marcos de planificación y sobre todo códigos de conducta tanto con el medio ambiente como con la comunidad local y con su cultura. No hay que confundir el turismo responsable con el turismo solidario, que añade además una participación activa del turista en labores solidarias y de voluntariado ambiental o social. En ambos casos, el esquema de trabajo implica la dedicación de una parte prefijada de los beneficios a acciones de interés social en el destino, así como al fomento de salarios y condiciones de trabajo dignas y justas. El concepto de turismo responsable incluye el marco filosófico del turismo sostenible.

8 - Sostenibilidad social.

La sostenibilidad social se refiere a la conservación en buen estado de las estructuras sociales en las comunidades locales involucradas en la operación de un turismo sostenible. Existe una relación muy estrecha entre sostenibilidad social y sostenibilidad cultural; de hecho, para algunos casos utilizamos el término más amplio de “sostenibilidad socio-cultural”. En esta relación va a resultar muy difícil,

por ejemplo, alterar la identidad cultural de una comunidad sin que se altere su estructura social, y viceversa. Los fenómenos de transculturación inherentes a las actividades turísticas son ya muy conocidos y tienen una estrecha relación con las posibilidades de aplicación de modelos de desarrollo turístico sostenibles.

La única cuestión que debe hacer un planificador de turismo es tratar de prever y minimizar estos impactos desde el mismo momento del inicio de la planificación, y tratar de que durante la fase de operación de los productos a largo plazo exista también un sistema que garantice el respeto a las estructuras y costumbres sociales de la comunidad local. Para abordar el tema de la sostenibilidad social, es necesaria una abundante información previa, consulta y participación de las comunidades, utilización de intermediarios cualificados en caso necesario, etc.

Una primera consideración cuantitativa sobre la sostenibilidad social viene dada por el equilibrio demográfico entre residentes y visitantes. No cabe duda de que cuando existe un gran desequilibrio a favor de los visitantes, como ocurre -al menos de forma estacional- en buen parte de los destinos turísticos más masificados, las posibilidades de que se altere o se quiebre la estructura social local son mucho más elevadas.

La sostenibilidad social también hace referencia a la distribución equilibrada de los beneficios del turismo en la comunidad local, y el equilibrio entre inversiones locales e inversiones externas que evite la colonización económica ligada al turismo.

9 - Sostenibilidad cultural.

La sostenibilidad cultural es una cuestión de suma importancia en el marco del desarrollo del turismo sostenible. Nos parece imposible entender el desarrollo turístico sostenible de los destinos y de las comunidades locales sin el máximo respeto y fomento de sus valores y patrimonio culturales. Combinar esto con el desarrollo turístico, aunque sea a pequeña escala, ya ha quedado claro que no va a ser fácil.

Desde nuestro punto de vista, están mucho más desarrollados hasta el momento los elementos y herramientas para la evaluación, prevención y control de los impactos ambientales de la actividad turística, que dichos elementos y herramientas en los aspectos culturales y socio-culturales. No es fácil establecer una causa única para este fenómeno, pero de lo que no cabe duda es de que en el marco del desarrollo turístico sostenible, y hasta la fecha, la sensibilidad por las cuestiones ambientales ha surgido mucho antes y de forma mucho más intensa, que la sensibilidad por las cuestiones culturales y socio-culturales, especialmente las relativas al papel de las comunidades locales en el desarrollo turístico, y los subsiguientes impactos socio-culturales del turismo y del ecoturismo sobre dichas comunidades.

10 - Sostenibilidad económico-empresarial.

Aunque el turismo sostenible tiene un componente importante de conservación del patrimonio natural y de las comunidades locales, está claro que tiene que asegurar la supervivencia económica de dichas comunidades y de los empresarios y profesionales que se aventuran en la actividad turística.

Por ello la primera cuestión a tener en cuenta en la planificación es poner todos los medios posibles para que sea la población local o autóctona de la zona o país la que lleve el protagonismo en la mayor parte de las actividades del área de que se trate. Éste es un elemento conceptual básico en la cooperación al desarrollo en turismo sostenible.

Esta protección en particular puede ser muy difícil en función del marco jurídico y de las costumbres comerciales que existan en cada país o mercado. Si existe libre mercado, libre instalación de empresas y libre circulación de capitales en el país, por ejemplo, no hay forma de limitar la instalación de empresas extranjeras o no locales, pero sí de limitar sus actividades si no cumplen con los requerimientos de sostenibilidad que se hayan establecido.

En todo caso, sí se pueden establecer medidas que obliguen a las empresas turísticas, vengan de donde vengan, a contratar la mayor cantidad de personal local que sea posible en función de su nivel de formación y capacitación. Es importante recalcar aquí que aunque exista buena intención de contratar personal local por parte de las empresas, ésta puede dificultarse o frustrarse por la falta de formación o capacitación de dicho personal para la actividad, o por la falta del personal mismo.

La sostenibilidad económica o económico-empresarial también depende en gran medida de la formación y capacitación, a las que ya hemos hecho referencia al hablar de la sostenibilidad social. Sin una formación y capacitación intensivas y extensivas sobre la población local es muy difícil, no sólo que dicha población pueda acceder a empleos cualificados en turismo sostenible; sino que es aún más difícil que se pueda crear entre dicha población un sustrato de emprendedores y profesionales autónomos e independientes en esta modalidad turística.

De nuevo el papel de las Cámaras y de las asociaciones empresariales en el fomento del emprendimiento en turismo sostenible es clave en la consecución de este objetivo.

11 - Impactos positivos y negativos de la actividad turística.

De los impactos positivos y negativos de la actividad turística ya se ha escrito mucho y en este momento en los destinos consolidados del Mediterráneo ya existe

una gran preocupación general en las instituciones y en ciertos agentes sociales sobre la forma de evitar la degradación del medio ambiente y del paisaje, que en décadas anteriores se aceptaba como inherente a la actividad turística.

Podemos decir que es a finales de los años ochenta cuando se generaliza la preocupación por los impactos ambientales y paisajísticos, y empiezan a darse respuestas científicas y a surgir propuestas de planificación turística. El reciente estudio antes citado en este documento indica una serie de grandes amenazas globales sobre el Mediterráneo, entre ellas:

- degradación de hábitats
- pérdida de hábitats
- aumento de las temperaturas
- sobreexplotación pesquera
- contaminación
- impactos derivados de la saturación de transporte
- especies invasoras.

Está mucho menos desarrollado, en cambio, el estudio de los impactos sociales y de los impactos sobre la cultura. No cabe duda de que el turismo ha sido clave en la modernización de muchos países del Mediterráneo y de su recuperación económica tras la 2ª Guerra Mundial. Así mismo, ha generado una dinámica de avances culturales espectaculares. No existen referentes o estudios de amplio espectro sobre la pérdida de diversidad cultural y de identidad cultural, o sobre la transculturación generada por el turismo.

Sin embargo, el monocultivo del turismo también ha generado economías muy dependientes que no han apostado lo suficiente por otros modelos de desarrollo industrial o tecnológico, concentrándose en la economía de los servicios. Sin que este hecho se pueda considerar como negativo en sí mismo, no cabe duda de que pone a los destinos más dependientes en situación de alto riesgo y de que ello va contra los esquemas de la sostenibilidad económico-empresarial.

También puede afirmarse que la dependencia excesiva del turismo genera una fuerte estacionalidad de los empleos, así como fuertes migraciones internas. Ambos fenómenos, unidos al modelo geográfico concentrado de desarrollo turístico, han contribuido a la despoblación de las comarcas cercanas a las costas y los grandes núcleos del litoral. No cabe duda de que ese desequilibrio territorial debe de tratarse como un impacto negativo.

Es necesario así mismo estudiar más a fondo los impactos negativos producidos por las distintas actividades de ocio y turismo ligadas al litoral, desde el turismo náutico y las actividades acuáticas de todo tipo, a las actividades de deporte y turismo activo que se practican en los entornos litorales, sobre todo las actividades

motorizadas y más agresivas. La regulación de este tipo de actividades debe de proceder de estrategias de sostenibilidad a largo plazo y del conocimiento profundo de sus impactos sobre los ecosistemas. No se duda de la gran rentabilidad del turismo náutico en sus diversas modalidades, por ejemplo, y de las estaciones náuticas; pero es necesario, desde el punto de vista ambiental y paisajístico, cierto rigor en la localización de las marinas y control de las actividades que en ellas se desarrollan.

12 - Turismo, ocio y uso público.

Aunque estamos escribiendo un enfoque turístico, no hay que olvidar que el enfoque turístico de los territorios no se puede abordar de forma aislada sin realizar al mismo tiempo un enfoque de los usos para el ocio organizado y para el uso residencial. El turismo de masas es consecuencia entre otras cosas de una sociedad de ocio intensivo y de culto al ocio organizado como actividad comercial. En los espacios litorales de las grandes zonas urbanas, el uso recreacional para visitantes del entorno cercano, para residentes y para turistas se confunde en los mismos espacios y en las mismas instalaciones.

Los conceptos de ocio en la naturaleza, de ocio cultural y de ocio en el medio rural están íntimamente relacionados con la demanda de productos turísticos en el mismo orden, y comparten instalaciones de uso público, espacios y legislación. De hecho, es frecuente que se confunda el concepto de uso público con el de turismo por parte de los gestores de los espacios; como si el hecho de disponer de infraestructuras de uso público fuese suficiente como para asegurar la prestación cualificada de servicios turísticos. Ello es claramente insuficiente en el caso de las modalidades de turismo de naturaleza más especializadas.

El concepto de uso público está más ligado a la gestión de los espacios naturales protegidos y de otros espacios naturales adaptados para el uso ciudadano, pero en los países turísticos es inevitable que estos espacios tengan fuertes implicaciones turísticas.

En los destinos más degradados la insostenibilidad del modelo de desarrollo de turismo estandarizado y masivo se une por lo general a una experiencia vital turística muy poco cualificada e incluso lamentable; que se pone al servicio de las clases sociales con menor poder adquisitivo y con menores exigencias ambientales y de calidad turística, aunque ambos factores no están necesariamente ligados.

El hecho de que exista una gran presión social hacia el consumo turístico implica en todo caso para los destinos la necesidad de crear grandes infraestructuras de acogida turística y el reto es hacerlas sostenibles.

Los conceptos de turismo responsable insisten en que el turismo bien gestionado favorece por igual a la comunidad local y a los turistas, y cada aumento del bienestar de uno debe implicar aumento de bienestar para el otro. Es de esperar que las mejoras en los servicios y suministros sean beneficiosas para ambos

colectivos, ya que de lo contrario se trataría de una colonización abusiva de los recursos. Cuando esta relación de equilibrio no sea evidente, es necesario cuestionarse el modelo de planificación y desarrollo turístico con el que se está trabajando.

No cabe duda de que la búsqueda de la sostenibilidad turística también debe abordar la complejidad de los problemas políticos, al haber una gran disparidad de sistemas políticos entre los destinos del Mediterráneo que aparejan a su vez distintas formas de enfocar y canalizar el desarrollo social y económico ligado al turismo.

Aunque es éste un tema delicado, aparece necesariamente en las políticas de planificación y desarrollo. El concepto de planificación participativa incluye las consultas necesarias a la comunidad local para la toma de cualquier tipo de medidas, pero somos conscientes de las grandes dificultades de aplicar este esquema de forma general no sólo por cuestiones políticas, sino también culturales y de organización social.

En este aspecto social es muy importante incluir a su vez el enfoque de género, promoviendo sistemas de participación igualitaria y de acceso de las mujeres locales a tareas de gestión en el sector turístico, entre otras medidas. Ello implica la adaptación de los esquemas de desarrollo, formación y asistencia técnica a las peculiares necesidades y circunstancias de las mujeres en cada uno de los territorios y culturas del Mediterráneo, lo que es ya por sí sólo un reto de grandes proporciones.

El uso público trata de garantizar el acceso de los ciudadanos al disfrute de los bienes culturales, de la naturaleza y del paisaje, y el reto es compatibilizar este disfrute de los ciudadanos con el uso turístico.

13 - Compatibilidad de modelos de desarrollo turístico.

Es necesario abordar así mismo la compatibilidad de los diversos modelos y modalidades de turismo en el Mediterráneo y su entorno.

El modelo de turismo residencial (mal llamado turismo residencial desde el punto de vista de los conceptos y definiciones internacionales de turismo) es un buen ejemplo para entender de primera mano los conflictos de uso del territorio, de los recursos patrimoniales y de la imagen turística.

En cualquier caso, el modelo de turismo residencial ha sido el causante de la gran presión urbanizadora del Mediterráneo en los últimos años. Esta presión sin precedentes ha desembocado en un callejón de momento sin salida visible, con docenas de miles de viviendas sin comprador y urbanizaciones no finalizadas y sin servicios por causa de la crisis en los mercados compradores tradicionales, como es de forma más sensible el mercado británico. Las alteraciones sobre el paisaje han sido impresionantes en poco más de una década de fiebre constructiva; así

mismo, muchas de estas urbanizaciones no tienen garantizados suministros básicos como el agua. Más adelante profundizamos en otras implicaciones del modelo de turismo residencial.

También es necesario abordar el tema con seriedad y sin la demonización previa e implícita de la actividad turística, reconociendo el gran valor que ha tenido en el desarrollo de las sociedades de los destinos del Mediterráneo. Ello debe entenderse con independencia de que en los años 60 y 70 los conceptos de impacto ambiental y de planificación estaban fuera del diccionario turístico, al igual que en otras ramas de la actividad humana. No es tiempo de lamentarse sino de restaurar, reorganizar, remodelar, cualificar y recuperar espacios.

De forma particular, los modelos invasivos del territorio y que desdibujan la cultura local cierran la puerta a los turistas más interesados por dicha cultura y por unas condiciones del paisaje y de los recursos más cercanas a la realidad del país, con independencia de los impactos ambientales y estéticos que causan. La planificación implica la definición de vocaciones turísticas para cada territorio y destino y todos no valen para todas las modalidades de turismo; siendo la tendencia a la especialización en clusters una consecuencia lógica de las dinámicas desarrollistas de las pasadas décadas.

14 - La presión de la demanda.

Es necesario en cualquier caso planificar sistemas de logística y de atención a grandes masas de turistas porque ya no es evitable a corto ni a medio plazo la enorme presión de visitantes, turistas residenciales y turistas en general sobre los espacios más accesibles y emblemáticos del litoral mediterráneo y de otros puntos cercanos al litoral.

Esta presión está generada por el culto al ocio organizado y al turismo como derecho asumido por las sociedades desarrolladas, acompañadas de posibilidades crecientes de transporte. La apuesta de muchos destinos en desarrollo o destinos emergentes en proceso de dinamización es ahora la de aprovechar el tirón del litoral para extenderlo a las zonas inmediatas, cada vez más alejadas. Ello se realiza siguiendo los modelos del llamado a veces “turismo complementario” que abarca una gran cantidad de modalidades: turismo activo, turismo rural, turismo de naturaleza, turismo cultural interior.

Para que el territorio pueda soportar esta presión se necesita buscar nuevos modelos de turismo sostenibles en los espacios libres y así mismo posiblemente declarar espacios totalmente libres de uso turístico.

Así mismo, es necesario generar estrategias de logística, distribución y redistribución de los flujos turísticos estacionales y masivos. La estacionalidad es un fenómeno que contribuye también a la insostenibilidad de las explotaciones turísticas, desde todas las perspectivas, y es un fenómeno que necesita de gran inteligencia de marketing para ser atenuado.

Desde el momento en que el turismo se convierte en un bien de lujo relativo al que acceden progresivamente capas cada vez más grandes de la sociedad, la presión sobre determinados territorios más accesibles o emblemáticos en el espacio mediterráneo se hace insoportable.

Cómo combinar la sostenibilidad turística con el deseo de viajar y el derecho al disfrute turístico de grandes masas de población es un asunto muy complejo, ya que el marketing y las tendencias sociales venden el turismo como un derecho fundamental; políticamente es muy difícil ponerle cortapisas a este derecho, y más aún por medio de tasas, ecotasas y medidas similares, como podemos ver con más claridad en el caso de la presión turística sobre los espacios naturales protegidos.

15 - La complejidad temática de la sostenibilidad turística.

Las estrategias de sostenibilidad turística deben de abordar así una gran cantidad de temas básicos que resulta casi imposible reseñar de forma exhaustiva, ya que aparecen continuamente nuevos productos y nuevas tendencias en la actividad turística que incorporan nuevas variables al diseño de políticas de sostenibilidad. Podemos citar como cuestiones básicas:

- eliminación de oferta obsoleta
- esponjamiento de la oferta
- redistribución de flujos turísticos masivos
- transporte y movilidad diseñados integralmente
- racionalización geoestratégica de los hubs o nudos de conexión del transporte
- respuestas de los destinos y de la industria turística ante el cambio climático
- sensibilización de la población local
- sensibilización de las autoridades
- sensibilización del sector turístico y del ocio organizado
- sensibilización de colectivos, asociaciones y agentes sociales en general
- formación y capacitación en turismo sostenible
- unificación de conceptos y definiciones
- coordinación de marcas, códigos de conducta y buenas prácticas
- adaptación de la oferta al territorio

- protección activa del paisaje
- garantía de los suministros de agua y energía
- fomento de las energías renovables
- reciclaje, reducción, reutilización
- gestión de residuos
- etc.

Evidentemente, y como indicábamos al principio del documento, no es posible en el marco del mismo abordar en profundidad cada una de estas cuestiones cruciales y otras que referimos a continuación. Será para ello necesaria la definición de prioridades y la constitución de grupos de trabajo de expertos para ir las abordando paulatinamente y de forma coordinada.

16 - El papel empresarial en la sostenibilidad turística.

La presión de la demanda y de la oferta sobre un territorio muy deseado y cada vez más escaso, genera inevitables fricciones entre las estrategias de sostenibilidad y competitividad desde el punto de vista específico de las empresas turísticas.

En lo relativo a imagen corporativa e identidad corporativa de la sostenibilidad turística, es evidente que el oportunismo de imagen de marca está haciendo que muchas empresas y establecimientos se apunten a la moda del turismo sostenible, del ecoturismo, del turismo responsable y de otras modalidades afines para mejorar su imagen de marca y tener excusas basadas en el green washing para comunicarse de otra forma con el mercado. La sostenibilidad da mucho juego como estrategia de comunicación y ello ha sido descubierto hace ya mucho tiempo por los departamentos de marketing.

Por otra parte, es también cierto que las empresas turísticas del Mediterráneo, PYMES en su inmensa mayoría, necesitan de herramientas y sistemas de sostenibilidad accesibles y sencillos de estudiar e implementar; ya que los sistemas actuales, como es el caso de los sistemas de calidad, resultan complejos y costosos, generalmente inabordables para una PYME.

La existencia de herramientas de sostenibilidad a medida y a disposición de las pequeñas empresas es esencial de cara a que las políticas y estrategias de sostenibilidad puedan ser aplicadas en el sector productivo turístico, cosa que hoy en día sería muy difícil con los esquemas de trabajo disponibles.

En el caso de que no se desarrollen en breve plazo herramientas de sostenibilidad al alcance de las PYMES, de las asociaciones empresariales y de los profesionales independientes, existe el riesgo cierto de que la sostenibilidad se quede para muchos destinos en una pura operación estética, una forma de green washing ya

citado, o de conseguir reputación de marca sin que se aborden las causas profundas de la insostenibilidad de los modelos de desarrollo actuales.

