



SUSTAIN-T

2017-1-ES01-KA202-038128

Turismo sostenible a través del trabajo en red y la colaboración



Módulo 1:
Gestión sostenible en el sector turístico

Tabla de contenidos

- Unidad 1.1 Introducción al turismo sostenible
- Unidad 1.2 Agenda de la UE para el turismo sostenible: reglamentos, recomendaciones e iniciativas
- Unidad 1.3 Criterios e indicadores de turismo sostenible: el enfoque del GSTC
- Unidad 1.4 Sistemas de certificación para un turismo sostenible

Palabras clave

Turismo sostenible; política turística de la UE; Criterios GSTC; sistemas de gestión para la sostenibilidad; etiquetas ecológicas.

Objetivos de aprendizaje	<p><i>Como resultado del seguimiento de los materiales de este módulo, se pretende que los participantes obtengan los siguientes resultados de aprendizaje:</i></p> <p>Conocimiento: <i>aprender qué es el turismo sostenible, cuáles son las normas más importantes e iniciativas a nivel de la Unión Europea, cuáles son los criterios e indicadores del GSTC, así como los sistemas de certificación de sostenibilidad para ser implementadas a nivel de las micro y pequeñas empresas turísticas.</i></p> <p>Habilidades: <i>mejora de la capacidad de identificar las principales características y herramientas que pueden estar relacionadas con el turismo sostenible, y la forma en que se pueden aplicar a las micro y pequeñas empresas turísticas.</i></p> <p>Competencias: <i>fomentar la promoción y el impulso del turismo sostenible a nivel de las micro y pequeñas empresas turísticas.</i></p>
Métodos	<p><i>El aprendizaje autónomo a través de la lectura y el estudio de los materiales del curso y la consulta de las fuentes y enlaces complementarios que aparecen en los materiales.</i></p>
Tiempo de dedicación	<p><i>Tiempo necesario para:</i></p> <p><i>Aprender los contenidos (auto-estudio): 1,5 horas</i></p> <p><i>Preguntas de autoevaluación: 5 minutos</i></p> <p><i>Un tiempo adicional (en función de los alumnos) es necesario para completar las actividades de aprendizaje y revisar las fuentes y enlaces complementarios.</i></p>

Introducción

Este primer módulo del curso SUSTAIN-T tiene como objetivo ofrecer al alumno una introducción al turismo sostenible, como un concepto clave que será la base para los siguientes módulos. El módulo está diseñado para que el alumno se familiarice con el concepto de turismo sostenible, su contextualización, así como su potencial de aplicación en el ámbito de las empresas, particularmente en el caso de las micro y pequeñas empresas turísticas.

Cuando se habla de la sostenibilidad y el turismo sostenible, el objetivo principal para las micro y pequeñas empresas turísticas debe ser el establecimiento de sistemas y procedimientos que incorporen los principios del turismo sostenible como parte de la función central de gestión, así como identificar las acciones necesarias para lograr un turismo sostenible. Este módulo tiene como objetivo proporcionar la base inicial para los empresarios y trabajadores de las micro y pequeñas empresas turísticas para que empiecen a desarrollar las habilidades relacionadas con la sostenibilidad, que se explicarán con más detalle a lo largo de los siguientes módulos.

El módulo está estructurado en cuatro unidades diferenciadas. La primera unidad se ocupa del concepto del turismo sostenible, sus principios básicos y sus desafíos. La segunda ofrece una visión sintética de la situación del turismo sostenible a nivel de las políticas e iniciativas de la Unión Europea. La tercera unidad se ocupa de directrices y recomendaciones para que las micro y pequeñas empresas turísticas implementen acciones de sostenibilidad, dando especial relevancia a los criterios del Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Por último, la cuarta unidad aborda el tema de los sistemas de certificación para las empresas turísticas, ofreciendo una introducción a los principales sistemas y sus características.

Contenido

1.1 Introducción al turismo sostenible

El concepto de turismo sostenible está totalmente ligado al concepto de desarrollo sostenible. De hecho, la idea de turismo sostenible no es otra que la aplicación de los principios del desarrollo sostenible a la industria turística (tanto a nivel de destino como también a nivel del sector privado). Estos principios, en pocas palabras, quieren encontrar un equilibrio entre el desarrollo económico, el desarrollo social y el desarrollo ambiental (las tres dimensiones o pilares del desarrollo sostenible -o sostenibilidad, entendida como el progreso hacia el desarrollo sostenible- que fueron establecidos en el informe de las Naciones Unidas titulado “Nuestro futuro común”, publicado en 1987) (Swarbrooke, 1999; Hall et al., 2015).

La creciente toma de conciencia de los impactos negativos que el turismo ejerce sobre el medio ambiente y sobre la sociedad condujo durante la segunda mitad del siglo pasado a un amplio reconocimiento de la necesidad de promover un nuevo modelo de turismo. Este modelo fue llamado “turismo sostenible” a principios de la década de 1990, una vez que se consolidó el concepto de desarrollo sostenible.

Existen múltiples definiciones de turismo sostenible. La Organización Mundial del Turismo lo ha definido, por ejemplo, como “el desarrollo turístico [que] no genera serios problemas ambientales o socioculturales, que contribuye al mantenimiento o mejora de la calidad medioambiental global del área turística, que mantiene un alto nivel de satisfacción de los turistas de forma que los mercados turísticos son retenidos, así como permite distribuir ampliamente los beneficios del turismo entre toda la sociedad” (WTO, 1998). La misma institución también lo ha definido como aquel tipo de turismo “que tiene plenamente en cuenta sus repercusiones económicas, sociales y ambientales actuales y futuras, satisfaciendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida” (UNEP & WTO, 2005).

También podríamos añadir que para que sea verdaderamente sostenible, el turismo debe contribuir positivamente a la economía, el bienestar social y la conservación del medio ambiente, tanto a nivel local como a nivel global. Uno de los principales objetivos del turismo sostenible es perseguir la maximización del impacto positivo de la actividad (es decir, proporcionar oportunidades para el desarrollo empresarial y la creación de empleo, aportando valor económico tangible a los recursos naturales y culturales, siendo una fuerza para el entendimiento inter-cultural y la paz), y la minimización de los impactos negativos (es decir, la presión que ejerce el turismo sobre los ecosistemas frágiles, compitiendo por el uso de unos recursos escasos, siendo un importante contribuyente a la contaminación local y global, ejerciendo presión sobre las comunidades de acogida, siendo una fuente vulnerable e inestable de ingresos).

