



SUSTAIN-T

2017-1-ES01-KA202-038128

Turisme sostenible a través del treball en xarxa i la col·laboració



Mòdul 1:
Gestió sostenible en el sector turístic

Taula de continguts

Unitat 1.1 Introducció al turisme sostenible

Unitat 1.2 Agenda de la UE per al turisme sostenible: reglaments, recomanacions i iniciatives

Unitat 1.3 Criteris i indicadors de turisme sostenible: l'enfocament del GSTC

Unitat 1.4 Sistemes de certificació per a un turisme sostenible

Paraules clau

Turisme sostenible; política turística de la UE; Criteris GSTC; sistemes de gestió per a la sostenibilitat; etiquetes ecològiques.

Objectius d'aprenentatge	<p><i>Com a resultat del seguiment dels materials d'aquest mòdul, es pretén que els participants obtinguin els següents resultats d'aprenentatge:</i></p> <p>Coneixement: <i>aprendre què és el turisme sostenible, quines són les normes més importants i iniciatives a nivell de la Unió Europea, quins són els criteris i indicadors del GSTC, així com els sistemes de certificació de sostenibilitat per a ser implementats a nivell de les micro i petites empreses turístiques.</i></p> <p>Habilitats: <i>millora de la capacitat d'identificar les principals característiques i eines que poden estar relacionades amb el turisme sostenible, i la forma en què es poden aplicar a les micro i petites empreses turístiques.</i></p> <p>Competències: <i>fomentar la promoció i l'impuls del turisme sostenible a nivell de les micro i petites empreses turístiques.</i></p>
Mètodes	<p><i>L'aprenentatge autònom a través de la lectura i l'estudi dels materials del curs i la consulta de les fonts i enllaços complementaris que apareixen en els materials.</i></p>
Temps de dedicació	<p><i>Temps necessari per a:</i></p> <p><i>Aprendre els continguts (auto-estudi): 1,5 hores</i></p> <p><i>Preguntes d'autoavaluació: 5 minuts</i></p> <p><i>Un temps addicional (en funció dels alumnes) és necessari per completar les activitats d'aprenentatge i revisar les fonts i enllaços complementaris.</i></p>

Introducció

Aquest primer mòdul del curs SUSTAIN-T té com a objectiu oferir a l'alumne una introducció al turisme sostenible, com un concepte clau que serà la base per als següents mòduls. El mòdul està dissenyat perquè l'alumne es familiaritzi amb el concepte de turisme sostenible, la seva contextualització, així com el seu potencial d'aplicació en l'àmbit de les empreses, particularment en el cas de les micro i petites empreses turístiques.

Quan es parla de la sostenibilitat i el turisme sostenible, l'objectiu principal per a les micro i petites empreses turístiques ha de ser l'establiment de sistemes i procediments que incorporin els principis del turisme sostenible com a part de la funció central de gestió, així com identificar les accions necessàries per aconseguir un turisme sostenible. Aquest mòdul té com a objectiu proporcionar la base inicial per als empresaris i treballadors de les micro i petites empreses turístiques perquè comencin a desenvolupar les habilitats relacionades amb la sostenibilitat, que s'explicaran amb més detall al llarg dels següents mòduls.

El mòdul està estructurat en quatre unitats diferenciades. La primera unitat s'ocupa del concepte del turisme sostenible, els seus principis bàsics i els seus reptes. La segona ofereix una visió sintètica de la situació del turisme sostenible a nivell de les polítiques i iniciatives de la Unió Europea. La tercera unitat s'ocupa de directrius i recomanacions perquè les micro i petites empreses turístiques implementin accions de sostenibilitat, donant especial rellevància als criteris del Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Finalment, la quarta unitat aborda el tema dels sistemes de certificació per a les empreses turístiques, oferint una introducció als principals sistemes i les seves característiques.

Contingut

1.1 Introducció al turisme sostenible

El concepte de turisme sostenible està totalment lligat al concepte de desenvolupament sostenible. De fet, la idea de turisme sostenible no és altra que l'aplicació dels principis del desenvolupament sostenible a la indústria turística (tant a nivell de destinació com també a nivell del sector privat). Aquests principis, en poques paraules, volen trobar un equilibri entre el desenvolupament econòmic, el desenvolupament social i el desenvolupament ambiental (les tres dimensions o pilars del desenvolupament sostenible -o sostenibilitat, entesa com el progrés cap al desenvolupament sostenible- que van ser establerts a l'informe de les Nacions Unides titulat "El nostre futur comú", publicat el 1987) (Swarbrooke, 1999; Hall et al., 2015).