El mayor problema desde el punto de vista de esta aplicación práctica de la sostenibilidad es que hasta ahora no se ha actuado de una manera global, sino solamente con intervenciones muy localizadas y demostrativas en ciertos enclaves.

Es cierto por otra parte que existe una gran cantidad de investigación académica y científica sobre sostenibilidad, con abundancia de estudios sobre impactos, propuestas de corrección y propuestas de indicadores, entre otros. Sin embargo, la transferencia y la aplicabilidad al sector productivo de los resultados de estos trabajos es mínima hasta el momento.

La crisis actual no hace sino empeorar esta situación, al reducir sensiblemente las partidas disponibles para acometer programas de investigación, estrategias de sostenibilidad, actuaciones sobre el territorio, campañas de sensibilización, etc.

En todo caso, no nos cabe duda de que la complicidad a gran escala del sector turístico es fundamental para poder lograr objetivos de sostenibilidad estables, una vez que existan sistemas aplicables de amplio espectro.

No cabe duda de que una parte de la industria turística también está preocupada por la degradación de ciertos destinos en el Mediterráneo, mientras que el modelo de “tierra quemada” o de búsqueda incesante de nuevos destinos es habitual en los grandes tour operadores que trabajan con el turismo más estandarizado y masivo.

El aumento de los precios en los destinos mediterráneos, unido a la progresiva reducción de los precios del transporte aéreo de larga distancia, ha generado que la competencia relevante de algunos de estos destinos se encuentre en otra parte del mundo, por ejemplo en el Caribe. Ello provoca para las compañías hoteleras y los tour operadores la disminución de la rentabilidad en ciertos destinos del Mediterráneo, que se abandonan poco a poco para concentrarse en los nuevos destinos competitivos, dentro o fuera del Mediterráneo.

Para la imagen corporativa de las empresas turísticas y sus planes de marketing, la sostenibilidad es también un hecho diferencial que les resulta útil en las campañas de marketing y es necesario aprovechar esta necesidad desde un punto de vista práctico.

En la consolidación de este papel empresarial también las Cámaras de Comercio tienen un papel crucial. La consolidación de un modelo de desarrollo turístico sostenible implica fortalecer a las pequeñas y medianas empresas y dotarlas de sistemas de gestión eficaces en todos los campos de su actividad, mientras que el sector público se ocupa de sus funciones fundamentales que son la planificación, la gestión de infraestructuras y servicios y la promoción exterior.

La asunción del desarrollo turístico por parte del sector público lleva aparejados el resto de los temas que afectan a la gestión y la imagen de los destinos como por ejemplo:

- la seguridad,
- la información,
- la gestión de los recursos,
- el abastecimiento de agua y energía,
- el mantenimiento de las infraestructuras generales.

Sin el apoyo municipal y de las instituciones públicas en general, es muy difícil que en los destinos la empresa privada pueda asumir su parte del papel en el fomento de un turismo realmente sostenible, y por ello tenemos que hacer algunos apuntes más sobre la situación actual.

No se trata únicamente de que existan expertos ambientales en las administraciones turísticas, sino también de que existan expertos en turismo en el resto de las administraciones y se produzca un diálogo constructivo.

Por otra parte, está claro que existe una gran bolsa de economía informal ligada al sector turístico incluso en los destinos más consolidados, que no favorece en absoluto a la profesionalización del sector ni a la sostenibilidad en el empleo que es fundamental para la sostenibilidad empresarial.

La economía informal va en general aparejada a la precariedad en el empleo, a la baja rentabilidad y a la inestabilidad de la oferta y de la estructura productiva, lo que no favorece a su vez a la profesionalización y las perspectivas de futuro del empleo en el sector.

En este aspecto, hay que tener en cuenta la situación actual de crisis en países desarrollados que ha dejado los municipios con muy poca capacidad financiera, lo que aumenta su debilidad. En los destinos menos desarrollados, los municipios y las autoridades locales no han llegado aún a tener capacidades reales de influir en el desarrollo turístico y muchos menos de promoverlo o gestionarlo. Se trata pues de abordar un problema global en el Mediterráneo.

A la luz de esta compleja situación, para que se pueda plantear con ciertas posibilidades de éxito un cambio de modelos de desarrollo turístico hacia la sostenibilidad en el Mediterráneo, es necesario en primer lugar abordar la cuestión territorial.

17 - La planificación del territorio.

Está muy claro que todo empieza en la planificación del territorio y en unas estrictas leyes para el control de los usos de dicho territorio, en particular los que afecten a la actividad turística de forma directa o indirecta. Los destinos emergentes y algunas zonas de los destinos ya consolidados del Mediterráneo todavía tienen la oportunidad de abordar el desarrollo del turismo a un coste

ambiental, territorial y social equilibrado, que no ha sido lo habitual en las últimas décadas de enorme antropización del paisaje y de concentración abusiva de oferta.

Las políticas de desarrollismo a ultranza del turismo, como por ejemplo la que se ha vivido en el turismo interior y rural en España en los últimos 25 años, replicando el modelo no planificado ya experimentado en el litoral en los años 60 y 70, han abordado el desarrollo de este turismo con poca o nula investigación previa sobre las posibilidades turísticas de cada uno de los territorios y recursos patrimoniales. De hecho, una cantidad apreciable de ellos no han podido salir adelante porque la creación de infraestructuras no ha ido acompañada de otra serie de tareas necesarias para poner el destino en el mercado, con la consiguiente incidencia en la insostenibilidad del desarrollo local.

La industria turística a gran escala necesita exactamente de lo contrario, de gran concentración de oferta en pocas categorías en los espacios más accesibles y mejor comunicados; ya que el beneficio está en la masa y en mantener la maquinaria en marcha de manera permanente. Es la apoteosis del “todo incluido” que ha hecho desaparecer en la práctica al turista independiente de algunos destinos.

Este modelo de turismo que es consumidor intensivo de paisaje, de energía y de recursos ambientales ha calado profundamente en la actual sociedad de consumo. Por todo ello, es necesario ante todo acercarse a la industria y entender esta forma de concebir y planificar los desarrollos turísticos masivos si se desea mantener un diálogo constructivo hacia un turismo más sostenible. Lograr la sostenibilidad de la pequeña oferta independiente, a escala humana y en destinos emergentes es relativamente fácil.

Por otra parte, la actual crisis económica y la lógica obsesión por el mantenimiento del empleo ya existente dificulta poner en marcha la reflexión sobre cambios de modelo que asustan a los operadores y a las autoridades turísticas de los destinos, curtidas en un modelo turístico pleno de convencionalismos que vemos repetirse campaña tras campaña de publicidad. También es cierto que aunque todas las reflexiones y situaciones sobre sostenibilidad turística en el Mediterráneo nos llevan más fácilmente a los entornos costeros, es necesario tener en cuenta que la interrelación entre espacios costeros e espacios interiores es cada vez más estrecha e inevitable.

En lo que respecta a los lugares emergentes, que pugnan por convertirse en destinos potentes y saltar al mercado, es evidente que la creación de infraestructuras y el potente marketing turístico actual son capaces también de crear destinos artificiales de la nada a base de inmensos recursos financieros, sea en la costa o en el interior; pero es necesario plantearse de una forma global el coste ambiental y social de dichas intervenciones; dado que se dan con frecuencia beneficios muy locales a costes muy globales, como los derivados del cambio climático generado por el transporte de personas y las infraestructuras de abastecimiento, agua y energía.

El modelo de crecimiento teóricamente interminable asumido hasta ahora desde hace medio siglo, debe de ser cuestionado desde las más altas instancias políticas y científicas para abordar un crecimiento del turismo más planificado, estable y disseminado en el territorio del Mediterráneo. Este crecimiento está estrechamente relacionado con el modelo energético, con el modelo de gestión del agua y con el modelo de movilidad y transporte.

Por ejemplo, se puede citar el caso de Benidorm, que ha motivado la aparición en sus alrededores en los últimos años de toda una serie de parques temáticos y similares que tratan de beneficiarse de la gran capacidad de alojamiento instalada. Cualquier recesión en los flujos de llegada a Benidorm y su entorno/ macrodestino genera una fabulosa pérdida de rentabilidad inmediata de estas iniciativas empresariales, generalmente públicas e imposibles de reconvertir o de adaptar ante las fluctuaciones del mercado.

Este modelo de concentración de atractivos naturales y artificiales en paralelo a la capacidad de acogida, es exactamente el contrario al modelo de reequilibrio territorial y de distribución de las iniciativas en el territorio que se propone en el marco filosófico del turismo sostenible.

Una política de desarrollo turístico desequilibrada respecto al territorio ha creado en el Mediterráneo una distribución de los flujos turísticos así mismo desequilibrada. Esta distribución territorial se traduce en la Europa turística desarrollada en grandes ejes o rutas muy posicionados; grandes núcleos de turismo urbano y de litoral, y algunos puntos muy concentrados y aislados de turismo rural; que dejan en el interior del Estado enormes “zonas de sombra” donde la despoblación, la supresión progresiva del transporte, y una política agropecuaria y de turismo rural insuficiente y errática amenazan con la propia supervivencia de las poblaciones y de las culturas locales.

Las zonas de sombra se ven progresivamente privadas de servicios básicos como el transporte o las telecomunicaciones de última generación, y entran en un círculo vicioso que las conduce de nuevo hacia el subdesarrollo. Algunas de estas zonas de sombra están curiosamente muy cerca de las masificadas costas o de los grandes núcleos urbanos.

La vocación de uso del territorio debe de ser claramente definida en la planificación territorial, delimitando los espacios de uso turístico. Una gran cantidad de zonas actualmente turísticas seguramente nunca debieron serlo, porque carecen de las condiciones en cuanto a atractivos, accesos, población activa, abastecimiento de agua, etc. Esta situación se da tanto en turismo de litoral como en turismo interior y rural, ya que en los años 60 y 70 no se utilizaba el concepto de planificación turística y se daban por buenos prácticamente todos los espacios para el desarrollo turístico, como ha ocurrido en los 90 con el turismo interior y rural. La realidad se ha encargado de demostrar que no era así y que no todos los espacios eran válidos para el turismo.

En estas zonas donde se han cometido errores sólo queda tratar de asumir los errores, remodelar y promover actuaciones de restauración y recuperación que minimicen su impacto en el paisaje y en el medio ambiente, dinamizando las infraestructuras y reconvirtiéndolas, en su caso. Un ejemplo muy visible de este problema es la gran cantidad de centros de interpretación y de visitantes que están a medio gas o que no funcionan, porque después de su construcción con fondos externos su gestión y mantenimiento son demasiado onerosos para los entes locales.

La planificación territorial debe de estar muy bien coordinada con las políticas de transporte, que influyen sobremanera en el nacimiento y consolidación de los destinos o en su incapacidad para desarrollarse. De forma especial, el fomento del transporte colectivo terrestre frente al transporte privado, en base al tren y a lanzaderas en los principales recorridos, presenta soluciones muy acertadas en los Alpes.

La cuestión territorial es todavía más compleja en los destinos insulares, donde la dependencia extrema del transporte los hace más vulnerables y tienen menos posibilidades de adaptación de su oferta instalada ante los cambios en el mercado, además de una alta concentración de impactos en el territorio. Por ello entendemos que los destinos insulares del Mediterráneo deben de ser tratados de forma específica dada su singularidad.

18 - El caso especial de los espacios naturales protegidos.

El caso de los espacios naturales protegidos en cuanto al desarrollo turístico sostenible del Mediterráneo merece una especial atención.

La declaración masiva de espacios naturales protegidos a partir de la década de los ochenta en algunos países no ha ido acompañada en general de unas estrategias claras de puesta en valor y aprovechamiento turístico y para el uso público ordenado de dichos territorios. La pasión por los espacios naturales que se ha creado en la demanda gracias a la educación ambiental, la sensibilización y el marketing no ha ido acompañada de unas políticas de ordenación de las visitas que las conviertan en un medio de vida sostenible para la población local y fijen población en los territorios.

Podemos observar en mayor o menor medida esta misma situación en la mayor parte de los países del Mediterráneo. El aprovechamiento para el ocio y el turismo de los espacios naturales protegidos es muy desigual. Se pasa de espacios muy ricos en patrimonio que no son capaces de generar rentabilidad para la comunidad local por la falta de promoción y de productos, a espacios totalmente masificados y en los que la calidad de la experiencia vital y turística es muy limitada.

Los recursos financieros públicos claramente no son suficientes para la conservación eficaz de todos los espacios naturales protegidos del Mediterráneo y todos los trabajos que ello conlleva, por lo que la rentabilidad derivada del turismo

ordenado y cualificado en dichos espacios, y la colaboración público-privada, son muy necesarias y oportunas.

La custodia del territorio protegido por parte pública o privada es una de las asignaturas pendientes en el desarrollo del turismo sostenible, y se echan de menos más iniciativas de custodia del territorio por la iniciativa privada o ciudadana, como es habitual en los países anglosajones.

Los espacios naturales protegidos tienen un gran valor como referente para los destinos de turismo sostenible, ya que su singularidad atrae no sólo a los turistas de naturaleza generalistas o especializados; sino que también son cada vez más un factor de atracción para todo tipo de visitantes y turistas.

Durante las primeras décadas del gran desarrollo turístico en el Mediterráneo, el creciente turismo convencional de sol y playa y el infinitamente más reducido turismo ligado a los espacios naturales y rurales se daban la espalda, como flujos turísticos totalmente independientes y no complementarios.

Ha sido muy recientemente, desde principios de los años noventa, cuando ha empezado a surgir un fenómeno de traslación de los turistas de sol y playa a los espacios naturales protegidos para visitas cortas o complementarias. El porcentaje de turistas que realizan estas visitas no ha dejado de aumentar sobre el total desde los primeros años noventa. El fenómeno del turismo en los espacios naturales protegidos ha sido en los destinos del Mediterráneo un fenómeno importado desde el centro de Europa, donde estas visitas tienen ya una tradición centenaria, al igual que el turismo de naturaleza en general.

No se puede negar el valor educativo de este fenómeno hacia la demanda turística y la capacidad que concede a los destinos para equilibrar el territorio e implantar unos valores de defensa del patrimonio natural mucho más cualificados que en el turismo convencional.

La imagen de marca de los espacios naturales protegidos atrae por igual a todo tipo de demanda, con intereses recreativos o con intereses de turismo especializado, más toda la gama intermedia de motivaciones; con la ventaja de que son segmentos de turistas ya muy bien organizados, identificados y estudiados a nivel internacional, como es el caso del turismo de trekking o de birdwatching. Además, la marca de territorio de los espacios naturales protegidos se extiende generalmente muchos kilómetros a la redonda, beneficiando a los productos y a las estrategias de desarrollo de su entorno de influencia.

Se puede poner el ejemplo de www.parks.it en Italia, donde la marca de los espacios protegidos se emplea para llevar a cabo una comercialización muy avanzada de todos los productos ligados a los Parques, con una política de marca o “branding” muy diferenciada y muy eficaz que aumenta enormemente el valor añadido de los productos producidos en los Parques y en su entorno territorial. Aprender de casos como éste y del concepto mismo del agroturismo en Italia o Francia, con sus aciertos y algunos fracasos, es necesario para el resto de los

destinos del Mediterráneo que complementan el turismo de litoral con un turismo rural muy intensivo en las zonas de influencia de la costa, extendiendo los beneficios de la marca del territorio costero al interior.

Puede hablarse en este caso de marketing territorial que es un concepto que habrá que abordar en profundidad en las líneas de trabajo ligadas al marketing del turismo sostenible.

19 - El marco de la planificación turística.

Una vez que está establecida la planificación territorial y ambiental, el marco de planificación turística es la herramienta fundamental para conseguir un desarrollo turístico sostenible. Esta planificación en general ha brillado por su ausencia en el espacio mediterráneo. La falta de relación de la planificación turística con el marketing de destinos, por ejemplo, es la que ha causado el colapso del desarrollo del turismo interior y rural en muchas zonas. Del mismo modo, un turismo muy dependiente de las grandes infraestructuras de transporte también es muy sensible a perder su continuidad y su equilibrio, como se ha demostrado recientemente en Europa en la crisis del volcán Eyjafjalla de Islandia.

Evidentemente existe como gran dificultad inicial la enorme transversalidad del turismo, que dificulta su planificación ya que ésta depende de muchos ámbitos administrativos e institucionales, a veces con muy poca relación entre ellos y con intereses contradictorios. Podemos recordar, por ejemplo, cómo algunas actividades de todo-terreno y aventura motorizada ya no están permitidas en España o están muy restringidas, pero se practican en áreas de Marruecos y en Túnez con una gran permisividad y así estos destinos se han convertido en el paraíso del turismo de incentivo aventura. No está muy claro cuál es el beneficio que la población local obtiene de todo esto, pero el modelo de colonización turística resulta familiar.

Los diversos modelos de planes de dinamización, competitividad y excelencia de destinos asumen nombres diversos en los distintos países del Mediterráneo y en los distintos programas macro de desarrollo pero tienen objetivos comunes: dinamizar los territorios emergentes y desfavorecidos, y cualificar los destinos consolidados, tanto en infraestructura como en prestaciones.

Desde el punto de vista de la sostenibilidad, es relevante que la mayor parte de los fondos de estos planes se han dedicado a la creación y mejora de infraestructuras y servicios, muchas veces no específicamente turísticas sino de interés general; con mucha menor dedicación a la dinamización turística propiamente dicha y con muy pocos fondos dedicados a actividades esenciales como la investigación del mercado, el marketing y la formación.

En la planificación turística, los conceptos de capacidad de acogida de la oferta y capacidad de carga de los ecosistemas son fundamentales como elementos para

articular los modelos de desarrollo. Ambos conceptos necesitan ser tratados así mismo en profundidad.

20 - El caso del “turismo” residencial y las relaciones con el turismo.

La urbanización que colapsa los territorios es uno de los principales problemas que genera el exceso de turismo residencial o de segundas residencias, ya que el turismo residencial es muy deseado por las corporaciones locales, al ser al principio un gran generador de sustanciales ingresos tributarios para los municipios, muy intensivo en mano de obra, en consumo de materiales y en contratación de servicios auxiliares; pero después, una vez asentada la población residencial, provoca una gran demanda de servicios y suministros que no siempre se compensan con los ingresos.

Por otra parte, desde el punto de vista del marketing y la comunicación, el exceso de turismo residencial cambia la imagen de los destinos y ahuyenta los flujos turísticos de mayor calidad y exigencia, en cuanto a autenticidad del patrimonio tangible, y más especialmente del patrimonio intangible.

Del mismo modo que la construcción ha sido el motor del desarrollo turístico y socio-económico en buena parte de los destinos del Mediterráneo en los últimos años, éste es un modelo que ya ha demostrado desde el principio su insostenibilidad y sus límites inmediatos, que ya se han alcanzado sobradamente.

Por otra parte, la conquista del paisaje que se ha llevado a cabo en base a este modelo, ha creado impactos estéticos irreversibles que no han seguido ningún tipo de planificación a largo plazo, ni han mostrado una preocupación por la sostenibilidad socio-económica de dicho modelo.

Es comparable el modelo de desarrollo turístico intensivo dotado de amplias zonas residenciales con los modelos de agricultura turística intensiva, que transforman el paisaje de forma a veces igualmente irreversible y lo condenan a un solo uso.