Por lo tanto, algunos de los principios clave del turismo sostenible que cualquier tipo de actor debe tener en cuenta, de acuerdo con los tres pilares de la sostenibilidad, son la necesidad de:

- Hacer un uso óptimo de los recursos ambientales, ayudando a conservar los recursos naturales y la biodiversidad.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, lo que contribuye a la comprensión y la tolerancia intercultural.
- Asegurar operaciones económicas viables, a largo plazo, proporcionando beneficios socioeconómicos a todas las partes interesadas que estén bien distribuidos, incluyendo las oportunidades de generación de empleo estable y de ingresos para las comunidades anfitrionas.

Además, hay varios desafíos clave para la sostenibilidad del turismo europeo que fueron identificados por un grupo de expertos en turismo sostenible (Tourism Sustainability Group, 2007), y que todas las partes interesadas también deberían tener en cuenta cuando están en funcionamiento:

- *La reducción de la estacionalidad de la demanda*, para garantizar la sostenibilidad económica y social de los destinos y las empresas, evitando la concentración de la actividad en solamente unos meses o periodos de tiempo a lo largo del año.
- *Abordar el impacto del transporte del turismo*, teniendo en cuenta la importante contribución de la movilidad del turismo sobre el actual cambio climático y calentamiento global, haciendo los viajes turísticos más eficientes energéticamente y reduciendo las emisiones de CO₂.
- *La mejora de la calidad de los trabajos del turismo*, creando oportunidades de empleo para la población local, sin ningún tipo de discriminación, mejorando las oportunidades de formación y condiciones de trabajo.

- *Mantener y mejorar la prosperidad y la calidad de vida de la comunidad*, tratando de maximizar la proporción de los ingresos que se retienen a nivel local y de otros beneficios a las comunidades locales, mediante el fortalecimiento de las cadenas de suministro locales, así como promoviendo el uso de productos locales, comercios y otros servicios por parte de los visitantes.
- *Minimizar el uso de recursos y la producción de residuos*, teniendo especial cuidado en el consumo de agua y energía (sobre todo si esta última no es renovable), y la reducción y la gestión de los residuos.
- *Conservación y puesta en valor del patrimonio natural y cultural*, ya que son activos clave para la generación de prosperidad económica a nivel local a través del turismo.
- *Hacer que las vacaciones estén al alcance de todos*, teniendo en cuenta no sólo la discapacidad física, sino también la desventaja económica de varios grupos sociales.
- *Utilizar el turismo como herramienta en el desarrollo sostenible global*, por ejemplo, contribuyendo a los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU y a otras iniciativas internacionales.

Los principios del turismo sostenible se pueden aplicar a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos. En consecuencia, el turismo sostenible no debe verse como un tipo específico de turismo (como serían, por ejemplo, el turismo cultural, el turismo de sol y playa, el ecoturismo, etc.), sino como una manera de entender y practicar el turismo (una filosofía, en definitiva), ya que todos los tipos de turismo pueden (y deberían) ser sostenibles. También debe ser visto como un objetivo que cualquier tipo de destino, empresa o grupos de interés relacionados con el turismo, debería perseguir. El turismo sostenible debe verse, de hecho, como un proceso de mejora continua. Por eso, parece más realista hablar de un progreso hacia un turismo más sostenible (es decir, más sostenible que hace un año, más sostenible que nuestros competidores, etc.) que hablar de un turismo “realmente” sostenible: es muy difícil, si no imposible, encontrar un destino o una empresa turística que sea 100% sostenible, pero todas ellas pueden implementar acciones que les permitan ser cada vez más sostenibles.

El progreso hacia un turismo más sostenible depende de los esfuerzos coordinados de una gran variedad de actores: agencias internacionales, gobiernos nacionales y locales, los organismos de gestión de destinos, empresas del sector privado, los empleados y los sindicatos, las ONG, los proveedores de educación y formación, la comunidad local y los propios turistas. Sin embargo, las empresas turísticas, y más específicamente las **micro y pequeñas empresas turísticas**, que constituyen el 75% del número total de empresas del sector en Europa, tienen un papel clave en la promoción e implementación del turismo sostenible. Los otros actores tienen un papel más bien regulador o facilitador, ya que se esfuerzan por crear un entorno favorable para que las empresas sean más sostenibles. Con todo, las empresas turísticas son las que atraen inversiones, desarrollan nuevos productos turísticos, prestan servicios, crean empleo y generan riqueza. El requisito clave para lograr un turismo más sostenible es para las empresas turísticas que sean responsables de sus acciones sobre el medio ambiente, los empleados y la comunidad local (WTO, 2013; Marinov, 2016).

El sector turístico (en todos sus niveles) adoptó rápidamente el concepto de turismo sostenible, y la mayoría de los actores e instituciones pertinentes han considerado la sostenibilidad como una prioridad para el sector desde hace muchos años (Hall et al., 2015). El turismo sostenible es visto como una necesidad para la supervivencia futura del sector. Esto ocurre, entre otras razones, debido a la asunción de responsabilidad por parte del sector (que reconoce los impactos negativos que ha

creado, y la necesidad de reducirlos), así como por su propio interés (debido a que el sector necesita cambiar su imagen, especialmente en tiempos de aumento de la conciencia ambiental y la sostenibilidad global, y debido a que los beneficios de hacerlo son más altos que los costos de no hacerlo).

Sin embargo, hay varias dificultades en la puesta en práctica de un turismo sostenible en el mundo real. Esto es debido a la naturaleza muy general del propio concepto de turismo sostenible (todo el mundo está de acuerdo con él, pero muy pocos saben lo que realmente significa o cómo puede traducirse en la gestión cotidiana de las empresas o los destinos). Aún hoy en día, después de más de tres décadas de uso del concepto de sostenibilidad, muchas personas confunden este término con la ecología o lo “verde”, mientras que, como se ha explicado antes, la sostenibilidad se refiere no sólo a la dimensión ambiental, sino también a las dimensiones económica y social. Hay varios conceptos que se utilizan a veces como sinónimos de turismo sostenible, pero no son exactamente lo mismo. Por ejemplo, “turismo verde” pone el acento en la dimensión ambiental de la sostenibilidad, dejando a un lado las dimensiones económica y social. El “turismo responsable”, por su parte, a pesar de que tiene muchas similitudes -y comparte muchos principios- con el turismo sostenible, pone más énfasis sobre el componente ético o de conducta de las empresas y los turistas.