La creixent presa de consciència dels impactes negatius que el turisme exerceix sobre el medi ambient i sobre la societat va conduir durant la segona meitat del segle passat a un ampli reconeixement de la necessitat de promoure un nou model de turisme. Aquest model va ser anomenat "turisme sostenible" a principis de la dècada de 1990, una vegada ja s'havia consolidat el concepte de desenvolupament sostenible.

Hi ha múltiples definicions de turisme sostenible. L'Organització Mundial del Turisme l'ha definit, per exemple, com "el desenvolupament turístic [que] no genera seriosos problemes ambientals o socioculturals, que contribueix al manteniment o millora de la qualitat ambiental global de l'àrea turística, que manté un alt nivell de satisfacció dels turistes de manera que els mercats turístics són retinguts, així com també permet distribuir àmpliament els beneficis del turisme entre tota la societat" (WTO, 1998). La mateixa institució també l'ha definit com aquell tipus de turisme "que té plenament en compte les seves repercussions econòmiques, socials i ambientals actuals i futures, satisfent les necessitats dels visitants, la indústria, el medi ambient i les comunitats d'acollida" (UNEP & WTO, 2005).

També podríem afegir que perquè sigui veritablement sostenible, el turisme ha de contribuir positivament a l'economia, el benestar social i la conservació del medi ambient, tant a nivell local com a nivell global. Un dels principals objectius del turisme sostenible és perseguir la maximització de l'impacte positiu de l'activitat (és a dir, que proporcioni oportunitats per al desenvolupament empresarial i la creació d'ocupació, aporti valor econòmic tangible als recursos naturals i culturals, sigui una força per al entesa intercultural i la pau), i la minimització dels impactes negatius (és a dir, que el turisme disminueixi la pressió que exerceix sobre els ecosistemes fràgils, competint per l'ús d'uns recursos escassos, sent un important contribuent a la contaminació local i global, exercint pressió sobre les comunitats d'acollida, sent una font vulnerable i inestable d'ingressos).

Per tant, alguns dels principis clau del turisme sostenible que qualsevol tipus d'actor ha de tenir en compte, d'acord amb els tres pilars de la sostenibilitat, són la necessitat de:

- Fer un ús òptim dels recursos ambientals, ajudant a conservar els recursos naturals i la biodiversitat.
- Respectar l'autenticitat sociocultural de les comunitats amfitriones, el que contribueix a la comprensió i la tolerància intercultural.
- Assegurar operacions econòmiques viables, a llarg termini, proporcionant beneficis socioeconòmics a totes les parts interessades que estiguin ben distribuïts, incloent les oportunitats de generació d'ocupació estable i d'ingressos per a les comunitats amfitriones.

A més, hi ha diversos reptes clau per a la sostenibilitat del turisme europeu que van ser identificats per un grup d'experts en turisme sostenible (Tourism Sustainability Group, 2007), i que totes les parts interessades també haurien de tenir en compte quan estan en funcionament:

- *La reducció de l'estacionalitat de la demanda*, per garantir la sostenibilitat econòmica i social de les destinacions i les empreses, evitant la concentració de l'activitat en només uns mesos o períodes de temps al llarg de l'any.
- *Abordar l'impacte del transport del turisme*, tenint en compte la important contribució de la mobilitat del turisme sobre l'actual canvi climàtic i escalfament global, fent els viatges turístics més eficients energèticament i reduint les emissions de CO₂.
- *La millora de la qualitat dels treballs del turisme*, creant oportunitats d'ocupació per a la població local, sense cap tipus de discriminació, millorant les oportunitats de formació i condicions de treball.
- *Mantenir i millorar la prosperitat i la qualitat de vida de la comunitat*, tractant de maximitzar la proporció dels ingressos que es retenen a nivell local i d'altres beneficis a les comunitats locals,

mitjançant l'enfortiment de les cadenes de subministrament locals, així com promovent l'ús de productes, comerços i altres serveis locals per part dels visitants.

- *Minimitzar l'ús de recursos i la producció de residus*, tenint especial cura en el consum d'aigua i energia (sobretot si aquesta última no és renovable) i la reducció i la gestió dels residus.
- *Conservació i posada en valor del patrimoni natural i cultural*, atès que són actius clau per a la generació de prosperitat econòmica a nivell local a través del turisme.
- *Fer que les vacances estiguin a l'abast de tots*, tenint en compte no només la discapacitat física, sinó també el desavantatge econòmic de diversos grups socials.
- *Utilitzar el turisme com a eina en el desenvolupament sostenible global*, per exemple, contribuint als objectius de desenvolupament sostenible de l'ONU i a altres iniciatives internacionals.