El cambio a acometer es muy complejo y profundo, pues implica un enorme cambio cultural en la planificación y el marketing turísticos desde la perspectiva de los países/ destino, avanzando hacia un modelo de mayor cualificación y con intervenciones menores sobre el territorio. En este campo los destinos más desarrollados del Mediterráneo deben de compartir sus experiencias con los destinos menos desarrollados, y buscar juntos modelos más compatibles con la supervivencia del paisaje y de las culturas locales.

21 - Dependencia de la actividad turística y modelos de desarrollo.

La aparición del turismo como fenómeno de masas ha creado zonas y países basados en una economía de servicios que no han apostado durante décadas por otras formas de desarrollo, basadas en la tecnología o la industria, y ello ha creado

en torno al Mediterráneo, y refiriéndonos de forma específica al caso europeo, una especie de doble Europa, una Europa emisora y una Europa receptora; desafortunadamente, este mismo esquema se está planteando a medio plazo en el Mediterráneo en su conjunto.

Esta situación coloca a los países o destinos más exclusivamente dependientes del turismo en una situación de alto riesgo, pues se ven obligados a continuar inevitablemente con un proceso imparable y desordenado de crecimiento turístico ante la falta de otras perspectivas de desarrollo socio-económico.

Desde el punto de vista del marketing, la gran notoriedad del Mediterráneo como destino conjunto se combina con posicionamientos muy diferentes según los destinos. Algunos lugares han desarrollado modelos de alta cualificación, destinados casi exclusivamente a un turismo con un alto nivel de gasto, como encontramos en puntos de la Costa Azul o de la costa italiana.

Por otro lado, se utilizan palabras como la “balearización” para referirse a la masificación y la banalización de un destino en base al turismo de bajo poder adquisitivo, de los que encontramos casos por todo el litoral mediterráneo. Sin embargo, hay defensores de este modelo de alta concentración como forma de evitar la dispersión de masas de turistas por todo el territorio, y ello obliga a plantearse una reflexión inmediata, relacionada a su vez con la planificación del territorio, que ya se hace en el caso de los espacios naturales protegidos: es mejor concentrar infraestructuras, servicios, atención a visitantes, gestión de residuos, oferta de ocio, etc.; en un solo punto menos sensible y restringir el acceso al resto del territorio sólo a actividades de bajo impacto.

La modelización de un esquema de desarrollo turístico integral que puede efectuar correcciones progresivas sobre esta situación no parece una tarea fácil, dada la gran cantidad de capacidad instalada de acogida que fuerza a los destinos a hacer un marketing cada vez más agresivo y a trabajar a cualquier precio para que se puedan mantener las estructuras productivas actuales, necesitadas de grandes masas de turistas.

22 - El marco jurídico de la planificación para el turismo sostenible.

Siguiendo la lógica de la planificación, para que el marco de planificación turística pueda ser efectivo debe venir acompañado de un marco jurídico claro sobre las posibilidades de desarrollo, tanto de la oferta o planta física como de las operaciones turísticas. Son conocidos muchos ejemplos de cómo se sobrepasa la capacidad de carga de espacios naturales protegidos, por ejemplo, por presiones de la industria turística local. Ésta trata de que dicha capacidad de carga no se respete para evitar la frustración de las masas de turistas que han venido atraídas por el espacio protegido emblemático, aunque sea para visitas masivas, estandarizadas, rápidas y de gran consumo. La existencia de reglas del juego que no se cumplen desalienta a las empresas turísticas responsables y fomenta el

oportunismo y la anarquía productiva que estamos acostumbrados a ver en el turismo mediterráneo.

Es muy complejo el abordaje de la coordinación de los marcos jurídicos entre distintas zonas o destinos dotados de competencias turísticas plenas, y así mismo por la gran transversalidad; pero es necesario avanzar hacia modelos comunes ya que los distintos marcos jurídicos o la inexistencia de los mismos sólo han favorecido la anarquía y la falta de transparencia en las reglas de juego hacia los operadores turísticos y hacia los propios turistas.

De forma particular, el marco jurídico de las operaciones turísticas en los espacios naturales protegidos es acusado con frecuencia de falta de rigor y de coordinación entre espacios de un mismo destino, así como de falta de conocimiento de la actividad turística por parte de los gestores de los espacios.

No cabe duda de que sería razonable esperar que los espacios naturales protegidos fuesen emblemas de buena gestión turística sostenible para el resto de los espacios, y sería bueno concentrar en ellos ciertos esfuerzos.

El marco jurídico está muy estrechamente relacionado con el marco administrativo e institucional. Es así mismo necesario a este respecto que si se quieren aplicar este tipo de estrategias, los organismos turísticos y afines cuenten con expertos en las diversas ramas de actividad del turismo y viceversa; por desgracia, ello no es lo habitual en la actualidad en los países del Mediterráneo, existiendo todavía un predominio de técnicos apegados a los viejos modelos de operación y de promoción, como podemos comprobar en cualquier feria turística o en cualquier campaña de publicidad de los destinos convencionales.

Los incentivos o exenciones fiscales que suelen acompañar la inversión en los destinos también forman parte de este marco y se producen a su amparo colonizaciones silenciosas de capitales externos en zonas de gran valor estratégico desde el punto de vista turístico, lo que dificulta la aplicación de estrategias de sostenibilidad. Esta situación tiene así mismo enormes impactos negativos en la sociedad local, que se ve fuera del negocio generado en su territorio o limitada a los puestos de trabajo de más baja cualificación.

23 - Condicionantes operativos para el turismo sostenible.

El marco de planificación es el que marca los condicionantes operativos o reglas de juego iniciales para la industria turística. Evidentemente nos encontramos ante una industria muy poderosa de la que viven millones de personas en torno al Mediterráneo. Es necesario por ello que las reglas del juego para que las operaciones turísticas avancen con paso firme hacia la sostenibilidad estén claras y tiendan a ser homologables y equilibradas entre los distintos países como es el caso de las directivas de turismo de la Unión Europea, por ejemplo. Ello está en conexión con los marcos jurídicos a los que hacíamos referencia en el epígrafe

anterior. También aquí el papel de las Cámaras como diseminador de conocimiento es muy clave para el sector empresarial turístico.

Evidentemente, en un momento de crisis como el actual, prima la supervivencia económica; y se ha notado en consecuencia un apreciable descenso mediático de la preocupación por la sostenibilidad en el marco de la industria turística, así como de las iniciativas prácticas.

Los condicionantes operativos afectan de forma directa a la capacidad de programar de los operadores:

- logística,
- capacidad de acogida,
- disponibilidad de recursos humanos capacitados en el territorio,
- servicios y suministros,
- capacidad de carga,
- capacidad de transporte,
- intermodalidad del transporte, ...;

y deben ser abordados en el marco de soluciones integrales de planificación y no de forma independiente.

Los condicionantes operativos condicionan así mismo las inversiones externas e internas, en paralelo a las condiciones jurídicas y fiscales. La planificación turística debe asegurar condiciones operativas estables a los emprendedores, sean locales o externos, en las cuales ya están incluidos los requerimientos de sostenibilidad que las empresas deben cumplir.

Estos condicionantes operativos también deben de ser revisados para la implantación progresiva de la sostenibilidad en el mundo de los eventos, que es una tendencia imparable aunque aún poco desarrollada.

24 - El marco económico-empresarial: la relación entre productores y destinos.

El marco económico/ empresarial es así mismo fundamental en la planificación turística, ya que establece las tipologías de empresas y las condiciones para que puedan operar. Permite así mismo establecer limitaciones de tamaño, de categoría, de actividades permitidas, estándares de calidad mínimos, etc., para que las empresas puedan ser instaladas en un determinado enclave o territorio.

A este respecto, ante las crisis turísticas se necesita fomentar el emprendimiento ligado al territorio, con base local y biorregional en cuanto a la producción de

cualquier tipo; de modo que se alimente no solamente el turismo sostenible sino una producción más sostenible en general, incluyendo las explotaciones agropecuarias.

El marco de estímulo al emprendedurismo, paralelo a la creación de un marco económico/ empresarial, también es la ocasión de estimular iniciativas de sostenibilidad y de primarlas.

La sostenibilidad económico-empresarial está muy debilitada en los destinos de turismo interior que no se han consolidado, así como en las zonas de litoral más obsoletas y degradadas. La sostenibilidad económico-empresarial depende muy directamente del establecimiento de este marco y del marco jurídico/ administrativo/ institucional.

25 - El marco asociativo.

El marco asociativo es así mismo muy importante de cara a fomentar y diseminar las buenas prácticas en turismo sostenible. La abundancia de intereses particulares y la diversidad de asociaciones con objetivos contradictorios, unido a una gran atomización y comarcalización de la gestión pública del turismo, no ayudan precisamente a la gestión sostenible del turismo.

Un ejemplo es la gran abundancia de marcas turísticas de calidad que existen por territorios, por categorías, por ramas de actividad, públicas, privadas, etc. Esta gran abundancia de marcas de calidad turísticas, en las que los aspectos de sostenibilidad tiene un mayor o menor peso, despistan y confunden a la demanda turística que desconoce su fiabilidad.

El fortalecimiento de un marco asociativo orientado al turismo sostenible es un aliado necesario para la interlocución entre el sector público y el sector privado en la planificación e implantación del turismo sostenible. El fortalecimiento del marco asociativo pasa por crear la cultura asociativa en los destinos emergentes y por consolidarla en los destinos maduros, dotando a las asociaciones de las herramientas técnicas para acometer iniciativas de sostenibilidad en turismo y diseminarlas. También es muy importante dotar a las asociaciones de los conocimientos para que puedan acometer iniciativas de promoción y comercialización asociadas, que son cada vez más necesarias en el nuevo marco del marketing turístico.

En este apartado del marco asociativo hay que insistir en el papel de las Cámaras y de las asociaciones empresariales en general como entes promotores y dinamizadores de la actividad turística sostenible, para lo que necesitan concentrar intereses y aglutinar esfuerzos técnicos y financieros.

26 - Los recursos patrimoniales naturales.

Ya hemos mencionado el caso particular de los espacios naturales protegidos, pero es necesario reivindicar también como espacios para el turismo sostenible los espacios naturales más humildes o menos reconocidos como emblemas turísticos, sobre todo los espacios rurales más privados de servicios, más alejados de los grandes núcleos urbanos o ejes de transporte que se concentran en los espacios litorales.

El modelo de concentración de infraestructuras y servicios en los espacios más accesibles y emblemáticos ha dejado fuera de juego a grandes territorios; rompiendo así el equilibrio del territorio, la vertebración del transporte y el aprovechamiento equitativo de los recursos patrimoniales.

La coordinación de modelos de multi-destino en todo el espacio del Mediterráneo es la forma de abordar este problema y reivindicar los espacios más humildes y aislados, reduciendo la presión de usos recreacionales y turísticos sobre los espacios más colapsados. La interpretación del patrimonio, al igual que en el caso de los recursos patrimoniales culturales, es una herramienta fundamental para que se puedan acometer la puesta en valor y la dinamización del patrimonio natural para su mejor disfrute y conservación.

27 - Los recursos patrimoniales culturales.

No cabe tampoco duda de que el Mediterráneo como espacio cultural tiene así mismo un valor fundamental para Europa y en la construcción de la identidad cultural europea: Grecia, Roma, Al-Andalus, fenicios, cartagineses, ... evocan mitos culturales que tienen así mismo un gran poder de atracción e influyen sobremanera en la gran presión turística que se ejerce sobre los destinos mediterráneos.

La canalización y planificación de esta atracción es el gran reto que tienen que plantearse los destinos. La banalización cultural y el descontrol del paisaje a los que ya estamos acostumbrados en los destinos más antiguos, se ven ya, por ejemplo, en los puntos más concurridos de la costa croata, como Dubrovnik y su entorno.

No es planteable actualmente una estrategia de sostenibilidad turística en el Mediterráneo que no tenga en cuenta a fondo estos aspectos culturales que están mezclados de forma indisoluble con los factores ambientales. Curiosamente, los aspectos culturales en la planificación del turismo sostenible han sido sistemáticamente ninguneados o minusvalorados en las últimas décadas frente a las consideraciones ambientales. Por esta misma causa, existe mucha menos documentación e investigación al respecto de los criterios y requerimientos de sostenibilidad cultural y de la sostenibilidad social que le son tangenciales.

A este respecto, se están promoviendo algunas rutas culturales de gran interés ligadas de forma específica al mar Mediterráneo como por ejemplo la Ruta de los Fenicios. La recuperación de la identidad del Mediterráneo como espacio cultural

para un turismo de calidad es una herramienta más de sostenibilidad frente al turismo low cost y el fast travel que inundan ciudades como Barcelona. Ésta incluso ha creado una nueva clase de turistas que pernoctan en la ciudad sin utilizar alojamiento, enlazando fiestas nocturnas para volver a primera hora de la mañana su lugar de origen después de una cabezada en la playa. Evidentemente, las autoridades turísticas y parte del propio sector se están cuestionando si es éso lo que se desea y en qué medida respecto al resto. Las implicaciones ambientales y culturales de este modelo de turismo son dignas de ser abordadas.

Un apartado especial en este trabajo debe dedicarse a la identificación, consolidación y conservación del patrimonio intangible por su mayor fragilidad y dificultad de tratamiento turístico.

28 - La demanda turística y su evolución.

Sin tener en cuenta a la demanda y a las tendencias de la sociedad no se puede abordar el planteamiento de estrategias de sostenibilidad turística en el Mediterráneo. Los cambios en los gustos, necesidades y tendencias que se dan en todas las capas de la sociedad y en todos los aspectos de la vida humana y de la vida productiva, tienen su repercusión inmediata en las formas de hacer turismo y en las formas de entender los territorios y los destinos.

De forma particular, el conocimiento profundo de las motivaciones y de las variables o factores funcionales de la demanda turística va a afectar a la promoción y la comunicación del destino, en cuanto a la imagen de sostenibilidad requerida por la demanda más exigente.

No cabe duda de que la demanda turística puede ser sensibilizada y educada de modo que asuma progresivamente una mayor conciencia ambiental y una mayor responsabilidad hacia los territorios visitados. Son abundantes las campañas y las marcas de calidad orientadas a este fin, y que tratan a su vez de orientar a los turistas más concienciados en su elección. También en ello se echa de menos la coordinación tanto en el espacio de la Unión Europea como en el espacio mediterráneo.

Las abundancia de marcas y clasificaciones de calidad turística y ambiental no sólo genera confusión en la demanda sino también en la propia oferta, a la que le cuesta separar el grano de la paja y diferenciar el sentido de las acciones de green washing de las acciones en profundidad, además del alto coste que ello representa para las empresas más pequeñas que ven limitado su acceso al mercado global.

El perfil de la demanda ha ido evolucionando de forma intensa y una parte de ella es ya muy sensible a los mensajes relacionados con la sostenibilidad en cualquiera de sus vertientes. La década de los noventa ha sido especialmente intensa en la aparición de todo tipo de sistemas de calidad, marcas y sellos de turismo sostenible que incluyen códigos de conducta y propuestas de comportamiento de la demanda de turismo responsable.

En este momento puede decirse que existe, además de la citada confusión desde el punto de vista de la terminología, una gran cantidad de códigos, marcas y sistemas que relacionan el turismo con la sostenibilidad y que tratan de validar y certificar las iniciativas de turismo sostenible de cara al mercado con el fin de orientarle. Estudios desarrollados en el Reino Unido muestran como hay una parte importante de la demanda que está dispuesta a pagar más por productos que puedan mostrar su responsabilidad con los destinos visitados, tanto desde el punto de vista social como ambiental.

29 - Movilidad y transporte sostenible.

Enlazando con la temática más amplia de la movilidad sostenible y del transporte, es además muy cuestionable la sostenibilidad de este modelo de transporte low cost intensivo en consumo de avión para un gasto mínimo y una estancia mínima en el destino. El crecimiento de este tipo de viajes basados en los short breaks o city breaks ha significado una congestión general de los cielos europeos y del Mediterráneo. A nivel mundial, aumenta así mismo el número de viajes internacionales pero éstos son cada vez más cortos, primando el consumo intensivo de destinos frente a las estancias más largas y el consumo extensivo y cualificado.

La apuesta por modelos de transporte más sostenible y por evitar este tipo de desplazamientos cortos en un turismo de consumo acelerado de imágenes forma parte de la cultura turística por la que entendemos que se debe apostar. De forma particular, el estímulo del turismo de radio cercano, de los desplazamientos en tren y del transporte colectivo ya tiene muy buenos ejemplos en los Alpes.

También se necesita hacer un planteamiento que evite los productos de turismo sostenible con transporte insostenible, en los que el turismo low cost podría ser el equivalente a los productos que estimulan largos viajes a países en desarrollo para estar un corto tiempo, a veces incluso en nombre de la solidaridad o de la cooperación.

Ello no quiere decir que haya que demonizar “per se” el fenómeno low cost; ya que también ha estimulado la revitalización de cascos históricos y una recuperación de los valores culturales; pero hay un segmento no deseable del flujo low cost que es necesario replantearse seriamente como objetivo de mercado y no dejarlo todo en manos del mercado sin que exista intervención planificadora por parte de los destinos.

No cabe duda a este respecto que los operadores low cost son relativamente ajenos a esta preocupación y están continuamente atentos a la apertura de nuevas rutas para mantener la maquinaria en marcha; de nuevos destinos y aeropuertos de bajo coste. Ello les sirve para lanzar al mercado nuevos destinos, según se produce el estancamiento o la maduración de los destinos tradicionales, y nuevas capas de la

sociedad cada vez más amplias acceden a la posibilidad de realizar este tipo de viajes cada vez más asequibles.

30 - El mar Mediterráneo como recurso y como destino.

En los que respecta específicamente a la salud del mar, los informes ambientales de los entes expertos alertan periódicamente de que a grandes rasgos factores como:

- la expansión de los cruceros,
- el turismo náutico en sus diversas modalidades,
- el intenso tráfico marítimo mercantil,
- los vertidos de las concentraciones urbanas,
- la sobrepesca,

entre otros, generan el agotamiento de las capacidades de regeneración del Mediterráneo.

Ante este panorama inicial, realmente es necesario abordar a corto plazo un cambio consensuado de modelo y una reconversión de los destinos.

El cambio climático es así mismo una amenaza para la sostenibilidad del modelo turístico actual en el Mediterráneo, ya que éste concentra una gran cantidad de vuelos y de transportes marítimos. Ya hemos citado el caso del turismo low cost o fast travel como fenómenos que desde el punto de vista turístico son aclamados por algunos destinos, pero que han generado un modelo muy poco sostenible desde todos los puntos de vista, incluido el aspecto económico.

Las apuestas más visibles por el cambio y la evolución del modelo, como algunas iniciativas de las Islas Baleares que empezaron con el programa ECOTUR o la Costa del Sol con el Plan Qualifica, muestran que hay un interés real por un cambio en el modelo estructural.

Los síntomas de agotamiento del modelo de desarrollo turístico ya se habían alertado durante mucho tiempo antes de esta crisis turística y de otras anteriores.

Representa un potencial problema que ya se está percibiendo en la actualidad el hecho de la excesiva dependencia o monocultivo del turismo en una gran cantidad de destinos del Mediterráneo, sobre todo en el litoral.