Además, existe un riesgo de manipulación (por ejemplo, el denominado “greenwashing”) o mal uso del concepto de turismo sostenible, algo que también ha ocurrido en otros sectores, abusando del adjetivo “sostenible”, sin que se garantice la aplicación real del término y poniendo su valor en riesgo. Para evitar eso, hay una literatura académica sólida que aclara lo que es el turismo sostenible y lo que no lo es. Este curso SUSTAIN-T está en esta línea y ayudará al lector / estudiante a comprender mejor cómo implementar las estrategias de turismo sostenible en las **micro y pequeñas empresas turísticas**.

Para las **micro y pequeñas empresas turísticas** el principal objetivo debe ser el establecimiento de sistemas y procedimientos para incorporar los principios del turismo sostenible como parte de la función central de gestión e identificar las acciones necesarias para dar vida al turismo sostenible.



Actividad de aprendizaje 1.1:

¿Trata usted de integrar los tres pilares del desarrollo sostenible (económico, ambiental y social) en las operaciones del día a día de su empresa? En caso afirmativo, dé ejemplos de cómo lo hace. Si no es así, indique los principales retos que se le plantean.

1.2. Agenda de la UE para el turismo sostenible: reglamentos, recomendaciones e iniciativas

El Tratado de Lisboa reconoce específicamente la importancia del turismo en Europa (artículo 195). Por lo tanto, la Unión Europea (UE) trabaja para promover el turismo con el fin de mantener la posición de Europa como destino líder y para maximizar la contribución de la industria al crecimiento y al empleo. Esto se refleja en la política de la UE.

A nivel europeo, la política turística se centra, principalmente, en el aumento de la competitividad del sector a nivel mundial. Todas las referencias a los retos de sostenibilidad relacionados con el sector turístico (que incluye los establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte relacionado con el turismo, actividades recreativas, agencias de viajes, operadores turísticos, etc.)

están fragmentadas y dispersas a través de políticas sectoriales, y del denominado *acquis communautaire* (toda la legislación de la UE acumulada). Al mismo tiempo, sin embargo, muchas de las políticas sectoriales medioambientales de la UE, como las referidas a los residuos, el agua, la biodiversidad terrestre y marina, el aire, el suelo y el clima apuntan a la sostenibilidad ambiental del sector turístico como algo cada vez más esencial.

La actual política de la UE específica en turismo refleja sólo parcialmente las dimensiones socio-económicas y ambientales del sector, incluyendo la naturaleza compuesta de la industria turística y los retos de sostenibilidad relacionados. No existe una legislación específica sobre el tema, mientras que la dirección estratégica que actualmente está siendo seguida ha sido proporcionada por dos documentos (Comunicaciones) de la Comisión Europea sobre turismo, que principalmente abordan la dimensión económica y sólo tratan los impactos ambientales del sector en términos generales (Giulietti et al., 2018).

La única excepción legislativa es la Directiva reguladora sobre viajes combinados (2015/2302/UE) que fue adoptada en 2015, y que se aplica desde el 1 de julio de 2018. Ésta tiene en cuenta la evolución del mercado de viajes, fortaleciendo los derechos de los consumidores y reduciendo la sobrecarga administrativa sobre las empresas y los operadores del mercado.

La primera comunicación -una “Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo” (Comisión Europea, 2007)- establece los principios para lograr un turismo competitivo y sostenible en Europa. Estos principios son los siguientes:

- Adoptar un enfoque holístico e integrado: Las diferentes repercusiones del turismo deberían tenerse en cuenta en su planificación y desarrollo.
- Planificar a largo plazo: La planificación a largo plazo requiere la capacidad para sostener las acciones en el tiempo.
- Lograr un ritmo de desarrollo adecuado: El desarrollo turístico debe reflejar y respetar el carácter, los recursos y necesidades de las comunidades y los destinos de acogida.
- Involucrar a todas las partes interesadas: Un enfoque sostenible requiere una amplia y comprometida participación en la toma de decisiones y la aplicación práctica por parte de todos los implicados en los resultados.
- Usar el mejor conocimiento disponible: Políticas y acciones deben ser informados por el mejor y más reciente conocimiento disponible. La información sobre las tendencias e impactos del turismo, y habilidades y experiencias, debe ser compartida por toda Europa.
- Minimizar y gestionar los riesgos (principio de precaución): Donde haya incertidumbre sobre los resultados, debería haber una evaluación completa y una acción preventiva para evitar daños al medio ambiente o a la sociedad.
- Reflejar el impacto en los costos (quien contamina paga): Los precios deben reflejar los costes reales para la sociedad de las actividades de consumo y producción.
- Establecer y respetar los límites, cuando sea necesario: Debe reconocerse la capacidad de carga de los sitios individuales y los destinos, con una disposición a limitar, donde y cuando sea apropiado, la cantidad de desarrollo turístico y el volumen de los flujos turísticos.
- Llevar a cabo un seguimiento continuo: La sostenibilidad tiene que ver con la comprensión de los impactos y estar alerta sobre ellos todo el tiempo, de modo que los cambios y mejoras necesarias se pueden realizar a tiempo.

Esta “Agenda” menciona explícitamente el papel importante que las **micro y pequeñas empresas turísticas** desempeñan en el turismo europeo, como una de las principales partes interesadas, (conjuntamente con los destinos y los turistas), para la implementación de un turismo sostenible.

Por su parte, la Comunicación de la Comisión Europea "Europa, 1r destino turístico del mundo - un nuevo marco político para el turismo europeo" (Comisión Europea, 2010) representa la más reciente referencia de la política general para el sector, y establece y confirma ciertas acciones prioritarias ya establecidas en la anterior “Agenda”:

- Estimular la competitividad del sector turístico europeo;
- Promover el desarrollo de un turismo sostenible, responsable y de alta calidad;
- Consolidar la imagen de Europa como un conjunto de destinos sostenibles y de alta calidad;
- Maximizar el potencial de las políticas financieras de la UE para el desarrollo del turismo.