Els principis del turisme sostenible es poden aplicar a totes les formes de turisme en tots els tipus de destinacions. En conseqüència, el turisme sostenible no s'ha de veure com un tipus específic de turisme (com serien, per exemple, el turisme cultural, el turisme de sol i platja, l'ecoturisme, etc.), sinó com una manera d'entendre i practicar el turisme (una filosofia, en definitiva), ja que tots els tipus de turisme poden (i haurien de) ser sostenibles. També ha de ser vist com un objectiu que qualsevol tipus de destinació, empresa o grups d'interès relacionats amb el turisme, haurien de perseguir. El turisme sostenible s'ha de veure, de fet, com un procés de millora contínua. Per això, sembla més realista parlar d'un progrés cap a un turisme més sostenible (és a dir, més sostenible que fa un any, més sostenible que els nostres competidors, etc.) que parlar d'un turisme realment sostenible: és molt difícil, si no impossible, trovar una destinació o una empresa turística que sigui 100% sostenible; però totes elles poden implementar accions que els hi permetin ser cada vegada més sostenibles.

El progrés cap a un turisme més sostenible depèn dels esforços coordinats d'una gran varietat d'actors: agències internacionals, governs nacionals i locals, els organismes de gestió de destinacions, empreses del sector privat, els empleats i els sindicats, les ONGs, els proveïdors d'educació i formació, la comunitat local i els propis turistes. No obstant això, les empreses turístiques, i més específicament les **micro i petites empreses turístiques**, que constitueixen el 75% del nombre total d'empreses del sector a Europa, tenen un paper clau en la promoció i implementació del turisme sostenible. Els altres actors tenen un paper més aviat regulador o facilitador, ja que s'esforcen per crear un entorn favorable perquè les empreses siguin més sostenibles. Amb tot, les empreses turístiques són les que atreuen inversions, desenvolupen nous productes turístics, presten serveis, creen ocupació i generen riquesa. El requisit clau per aconseguir un turisme més sostenible és per a les empreses turístiques que siguin responsables de les seves accions sobre el medi ambient, els empleats i la comunitat local (WTO, 2013; Marinov, 2016).

El sector turístic (en tots els seus nivells) va adoptar ràpidament el concepte de turisme sostenible, i la majoria dels actors i institucions pertinents han considerat la sostenibilitat com una prioritat per al sector des de fa molts anys (Hall et al., 2015). El turisme sostenible és vist com una necessitat per a la supervivència futura del sector. Això passa, entre altres raons, a causa de l'assumpció de responsabilitat per part del sector (que reconeix els impactes negatius que ha creat, i la necessitat de reduir-los), així com pel seu propi interès (pel fet que el sector necessita canviar la seva imatge, especialment en temps d'augment de la consciència ambiental i la sostenibilitat global, i pel fet que els beneficis de fer-ho són més alts que els costos de no fer-ho).

No obstant això, hi ha diverses dificultats en la posada en pràctica d'un turisme sostenible al món real. Això és degut a la naturalesa molt general del propi concepte de turisme sostenible (tothom està d'acord amb ell, però molt pocs saben el que realment significa o com pot traduir-se en la gestió quotidiana de les empreses o les destinacions). Encara avui en dia, després de més de tres dècades d'ús del concepte de sostenibilitat, moltes persones confonen aquest terme amb l'ecologia o el "verd", mentre que, com s'ha explicat abans, la sostenibilitat es refereix no només a la dimensió ambiental, sinó també a les dimensions econòmica i social. Hi ha diversos conceptes que s'utilitzen de vegades com a sinònims de turisme sostenible, però no són exactament el mateix. Per exemple, el "turisme verd" posa l'accent en la dimensió ambiental de la sostenibilitat, deixant de banda les dimensions econòmica i social. El "turisme responsable", per la seva banda, tot i que té moltes similituds -i comparteix molts principis- amb el turisme sostenible, posa més èmfasi sobre el component ètic o de conducta de les empreses i els turistes.