El reequilibrio territorial es uno de los objetivos que se pretendía conseguir con el desarrollo del turismo rural que acometió con grandes ayudas la Unión Europea en desde principios de los años 90 con los Programas Leader. Ello ha afectado de forma muy particular a los países menos desarrollados y a las zonas menos desarrolladas del Mediterráneo. Algunas de ellas han conseguido un despegue

económico que no era imaginable hace poco más de veinte años. En cambio, en otras la gran inversión en ayudas no ha conseguido el despegue económico por falta de una política coherente.

Ante una crisis financiera y de desarrollo empresarial global como la que estamos conociendo en este momento, los destinos excesivamente dependientes de los flujos de ocio y turismo son más vulnerables.

En este momento, los destinos en emergentes como es el caso de algunos de los países de la antigua Yugoslavia (ciertas zonas de Croacia, Bosnia y Herzegovina, Eslovenia, Montenegro, apuestan por el turismo en distinta medida pero con una gran esperanza en la prosperidad que se observa en los destinos tradicionales del Mediterráneo francés o italiano.

El caso de España es particularmente interesante desde el punto de vista de la sostenibilidad, ya que a pesar de que en los últimos años han empeorado los indicadores de calidad, han aumentado los precios, y ha aumentado la degradación del paisaje en algunos casos de forma escandalosa, el destino España ha seguido teniendo unos índices de crecimiento turístico muy acelerados. Ello se ha debido en parte a que en otros destinos del Mediterráneo los problemas de calidad de servicio, de accesibilidad, de inseguridad ciudadana y de inseguridad política les limitan mucho el acceso a los mercados.

En el caso de los destinos desarrollados y consolidados como los citados, el exceso de oferta en algunos puntos o micro-destinos ya ha obligado en el pasado reciente a realizar acciones drásticas; podemos poner como ejemplo el esponjamiento de la oferta en espacios degradados o la demolición de hoteles en primera línea de playa en las Islas Baleares o en la costa de la Comunidad Valenciana, que es donde se aprecia probablemente la mayor degradación e invasión del paisaje tradicional.

Un proceso global de implantación de sostenibilidad turística en el espacio mediterráneo tendría que abordar una gigantesca reconversión de los destinos degradados y de la oferta obsoleta. Esta degradación incluye tanto al paisaje como a la oferta turística en sí, con la agravante de que a mayor degradación de la oferta, menos competitividad y menos rentabilidad tiene el destino para tratar de convertirse a un modelo más sostenible.

En este contexto, los destinos degradados, en declive o maduros necesitan de una reconversión que consume grandes cantidades de recursos financieros.

En estos últimos años ya se ha abordado esta reconversión pero aún queda pendiente una gran tarea en este terreno que se ve interrumpida por la falta de recursos.

El ciclo de la degradación de los destinos es muy perverso ya que la obsolescencia de los hoteles y la degradación paisajística en dichos destinos los coloca en la cola de los destinos baratos, lo que contribuye a que entren en un círculo vicioso de declive de imagen. Cuando el destino y la oferta se encuentran en estas circunstancias, la apuesta por la sostenibilidad y las inversiones que ello requiere

en medios humanos, técnicos y financieros es difícilmente planteable, y sobre todo para las PYMES. De nuevo el papel asociativo y de las Cámaras se muestra como apoyo fundamental de cara a la sensibilización y la implantación de prácticas de sostenibilidad.

31 - Gestión del conocimiento y transferencia.

Está claro que ante la gran disparidad de destinos en cuanto a su grado de desarrollo, se impone la necesidad de un sistema de gestión del conocimiento y de transferencia del conocimiento que en este momento no existe en el ámbito Mediterráneo. Por lo general el mundo académico y científico está muy alejado del día a día del mundo de la operación turística. Ello afecta desde los datos más relacionados con la planificación, como los estudios de impacto o los indicadores de sostenibilidad; a los datos que tienen un uso más comercial, como por ejemplo los estudios sobre perfiles de la demanda y evolución de sus tendencias. Las Cámaras de Comercio del Mediterráneo pueden cumplir un papel esencial en esta función como correa de transmisión de este conocimiento entre el mundo académico y el mundo empresarial, y de adaptación del mismo a la realidad y a las necesidades del sector turístico.

De forma especial preocupa la situación de las PYMES en los destinos emergentes; ya que por su pequeño tamaño, su atomización y su falta de conocimiento de los mercados emisores tienen muchas menos posibilidades de desarrollar productos sostenibles, cualificados y que a la vez sean competitivos en el mercado.

La gestión del conocimiento esta a su vez muy ligada a la cuestión de la formación y capacitación.

32 - Turismo y biodiversidad.

No cabe duda de que la biodiversidad es no sólo deseable sino rentable para los destinos que la sepan gestionar. La abundancia de espacios naturales protegidos y valiosos, de aves, de cetáceos y de otros atractivos naturales no se corresponde por lo general en los destinos con la existencia de productos turísticos especializados ligados con dicha biodiversidad.

No puede decirse de forma tajante que el turismo sea un favorecedor directo de la biodiversidad, pero desde el momento en que ponemos en valor por ejemplo una laguna costera en el norte de Marruecos, y la convertimos en un destino de turistas ornitológicos, acabamos con la mayor parte de las posibilidades de que se pueda despreciar ese lugar para la conservación y plantearse para otros usos o simplemente abandonarlo a su suerte sin protección y conservación. También es cierto a este respecto que faltan modelos a largo plazo de comportamiento de los ecosistemas ante la presión de las diversas actividades de turismo de naturaleza.

La riqueza en biodiversidad bien gestionada y mejor comunicada es lo que ha convertido en destinos turísticos de primer orden a países muy ricos en biodiversidad y en especies emblemáticas como Ecuador o Costa Rica, y de ellos también se pueden extraer tanto casos de éxito como fracasos de los cuales aprender.

33 - La gestión institucional de la sostenibilidad turística.

La gestión institucional de la sostenibilidad turística es un asunto muy complejo y necesitamos en primer lugar abordar procedimientos de fortalecimiento institucional de los entes de gestión turística de todos los tipos, incluidas las propias Cámaras, los convention bureaux, las oficinas de turismo. El fortalecimiento institucional, sobre todo en el caso de los destinos más aislados, débiles y emergentes, es imprescindible para que se pueda dar esta gestión y que los programas de cooperación en turismo sostenible cuenten con interlocutores válidos.

La solidez de la financiación también contribuiría a que no fuese normal encontrar entes de este tipo ya creados pero que no funcionan por falta de personal o de medios financieros. La actual crisis económica y turística está empeorando esta situación, al verse muchos municipios abocados a reducir servicios en los destinos desarrollados, servicios que aún son muy endeblés, por su parte en los destinos en desarrollo.

Desde nuestro punto de vista un plan global de fortalecimiento institucional en gestión del turismo sostenible en el Mediterráneo es necesario para que pueda darse la coordinación entre estrategias y acciones. Es a partir de la coordinación de políticas, estrategias y acciones cuando podemos hablar de un camino trazado hacia un turismo más sostenible en el Mediterráneo.

En todo caso, la gestión institucional del turismo sostenible no se puede abordar sin la complicitad de un sector turístico igualmente fortalecido en esta temática.

PLANIFICACIÓN DEL TERRITORIO Y PROTECCIÓN DEL PAISAJE.

ARCHIMED. ARCHIPIÉLAGO MEDITERRÁNEO. AGRUPACIÓN EUROPEA DE COOPERACIÓN TERRITORIAL.

El Programa **ARCHIMED** de la Iniciativa Comunitaria INTERREG III B-Bloque de Cooperación Internacional, se especializa en las intervenciones para la mejora de la integración de la planificación espacial en el Sureste del Mediterráneo.

Link: <http://www.interreg.gr/default.aspx?lang=en-GB&loc=1&page=315>

Lista de proyectos aprobados:

Link: <http://www.interreg.gr/default.aspx?lang=en-GB&loc=1&page=456>

ESTRATEGIA ANDALUZA DEL PAISAJE.

El Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA) aprobado en 2006, estructura sus propuestas paisajísticas en dos grandes ejes de actuación: la ordenación de los paisajes y el fomento de la valorización de los paisajes.

Andalucía participa en el marco del programa MED de la Unión Europea junto a otros 14 socios de España, Grecia, Italia y Portugal, en el proyecto de cooperación transnacional **PAYS.MED.URBAN**: "El paisaje como clave para la sostenibilidad y competitividad de las áreas urbanas mediterráneas".

PAYSMED – EL PORTAL DEL PAISAJE MEDITERRÁNEO

'Paysmed', el portal para los paisajes mediterráneos, es la herramienta que integra y publica el conocimiento sobre los paisajes del Mediterráneo. **Link:**

<http://www.paysmed.net/homepage.php?lg=2>

Catálogo de buenas prácticas en ordenación del territorio

Link:

http://www.juntadeandalucia.es/viviendayordenaciondelterritorio/www/estaticas/or-denacion_territorio/docs/PAYS.DOC.CatalogodeBuenasPracticas.pdf

Observatorio virtual del paisaje mediterráneo

Link:

http://www.juntadeandalucia.es/viviendayordenaciondelterritorio/www/estaticas/or-denacion_territorio/docs/PAYS.DOC.Observatorio.pdf

Documento de síntesis de La Ordenación del Territorio en Andalucía:

Link: <http://www.parlamentodeandalucia.es/webdinamica/portal-web-parlamento/pdf.do?tipodoc=coleccion&id=3411&cley=1>

OBSERVATORIO DEL PAISAJE DE CATALUÑA

El Observatorio del Paisaje de Cataluña es una entidad de asesoramiento de la administración catalana y de concienciación de la sociedad en general en materia de paisaje.

Link: <http://www.catpaisatge.net/esp/index.php>

PREVENCIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES

PNUMA. PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL MEDIO AMBIENTE

Su misión es proporcionar liderazgo y promover los esfuerzos conjuntos para el cuidado del medio ambiente, alentando, informando y capacitando a las naciones y a los pueblos para que mejoren su vida sin comprometer la de las futuras generaciones.

Tomó la iniciativa para la creación del **PAM** (Plan de Acción para el Mediterráneo).

PLAN DE ACCION PARA EL MEDITERRÁNEO (PAM):

Su objetivo es la protección y mejora del medio ambiente y el desarrollo de la región, basándose en los principios de la sostenibilidad. Fue adoptado en 1975 por 16 estados mediterráneos y la UE bajo el auspicio del PNUMA.

Link: <http://www.unepmap.org/>

Para desarrollar las actividades del Plan, se crearon **Centros de Actividad Regional (CAR)** dotados de acciones específicas:

- **Centro de Actividad Regional para la Producción Limpia (CAR/PL)**

El **Centro de Actividad Regional para la Producción Limpia CAR/PL** forma parte del Plan de Acción para el Mediterráneo. Su objetivo actual es la promoción de la producción y el consumo sostenible para el desarrollo sostenible en los países del Mediterráneo.

Link: <http://www.pap-thecoastcentre.org/index.php?lang=en>

Algunas Iniciativas

“**Green Shots Award**”, El Centro de Actividad Regional para la Producción Limpia (CAR/PL), lanza el Green Shots Award, una nueva iniciativa para estimular la creación y la promoción de ideas innovadoras sobre consumo sostenible en la Región Mediterránea.

Link: <http://www.cprac.org/en/greenshotsaward/index.html>

Otra iniciativa es **ConsumpediaMed**, que ofrece un fichero de productos que aportan información para llevar a cabo un consumo más responsable. Iniciativa en colaboración con el Centro de Investigación e Información en Consumo (**CRIC**).

Link: <http://www.cprac.org/consumpediamed/es/turismo>

Iniciativa GRECO: es una iniciativa mediterránea, diseñada para impulsar la competitividad verde en la región, a través de la demostración del beneficio económico que el medio ambiente le está ofreciendo a las empresas. Publica el informe anual **MedClean**.

Link: <http://www.grecoinitiative.com/home.php>

Alternativas para un turismo conscientes y sostenible en el mediterráneo.

Link: <http://www.cprac.org/es/search/node/TURISMO>

- **Centro de Actividad Regional del Programa de Acciones Prioritarias (CAR/PAP)** con sede en Split (**Croacia**). Desde este centro de Actividad Regional CAR/PAP se ejecutan el **ICAM/ICZM** y los programas **CAMP (Coastal Area Management Program)**

Link: <http://www.pap-thecoastcentre.org/>

- **Dentro del CAR/PAP se encuentra el ICAM(Integrated Coastal Área Mangement) también llamado ICZM(Integrated Zone Coastal Management)** Es un proceso de logro de las metas y objetivos del desarrollo sostenible en las zonas costeras.
- **CAMP (Coastal Area Management Program)** son programas dentro del CAR/PAP orientados a la ejecución de proyectos concretos de manejo costero en determinadas zonas del Mediterráneo, con la aplicación integrada del proceso ICAM.

Algunos programas CAMP de interés:

CAMP Líbano: Programa de Desarrollo de Turismo Sostenible.

CAMP Egipto: Programa de Gestión del Área Costera Fuka-Matrouh-Egypt.

CAMP Argelia: Protección de las áreas culturales sensibles.

CAMP Israel: Programa de Gestión para la Zona Costera de Israel.

Link: <http://www.pap-thecoastcentre.org/test.php>

Documentos de Interés en:

http://www.pap-thecoastcentre.org/itl_public.php?lang=en

Publicaciones de Interés:

- Sustainable Coastal Tourism - An integrated planning and management approach.
- Sustainable Tourism Development in Croatian Coastal Area.
- Guide to Good Practice in Tourism Carrying Capacity Assessment.
- Evaluación de la Capacidad de Acogida para el desarrollo del turismo en las regiones costeras del Mediterráneo.
- Guidelines for Carrying Capacity Assessment for Tourism in Mediterranean Coastal Areas.

Disponibles en:

http://www.pap-thecoastcentre.org/itl_public.php?public_id=352&lang=en

- **Centro de Actividad Regional para las Áreas Especialmente Protegidas (RAC/SPA) con sede en Túnez (Túnez).**

La **misión de RAC/SPA** es proporcionar asistencia a los países mediterráneos en la aplicación de sus compromisos en virtud del protocolo de SPA, especialmente en lo que respecta al desarrollo y promoción de zonas especialmente protegidas (SPAs) y reducir la pérdida de la biodiversidad marina y costera.

Link: <http://medmpa.rac-spa.org/>

Link a un mapa con todos los proyectos que se están llevando a cabo:

<http://medmpa.rac-spa.org/en/sites.htm>

- **Centro de Actividad Regional del Plan Azul (CAR/PA) con sede en Sophia Antipolis (Francia).**

El Plan Azul pretende promocionar el turismo sostenible en el Mediterráneo y diversificar el turismo, mediante el desarrollo de una oferta que represente la diversidad mediterránea (ecoturismo, cultura, turismo urbano y rural).

Link Plan Blue: http://www.planbleu.org/publications/UPM_EN.pdf

Noticia de Interés relacionada: La “Brecha Ecológica” del Mediterráneo.
<http://www.madrimasd.org/informacionidi/noticias/noticia.asp?id=24421&sec=2&tipo=g>

- **Centro de Actividad Regional sobre situaciones de emergencia de contaminación marina en el mar Mediterráneo (CAR/SEC). Malta.**
Link: <http://www.rempec.org/>
- **Centro de Información y Comunicación del PNUMA (Info/RAC). Roma (Italia).**
- **La misión de INFO/RAC** es apoyar la Convención de Barcelona y sus protocolos, el PAM- Plan de Acción del Mediterráneo y la estrategia Mediterránea de desarrollo sostenible en la consecución de sus objetivos.

Link: <http://www.medstrategy.org/index.asp>

Iniciativas

InfoMed: www.medpolinfosystem.infomap.org

MED Award: www.medaward.org

MED Day – Bluweek: www.medstrategy.org

Campus Ecomedia: www.medstrategy.org

Who´s Who: www.medstrategy.org

- **Programa para la Protección de Zonas Costeras Históricas (100 ZH).**
Marsella (Francia).
- **Programa coordinado de investigación y vigilancia de la contaminación en el Mediterráneo (MEDPOL) con sede en Atenas (Grecia).**

El **Programa MEDPOL** asiste a los países del Mediterráneo en la formulación e implementación de programas de monitoreo de la contaminación, incluyendo medidas de control de la contaminación y la redacción de planes de acción para su eliminación.

Link: <http://www.unepmap.org/index.php?module=content2&catid=001017003>

FUNDACIÓN CONAMA

La Fundación CONAMA –Congreso Nacional del Medio Ambiente mantiene un Grupo de Trabajo permanente sobre Gestión del Conocimiento en Turismo y Sostenibilidad. Mantiene así mismo un Grupo de Trabajo periódico sobre Eventos Sostenibles.

Link: <http://www.conama.org/view/>

Los documentos definitivos de los Grupos de Trabajo se pueden descargar en:

Link: WWW.CONAMA9.ORG

Link: WWW.CONAMA10.ES

FONDO MUNDIAL PARA LA NATURALEZA (WWF).

El Fondo Mundial para la Naturaleza es la organización conservacionista independiente más grande del mundo. WWF trabaja en cooperación con la industria turística en las zonas marinas y costeras de alto valor ecológico.

Informe sobre Turismo en el Mediterráneo WWF:

Link: <http://www.monachus-guardian.org/library/medpro02.pdf>

WWF-Italia/ Oficina de Turismo Responsable. En 2001, WWF-Italia ha establecido una oficina específica que coordina las actividades de la WWF relacionadas con el turismo.

Los operadores turísticos están directa o formalmente reconocidos por el WWF-

Italia como interlocutores de acuerdo a los principios del Turismo Responsable y de las directrices de Turismo de la AITR–Asociación Italiana de Turismo Responsable.

Link: www.aitr.org

Actividades organizadas:

Link: [www.wwf.it / vacaciones](http://www.wwf.it/vacaciones)

COMISIÓN MEDITERRÁNEA DE TURISMO SOSTENIBLE (CMDS):

La CMDS es un organismo asesor y de diálogo, cuyo objetivo es presentar propuestas a las Partes Contratantes y al Secretariado del PAM para promover el desarrollo sostenible y definir una estrategia regional de desarrollo sostenible acorde con los principios de la Agenda 21.

MED FORUM: Red de ONGs del Mediterráneo (Barcelona).

Red de *ONG's del Mediterráneo para la Ecología y el Desarrollo sostenible*, es una organización que reúne en la actualidad un total de 66 ONG's de 19 países de las dos orillas del Mediterráneo. **Su objetivo es** promover la defensa y la protección del medio ambiente en un marco de desarrollo sostenible de la región mediterránea.

Proyectos:

- **El Mediterráneo: hacia un desarrollo sostenible (Túnez 1996/97).**
- **Turismo Sostenible en el Mediterráneo (MED Project-Ulises 21)**
Link: <http://www.didal.com/clients/medforum/ulises21/>
- **Cooperativa Agrícola Integrada en Argelia (Argelia 1998/99).**
- **Vida para los oasis de Argelia Touat** (Adrar - Argelia) .
- **Educación ambiental en el Mediterráneo: Comisión Temática MED Educa.**
- **Proyecto Telemakos.** Educación eco-cultural.
- **MED Info:** Servicio de Información para las ONGs del Mediterráneo por la ecología y el desarrollo sostenible.
- **Agua por la Paz** (Cisjordania 1999). Campaña de sensibilización ciudadana y formación para un uso sostenible del agua en Palestina.
- **Rehabilitación de la laguna de la ciudad de Sousse (Túnez).**
 - **Proyecto regional SMAP.**

- **El proyecto TELEMAC**, centro virtual de educación ecocultural y barco escuela para los jóvenes del mediterráneo.