En el área de turismo sostenible, responsable y de alta calidad, la Comisión propuso el seguimiento de la gestión sostenible de los destinos turísticos y proteger el patrimonio de los destinos (Juul, 2015). La comunicación se acompañó de un plan progresivo de implementación que debería actualizarse periódicamente.

En este contexto, la Comisión Europea anima a un enfoque coordinado de las iniciativas europeas o multinacionales en el sector turístico (como el Portal de la Red de Conocimientos para el Turismo Sostenible y Responsable - DestiNet, o los destinos europeos de excelencia - EDEN), incluyendo una consolidación de la base de conocimientos socioeconómicos y ambientales. También está trabajando en el establecimiento de un nuevo marco de acción para aumentar tanto la competitividad del turismo como su capacidad de crecimiento más sostenible. La Comunicación “Una estrategia europea para el crecimiento y el empleo en el turismo costero y marítimo” (COM (2014) 86 final), que cubre un segmento geográfico específico e importante del turismo europeo, ofrece un ejemplo de esto.

La Dirección General de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes (DG GROW) juega un papel político importante a través de:

- La mejora de lo que el turismo europeo tiene para ofrecer en un contexto global;
- La prestación de apoyo a las empresas turísticas, en particular a **micro y pequeñas empresas**;
- La promoción de Europa como destino;
- El fomento de la cooperación internacional.

En este contexto, la dimensión del turismo sostenible de la política de turismo se dirige a través de un conjunto específico de iniciativas, en combinación con iniciativas en otras áreas, tales como “turismo costero y marítimo”, “turismo cultural”, “turismo de temporada baja” y “turismo accesible”. La carpeta de “turismo sostenible” gestionada por la CE se caracteriza por las siguientes principales acciones:

- La diversificación de la oferta turística en la UE a través de productos y servicios turísticos sostenibles de carácter transnacionales, que pueden contribuir al crecimiento del turismo, en áreas como el turismo respetuoso con el medio ambiente -incluyendo las rutas de ciclismo-, el turismo de deportes y bienestar, el turismo de naturaleza y rutas culturales que cruzan Europa;

- El Sistema Europeo de Indicadores de Turismo (ETIS), desarrollado como un método simple para medir el desempeño de la sostenibilidad de los destinos turísticos (Comisión Europea, 2016a);
- La etiqueta ecológica comunitaria y el sistema de gestión ambiental EMAS, como herramientas voluntarias a disposición de los servicios de alojamiento turístico dispuestos a probar y promover su excelencia ambiental (en este caso, las iniciativas son desarrolladas por la Dirección General de Medio Ambiente).



Actividad de aprendizaje 1.2:

¿Cree que los principios para lograr un turismo sostenible y competitivo, antes citados, se pueden aplicar a su empresa? Si no es así, ¿cuáles son los principales retos?

1.3. Criterios e indicadores de turismo sostenible: el enfoque del GSTC

Con el fin de ayudar a alcanzar la sostenibilidad, las **micro y pequeñas empresas turísticas** tienen a su disposición un conjunto de diferentes orientaciones y recomendaciones que pueden inspirar y ayudar en la implementación de acciones que promuevan un turismo más sostenible. Hay muchos ejemplos de directrices relativas a la sostenibilidad del turismo, desarrolladas a escala internacional (véase, por ejemplo, Comisión Europea, 2016b), nacional (por ejemplo, guías de buenas prácticas ambientales), locales y a nivel de sitio concreto. Pueden ser producidas por organismos internacionales, gobiernos, organismos de gestión tales como las autoridades de espacios protegidos, y las ONG (véase, por ejemplo, Rainforest Alliance, 2013). También pueden ser producidas por asociaciones de empresas, como una forma de promover las buenas prácticas dentro de un grupo, la búsqueda de normas comunes y la demostración de estas prácticas a los demás (por ejemplo, TUI Travel PLC, 2011). En este sentido, constituyen una herramienta muy útil para la autorregulación en el sector turístico. Estas recomendaciones pueden ser utilizadas por las empresas para:

- Ejercer el control, animando a todos a cumplir unos criterios con un enfoque común.
- Obtener una orientación útil y mejorar el rendimiento, proporcionando una lista de acciones a seguir para alcanzar unos objetivos.
- Facilitar el cumplimiento de las distintas normativas y regulaciones.

También se pueden utilizar como base para otros instrumentos, tales como la presentación de informes y certificaciones, lo que hará que éstas sean más eficaces. Las ventajas son que son directas, simples y pueden ser desarrolladas y utilizadas con un coste reducido. Las desventajas son que se basan en la acción voluntaria y generalmente no hay ningún proceso de verificación o ejecución. En cualquier caso, son un punto de partida recomendable para la introducción de acciones de sostenibilidad en las **micro y pequeñas empresas turísticas**, ya que de este modo éstas empresas pueden empezar a aplicar acciones poco a poco, de acuerdo con sus recursos y capacidades disponibles, no necesariamente todas ellas al mismo tiempo.

Los Criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC por sus siglas en inglés, Global Sustainable Tourism Council) pueden ser vistos como un conjunto de directrices o recomendaciones para todo tipo de empresas, incluidas las **micro y pequeñas empresas turísticas**. Los Criterios del GSTC fueron creados en 2008 por una agrupación de instituciones internacionales muy importantes (entre ellas, la Organización Mundial del Turismo) con el fin de proporcionar una comprensión

común de “turismo sostenible” para todo el mundo. En consecuencia, se han convertido en uno de los referentes internacionales clave y un hito como documento-guía de turismo sostenible a seguir por parte de las empresas turísticas.

Los Criterios del GSTC han evolucionado con el tiempo, y actualmente existen diferentes tipos de criterios -unos para las empresas turísticas, otros para los destinos, entre otros-. En el caso de las empresas, se han desarrollado dos conjuntos principales de criterios: uno para los alojamientos (“hoteles”) y otro para los operadores turísticos. Sin embargo, ambos grupos son muy similares, sin diferencias significativas y tienen aplicabilidad a todo el sector turístico. Según sus creadores, esos criterios son el mínimo que cualquier negocio turístico debería aspirar a alcanzar, y se organizan en torno a cuatro temas principales:

- planificación efectiva de la sostenibilidad,
- maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad local,
- valorizar el patrimonio cultural, y
- reducir los impactos negativos sobre el medio ambiente.