A més, hi ha un risc de manipulació (per exemple, l'anomenat "greenwashing") o mal ús del concepte de turisme sostenible, cosa que també ha passat en altres sectors, en què s'ha abusat de l'adjectiu "sostenible", sense que es garanteixi l'aplicació real del terme i posant en risc el seu valor. Per evitar això, hi ha una literatura acadèmica sòlida que aclareix el que és el turisme sostenible i el que no ho és. Aquest curs SUSTAIN-T està en aquesta línia i ajudarà al lector / estudiant a comprendre millor com implementar les estratègies de turisme sostenible a les **micro i petites empreses turístiques**.

Per a les **micro i petites empreses turístiques** el principal objectiu ha de ser l'establiment de sistemes i procediments per incorporar els principis del turisme sostenible com a part de la funció central de gestió i identificar les accions necessàries per donar vida al turisme sostenible.



Activitat d'aprenentatge 1.1:

¿Tracta vostè d'integrar els tres pilars del desenvolupament sostenible (econòmic, ambiental i social) en les operacions del dia a dia de la seva empresa? En cas afirmatiu, doni exemples de com ho fa. Si no és així, indiqui els principals reptes que se li plantegen.

1.2. Agenda de la UE per al turisme sostenible: reglaments, recomanacions i iniciatives

El Tractat de Lisboa reconeix específicament la importància del turisme a Europa (article 195). Per tant, la Unió Europea (UE) treballa per promoure el turisme per tal de mantenir la posició d'Europa com a destinació líder i per maximitzar la contribució del sector al creixement i l'ocupació. Això es reflecteix en la política de la UE.

A nivell europeu, la política turística se centra, principalment, en l'augment de la competitivitat del sector a nivell mundial. Totes les referències als reptes de sostenibilitat relacionats amb el sector turístic (que inclou els establiments d'allotjament, aliments i begudes, transport relacionat amb el turisme, activitats recreatives, agències de viatges, operadors turístics, etc.) estan fragmentades i disperses a través de polítiques sectorials i de l'anomenat *acquis communautaire* (tota la legislació de la UE acumulada). Alhora, però, moltes de les polítiques sectorials ambientals de la UE, com les referides als residus, l'aigua, la biodiversitat terrestre i marina, l'aire, el sòl i el clima, apunten a la sostenibilitat ambiental del sector turístic com una cosa cada vegada més essencial.

L'actual política de la UE específica en turisme reflecteix només parcialment les dimensions socioeconòmiques i ambientals del sector, incloent la naturalesa composta de la indústria turística i els reptes de sostenibilitat relacionats. No hi ha una legislació específica sobre el tema, mentre que la direcció estratègica que actualment està sent seguida ha estat proporcionada per dos documents (Comunicacions) de la Comissió Europea sobre turisme, que principalment aborden la dimensió econòmica i només tracten els impactes ambientals del sector en termes generals (Giulietti et al., 2018).

L'única excepció legislativa és la Directiva reguladora sobre viatges combinats (2015/2302 / UE) que va ser adoptada el 2015, i que s'aplica des de l'1 de juliol de 2018. Aquesta té en compte l'evolució del mercat de viatges, enfortint els drets dels consumidors i reduint la sobrecàrrega administrativa sobre les empreses i els operadors del mercat.

La primera comunicació -una "Agenda per a un turisme europeu sostenible i competitiu" (Comissió Europea, 2007) - estableix els principis per aconseguir un turisme competitiu i sostenible a Europa. Aquests principis són els següents:

- Adoptar un enfocament holístic i integrat: Les diferents repercussions del turisme haurien de tenir-se en compte en la seva planificació i desenvolupament.
- Planificar a llarg termini: La planificació a llarg termini requereix la capacitat per a sostenir les accions en el temps.
- Aconseguir un ritme de desenvolupament adequat: El desenvolupament turístic ha de reflectir i respectar el caràcter, els recursos i necessitats de les comunitats i les destinacions d'acollida.
- Involucrar totes les parts interessades: Un enfocament sostenible requereix una àmplia i compromesa participació en la presa de decisions i l'aplicació pràctica per part de tots els implicats en els resultats.
- Fer servir el millor coneixement disponible: Polítiques i accions han de ser informats pel millor i més recent coneixement disponible. La informació sobre les tendències i impactes del turisme, i habilitats i experiències, ha de ser compartida per tot Europa.
- Minimitzar i gestionar els riscos (principi de precaució): On hi hagi incertesa sobre els resultats, hauria d'haver-hi una avaluació completa i una acció preventiva per evitar danys al medi ambient o a la societat.
- Reflectir l'impacte en els costos (qui contamina paga): Els preus han de reflectir els costos reals per a la societat de les activitats de consum i producció.
- Establir i respectar els límits, quan sigui necessari: S'ha de reconèixer la capacitat de càrrega dels llocs individuals i les destinacions, amb una disposició a limitar, on i quan sigui apropiat, la quantitat de desenvolupament turístic i el volum dels fluxos turístics.
- Dur a terme un seguiment continu: La sostenibilitat té a veure amb la comprensió dels impactes i estar alerta sobre ells en tot moment, de manera que els canvis i millores necessàries es puguin realitzar a temps.