Link: <http://www.medforum.org>

FUNDACIÓN ECOMEDITERRÁNIA

EcoMediterránea es una entidad no lucrativa, que tiene como objetivos básicos promover y desarrollar actividades que contribuyan a la protección del medio ambiente y a la conservación de los recursos naturales.

Link: <http://www.ecomed.org/>

ECODIT

Es una organización dedicada a trabajar con gobiernos, empresas y comunidades locales para promover la protección del medio ambiente y el desarrollo sostenible en todo el mundo.

Proyectos:

- National strategy for environmental protection and sustainable development in **Morocco**.
- Environmental monographs for the Northwestern and Northern Central regions of **Morocco**
- Regional Environmental Assessment report on the coastal zone of **Lebanon**
- Environmental urban strategy for the Middle East and North Africa
- Environmental audits and strategies for the cities of **Gaza (Palestine) and Haifa (Israel)**
- Study of a tourist resort on **France's southwestern coast**

Link: <http://www.ecodit.com/ecodit.htm>

GREENPEACE

Es una organización independiente que hace campaña global y actúa para conservar y proteger el medio ambiente.

Link: <http://www.greenpeace.org/espana/el-mediterraneo/>

Documentos de interés:

- **Informe de Greenpeace sobre la situación del litoral español “Destrucción a toda Costa”**
- <http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/100709-04.pdf>
- **10 años de construcción en Andalucía**
- <http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/100713-14.pdf>

ECOTUR

Es un programa que surge en el marco del Obejtivo de la Islas Baleares de diferenciarse como un destino por su singular calidad de gestión ambiental. El programa es global e incluye todo el sector turístico y el medio ambiente de cara a los nuevos retos del futuro. Paralelamente, responde a la necesidad genérica de adaptar las actividades de todos los sectores al respecto por el entorno. Pretende hacer de la cuestión ambiental un punto de referencia.

Link:http://www.ecotur.es/ecoturismo-agroturismo-en-espana/ecoturismo/agroturismo/inicio/ecotur:-guia-de-ecoturismo-y-agroturismo_6_1_ap_basica.html

ALIANZA RAIN FOREST

La Rainforest Alliance está trabajando para ayudar a los empresarios del turismo a la conservación del medio ambiente que contribuye a la subsistencia local, mientras que a la vez mejora de su propia línea de fondo.

Link: <http://www.rainforest-alliance.org/tourism.cfm?id=main>

ECOPEACE FRIENDS OF THE EARTH MIDDLE EAST

Amigos de la Tierra de Oriente Medio (Amigos de la Tierra) es una organización única que reúne a jordanos, palestinos, israelíes y los ecologistas. Su principal objetivo es la promoción de los esfuerzos de cooperación para proteger nuestro patrimonio ambiental compartido. De este modo, buscan avanzar en tanto el desarrollo regional sostenible y la creación de condiciones necesarias para una paz duradera en nuestra región. Amigos de la Tierra tiene oficinas en Ammán, Belén y Tel Aviv. Amigos de la Tierra es un miembro de Amigos de la Tierra Internacional, la mayor organización de base medioambiental en el mundo.

Link: www.foeme.org

EI OBSERVATORIO DE SOSTENIBILIDAD DE ESPAÑA

El Observatorio de la Sostenibilidad en España (OSE) inicia su actividad a principios de 2005 como resultado de un convenio que suscriben el Ministerio de Medio Ambiente, la Fundación General de la Universidad de Alcalá y la Fundación Biodiversidad.

Link: <http://sostenibilidad-es.com/Observatorio+Sostenibilidad/esp/acercade/>

CENTRO PARA LA SOSTENIBILIDA TERRITORIAL

El Centro para la Sostenibilidad Territorial (CST) es una asociación que promueve una “nueva cultura del territorio” en, para el momento, las Comarques Gironines, que surge por la preocupación alrededor de los límites, vulnerabilidades y transformaciones del territorio y de un intenso debate sobre la forma de gestionarlo. Hay que señalar que uno de los principales factores de transformación de Girona es el turismo, tanto de interior (especialmente la zona de los Pirineos) como de playa (Costa Brava).

Link: <http://www.centresostenibilitat.cat/>

ASCAME

La Asociación de Cámaras de Comercio del Mediterráneo e Industria proporciona apoyo y asesoramiento a los miembros de la Cámara de Comercio, alienta los contactos entre ellas y promueve sus respectivas iniciativas, como programas de intercambio de personal entre los miembros de las Cámaras de Comercio, programas de capacitación, foros, convenciones y ferias.

Link: <http://www.ascame.org/representation>

OBSERVATORIO DE RECURSOS HUMANOS DEL SECTOR TURÍSTICO DE ANDALUCÍA.

El objetivo del Observatorio es dar respuesta a las cuestiones generadas por parte del sector turístico en materia de empleo y formación utilizando para ello una herramienta capaz de analizar e identificar la oferta y la demanda del empleo en el sector turístico andaluz, así como la situación y las necesidades formativas del mismo, disponiendo a su vez, de información veraz y necesarias a fin de proponer actuaciones y estrategias específicas en los ámbitos referentes a los Recursos Humanos.

Link: www.observatoriorrhhturismo.org

Desti-nations: Forum Mundial del Turismo para la paz y el desarrollo sostenible.

Link: <http://www.desti-nations.net/>

ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

EUROPARC-ESPAÑA

EUROPARC-España es una organización en la que participan las instituciones implicadas en la planificación y gestión de los espacios protegidos en España. En

EUROPARC-España se dan cita más de 1.800 áreas protegidas que significan más de 6 millones de hectáreas. Es el principal foro profesional donde se discuten y elaboran propuestas para la mejora de estos espacios.

Link: <http://www.redeuroparc.org>

Artículo relacionado: <http://www.uimp.es/blogs/prensa/2010/08/17/el-presidente-de-europarc-espana-asegura-que-el-mediterraneo-es-%E2%80%9Cun-mar-maltratado-por-la-ocupacion-urbanistica%E2%80%9D-no-solo-por-los-vertidos/>

EL PORTAL DE PARKES ITALIANOS

Link: <http://www.parks.it/>

RED EUROPEA DE GEOPARQUES

Fundada en 2000, la Red Europea de Geoparques (EGN) tiene por objeto proteger la geodiversidad, para promover el patrimonio geológico al público en general, así como para apoyar el desarrollo económico sostenible de los territorios geoparque principalmente a través del desarrollo del turismo geológico. La red ha reunido a los territorios de toda Europa que comparten estos objetivos y que ahora están trabajando juntos de una manera activa y dinámica para alcanzarlos.

Link: <http://www.europeangeoparks.org/isite/home/1%2C1%2C0.asp>

RED DE ESPACIOS NATURALES DE ANDALUCÍA (RENPA)

La Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía (RENPA) *"se configura como un sistema integrado y unitario de todos los espacios naturales ubicados en el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía que gocen de un régimen especial de protección en virtud de normativa autonómica, estatal y comunitaria o convenios y normativas internacionales"*. Además, puede incardinarse, total o parcialmente, en otras redes similares de ámbito territorial superior, ya sean nacionales o internacionales.

Link: <http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/site/web/menuitem.486fc6e1933804f2c562ce105510e1ca/?vgnnextoid=c349185968f04010VgnVCM1000001625e50aRCRD#d69eb13229b62110VgnVCM1000000624e50aTAXC>

Documentos Relacionados:

Guía turística de los espacios naturales protegidos de Andalucía

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/publicaciones/13687.pdf>

12 Espacios naturales protegidos en Andalucía

http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/web/Bloques_Tematicos/Publicaciones_Divulgacion_Y_Noticias/Publicaciones_Periodicas/IMA/2003/ima_2003_pdfs/IMA03_B_IIC12.pdf

Gestión de la red de Espacios protegidos en Andalucía

<http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me0407.pdf>

La reserva de biosfera intercontinental de Mediterráneo Andalucía (España)- Marruecos como instrumento de cooperación

http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/7588/1/ECO_17%282%29_04.pdf

La Gestión de los espacios protegidos en Francia

<http://www.aranzadi-zientziak.org/fileadmin/docs/Munibe/1992027035CN.pdf>

El turismo en los espacios naturales protegidos

http://www.tdr.cesca.es/TESIS_UdG/AVAILABLE/TDX-0223107-114535//tsm.pdf

INVERSIÓN EN EL MEDITERRÁNEO

EUROPEAN INVESTMENT BANK

El Banco Europeo de Inversiones fue creado por el Tratado de Roma en 1958 como banco de crédito a largo plazo de la Unión Europea. La misión del Banco es contribuir a la integración, el desarrollo equilibrado y la cohesión económica y social de los Estados miembros de la UE.

FEMIP

El Fondo Euro-Mediterráneo de Inversión y Asociación (FEMIP) reúne toda la gama de los servicios prestados por el Banco Europeo de Inversiones en los países socios mediterráneos.

Las actividades se centran en dos áreas prioritarias: desarrollo del sector privado y la creación de un entorno favorable a la inversión.

Link: <http://www.eib.org/index.htm>

Proyectos FEMIP relacionados con turismo:

Analysis of Tourism Strategies and Policies in the FEMIP Countries and Proposals for Sub-regional Tourism Development

Link: http://www.eib.org/attachments/med/tourism_strategies_policies_2007_en.pdf

FEMIP Tourism for the Mediterranean Promoting Tourism Development. Hoja resumen

http://www.eib.org/attachments/country/tourism_en.pdf

ANIMA

ANIMA **Investment Network** es una plataforma de desarrollo económico del Mediterráneo. La red reúne unas cuarenta agencias gubernamentales de diversos países y redes internacionales de la cuenca mediterránea.

El objetivo de ANIMA es contribuir a una mejora continuada de las condiciones para los negocios y el crecimiento de la inversión en la región mediterránea a partir de la Conferencia Euromed de Valencia de 2002.

Link: www.animaweb.org

ANIMA dirige el consorcio que ejecuta el Programa **Europeo Invest in Med**.

Link: Documento de Iniciativas del programa Invest Med

http://www.animaweb.org/uploads/bases/document/Inv_BTP_Ecoconstruction_EN.pdf

ETINET, Euromediterranean Tourist Investment Network

Proyecto europeo de la línea Invest in Med, **liderado por la Cámara de Málaga** que cuenta con las Cámaras de Comercio de **Tánger, Túnez y Marsella** como socios en el mismo.

Link:

http://meditour.camaramalaga.com/index.php?option=com_content&view=article&id=64&Itemid=68&lang=es

COOPERACIÓN AL DESARROLLO

PROGRAMA AZAHAR (AECID)

El Programa Azahar consiste en un esfuerzo de coordinación de todos los actores públicos y privados de la cooperación española al desarrollo en materia de desarrollo sostenible, protección del medio ambiente y conservación de los recursos naturales en el **Mediterráneo**. Incluye el desarrollo del turismo sostenible.

Link:

http://www.aecid.es/web/es/cooperacion/prog_cooperacion/Azahar/presentacion/

Links de Interés:

Turismo sostenible dentro del proyecto Azahar

http://www.aecid.es/web/es/cooperacion/prog_cooperacion/Azahar/amb_act/5turismo/

Principales Retos del Mediterráneo

http://www.aecid.es/web/es/cooperacion/prog_cooperacion/Azahar/presentacion/2retos/

Algunos proyectos del programa Azahar

- Apoyo al desarrollo económico de la ciudad de Móstar a través de la mejora del sector turístico Bosnia-Herzegovina
- Cooperación en el desarrollo de un plan de Gestión Integrada de las Zonas Costeras en el tramo de costa incluido entre Matrouh y Sallam, Egipto. Fase II.
- Diseño de una estrategia de turismo sostenible y dinamizadora de la economía de Figuiç (Marruecos) como estrategia de desarrollo local.
- La AECID apuesta por el turismo sostenible como vía para el desarrollo en países del área mediterránea, Asia, África Subsahariana e Iberoamérica:

Link: http://www.aecid.es/web/es/noticias/2008/2008_02_01_La_AECID_apuesta_po.1058.html

Link a descripción de otros proyectos:

http://www.aecid.es/web/es/cooperacion/prog_cooperacion/Azahar/Proyectos/

La AECID apuesta por el turismo sostenible como vía para el desarrollo en países del área mediterránea, Asia, África Subsahariana e Iberoamérica

http://www.aecid.es/export/sites/default/web/galerias/sala_prensa/dossieres/descargas/AECID_TURISMO_Y_DESARROLLO_ENE_08.pdf

IDEAS

IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria), es una Organización de Comercio Justo cuya misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable.

Proyecto:

FRAME (Comercio Justo y turismo Responsable en el Mediterráneo)

UICN-MED Centro de cooperación del Mediterráneo.

La Unión Mundial para la Conservación de la Naturaleza (UICN) fue fundada en 1948 y agrupa a 82 Estados, 111 agencias gubernamentales, 836 ONGS, 34 afiliados y más de 10.000 científicos y expertos procedentes de 141 países. Es el principal referente medioambiental del mundo y se caracteriza por la búsqueda de fórmulas para hacer efectivo el desarrollo sostenible.

El objetivo del Centro de Cooperación del Mediterráneo: Influir, fomentar y ayudar a las sociedades del Mediterráneo a conseguir tanto la conservación como el uso sostenible de los recursos naturales, así como el desarrollo sostenible.

Documento de interes:

Biodiversity: My hotel in action. A guide to sustainable use of biological resources.

Link: www.traffic.org/non-traffic/IUCN-hotel-guide.pdf

Holcim Awards Gold prize for sustainable construction to Fez in Morocco

Link: <http://www.iucn.org/about/union/secretariat/offices/iucnmed/?3597/Holcim-Awards-Gold-prize-for-sustainable-construction-to-Fez-in-Morocco>

Otros Proyectos

- Natural Products from Land of Cedar. Al Shoup Ceder Society (**Líbano**)

- Wild Jordan: In the Nature Business Royal Society for the Conservation of Nature (**Jordan**).
- Biotematur: Specialists in Nature Tours (TEMA Foundation **Turkey**)
- Promoting Ecotourism in **Libanon**

Link: http://cmsdata.iucn.org/downloads/newspaper_web_en_final.pdf

CASA AFRICA

Casa África es un instrumento de diplomacia pública al servicio de la acción exterior del Estado. Constituida como Consorcio público el 26 de junio de 2006 en el marco del *Plan África* del Gobierno de España, está integrada por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, el Gobierno de Canarias, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, los Cabildos Insulares de Fuerteventura, Gran Canaria, Lanzarote y Tenerife, y el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.

Link: <http://www.casaffrica.es/index.jsp>

Casa Mediterráneo

Casa Mediterráneo es un consorcio público promovido por el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, con la colaboración de la Generalitat Valenciana y los ayuntamientos de Alicante, Benidorm y Xàbia.

Tiene un departamento de Medio Ambiente y Turismo Sostenible

<http://casa-mediterraneo.es/areas/turismo-sostenible-y-medio-ambiente/>

PROMOCIÓN Y CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO

UNESCO

La UNESCO obra por crear condiciones propicias para un diálogo entre las civilizaciones, las culturas y los pueblos fundado en el respeto de los valores comunes. Es por medio de este diálogo como el mundo podrá forjar concepciones de un desarrollo sostenible que suponga la observancia de los derechos humanos, el respeto mutuo y la reducción de la pobreza, objetivos que se encuentran en el centro mismo de la misión y las actividades de la UNESCO.

Link: <http://www.unesco.org/new/es/unesco/>

Proyectos:

Proyecto el Sahara de las Culturas y los pueblos. Sahara, los Ksour, ciudades Tradicionales Fortificadas.

Es un proyecto de la UNESCO para rehabilitar los Ksour y hacer albergues turísticos.

- El Sahara de las culturas y los pueblos del Valle del Drâa

Link:http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=25718&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

- Los oyentes de Imzad

Link: <http://www.croqnature.com/inzadformation.htm>

EUROMED HERITAGE

El programa Euromed Heritage, financiado por la UE , apoya a los países mediterráneos en la promoción y conservación de su patrimonio.

Link:www.euromedheritage.net

Proyectos relacionados de Turismo Cultural:

- **Atenas:** Ancient theatres enhancement for new actualities
Link: http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/ATHENA_EN.pdf
- **Foundations for a strong future**
Youth in Lebanon and Jordan promote cultural heritage
Link: http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/FOUNDATIONS_EN.pdf
- **Mare Nostrum**
A heritage trail along the Phoenician maritime routes and historic port-cities of the Mediterranean Sea.
Link:
http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/MARE%20NOSTRUM_EN.pdf
- **Siwa & Tangier**
Cultural heritage for a better life
- **Link:** http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/SIWA-TANGIER_EN.pdf
- **Link Proyecto de Siwa:**
<http://eqi.com.eg/index.php?activemenu=Project%20Showcase&screenid=11>
- **REMEE**
Rediscovering together the water heritage in the Mediterranean region
Link: http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/REMEE_EN.pdf
- **Mutual Heritage**
Rediscovering together the water heritage in the Mediterranean region
Link:
[http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/MUTUAL%20HERITAGE_EN.p
df](http://www.euromedheritage.net/euroshared/doc/MUTUAL%20HERITAGE_EN.pdf)

FORUM CIVIL EUROMED

El Fórum Civil Euromed es un encuentro anual de la sociedad civil euromediterránea que pretende influenciar en el proceso de Barcelona a través de las aportaciones de la sociedad civil.

El IEMed también es miembro de la plataforma estatal para el Fórum Civil Euromed, que se encarga de definir la estrategia y la postura que adoptará España en estos encuentros.

Link: <http://www.euromedi.org>

FUNDACIÓN EUROMEDITERRÁNEA ANNA LINDH PARA EL DIÁLOGO ENTRE CULTURAS

La Fundación Euromediterránea Anna Lindh pretende impulsar a partir de 2005 el diálogo cultural y promover intercambios, cooperación y movilidad, particularmente entre jóvenes, así como organizar actividades en el marco del Proceso de Barcelona.

Documento de Interes, Cultural, Comunidad y la fundación

Euromediterránea: <http://www.iemed.org/anuari/2004/esparticles/egillespie.pdf>

EUROPA DIVERSA

La red Europa Diversa es una organización virtual de personas e instituciones dedicada a comprender, discutir y trabajar conjuntamente la situación de la diversidad cultural en el marco de la nueva Europa.

Link: <http://www.europadiversa.org/>

INICIATIVAS DE TURISMO RESPONSABLE

FORO DE TURISMO RESPONSABLE DE MEDITERRÁNEO (MEDITOUR)

Link: <http://meditour.camaramalaga.com/>

CONEIXMON.ORG. La WEB RADIO DE TURISMO RESPONSABLE

Iniciativa de "COMSOC - Comunicació Social" una entidad plural dedicada a la construcción, difusión y apoyo a realidades y iniciativas populares, con especial énfasis en el mundo de la comunicación. El año 2006 estrenaron, en Ràdio L'Hospitalet, el primer programa de radio dedicado en exclusiva al turismo justo. En el 2008 estrenan 'La webradio del Turismo Responsable' donde se encuentran los programas, álbumes de fotografías, agenda de actos, noticias y un útil directorio de entidades del sector.