Los criterios se han desarrollado y revisado tratando de cumplir con los estándares de la ISEAL Alliance, el ente considerado como el referente para proporcionar orientaciones sobre las normas internacionales para el desarrollo de estándares de sostenibilidad en todos los sectores. Los criterios se revisan cada 3 a 5 años. Los planes para las futuras revisiones están disponibles en el sitio web del GSTC (www.gstccouncil.org). El sitio web también proporciona información sobre el proceso y la historia del desarrollo de los Criterios.

Algunos de los usos potenciales de los criterios para las **micro y pequeñas empresas turísticas** son los siguientes:

- Servir de base para la certificación de la sostenibilidad o la implementación de un sistema de gestión de la sostenibilidad (ver Unidad 1.4).
- Servir como directrices básicas para las empresas que quieren ser más sostenibles, y ayudarles a optar por programas de turismo sostenible que cumplan con estos criterios globales.
- Proporcionar un mayor acceso al mercado en el creciente mercado de productos sostenibles, sirviendo como guía tanto para los viajeros como para las agencias de viajes en la elección de proveedores y programas de turismo sostenible.
- Ayudar a los consumidores a identificar empresas y programas sólidos de turismo sostenible.
- Servir como un denominador común para que los medios de información puedan reconocer los proveedores de turismo sostenible.
- Ayudar a los programas de certificación y otros programas voluntarios a asegurar que sus estándares alcancen unos parámetros comúnmente aceptados.
- Ofrecer a los programas gubernamentales, no gubernamentales y del sector privado un punto de partida para el desarrollo de requisitos de turismo sostenible.
- Demostrar un liderazgo que inspire a otros a actuar.

Los criterios indican lo que debe hacerse, no cómo hacerlo o si el objetivo se ha logrado. Esta función la realizan los indicadores de rendimiento, los materiales educativos asociados y el acceso a los instrumentos para la aplicación, siendo todos ellos un complemento indispensable de los Criterios

del GSTC. La **herramienta de auto-auditoría SUSTAIN-T** es un buen instrumento para verificar el cumplimiento de los Criterios del GSTC para cualquier empresa.

Se recomienda que todos los criterios se apliquen en la mayor medida de lo posible, a menos que para una situación específica el criterio no sea aplicable y esto se justifique. Puede haber circunstancias en las que un criterio no sea aplicable a un producto turístico específico, dadas las condiciones regulatorias, ambientales, sociales, económicas o culturales locales. En el caso de **micro y pequeñas empresas turísticas** que tengan una pequeña huella social, económica y ambiental, se reconoce que los recursos limitados pueden impedir la aplicación exhaustiva de todos los criterios. Otras orientaciones sobre estos criterios se pueden encontrar a partir de los indicadores de apoyo, están diseñados para proporcionar una guía para evaluar el cumplimiento de los criterios, también publicados por el GSTC.

Ejemplos de criterios e indicadores para cada una de las cuatro secciones principales del conjunto de criterios:

Criterios	Indicadores
<p>A7.4 Acceso para todos</p> <p>...provee acceso e información para las personas con necesidades especiales, según corresponda.</p>	<p>a. Los sitios, edificios y actividades son accesibles para personas con discapacidad física y otras necesidades especiales, de acuerdo con la naturaleza de la operación.</p> <p>b. Se brinda información clara y precisa sobre el nivel de accesibilidad.</p> <p>c. La accesibilidad está certificada o verificada por expertos / organismos pertinentes.</p>
<p>B3 Consumo local</p> <p>Cuando se compran y se ofrecen productos y servicios, la organización da prioridad a proveedores locales y de comercio justo, siempre que estén disponibles y sean de calidad satisfactoria.</p>	<p>a. La organización realiza auditorías regulares de sus fuentes de suministro de bienes y servicios.</p> <p>b. La proporción de bienes y servicios adquiridos de negocios de propiedad local y que operan localmente se miden y gestionan.</p> <p>c. La proporción de proveedores de comercio justo de propiedad no local o que no operan localmente fuera se mide y gestiona.</p>
<p>C2 Protección del Patrimonio Cultural</p> <p>La organización contribuye a la protección, preservación y mejora de propiedades locales, sitios y tradiciones con significado histórico, arqueológico, cultural y espiritual, sin impedir el acceso de los residentes locales a ellos.</p>	<p>a. La organización da y registra los aportes económicos realizados para la protección del patrimonio cultural.</p> <p>b. La organización brinda apoyo en especies u otros para la protección del patrimonio cultural.</p> <p>c. Se prevé el acceso de la comunidad local a los sitios.</p>
<p>D1.3. Conservación de la energía</p>	<p>a. La energía total utilizada es monitoreada y gestionada.</p>

El consumo de energía se mide según el tipo y se toman las medidas necesarias para minimizar el consumo general. La organización realiza esfuerzos para aumentar el uso de energía renovable.

- b. La energía utilizada por turista por noche según tipo de energía es monitoreada y gestionada.
- c. Se favorecen las fuentes de energía renovable y se monitorea y gestiona la proporción de energía renovable en el suministro total de energía.
- d. Se usan equipos y prácticas para minimizar el uso de energía.
- e. Se han establecido metas para reducir el consumo de energía.
- f. El personal y los visitantes reciben directrices sobre cómo minimizar el consumo de energía.



Actividad de aprendizaje 1.3:

Utilice la herramienta de Auto-auditoría SUSTAIN-T y realice una autoevaluación del desempeño de la sostenibilidad de su empresa y reflexione sobre los resultados obtenidos:

- *¿Hay áreas en las que los resultados no son suficientemente buenos? En caso afirmativo, ¿cuáles son estas áreas?*
- *¿Puede usted identificar las causas de los bajos resultados en estas áreas? ¿Cuáles son?*
- *¿Cree Ud. que podría mejorar su desempeño en estas áreas?*
- *¿Tiene alguna idea inmediata sobre cómo hacerlo? Si es así, haga una lista con esas acciones. Si no, proceda con los otros módulos del curso SUSTAIN-T. Ya que están estructurados en torno a los Criterios del GSTC, ellos pueden inspirarle tales ideas.*

1.4 Sistemas de certificación para un turismo sostenible

Aunque para una **micro y pequeña empresa turística** es relativamente fácil de implementar acciones de sostenibilidad como los Criterios del GSTC explicados anteriormente u otras directrices o buenas prácticas para las empresas, en algunos casos, también puede ser recomendable implementar un sistema de certificación. Esta última opción puede ser un poco más compleja que la anterior, pero también puede dar a la empresa una mejor valoración por parte de los clientes y proveedores.