Link: <http://www.coneixmon.org/es/>

PRO-POOR TOURISM

PPT es una iniciativa del International Centre for Responsible Tourism (ICRT), el International Institute for Environment and Development (IIED) y el Overseas Development Institute (ODI). PPT apuesta por un turismo que consiga aumentar la cantidad de ingresos de los sectores sociales más desfavorecidos del Sur. Ha generado una gran cantidad de documentación e investigación, toda accesible a través de su página web.

Link: <http://www.propoortourism.org.uk/>

EARTH

EARTH "European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality", es la primera red europea de turismo responsable. Fue constituida oficialmente el 16 de octubre de 2008, y tiene su sede en Bruselas.

EARTH promueve el turismo responsable en todos los países europeos y coordina las actividades de los asociados a la Red, los cuales han adquirido el compromiso de contribuir a la educación hacia una nueva manera de viajar.

Link: <http://www.earth-net.eu/>

SOCIEDAD INTERNACIONAL DE ECOTURISMO

Promueve el ecoturismo, que se define como "viaje responsable a áreas naturales que conserva el medio ambiente y mejora el bienestar de la población local", mediante:

Creación de una red internacional de personas, instituciones y la industria del turismo;

Educar a los turistas y los profesionales del turismo, e influir en la industria del turismo, instituciones públicas y los donantes para integrar los principios del ecoturismo en sus operaciones y políticas.

Link: www.ecotourism.org

NECSTouR:

Es una red abierta de las regiones europeas, cuyo objetivo es desarrollar y fortalecer un marco coherente para la coordinación de los programas de desarrollo regional y la investigación sobre el turismo sostenible y competitivo.

Link:

http://destinet.ew.eea.europa.eu/search_html?query%3Auf8%3Austring=mediterranean

BITS, BURÓ INTERNACIONAL DE TURISMO SOCIAL

Tiene por objeto "**favorecer el desarrollo del turismo social** a escala internacional. Su misión se centra asimismo en promover un turismo solidario y sostenible que aporte beneficios a las poblaciones locales y respete los patrimonios naturales y culturales.

Link: http://www.gencat.cat/diue/doc/doc_58195488_2.pdf

MARRUECOS

JARIT ASOCIACIÓN CIVIL

Jarit, desde su puesta en marcha, lleva proyectos de sensibilización favoreciendo la interculturalidad. La asociación Jarit lleva más de 10 años **organizando viajes de turismo responsable** y campos de Voluntariado Internacional en aquellos países donde están establecidas sus contrapartes locales.

Link: <http://www.jarit.org/app/index.php/es/que-hace-jarit/turismo-responsable-campos-de-trabajo-presentacion.html>

Proyecto:

Campaña de sensibilización en la comuna de Taouz

Link: <http://www.jarit.org/app/index.php/es/que-hace-jarit/desarrollo-comunitario-presentacion/55-formacion-y-desarrollo-de-estrategias-de-turismo-y-sostenibilidad-en-la-comuna-de-taouz-marruecos.html>

FUNDACIÓN ZAKOURA (MARRUECOS)

La Fundación Zakoura es una ONG de Marruecos creada en 1997 que tiene como principal objetivo la promoción del desarrollo humano mediante la educación de los niños, la alfabetización y la sensibilización de los adultos y la iniciación profesional de la juventud.

Proyecto completo Fundación ZAKOURA MICRO-CREDIT

Link:

http://www.wtmwrtd.com/files/zakoura_foundation_for_micro_credit_morocco.pdf

DYNAMIC TOURS

Es una mayorista de viajes especializada en el mundo árabe y Oriente Medio. Sus principales destinos son Egipto, Siria, Jordania e Israel.

Link: <http://www.dynamic-tours.com/dynamic.php?contenido=dynamic-tours>

Buenas Prácticas de Dynamic Tours. Directrices de Turismo Responsable para guías turísticas.

Link: http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/case_studies/dynamic_im.pdf

AZIR

AZIR es un colectivo ecologista de ámbito regional (el Rif, Marruecos) de carácter no lucrativo e independiente. Nacida en el año 1996 con el propósito de intervenir positivamente en la promoción del desarrollo sostenible y la defensa del medioambiente. Una de sus líneas de actuación es la denuncia de los impactos del desarrollo turístico en el norte de Marruecos.

Link: <http://www.azirweb.org/>

HUMANS ET ENVIRONNEMENT

Organización ecologista marroquí que defiende el ecosistema de la costa mediterránea y denuncia las prácticas que le afectan negativamente. La costa mediterránea es la principal zona a la que se dirige los programas de desarrollo turístico que el gobierno de Marruecos viene apoyando en los últimos años, y en los que juega un importante papel el capital español.

Link: <http://hee.ouvaton.org/>

JORDANIA

WILD JORDANIA

Es una división de la Real Sociedad para la Conservación de la Naturaleza (RSCN) y es responsable del desarrollo socio-económico, incluyendo todas las operaciones de ecoturismo.

Link: <http://www.rscn.org.jo/orgsite/Group3/OurProjects/tabid/178/Default.aspx>

EGYPTO

EGYPT HIGHLIGHTS

En Egipto highlights, tomamos en serio nuestras responsabilidades globales. Después de todo, son apasionados sobre los lugares que visita y queremos ayudar a preservarlos. Los viajes de forma responsable contribuirán a ayudar a las comunidades y los entornos que visita.

Link: <http://www.egypthighlights.com/>

GO TOUR EGYPT

Go Tour Egipto es operador de viajes con sede en El Cairo, Egipto, que se han ocupado de viajes individuales y de grupo en todos los puntos por más de 9 años. Trabaja bajo una política de turismo responsable.

Link: <http://gotouregypt.com/index.htm>

TURQUIA

VASCO TRAVEL TURQUIA

VASCO Viajes, que ofrece servicios de viajes y tours en Turquía por cerca de 200.000 clientes al año de Alemania, Austria, Eslovaquia y Hungría. Ha llevado a cabo las **siguientes iniciativas de buenas prácticas**:

Link: http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/case_studies/vasco_im.pdf

Link: http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/case_studies/vasco_cd.pdf

ANTIK ZEYTIN BIO HOTEL, GÖLTÜRKÜKÜ (TUKIA)

Link: <http://www.antikzeytin.com/En/>

ITALY

ASOCIACIÓN ITALIANA DE TURISMO RESPONSABLE (AITR)

La AITR es una plataforma que incluye la mayor parte de las organizaciones italianas dedicadas al turismo responsable, incluyendo a las agencias de viajes de turismo responsable y solidario. Tienen diversos viajes y proyectos de cooperación en el Mediterráneo.

Link: <http://media.causes.com/ribbon/179582>

ASSOCIAZIONE BORGHI AUTENTICI D'ITALIA

Borghi Autentici d'Italia es una red de pequeñas ciudades italianas. El proyecto de Borghi Autentici d'Italia (el ciudades de Italia únicas y auténticas) es promover un desarrollo económico y alentar a las autoridades locales para mejorar y restaurar las pequeñas ciudades con el fin de sacar lo mejor de la cultura y las tradiciones de los pueblos en cuestión.

Link: www.borghiautenticiditalia.it

COSPE, COOPERAZIONE PER LO SVILUPPO DEI PAESI EMERGENTI

COSPE es una organización privada, laica y sin fines de lucro. Desde su creación en 1983, opera en el sur, en Italia y en Europa para el diálogo intercultural, el desarrollo justo y sostenible, los derechos humanos, la paz y la justicia entre los pueblos. Cospe se ocupa actualmente en la aplicación de más de 100 proyectos en 30 países en todo el mundo.

Link: <http://www.cospe.it>

CTS

CTS es una libre asociación de promoción social y una organización ambiental reconocido por el Ministerio de Medio Ambiente. Fundada en 1974 y expandió por toda Italia, sus principales objetivos son la promoción de la movilidad de los jóvenes, la difusión de principios y prácticas de responsabilidad y ética en el turismo, el conocimiento y la preservación de ambientes naturales y del patrimonio histórico, artístico y cultural la promoción de la formación profesional para los jóvenes.

Link: www.cts.it

ICEA

Instituto de Certificación Ética y Ambiental, cuya visión es que el entorno se compone de factores naturales (aire, agua, suelo, flora y fauna, clima) y la antropología (económico, social, cultural, histórico, arquitectónico y de infraestructura) pueden ser potenciados o disipada por las actividades turísticas, en función de cómo éstos en forma y la forma en que se llevan a cabo. Turismo, de hecho, más que cualquier otra industria, los recursos ambientales son la principal materia prima para su función productiva.

Link: www.icea.info

ERMES.NET

Ermes.net es una red de negocios proyectc que tiene por objeto mejorar el turismo como una herramienta de desarrollo para los territorios de las comunidades y los contenidos y propuestas a través de la experiencia de viaje del operador pequeño tamaño (Ganancias y sin fines de lucro) promover suaves, formas feria turística basada en los puntos de la conciencia y la sostenibilidad. Fue fundado como una asociación y convertirse en un proyecto empresarial en 2007 inspiró a los criterios italiano de éxitos para los viajes responsables por AITR.

Link: www.ermes.net

ICEI, INSTITUTO DE COOPERACIÓN ECONÓMICA INTERNACIONAL

ICEI (Instituto de Cooperación Económica Internacional) es una organización sin fines de lucro dedicada a la solidaridad internacional, la cooperación en el desarrollo, investigación y capacitación. Fue fundada en 1977 para llevar a cabo investigación y formación sobre las cuestiones Este-Oeste y luego hacia el nortee-sur, en el que se destacó por la información basada en Milán y la discusión.

Link: www.icei.info

INTERVITA ONLUS

Entrevista es una ONG de cooperación al desarrollo, aconfesional, sin partido, independientes, presente en Italia desde 1999 y con sede en Milán. Entrevista opera en Asia, África y América Latina con proyectos integrados ya largo plazo para asegurar la educación primaria y básica de la salud contribuye al desarrollo económico y la seguridad alimentaria de las comunidades. En todos sus proyectos entrevista tiene por objeto fortalecer los derechos del niño, la participación comunitaria, la sostenibilidad ambiental y la igualdad de género.

Link: www.intervita.it

LEGACOOPTURISMO

Legacoop Turismo es el sector del turismo de Legacoop, la principal asociación cooperativa en Italia. Realiza una función de representación, asesoramiento y promoción. Las agencias de viajes, operadores turísticos, hoteles cooperativas de gestión, hostales, campings son miembros de Legacoop Turismo. Algunas cooperativas también son miembros de AITR.

Link: www.legacoopturismo.it

PLANET VIAGGI

Desde 1999 organiza viajes de Turismo Responsable inspirados en la "carta de identidad para un viaje sostenible". Su objetivo es asegurar que el viaje se convierta en una oportunidad para el crecimiento económico de las comunidades de acogida y para el viajero la oportunidad de vivir en contacto con la cultura y las tradiciones de la gente que visita

Link: www.planetviaggi.it

ASOCIACIÓN LO SPIRITO DEL PIANETA VIAGGI

Es una asociación cuyo objetivo es estructurar un plan sostenible de un turismo responsable que significa el turismo que respeten los principios generales sociales y la igualdad económica, en el respeto pleno de la naturaleza y las culturas.

Link: <http://www.lospiritodelpianetaviaggi.org/>

VIAGGI SOLIDALI

La Cooperativa social con sede en Turín, apoya a la organización de viajes éticos y sostenibles que reduzcan impactos tanto en términos de medio ambiente y socio-cultural, con el objetivo último de contribuir al desarrollo económico de los países de acogida.

Link: www.viaggiasolidali.it

ORIZZONTI ENVIRONMENTAL

Los turistas es el operador turístico especializado en "organización de viajes italiano. Desde su creación en 1989, se dedica a la promoción de los destinos más bellos de Italia ", como Cerdeña, Sicilia y las islas pequeñas, particularmente Pantelleria y Lampedusa. En los años 90 organizó charter turísticos de una cadena que conecta directamente con el Milan Lampedusa, hasta ahora sólo accesibles a través de Palermo.

Link: <http://www.turistia.it/asp/AboutUs.aspx>

Iniciativa de buenas practicas: Check List para proveedores.

Link:

http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/publications/sustainable_tourism.pdf

CROACIA

VILLA PAPE – ECO ALOJAMIENTO EN TROGIR, CROACIA.

Link: <http://www.villa-pape.com/Villa-PaPe.aspx>

VIATOR TRAVEL

Viator Travel es una agencia de viajes de Dubrovnik que funcionan con los principios del turismo responsable.

Link: http://www.dubrovnikviator.com/eko_travel.php?lang=en

TUNEZ

ESPIRIT OF THE SAHARA

Con base en Douz (Túnez) «la puerta de enlace para el Sahara ', se especializan en el medio ambiente y culturalmente amigable caminatas en el desierto que promueven el estilo de vida Beduino.

Link: http://www.ecotourdirectory.com/ecotours/tunisia/spirit_of_the_sahara.php

ISRAEL

ISRAEL TRAVEL COMPANY

Israel Travel Company ofrece viajes de estudio ecológico sobre la base de Good Neighbors Programa Agua desarrollado por Amigos de la Tierra Oriente Medio.

Link: http://www.foeme.org/docs/Brochure_JV_English.pdf

FRANCE

ATES – Asociacion para el turismo justo y solidario

Es una asociación cuya misión es apoyar el desarrollo de conceptos y productos de turismo solidario y justo desde su definición para su comercialización y valoraciones.

ATES ha sido creada en 2006 por la UNAT (Unión Nacional de Asociaciones de Turismo), PFCE (Red Nacional de Comercio Justo, LVT (Ocio & Viajes Federación de Asociaciones) y las asociaciones de los Profesionales de viaje.

Link: www.tourismesolidaire.org

MARCO POLO Echanger Autrement - MPEA

El FITS y el Mediterráneo FITS: los miembros MPEA de participar desde la primera edición del FITS (2003: en Marsella, 2006: en México, 2008: FITS Med en Marsella y FITS en Bamako). Este año (2010) que organizan el FITS segundo Med, que tendrá lugar en Argelia. Este foro pretende unir a profesionales del turismo (asociación, ONG, empresas internacionales ...) y sensibilizarlos con el turismo justo, turismo responsable, turismo sostenible, medio ambiente.

Link: www.marcopolo.asso.fr

ACCOR

Cadena hotelera francesa centrada principalmente en el turismo de negocios.

Link: <http://www.accor.com/en.html>

Iniciativa de buenas prácticas:**Sensibilización sobre la protección de ecosistemas marinos**

Link: http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/case_studies/accor_cr.pdf

ECHOWAY

EchoWay es una asociación francesa que tiene como objetivo sensibilizar e informar a los viajeros sobre los elementos que pueden hacer que su actividad sea sostenible social, económica y ecológicamente. Tiene también representación y presencia en Italia y México.

Link: <http://www.echoway.org/>

ESPAÑA**ISMALAR**

Es una Agencia de Viajes Responsables creada por y para viajeros conscientes, que entendemos el viaje como un medio de unión y comprensión entre los pueblos.

Nace en el año 2002 como un proyecto intercultural de la AFIP (Asociación por el Fomento de la Intercultura en los Pueblos). También constituyeron otra empresa de economía social "Ismalar S.L.L."

Link:

<http://www.ismalar.org/nosotros.php?autenticador=316577a8e23e54b03eeec8a931432491>

KOAN

Koan Consulting - Es una empresa de referencia en servicios de consultoría para la gestión de actividades turísticas, culturales y de ocio, así como para la gestión medio ambiental y de cooperación al desarrollo. Aspira a hacer que sus servicios contribuyan de manera efectiva al desarrollo sostenible de las comunidades locales involucradas. Ecoturismo, turismo sostenible y turismo responsable son los principales campos de actividad de KOAN, tanto en España como en el resto del mundo.

Link: www.koanconsulting.com

PANDORA (AIPC Pandora)

La asociación para Integración y Progreso de las Culturas Pnadora (AIPC Pandora), es una organización sin ánimo de lucro, declarada de utilidad pública por el

Ministerio del Interior, que trabaja para la promoción de la ciudadanía activa a través de la participación social y la educación para el desarrollo, mediante acciones de voluntariado nacional e internacional, microproyectos de cooperación y programas de formación socio-cultural.

Link: <http://www.aipc-pandora.org/qui%C3%A9nes-somos>

QUIDMANTUR

Quidamtur propone sistemas integrales para hacer la actividad turística lo más sostenible posible, contando para ello con la colaboración de las administraciones

públicas, agentes comercializadores, alojamientos y resto de los servicios turísticos y, lo más importante: los viajeros.

Link: <http://www.ismalar.org/quidamtur/index.php>

MADECA

MADECA es una asociación que fomenta El Desarrollo y La Calidad en la provincia de Málaga. Es la entidad responsable de gestionar e impulsar el Plan de Actuaciones Estratégicas para dicho territorio, promovido por 24 SOCIOS.

La finalidad última de la asociación es fomentar la cohesión económica, social y territorial de la provincia que mejoren la calidad de vida de la ciudadanía, para ello se recurre a tareas específicas como analizar y promover el debate de temas como el turismo, salud, infraestructura, medio ambiente.

Link: <http://www.madeca.info/pagina.asp?cod=95>

TURISMO RESPONSABLE

Página web dinamizada por ACSUD Las Segovias del País Valencià que ha puesto en marcha un directorio de asociaciones, instituciones, proyectos y eventos sobre turismo sostenible y responsable. Incluye también secciones dedicadas a estudios, noticias y agenda especializada.

Link: <http://www.turismoresponsable.net/>

TURISMOVISIÓN

Turismovision es el nombre de un programa dedicado a la promoción del turismo sostenible impulsado por tres ONG: IEPALA de España, y Kate y Tourism Watch de Alemania. En su página web puede encontrarse el boletín "Turismovisión – Servicio informativo", noticias de eventos, documentos de referencia, materiales de sensibilización, materiales didácticos, bibliografía

Link: http://www.kate-stuttgart.org/content/e825/index_ger.html

TURISMO JUSTO

ONG con sede en las Islas Baleares formada por técnicos y especialistas del ámbito turístico. Tiene como objetivos fomentar el desarrollo de un turismo sostenible y impulsar una actuación ética de las corporaciones turísticas que trabajan en países del Sur.

ASOCIACIÓN TINERFEÑA DE AMIGOS DE LA NATURLEZA - ATAN

ATAN es la organización ecologista de Tenerife nacida en 1977 y que tiene como objetivo la defensa y conservación del patrimonio natural y cultura de la Isla. En su web, tienen un espacio dedicado a denunciar el impacto del turismo, con especial dedicación a las instalaciones de golf.

Link: <http://www.atan.org/turismo/index.htm>

Web y document reslacionado:

Tour Operadors ´ contribution to the development of sustainalbe tourism:

Link: <http://www.toinitiative.org/index.php?id=3>

Turismo Sostenible: la contribución de los tour operadores:

Link:

http://www.toinitiative.org/fileadmin/docs/publications/sustainable_tourism.pdf

FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN

INSTITUTO EUROPEO DEL MEDITERRÁNEO (IEM)

Es un actor de diálogo entre la Unión Europea y los demás países del Mediterráneo que sirve como centro de reflexión y debate sobre las sociedades mediterráneas. También es un *think thak* especializados en las relaciones euro-mediterráneas que promueve la cooperación.

Link: <http://www.iemed.org/documents/memoriaIEMed2008CAST.pdf>

CENTRO DE INVESTIGACIÓN E INFORMACIÓN Y CONSUMO (CRIC)

Es una asociación independiente y sin ánimo de lucro que se dedica a la reflexión y a la propuesta en el campo de consumo consciente o responsable.

Link: <http://www.opcions.org/cast/opcions/viajes.html>

FEMISE (FORUM EUROMEDITERRÁNEO DEL INSTITUTO DE CIECIAS ECONÓMICAS)

La asociación FEMISE es una red euro-mediterránea establecida el año 2005 con el objetivo principal de llevar a **cabo estudios** en el Mediterráneo sobre temas socio-económicos y políticos.

Link: www.femise.org

FEMEC (FORUM EUROMEDITERRANÉE DES CULTURES)

Esta asociación agrupa a diferentes actores de ambas orillas del Mediterráneo, no sólo de la **cultura y de las artes, sino también de la educación o la investigación**, que tienen el objetivo de reforzar la acción de los transmisores de ideas entre las dos orillas del Mediterráneo y fortalecer la comprensión entre las culturas.

Link: <http://www.femec.org>

MEDIES (MEDITERRÁNEO INICIATIVA DE EDUCACIÓN PARA EL MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD, CON ÉNFASIS EN AGUA Y RESIDUO)

Facilita la comunidad educativa y los estudiantes para contribuir de una manera sistemática y concreta para la aplicación del Programa 21 y los objetivos de la Declaración del Milenio, a través de la aplicación exitosa de innovadores programas de educación en los países de la cuenca mediterránea.

Link: <http://www.medies.net/staticpages/index.php?page=briefdesc>

EUROMESCO (EUROMEDITERRÁNEAN STUDY COMISSION)

EuroMeSCo – Euro-Mediterranean Study Commission es una red de **centros de investigación** y de centros universitarios independientes que se dedican al análisis de temas de política exterior y a la investigación en materia de seguridad en el Mediterráneo.

Link: <http://www.euromesco.net>

STRADEMED (STRATÉGIE DÉVELOPMENT MÉDITERRANÉE)

STRADEMED centra su actividad en el partenariado euromediterráneo y **cubre ciclos de formación STRADEMED**. Sus miembros se reúnen anualmente durante la celebración de un coloquio internacional.

Link: <http://www.fmes-france.org>

IBEI ESCUELA DE VERANO DEL MEDITERRÁNEO.

El objetivo de la Escuela de Verano del Mediterráneo es el de ofrecer una serie de cursos breves dirigidos a licenciados, profesores y doctorandos de los campos de la ciencia política y la economía que quieran adquirir un mayor conocimiento sobre las relaciones multilaterales y bilaterales en el Mediterráneo.

MIO-ECSDE OFICINA DE INFORMACION MEDITERRÁNEO PARA EL MEDIO AMBIENTE, CULTURA Y DESARROLLO SOSTENIBLE.

El Mediterráneo Oficina de Información del Medio Ambiente, Cultura y Desarrollo Sostenible (MIO-ECSDE), es una federación sin ánimo de lucro del Mediterráneo Organizaciones No Gubernamentales (ONG) de Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.

Link: <http://www.mio-ecsde.org/index.asp>

FUNDACIÓN CYES

La Fundación CYES, es una Institución de carácter privada que trabaja para favorecer el desarrollo humano desde la perspectiva de la Cooperación y la Cultura, centra su actuación dentro de los campos de la Cooperación, la Sostenibilidad, la Ayuda Humanitaria, Derechos Humanos, etc., y todo ello, en programas formativos de Educación para el Desarrollo como estrategia fundamental para mejorar las condiciones de vida y las necesidades de las personas en las sociedades en vías de desarrollo.

Formación de turismo sostenible:

- Experto en Turismo Sostenible en el Desarrollo Local
- Máster en Desarrollo Rural Sostenible.
- Experto en Actividades Turísticas en Áreas Naturales.

Link: <http://www.cyes.org/presentacion.html>

ECO-UNIÓN entidad medioambiental sin ánimo de lucro desarrolla proyectos para el fomento de la cultura medioambiental y la formación profesional en materia de sostenibilidad.

Link:

http://www.ecounion.com/formacion/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=68&lang=es

CERTIFICACIONES, MARCAS DE CALIDAD, Y ECOLABELS

ITR

El **Instituto de Turismo Responsable**, es la entidad que otorga las etiquetas a los establecimientos adheridos al Sistema de Turismo Responsable, mediante la evaluación del cumplimiento de los requisitos para la concesión. La distinción que se obtiene es el



Biosphere Hotels (Hoteles de la Biosfera).

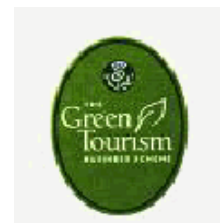
GREEN GLOBE

Este es el Estándar Internacional de **Ecoturismo** de **GREEN GLOBE 21** para los productos de ecoturismo. Ha sido desarrollado por Ecoturismo Australia en conjunto con el Centro de Investigación Cooperativa (CRC) para el Turismo Sustentable de Australia.



THE GREEN TOURISM

Certificadora de origen Escocés, ofrece una serie de evaluaciones de procesos con diferentes niveles, el cual depende de la profundidad de las iniciativas ambientales que están llevando a cabo.



UNEP (United Nations Environment Programme).

afirma que « efectivamente implementados, los niveles ecológicos cambian la conducta de consumidores y productores. Por ejemplo, las empresas que venden productos turísticos, encuentran que el beneficio económico de las ganancias de la empresa aumenta al implementar nuevos eco-niveles, ya que la gente se está volviendo más conciente en lo referente al medioambiente.



Etiqueta Ecológica de la UE

Se concede en el Estado Español por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) y, en su caso, por las entidades designadas por las Comunidades Autónomas.



ECOTEL

Está basado en el Programa de Protección Ambiental de los Estados Unidos. Es uno de los programas más complejos, ofreciendo cinco diferentes niveles de certificación.



TRAVELIFE

Es un certificado de sostenibilidad reconocido a nivel global dirigido a touroperadores del sector turístico cuyo objetivo es apoyar de forma eficaz y rentable la implementación de los principios de la sostenibilidad.



Link: <http://www.travelife.eu/index.php?id=1>

LEGAMBIENTE TURISMO

300 eco-friendly accommodation businesses (Italy)

Since 1997, when the certification system “recommended eco-friendly hotels” was first launched in the bathing resort of Riccione, Legambiente Turismo’s scheme has been steadily growing.



Link: www.legambienteturismo.it

BLUE FLAG Blue Flag International

2.211 beaches and 605 marinas all over Europe in 2004

Since 1987, the Blue Flag has signalled that water quality, beach cleaning and waste disposal are all of high quality - from sandy beaches in Greece or France to yachting marinas in Italy or Germany.



Link: www.blueflag.org

LA CLEF VERTE

100 camping, caravan and chalet sites, guesthouses (France)

Since 1999, the Green Key has provided a guarantee that environmental protection does not suffer beside all the luxury.



Link: www.laclefverte.org

EL DISTINTIVO DE GARANTIA DE CALIDAD AMBIENTAL

70 accommodation businesses in Catalonia (Spain) Since 1998, the label is also available for services and in the field of tourism.



Link: www.gencat.net/mediamb/qamb/inici.htm

El SCTE Destinos (SICTED)

Es un proceso tecnológico de Turespaña que proporciona un sistema integral y permanente de gestión de la calidad en un destino turístico.



Compromiso
de Calidad Turística

Link: <http://www.calidadendestino.es/Contenidos/InformacionGeneral.aspx>

INTERNATIONAL TOURISM PARTNERSHIP

The International Tourism Partnership is a membership organisation of leading companies from the travel and tourism industry. Our aim is to provide the hotel, travel and tourism industry with the knowledge and ability to develop practical solutions for more responsible business.



Link: <http://www.tourismpartnership.org/index.html>

PLANTA DE SERVICIO (Este ámbito corresponde a Establecimientos de Hospedaje)

Es un programa que pretende la categorización y certificación de empresas turísticas de acuerdo con el grado en que su operación se aproxime a un modelo de sostenibilidad.



Link: <http://www.turismo-sostenible.co.cr/es/cst/acerca-del-cst/en-que-consiste-el-cst.php>

LA INICIATIVA VISIT

La iniciativa Europea Visit (Iniciativas Voluntarias para la Sostenibilidad en Turismo) ha sido diseñada para demostrar cómo las etiquetas ecológicas pueden colaborar y mover el mercado del turismo hacia la sostenibilidad.



ISO INTERNATIONAL ORGANISATION FOR STANDARISATION

Es un sistema de certificación para la gestión medioambiental destacan la ISO 14000 como sistema de gestión medioambiental y la ISO 9000 como sistema de de Calidad.



Link: <http://www.iso.org/iso/home.html>

EMAS

EMAS - Eco-Gestión y Auditoría Medioambientales, es una iniciativa voluntaria destinada a mejorar los resultados de las empresas del medio ambiente. Fue establecido inicialmente por el Reglamento Europeo 1836/93, aunque esto ha sido sustituido por el Reglamento 1221/2009



Link: <http://www.iema.net/ems/emas>

“Q” DE CALIDAD TURÍSTICA

La “Q” de Calidad Turística es la Marca que representa la calidad en el sector turístico español. La “Q” aporta a los establecimientos turísticos que la ostentan: PRESTIGIO, DIFERENCIACIÓN, FIABILIDAD, RIGUROSIDAD Y PROMOCIÓN por parte de la Secretaría de Estado de Turismo y las Comunidades Autónomas.



TOURBENCH

TourBench es un sistema práctico, gratuito y sencillo; ubicado en la web, que le capacita a controlar sus costes en relación a su impacto ambiental. Gracias a TourBench puede determinar y controlar sus datos de consumo y sus costes de energía, de agua, de residuos y de productos de limpieza. Además puede comparar sus costes ambientales con el promedio de empresas afines a nivel nacional o aún a nivel europeo (benchmarking). Sus datos particulares serán tratados por los socios de TourBench correspondientes de manera totalmente confidencial.



Link: http://www.tourbench.info/index.pl/home_es

SIERRA

(Servicio de Internet para la evaluación del potencial turístico en espacios rurales cuyo objetivo evaluar la potencialidad turística de un área rural, partiendo de datos de carácter geográfico, económico y urbanístico.

Documentos de interés relacionados:

Tourism eco-labelling in Europe – moving the market towards sustainability

Link: http://www.ecotrans.org/visit/docs/pdf/visit_en.pdf

Estrategia de Calidad Turística. El papel de los sistemas de acreditación y certificados de Calidad.

Link: <http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me0507.pdf>

Quality Managemtne System

Link:

http://www.businessballs.com/dtiresources/quality_management_systems_QMS.pdf

f

Quality management systems in tourism companies: the case of travel agencies in Egypt

Link: <http://www.fayoum.edu.eg/Tourism/TourismStudies/pdf/Eraqi8.pdf>

Going Green. The International Tourism Partnership's checklist for minimum standards toward a sustainable hotel.

Link: <http://www.tourismpartnership.org/downloads/Going%20Green.pdf>

El Camino Verde - Estándares mínimos de un hotel sostenible.

Link: <http://www.tourismpartnership.org/downloads/El%20camino%20verde.pdf>

OTROS DOCUMENTOS DE INTERÉS

- **Tourismo Trends in the mediterranean.**
- http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-40-01-666/EN/KS-40-01-666-EN.PDF
- **El Mediterráneo se suma al compromiso por un desarrollo sostenible.**
- <http://www.iemed.org/anuari/2004/esparticles/eantoine.pdf>
- **Desarrollo Sostenible en el Mediterráneo. Nuevas perspectivas 2008.**
- <http://www.iemed.org/anuari/2009/earticles/266.pdf>
- **Fresh water and Tourism in the Mediterranean**
- http://assets.panda.org/downloads/medpotourismreportfinal_ofnc.pdf
- **Mediterranean basin biodiversity hotspot**
- http://www.cepf.net/Documents/DC_Draft_Mediterranean_EP_Rev_27_July.pdf
- **Agenda para el desarrollo Sostenible en el Mediterráneo**
- <http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me0403.pdf>
- **Report on the Seminar "Coastal Tourism in the Mediterranean: Adapting to Climate Change"**
- http://www.pap-thecoastcentre.org/pdfs/Cagliari%20Seminar_Final%20Report.pdf

- **Turismo Urbano en el Mediterráneo**
- <http://www.ual.es/Congresos/Turismo-Mediterraneo/panel4-2.pdf>

- **Proyecto Mediterráneo**
- http://www.humandimension.net/useruploads/files/proyecto_mediterraneo.pdf

- **Tourism Trends in the Mediterranean**
- http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-40-01-666/EN/KS-40-01-666-EN.PDF

- **Mediterráneo y Medio Ambiente**
- http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/medio_ambiente.pdf

- **Agua y Sostenibilidad: Funcionalidad de las Cuencas**
- <http://www.sostenibilidad-es.org/NR/rdonlyres/FA2C045E-F11E-41AC-8C8F-ED1D7F7C31C5/2947/aguaespañol.pdf>

- **Promote sustainable tourism in the Mediterranean (Workshop)**
- http://www.planbleu.org/publications/atelier_tourisme/programme_UK.pdf

- **Turismo Medio Ambiente y Desarrollos Sostenible**
- <http://revistas.ucm.es/cca/11391987/articulos/OBMD0505110305A.PDF>

- **CALYPSO study, compendium of good practices**
- http://www.bits-int.org/files/021de54a40bfa72668ce667a85e9a415_1277198320.pdf

- **Efecto e impactos del Turismo sobre los medios naturales insulares de mediterráneo: El caso de las Baleares**
- <http://www.eduvinet.de/eduvinet/es004.htm>

- **Impactos Ambientales de los desarrollos turísticos y residenciales**
- http://www.responsibletravel.org/resources/documents/Coastal-tourism-documents/Impactos_Ambientales_de_los_Desarrollos_Tur%C3%ADsticos_y_Residenciales.pdf

- **Ordenación del Territorio y actividad turística en el litoral mediterráneo. Reflexión sobre el espacio almeriense.**

- <http://www.ual.es/Congresos/Turismo-Mediterraneo/panel4-1.pdf>
- **Turismo en el mediterráneo una perspectiva comparativa**
- <http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me0718.pdf>
- **Mercados emisores y el sector Turístico**
- <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/europa/el%20turismo%20mediterraneo%20revisado.pdf>

NOTAS DE PRENSA

- **La Iniciativa de Turismo Sostenible de la Axarquía inicia su andadura**
- <http://www.andaluciaturismodigital.com/noticia.asp?idcontenido=10884>
- **El mediterráneo el mar mas sucio del mundo**
- http://www.citop.es/Titulares/070723_42elpais.pdf
- **Turismo al día. Toda la información del Turismo en Andalucía.**
- <http://canales.opinionmalaga.com/turismo/?tag=turismo-sostenible>
- **Impulsan centro de Ecoturismo a sur de Tunez**
- <http://www.viajes-tunez.net/noticia/impulsan-centro-de-ecoturismo-al-sur-de-tunez/89.aspx>
- **Acuerdo para afianzar la Costa del Sol como destino turístico sostenible**
- <http://www.diariosur.es/20100304/local/turismo/acuerdo-para-afianzar-costa-201003041755.html>

BIBLIOGRAFÍA

- DUMAS, DANIELLE. *Le tourisme internationale dans le bassin méditerranéen*. París, 1980.
- FIGUEROLA, MANUEL. *La demanda turística en el Mediterráneo 2000*. Estudios turísticos, nº 89. Madrid
- AGUILÓ, E. *La política turística en Baleares*. Economistas. Nº 48. 1990
- Lanquart, Robert. *La prospective touristique méditerranéenne*. PUF. París, 1992
- FRANGIALLI, FRANCESCO. *El turismo en el Mediterráneo*. Estudios Turísticos, nº 119-120. Madrid, 1993
- *Tourism in the Mediterranean*. The Economist Intelligence Unit. Londres, 1993.
- MONANARI, ARMANDO. *El futuro del Mediterráneo turístico*. Papers de turisme. Nº 14-15. Valencia, 1994.
- *La coopération Euro-méditerranéenne dans le domaine du tourisme*. Conseil National du Tourisme. Francia, 1994.
- VERA. *El modelo turístico del mediterráneo español*. Papers de turisme. Nº 14-15. Valencia, 1994
- LANQUART, ROBERT et al. *Tourisme et environnement en Méditerranée*. París, 1995
- ORTUÑO MANUEL. *Turismo Mediterráneo*. Cuadernos sectoriales nº 1. Diálogo Mediterráneo. Madrid, 1996
- CAPELLA, JOSEP. *Turismo sostenible en el Mediterráneo*. Girona, 1998
- BARCELONA 1995, *Hacia un nuevo escenario de asociación euromediterránea*, Foro civil Euromed, Institut Català de la Mediterrània, Barcelona, 1996.
- CLAVÉ, Salvador Anton, "Les estratègies del turisme litoral català", en *El futur del litoral a Catalunya al segle XXI*, Congreso de Turismo de Cataluña, Girona, 11 de enero de 2001.
- COMISIÓN EUROPEA, *Por un turismo costero de calidad. Gestión integrada de la calidad de los destinos turísticos costeros*. Resumen, Oficina de

- Publicaciones Oficiales de la Comunidades Europeas, Luxemburgo, marzo de 2000.
- De Juan Alonso, José María, et al., Manual de Turismo Sostenible para el Programa Araucaria XXI. Edt. AECID, Madrid, 2006.
 - IZQUIERDO BARRIUSO, Miriam, "La Unión Europea ante las entidades locales y territoriales", *El Consultor*, Madrid, 2001.
 - LANQUAR, Robert, "La prospective touristique méditerranéenne: cinq scénarios sur les interdépendances entre le tourisme et l'environnement", *Turismo y Medio Ambiente en la Europa Mediterránea de los 90*, CEFAT-ITVA, Valencia, 16 de junio de 1989.
 - PORCEL, Baltasar, *Mediterrània, onatges tumultuosos*, Institut Català de la Mediterrània, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1996.
 - BATTILANI P. (en via de publicación): *Rimini: a Mass Tourism Resort which based its Succession an Original Mix of Italian Style and Foreign Models*, Actas del Convenio *Europe at the Seaside. The economic History of Mass Tourism in the Mediterranean Sea (1945-2000)*, Balearic Islands, 21-23 Febrero 2003.
 - PEMBLE J. (1988): *The Mediterranean Passion. Victorians and Edwardians in the South*, Oxford, University Press.
 - WALTON K.J. (1994), "The first Spanish seaside resorts", *History Today*, n. X, Londres.
 - SERRA A. (in corso di pubblicazione): *Strategies of expansion of the Majorcan hotel chains*, en Acta del convenio *Europe at the Seaside*.
 - SPITERI L. (1968): *The development of tourism in Malta*, Malta.
 - RODRIGUEZ C.L. (2004): "A century of Seaside Tourism and the Planning of Urban Space in Spain, 1830-1936" *Historia del Turismo*, Annale, Turin.
 - WWF (2000), *Responsible Tourism in the Mediterranean: current threats and opportunities*, World Wide Fund for Nature, Rome.
 - Perry, A. (2006). Will Predicted Climate Change Compromise the Sustainability of Mediterranean Tourism? *Journal of Sustainable Tourism* 14(4): 367:375.
 - CARTAPANIS, André et al. *Analyse prospective du trafic maritime en Méditerranée occidentale*. Rapport pour le Ministère de l'équipement, des