La certificación es un mecanismo para garantizar que una actividad o producto cumple con ciertas normas que pueden ser establecidos por un gobierno, una institución o que se acuerdan dentro de un sector de la industria. En el turismo, la certificación se utiliza sobre todo para verificar las actividades y las normas de las empresas turísticas, tales como los operadores de alojamiento, para garantizar la seguridad y la satisfacción del consumidor (serían ejemplos, las normas de calidad o los sistemas de “estrellas”). Sin embargo, esta metodología también se puede extender para cubrir los temas de sostenibilidad.

Los componentes clave de la certificación incluyen (UNEP & WTO, 2005):

- la participación voluntaria de las empresas.
- criterios y estándares bien definidos.
- un proceso de auditoría y evaluación.

- el reconocimiento de aquellos que cumplen con los criterios, a través de una etiqueta o un logotipo.
- hacer el seguimiento, cuando proceda, para comprobar el cumplimiento continuo.

La certificación es una de las pocas formas objetivas que permiten a aquellos que quieren promover la sostenibilidad en sus acciones y decisiones (por ejemplo, consumidores individuales, tour operadores y gobiernos) para saber a quién deben dar apoyo. Los sistemas de certificación de turismo sostenible sirven como herramientas importantes para distinguir de forma verdadera aquellas empresas, productos o servicios responsables de aquellos que usan el término "eco" o "sostenible" simplemente como una herramienta de marketing para atraer a los consumidores. También sirven para aumentar la credibilidad de las organizaciones certificadas y, en consecuencia, mejorar su imagen y reputación (Battaglia, 2017).

La mayoría de los sistemas de certificación en el sector turístico están relacionados con la calidad (por ejemplo, la norma ISO 9000) o el desempeño ambiental (ecoetiquetas y sistemas de gestión ambiental, como la norma ISO 14000). Los aspectos sociales y económicos de la sostenibilidad no se han desarrollado de la misma manera hasta el momento, aunque existe un estándar para la responsabilidad social (la norma ISO 26000), y cada vez más sistemas están incorporando aquellos aspectos, especialmente las ecoetiquetas.

De hecho, podemos diferenciar dos tipos principales de sistemas de certificación: por un lado, las ecoetiquetas o etiquetas de sostenibilidad (son sistemas estáticos, que consisten en el cumplimiento de un cierto número de criterios) y, por otro lado, los sistemas de gestión ambiental o de sostenibilidad (son sistemas dinámicos, que consisten en el diseño de un sistema de gestión flexible o adaptable dirigido a promover la sostenibilidad).

Las ecoetiquetas son un tipo de sistemas de 'rendimiento' que certifican que las empresas han llegado a un nivel específico, medible de rendimiento en relación a los estándares asociados a los diferentes elementos del sistema (criterios preestablecidos). Las ecoetiquetas pueden desempeñar dos funciones principales: servir como un mecanismo para guiar a los actores del sector para mejorar su rendimiento al proporcionar directrices operativas definidas, y servir como herramienta de comunicación para los consumidores para poner de relieve los productos y servicios que han alcanzado o superado una serie de criterios definidos.

Actualmente, el sector turístico cuenta con más de 140 etiquetas de calidad o ecoetiquetas en todo el mundo. Las pequeñas pegatinas con hojas verdes, soles radiantes o banderas azules se muestran en las entradas de hoteles, oficinas de turismo o en las puertas de entrada de los campings (Plüss et al., 2014). Algunos ejemplos de las ecoetiquetas de turismo altamente reconocidas en Europa son: Biosphere - Turismo Responsable, EarthCheck, Green Globe, Green Key, Travelife, Blaue Schwalbe, Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) en áreas protegidas, Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental (sólo en Cataluña), etc. La mayoría de ellas son aplicables a las empresas de alojamiento, pero algunas también a los operadores turísticos y a otras empresas de servicios turísticos. Por ejemplo, GSTC -aparte de ser un conjunto de criterios- es también un sistema de certificación en el que el alojamiento y los operadores turísticos pueden obtener la certificación. Una de las ecoetiquetas de referencia a nivel europeo es la Etiqueta Ecológica de la UE para los establecimientos de alojamiento y campings. Sin embargo, esta ecoetiqueta sólo abarca la dimensión ambiental de la sostenibilidad. Algunos ejemplos de casos exitosos de aplicación de

etiquetas ecológicas en **micro y pequeñas empresas turísticas** en Europa se pueden ver en las buenas prácticas de este módulo.

Los Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) y/o sistemas de gestión de la sostenibilidad (SMS) son sistemas de 'proceso' que certifican que las empresas han establecido y documentado sistemas para asegurar la mejora de la calidad o el rendimiento medioambiental. Esos sistemas no determinan ningún resultado de rendimiento específico, distintos a los que se plantea la propia empresa, así como aquellos requeridos por la ley. Los sistemas de gestión proporcionan una estructura de cómo la organización debe gestionar los procesos y las conexiones internas, así como la interacción con su entorno, es decir, clientes, proveedores y otras partes interesadas. Por lo tanto, los sistemas de gestión proporcionan información sistematizada sobre cómo se hacen las cosas dentro de la empresa.

Los sistemas de gestión ambiental más extendidos en el sector turístico son la norma ISO 14001 (de ámbito internacional, desarrollada por la Organización Internacional de Normalización - ISO) y el sistema EMAS (Eco Management and Audit Scheme) (de ámbito europeo, desarrollado e impulsado por la Comisión Europea). Existen también otros sistemas de gestión más específicos, tales como el sistema ISO 50001 de gestión de energía para una organización, o el sistema de gestión de la sostenibilidad para eventos ISO 20121 (para empresas organizadoras de eventos), entre muchos otros.