- transports, du logement, du tourisme et de la mer, Aix-en-Provence: SCOT-MédiaSim, septiembere de 2003.
- BALAGUER J. y CANTAVELLA-JORDA M. (2002): "Tourism as a long run economic growth factor: the Spanish case", *Applied economics*, nº 34, pp. 877-884
 - RAYÓ, M. (1989) Els espais naturals protegits. Una eina per a la conservació i per el desenvolupament sostingut. Patronat de l'Escola Municipal de Mallorca. Manacor. Mallorca.
 - MAYOL, J. i MACHADO, A. (1992) *Medi ambient, ecologia i turisme a les illes Balears*. Editorial Moll. Palma.
 - Abdel-Gawad, S. 2008. Actualizing the Right to Water: An Egyptian Perspective for an Action Plan, in *Water as a Human Right for The Middle East and North Africa* Edited by Asit K. Biswas, Eglal Rached, and Cecilia Tortajada.
 - UNEP and UNWTO (2006), *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*, UNEP DTIE and UNWTO, Paris and Madrid.
 - UICN, WWF & PNUMA (1980) *Estrategia mundial para la conservación. La conservación de los recursos vivos para el logro de un desarrollo sostenido*. Morges. UICN Publications Centre.
 - UICN, WWF & PNUMA (1991) *Cuidar la terra: estratègia per al futur de la vida*. Gland. Suïssa. Versió al català de la Societat d'Història Natural de les Balears. Parlament de les Illes Balears. Palma.
 - GILLESPIE, Richard: «The Valencia Conference: Reinvigorating the Barcelona Process?», *Mediterranean Politics*, 7/2, 2002.
 - Segunda Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo. Organización Mundial del Turismo (OMT).
 - Estudio "*Turismo y cambio climático. Hacer frente a los retos comunes*", Organización Mundial del Turismo (OMT).
 - Estudio "*Cambio climático y turismo: responder a los retos mundiales*". Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), Organización Meteorológica Mundial (OMM) y Organización Mundial del Turismo (OMT).
 - "*Informe europeo Dobris*", basado en datos de la Organización Mundial del Turismo (WTO)

- Normativa de la marca Parque Natural de Andalucía (PNA). Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.
- *"Carta del Turismo Sostenible"* Lanzarote (Islas Canarias): Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, 1995. Disponible en: www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf
- *"Haciendo un turismo más sostenible: Una guía para los formuladores de políticas"*. Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) – Organización Mundial del Turismo (OMT), 2005.
- *"Seminario avanzado sobre: buenas prácticas en proyectos de turismo sostenible en el norte de África"*. Programa Azahar. Valsain (Segovia), del 7 al 12 de Mayo de 2007.
- MUÑOZ FLORES, Juan Carlos. *"TURISMO Y SOSTENIBILIDAD EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS: La Carta europea del Turismo sostenible en la zona volcánica de la Garrotas y el Plan de Desarrollo Sostenible en Cabo de Gata-Níjar"*. (Tesis doctoral). Girona: Universitat de Girona, 2006.
- *"Agenda para planificadores locales: Turismo Sostenible y gestión municipal"*. OMT (World Tourism Organisation).
- *"Desarrollo sostenible del Ecoturismo. Una compilación de buenas prácticas en las pyme"*. OMT (World Tourism Organisation).
- *"Manual de buenas practicas para el turismo sostenible: Guía metodológica para el desarrollo de turismo sostenible en el Perú"*. Lima: Instituto Machu Picchu, 2006.
- MALDONADO, Carlos. *"Turismo y comunidades indígenas: impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta"*. [s.l.]: Oficina Internacional del Trabajo, Programa de Desarrollo de Pequeñas Empresas. Departamento de creación de empleos y desarrollo de la empresa, 2006.
- *"Turismo sostenible y desarrollo local"*. Programa Delnet-Centro Internacinal de Formación de la OIT. En @local.glob, núm. 4, Año 2007.
- *"Ahorro de energía en el sector hotelero: recomendaciones y soluciones de bajo riesgo"*. Convenio de colaboración entre IDEA y SGT. Madrid: IDEA, 2001.
- *"Proyecto sostenibilidad y empleo en espacios naturales: Guía de buenas prácticas"*. [s.l.]: Fundación del Patrimonio Natural de Castilla y León.
- *"Guía de buenas practicas ambientales en el sector de la hostelería"*.

- Programa de renovación sostenible del pequeño comercio y la hostelería de Zaragoza. Zaragoza: Cámara de Comercio e Industria, 2007.
- *“Manual de buenas prácticas ambientales en la hostelería y el ocio”*. Proyecto cofinanciado por la Fundación Biodiversidad, la Cámara de Comercio de Granada y el Fondo Social Europeo.
 - *“Buenas prácticas medioambientales en playas. guía dirigida a los usuarios de nuestros espacios costeros y playas”*. Valencia: Generalitat Valenciana, [s.n.].
 - AYUSO, Silvia. *“Gestión sostenible en la industria turística”*. (Tesis Doctoral). Barcelona: Universidad Autónoma, 2003.
 - *“Manual de buenas prácticas en Turismo Rural”*. Cuenca: Diputación Provincial de Cuenca, 2005.
 - *“Buenas prácticas en la prestación del servicio: alojamientos turísticos”*. Madrid: Ministerio de Economía, 2002.
 - SEMINARIO AVANZADO SOBRE: BUENAS PRÁCTICAS EN PROYECTOS DE TURISMO SOSTENIBLE EN EL NORTE DE ÁFRICA. PROGRAMA AZAHAR. Valsain (Segovia), del 7 al 12 de Mayo de 2007.
 - VIÑALS, M.J (Coord). Herramientas para la gestión del turismo sostenible en humedales. Valencia: Universidad Politécnica, 2002. Serie Cuadernillos Técnicos
 - AYUSO, Silvia. GESTION SOSTENIBLE EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA. (Tesis Doctoral). Barcelona: Universidad Autónoma, 2003.
 - AGENDA PARA PLANIFICADORES LOCALES: TURISMO SOSTENIBLE Y GESTIÓN MUNICIPAL. OMT (World Tourism Organization).
 - DESARROLLO SOSTENIBLE DEL ECOTURISMO. Una compilación de Buenas Prácticas en las PYME. OMT (World Tourism Organization).
 - MUÑOZ FLORES, Juan Carlos. TURISMO Y SOSTENIBILIDAD EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS: La Carta europea del Turismo sostenible en la zona volcánica de la Garrotas y el Plan de Desarrollo Sostenible en Cabo de Gata-Níjar. (Tesis doctoral). Girona: Universitat de Girona, 2006
 - AHORRO DE ENERGÍA EN EL SECTOR HOTELERO: Recomendaciones y soluciones de bajo riesgo. Convenio de colaboración entre IDEA y SGT. Madrid: IDEA, 2001.

- MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN LA HOSTELERÍA Y EL OCIO. Proyecto cofinanciado por la Fundación Biodiversidad, la Cámara de Comercio de Granada y el Fondo Social Europeo.
- CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE. Lanzarote (Islas Canarias): CONFERENCIA MUNDIAL DE TURISMO SOSTENIBLE, 1995. Disponible en: www.turismo-sostenible.org/docs/Carta-del-Turismo-Sostenible.pdf
- Turismo Sostenible: Buenas prácticas para usuarios de instalaciones o actividades turísticas. [s.l.]: Departamento de Medio Ambiente. Gobierno de Aragón. Disponible en: http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/EDUAMB/DOCUMENT/FOLLETOS/BUENAS+PRACTICAS+AGENTES_COR.PDF.
- SOLER, Santiago, LESENFANTS, Yves, VELA, Martinza y ARTEAGA, Federico de. CLUSTER DE TURISMO SOSTENIBLE: Resultados, Lecciones Aprendidas y Futuro. [s.l.]: MIF/FOMIN, 2007. Disponible en: <http://www.iberpymeonline.org/Documentos/ClusterTurismoFOMIN.pdf>.
- LÓPEZ MARTÍN, Fernando [et. Al.]. Educación Ambiental: Turismo Sostenible. En III Jornadas de Educación Ambiental de la Comunidad Autónoma de Aragón, 24, 25 y 26 de Marzo de 2006. Zaragoza: Servicio de Información y Educación Ambiental, 2006. Disponible en: <http://portal.aragon.es/portal/page/portal/MEDIOAMBIENTE/EDUAMB/SENSIBILIZACION/JORNADAS/GRUPO5/SOSTENIBLE.PDF>.
- Guía de buenas prácticas ambientales en el sector turismo rural. Guadalajara: Cámara de Comercio e Industria, 2003. Disponible en: <http://www.turismosostenible.es/monograficos/guias/GBPATuristico.pdf>.
- LESENFANTS, Yves. Diagnóstico y optimización de la gestión metodológica del Cluster: CLUSTER DE TURISMO SOSTENIBLE. [s.l.]: FOMIN, 2006. Disponible en: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=850796>.
- Guía de buenas prácticas ambientales para alojamientos turísticos de la Hoya de Huesca. Zaragoza: Fundación Ecología y Desarrollo, 2003. Disponible en: http://www.fundacionglobalnature.org/proyectos/tuismo_y_ma/GuiaBuenasPracticas.pdf.
- HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE. En SAVIA, (Núm. Junio): 16-19, 2007. Disponible en:

- http://www.uhu.es/uhutur/documentos/monografias3/Hacia_un_turismo_sostenible.pdf.
- BIEN, Amos. CESD N°1: UNA GUÍA SIMPLE PARA LA CERTIFICACIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE Y EL ECOTURISMO. Center for ecotourism and Sustainable Development. Disponible en : <http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028828>.
 - RUSSILLO, Aimee, BIEN, Amos, HONEY, Martha Y ROME, Abigail. CESD N°2: PASOS PRÁCTICOS PARA FINANCIAR LA CERTIFICACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS. Center for ecotourism and Sustainable Development. Disponible en: <http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028842>.
 - RUSSILLO, Aimee, BIEN, Amos, HONEY, Martha Y ROME, Abigail. CESD N°3: PASOS PRÁCTICOS PARA MERCADEAR LA CERTIFICACIÓN TURÍSTICA. Center for ecotourism and Sustainable Development. Disponible en: <http://www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=1028848>.
 - PLAN DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN EL SECTOR TURISTICO: PLAN DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO LOS LAGOS. Badajoz: Diputación de Badajoz. Área de Desarrollo Local. CEDER. Disponible en: <http://web.dip-badajoz.es/proyectos/loslagos/descargar.php?doc=100815>.
 - LAS BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES EN LA HOSTELERÍA Y OCIO. Valencia: Generalitat Valenciana. Conselleria de Medi Ambient. Disponible en: http://www.fundacionglobalnature.org/proyectos/tuismo_y_ma/Manual%20BP%20Hosteler%EDa%20y%20ocio.pdf.
 - LAS BUENAS PRÁCTICAS MEDIOAMBIENTALES –SERVICIOS -HOSTELERÍA Y OCIO. Valencia: Generalitat Valenciana. Conselleria de Medi Ambient. Disponible en: http://216.239.59.104/search?q=cache:omCCOBojIRYJ:www.camaralicante.com/mambiente/do%3Fdocumento%3DBPM_Servicios_Hosteleria+buenas%2Bpracticas%2Bmedioambientales%2Bservicios%2Bhosteleria%2Bocio&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=es.
 - LA EMPRESA DE TURISMO RURAL: GESTIÓN, ADMINISTRACIÓN Y CALIDAD. En “Formas alternativas de ocupación y formación continua en Agricultura”: Proyecto Agreement n° 2004 EL/04/B/F/PP-148258. Madrid: Education and Cultura Leonardo da Vinci, 2006. Disponible en: <http://www.etsia.upm.es/ANTIGUA/DEPARTAMENTOS/economia/documento>

- <s/ProyectoAgreement/RuralTourismFirmP3Sp.pdf>
- MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN LA FAMILIA PROFESIONAL: SECTOR SERVICIOS TURISMO Y HOSTELERÍA. [s.l.]: Ministerio de Medio ambiente y Fondo Social Europeo. Disponible en: <http://www.turismo-sostenible.org/docs/turismobp.pdf>.
 - BUENAS PRACTICAS PARA TURISMO SOSTENIBLE: UNA GUÍA PARA EL PEQUEÑO Y MEDIANO EMPRESARIO. Rainforest Alliance. Asociación Alianza Verde. Disponible en: <http://www.rainforest-alliance.org/programs/tourism/certification/bmp-guide-s.pdf>.
 - 23. HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE: CÓMO INTEGRAR EL MEDIO AMBIENTE EN EL SECTOR TURÍSTICO. [s.l.]: LanzaRed (Secretariado de la Red de Autoridades Ambientales), 2001. Disponible en: http://www.mma.es/secciones/raa/programacion_raa_ant/integracion_sectores/pdf/turismo.pdf.
 - 24. TURISMO SOSTENIBLE ZARAGOZA: GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES. Zaragoza: Ayuntamiento de Zaragoza, [s.n.]. Disponible en: <http://www.turismososteniblezaragoza.com/documentos/FOLLETO.ppt#1>.
 - 25. CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA EL DESARROLLO DE MUNICIPIOS TURÍSTICOS. [s.l.]: Congreso Nacional de Sostenibilidad, 2007, Disponible en: <http://www.famp.es/famp/varios/ciudadessostenibles/docums/CODIGO%20BUENAS%20PRACTICAS.pdf>.
 - 26. MAKING TOURISM MORE SUSTAINABLE. Helpful instruments and practice examples in Europa. Hanover (Germany): OMT (World Tourism Organisation), UNEP (United Nations Environment Programme), 2006. Disponible en: http://www.ecotrans.org/docs/1_hamele_Yunis_intro_aims.pdf.
 - 27. MAKING TOURISM MORE SUSTAINABLE. CASE STUDIES. OMT (World Tourism Organisation), UNEP (United Nations Environment Programme). Disponible en: http://www.visitbritain.com/en/Images/CS6%20Cavendish_tcm12-135004.doc.
 - 28. GUÍA PARA ADMINISTRADORES LOCALES: DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE. OMT (World Tourism Organisation). Disponible en: http://www2.unia.es/nuevo_inf_academica/visualizar_file_Adjunto.asp?ID=

- [1131.](#)
- 31. 10 CONSEJOS PARA UN VIAJE MÁS RESPONSABLE. Programa Ecoviajeros. Disponible en: <http://www.janegoodall.es/mm/file/IJG-Boletin%20Mayo08.pdf>.
 - GÚIA DE BUENAS PRÁCTICAS DE VÍAS VERDES EN EUROPA: Ejemplo de Realizaciones Urbanas y Periurbanas. Madrid: Asociación Europea de Vías Verdes, 2000. Disponible en http://aevv.horus.be/SiteResources/data/MediaArchive//pdf/bonnes_pratiqu es_esp.pdf.
 - GÁNDARA, José Manuel, FRAIZ BREA, José Antonio Y ALÉN GONZALEZ, María Elisa. HOTELES SOSTENIBLES PARA DESTINOS SOSTENIBLES. La calidad hotelera como instrumento para la sostenibilidad. 2005. Disponible en: dialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2482212&orden=0.
 - 255 MEDIDAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: alternativas a la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible. Ecologistas en Acción, Greenpeace, SEO/BirdLife y WWF/Adena. Disponible en http://www.oei.es/decada/portadas/225_medidas.pdf.
 - BIOSPHERE GOLF: Responsable Golf. Instituto de Turismo Responsable. Gran Canaria: Asociaciones de Campos de Golf, 2004. Disponible en <http://www.golfspainfederacion.com/pdf/notas/biosferagolf0905.pdf>.
 - CASANOVA, Clara. LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE y su aplicación en Galicia. [s.l.]: ECOTONO Equipo Consultor en Turismo y Desarrollo, 2004. Disponible en: <http://xunta.es/conselle/cma/GL/CMA04d/CMA04dCursoHostalarias/CETurism Sost.pdf>.
 - EL TURISMO SOSTENIBLE EN LAS AHORRO DE ENERGÍA EN EL SECTOR HOTELERO: Recomendaciones y soluciones de bajo riesgo. Convenio de colaboración entre IDEA y SGT. Madrid: IDEA, 2001.
 - MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES EN LA HOSTELERÍA Y EL OCIO. Proyecto cofinanciado por la Fundación Biodiversidad, la Cámara de Comercio de Granada y el Fondo Social Europeo.
 - EN ACCIÓN. Estudios de Casos. International Ecotourism Society (TIES). Disponible en: ftp://ftp.fao.org/paia/mnts/case/case_studies_es.pdf.
 - Guía de buenas prácticas ambientales en el sector turismo rural. Guadalajara: Cámara de Comercio e Industria, 2003. Disponible en:

- VIÑALS, M.J (Coord). Herramientas para la gestión del turismo sostenible en humedales. Valencia: Universidad Politécnica, 2002. Serie Cuadernillos Técnicos. Disponible en: <http://www.turismosostenible.es/monograficos/guias/GBPATuristico.pdf>.
- VARGAS SANCHEZ, Afonso, VACA ACOSTA, Rosa M^a y GARCIA DE SOTO CAMACHO, Elena. GUÍA DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES. SECTOR TURISMO (Hoteles y Campos de Golf). Madrid: Fundación Biodiversidad, 2003. Disponible en: http://www.uhu.es/alfonso_vargas/archivos/GUIA%20BUENAS%20PRACTICAS%20AMBIENTALES%20TURISMO%20definitiva-Huelva-2003.pdf.
 - ANDRÉS, Ángeles de y BLANCO, Ricardo. MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES PARA EL SECTOR DEL TURISMO EN LOS ESPACIOS NATURALES DE CASTILLA Y LEÓN. Madrid: Fundación del Patrimonio Natural de Castilla y León, Fundación Biodiversidad, 2006. Disponible en: www.patrimonionatural.org.
 - GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL DE EMPRESAS DE TURISMO RURAL. Badajoz: Diputación de Badajoz, Fundación Biodiversidad, 2006. Disponible en: <http://www.fundacion-biodiversidad.es/fbiodiversidadweb/webdinamica/galerias/downloadarchivo.do?arclId=168>.
 - ATAURI MEZQUIDA, José Antonio; etc. *Diseño de planes de seguimiento en espacios naturales protegidos: Manual para gestores y técnicos*. Madrid: Fundación Fernando González Bernáldez, 2005. Disponible en: http://www.europarc-es.org/intranet/EUROPARC/publicado/publicaciones_Europarc-Espana/manual_2.pdf
 - HERNÁNDEZ DE LA OBRA, Joaquín; Javier GÓMEZ LIMÓN GARCÍA. *Manual sobre conceptos de uso público en los espacios naturales protegidos*. Madrid: Fundación Fernando González Bernáldez, 2005. Disponible en: http://www.europarc-es.org/intranet/EUROPARC/publicado/publicaciones_Europarc-Espana/manual_1.pdf
 - MATA OLMO, Rafael. *Integración de los espacios naturales protegidos en la ordenación del territorio*. Madrid: Fundación Fernando González Bernáldez, 2005. Disponible en: http://www.europarc-es.org/intranet/EUROPARC/publicado/publicaciones_Europarc-Espana/monografia_1.pdf

- ORTEGA ROIG, Juanjo; etc. *Evaluación del papel que cumplen los equipamientos de uso público en los espacios naturales protegidos*. Madrid: Fundación Fernando González Bernáldez, 2006. Disponible en: http://www.euoparc-es.org/intranet/EUOPARC/publicado/publicaciones_Euoparc-Espana/manual_3.pdf