Teniendo en cuenta que la norma ISO 14001 y el sistema EMAS son los dos SGA más extendidos en el sector turístico, es importante poder diferenciar ambos sistemas, ya que tienen mucho en común, pero no son la misma cosa. Los requisitos de la norma ISO 14001 están totalmente integrados en EMAS, mientras que hay elementos de EMAS que van más allá de la norma ISO 14001. Mientras que la norma ISO 14001 se centra en mejorar el sistema de gestión, las organizaciones que implementan el sistema EMAS se comprometen a la mejora continua de su desempeño ambiental más allá de los requisitos legales. EMAS también requiere la implicación y participación activa de los empleados, entre otros requisitos más estrictos que la norma ISO 14001.

Estos sistemas de gestión tienen varias cosas en común con las ecoetiquetas, como el hecho de que ambos sistemas están certificados y auditados externamente (por un auditor independiente). Sin embargo, hay varias diferencias. Los sistemas de gestión, como se dijo anteriormente, son más dinámicos y flexibles. Esto permite que cada empresa pueda establecer sus propios objetivos ambientales para cada año, sin tener que cumplir con ciertos estándares predeterminados. Dado que estos sistemas no tienen criterios específicos, las empresas pueden seguir o se pueden inspirar si quieren por las directrices existentes, tales como los Criterios del GSTC explicados en la unidad anterior, u otros documentos expresamente creados para ayudar a la gestión de la sostenibilidad (Comisión Europea, 2016b; TUI Travel PLC, 2011), sobre todo cuando las empresas quieren diseñar y establecer objetivos y acciones específicos de sostenibilidad.

Sin embargo, estos sistemas tienen un relativamente alto nivel de complejidad de implementación, ya que requieren documentación compleja (es decir, registros, procesos, auditorías anuales, etc.). En este sentido, se puede decir que los sistemas de gestión, aunque recomendables, son más complejos que las ecoetiquetas para las **micro y pequeñas empresas turísticas**, debido a la menor complejidad y mayor simplicidad de las últimas. La Comisión Europea, sin embargo, creó una guía dirigida a las empresas turísticas (también **micro y pequeñas empresas**), ofreciéndoles un conjunto

de recomendaciones prácticas para mejorar el desempeño ambiental y, al final, facilitar la implementación del sistema EMAS (Comisión Europea, 2016b).

En cualquier caso, las empresas que participan en la certificación a menudo informan que la principal ventaja para ellos es el proceso educativo que implica, ayudándoles a entender claramente los principios de sostenibilidad y centrar su atención en los cambios que necesitan hacer en sus negocios. El cumplimiento de la certificación también beneficia a las empresas a través de aspectos como (UNEP & WTO, 2005):

- Ahorro de costes: la mayoría de las empresas reportan un claro ahorro, por ejemplo, en ámbitos como la energía, el agua y los costos de las materias primas.
- Proporcionar una ventaja comercial potencial: sin embargo, esto parece estar todavía bastante limitado en cuanto a la certificación de la sostenibilidad ambiental o social en comparación con la certificación de calidad.
- Mejor reconocimiento por parte de los órganos de apoyo: incluyendo las oportunidades para la asistencia técnica y, a veces, financiera.
- Cumplimiento de la legislación (evitando multas y sanciones).

Un signo particularmente importante de la posible ventaja en el mercado futuro es el creciente interés por parte de algunos operadores turísticos en el uso de la certificación como base para la selección de las empresas que van a subcontratar y finalmente incluir en sus catálogos de vacaciones, lo que refleja la creciente integración de la sostenibilidad en sus éticas y actividades de negocio.



Actividad de aprendizaje 1.4:

¿Ha puesto en marcha su empresa algún sistema de certificación ambiental o de sostenibilidad? Si es así, ¿por qué decidió hacerlo? ¿Qué resultados se han logrado? Si no es así, ¿tiene planes de hacerlo en el futuro? ¿Qué objetivos cree que ayudaría a lograr tal decisión?

Resumen de los puntos clave

- El turismo sostenible puede ser definido como el tipo de turismo que tiene plenamente en cuenta sus repercusiones económicas, sociales y ambientales, tanto actuales como futuras, a la vez que satisface las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida.
- Las micro y pequeñas empresas turísticas tienen un papel clave en la promoción e implementación de un turismo sostenible, entendido como un proceso de mejora continua.
- A nivel europeo, la política turística se centra principalmente en el aumento de la competitividad del sector a nivel mundial. La Comisión Europea ha publicado un par de Comunicaciones en las que la promoción de un turismo sostenible, responsable y de alta calidad es una de las prioridades.

- Con el fin de ayudar a lograr la sustentabilidad, las micro y pequeñas empresas turísticas tienen a su disposición un conjunto de diferentes orientaciones y recomendaciones que pueden inspirar y ayudar en la implementación de acciones que promuevan un turismo más sostenible.
- Los criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) son un conjunto de directrices o recomendaciones para todo tipo de empresas turísticas, que actúan como directrices básicas para que las empresas sean más sostenibles y, a la vez, facilitan la implementación de programas de turismo sostenible, así como de certificación.
- La certificación se utiliza sobre todo para hacer un seguimiento y control de las actividades y las regulaciones que afectan las empresas turísticas. Los sistemas de certificación de turismo sostenible sirven como herramientas importantes para distinguir las empresas genuinamente responsables que llevan a cabo acciones y programas de sostenibilidad.
- Hay dos tipos principales de certificación de sostenibilidad para las empresas. Las ecoetiquetas o etiquetas de sostenibilidad (que consisten en satisfacer un cierto número de criterios), y los sistemas de gestión del medio ambiente o la sostenibilidad (que consisten en un sistema de gestión con los objetivos de sostenibilidad). Las primeras son de carácter estático (criterios fijos), los segundos de carácter dinámico o flexible (criterios adaptados a cada empresa).

Actividad de aprendizaje integradora para el Módulo 1: Informe de situación



Sistematice las reflexiones que ha realizado mientras trabajaba los materiales del módulo. Describa los aspectos que deberían tenerse en cuenta para que su empresa mejore su desempeño en sostenibilidad.

Estructura indicativa del documento:

1. Conocimiento general de los principios de desarrollo sostenible en el sector turístico y la forma de aplicarlos en sus operaciones comerciales;
2. Puntos fuertes de su empresa que favorecen la sostenibilidad (tener en cuenta los tres pilares de la sostenibilidad);
3. Debilidades que obstaculizan el progreso hacia un comportamiento más sostenible por parte de su empresa;
4. Valore la opción de implantar un sistema de certificación de la sostenibilidad para su empresa;
5. Esbozo de los grandes objetivos que se podría plantear su empresa para hacerla más sostenible.

Glosario

Ecoetiqueta	<i>Un sistema de certificación ambiental o de la sostenibilidad para las empresas u organizaciones que consiste en cumplir con un cierto número de criterios estandarizados. Si la empresa u organización cumple con esos criterios, se puede utilizar la etiqueta o logotipo con fines de marketing.</i>
Greenwashing (o lavado verde)	<i>Forma de “marketing verde” mediante la cual se utiliza engañosamente el medio ambiente o la sostenibilidad para</i>

	<i>promover alguno de los productos, objetivos o políticas de la empresa, cuando esta no es la realidad (o lo que se hace sólo favorece parcialmente el medio ambiente o la sostenibilidad).</i>
<i>Micro y pequeñas empresas</i>	<i>Micro empresa: Una empresa que ocupa a menos de 10 personas y cuyo volumen de negocios y / o cuyo balance general anual no supera los 2 millones de euros. Pequeña empresa: Una empresa que ocupa a menos de 50 personas y cuyo volumen de negocios y / o cuyo balance general anual no supera los 10 millones de euros.</i>
<i>Sistema de Gestión Sostenible (o Sistema de Gestión Ambiental)</i>	<i>Un sistema de sostenibilidad o de certificación ambiental para las empresas u organizaciones que consiste en un conjunto de procesos y prácticas que permiten reducir su impacto ambiental y aumentar su eficiencia operativa.</i>
<i>Sostenibilidad</i>	<i>Aunque no existe una definición universalmente aceptada de la sostenibilidad, en muchas ocasiones se utiliza como un sinónimo de desarrollo sostenible (aquel tipo de desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades). Para ser más precisos, sin embargo, la sostenibilidad sería el proceso que lleva al desarrollo sostenible.</i>
<i>Turismo sostenible</i>	<i>La aplicación de los principios del desarrollo sostenible o la sostenibilidad en el sector turístico.</i>

Enlaces útiles	http://sdt.unwto.org <i>La sección de desarrollo sostenible del turismo de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, con diferentes recursos y enlaces a temas relacionados con el turismo sostenible.</i>
	http://www.gstcouncil.org/ <i>Sitio web del Consejo Global de Turismo Sostenible, donde los Criterios del GSTC están disponibles, entre otra información relacionada con esos criterios.</i>
	https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en <i>Sección web de la DG GROW de la Comisión Europea dedicada al turismo sostenible a nivel europeo. Enlace al sistema de indicadores ETIS y otra documentación pertinente.</i>
	https://www.visitbritain.org/maximising-your-sustainability <i>Sección dedicada al turismo sostenible dentro de la agencia británica de turismo nacional. Incluye varias guías de buenas prácticas de sostenibilidad para diferentes tipos de empresas turísticas.</i>
	http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm <i>Sitio web oficial sobre el sistema de gestión medioambiental EMAS, promovido por la Comisión Europea.</i>

Bibliografía

1.	Battaglia, M. (2017). Sustainability in the Tourism Business. <i>Symphonya. Emerging Issues in Management</i> , 3, 122-134.
2.	European Commission (2007). <i>Agenda for a Sustainable and Competitive European Tourism</i> /COM/2007/0621 final/. Brussels.
3.	European Commission (2010). <i>Europe, The World's No 1 Tourist Destination – a new political framework for tourism in Europe</i> /COM/2010/352 final/. Brussels.
4.	European Commission (2016a). <i>The European Tourism Indicator System. ETIS toolkit for sustainable destination management</i> . Luxembourg.
5.	European Commission (2016b). <i>EMAS sectoral reference document on best environmental management practice in the tourism sector</i> . Luxembourg.
6.	Giulietti, S., Romagosa, F., Fons, J., & Schröder, C. (2018). <i>Tourism and the Environment. Towards a reporting mechanism in Europe</i> . Bellaterra (Barcelona): ETC / ULS.
7.	Hall, C. M., Gössling, S., & Scott, D. (2015). Tourism and Sustainability. An Introduction In. C. M. Hall, S. Gössling, & D. Scott (Eds.) <i>The Routledge Handbook on Tourism and Sustainability</i> (pp. 1-11). London & New York: Routledge.
8.	Juul, M. (2015). <i>Tourism and the European Union - Recent Trends and Policy Developments</i> . European Parliamentary Research Service.
9.	Marinov, V. (2016). Tourism Enterprises Contribution to Sustainable Tourism Destination Development: The case of Sofia Municipality. <i>Annual of Sofia University "St. Kliment Ohridski"</i> , Faculty of Geology and Geography. Book 2 – Geography, Volume 109, 233-249.
10.	Plüss, C., Zotz, A., Monshausen, A., & Kühhas, C. (2014). <i>Sustainability in Tourism. A Guide Through the Label Jungle</i> . Nature Friends International. Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung. ECOTRANS e.V. Bread for the World – Protestant Development Service.
11.	Rainforest Alliance (2013). <i>Guide for Sustainable Tourism Best Practices</i> . New York.
12.	Swarbrooke, J. (1999). <i>Sustainable Tourism Management</i> . Wallingford & New York: CABI.
13.	Tourism Sustainability Group (2007). <i>Action for more sustainable European tourism</i> . Brussels.
14.	TUI Travel PLC (2011). <i>Guidelines for Environmental Sustainability in Hotels</i> .
15.	UNEP & WTO (2005). <i>Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers</i> . Madrid: WTO.
16.	World Tourism Organization (1998). <i>Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism</i> . Madrid: WTO.
17.	UNWTO (2013). <i>Sustainable Tourism for Development Guidebook</i> . Madrid: UNWTO.



SUSTAIN-T

2017-1-ES01-KA202-038128

WWW.SUSTAIN-T.EU