Aquesta "Agenda" esmenta explícitament el paper important que les **micro i petites empreses turístiques** exerceixen en el turisme europeu, com una de les principals parts interessades, (conjuntament amb les destinacions i els turistes), per a la implementació d'un turisme sostenible.

Per la seva banda, la Comunicació de la Comissió Europea "Europa, 1ª destinació turística del món - un nou marc polític per al turisme europeu" (Comissió Europea, 2010) representa la més recent referència de la política general per al sector, i estableix i confirma certes accions prioritàries ja establertes en l'anterior "Agenda":

- Estimular la competitivitat del sector turístic europeu;
- Promoure el desenvolupament d'un turisme sostenible, responsable i d'alta qualitat;
- Consolidar la imatge d'Europa com un conjunt de destinacions sostenibles i d'alta qualitat;
- Maximitzar el potencial de les polítiques financeres de la UE per al desenvolupament del turisme.

En l'àrea de turisme sostenible, responsable i d'alta qualitat, la Comissió va proposar el seguiment de la gestió sostenible de les destinacions turístiques i protegir el patrimoni de les destinacions (Juil, 2015). La comunicació es va acompanyar d'un pla progressiu d'implementació que s'hauria d'actualitzar periòdicament.

En aquest context, la Comissió Europea anima a un enfocament coordinat de les iniciatives europees o multinacionals en el sector turístic (com el Portal de la Xarxa de Coneixements per al Turisme Sostenible i Responsable - DestiNet, o les destinacions europees d'excel·lència - EDEN), incloent una consolidació de la base de coneixements socioeconòmics i ambientals. També està treballant en l'establiment d'un nou marc d'acció per augmentar tant la competitivitat del turisme com la seva capacitat de creixement més sostenible. La Comunicació "Una estratègia europea per al creixement i l'ocupació en el turisme costaner i marítim" (COM (2014) 86 final), que cobreix un segment geogràfic específic i important del turisme europeu, ofereix un exemple d'això.

La Direcció General de Mercat Interior, Indústria, Emprenedoria i Pimes (DG GROW) juga un paper polític important a través de:

- La millora del que el turisme europeu té per oferir en un context global;
- La prestació de suport a les empreses turístiques, en particular a **micro i petites empreses**;
- La promoció d'Europa com a destinació;
- El foment de la cooperació internacional.

En aquest context, la dimensió del turisme sostenible de la política de turisme es dirigeix a través d'un conjunt específic d'iniciatives, en combinació amb iniciatives en altres àrees, com ara "turisme costaner i marítim", "turisme cultural", "turisme de temporada baixa" i "turisme accessible". La carpeta de "turisme sostenible" gestionada per la CE es caracteritza per les següents principals accions:

- La diversificació de l'oferta turística a la UE a través de productes i serveis turístics sostenibles de caràcter transnacionals, que poden contribuir al creixement del turisme, en àrees com el turisme respectuós amb el medi ambient -incloent les rutes de cicloturisme-, el turisme d'esports i benestar, el turisme de natura i rutes culturals que creuen Europa;
- El Sistema Europeu d'Indicadors de Turisme (ETIS), desenvolupat com un mètode simple per mesurar l'acompliment de la sostenibilitat de les destinacions turístiques (Comissió Europea, 2016);

- L'etiqueta ecològica comunitària i el sistema de gestió ambiental EMAS, com a eines voluntàries a disposició dels serveis d'allotjament turístic disposats a demostrar i promoure la seva excel·lència ambiental (en aquest cas, les iniciatives són desenvolupades per la Direcció General de Medi Ambient).



Activitat d'aprenentatge 1.2:

Creu que els principis per aconseguir un turisme sostenible i competitiu, abans citats, es poden aplicar a la seva empresa? Si no és així, quins són els principals reptes?

1.3. Criteris i indicadors de turisme sostenible: l'enfocament del GSTC

Per tal d'ajudar a assolir la sostenibilitat, les **micro i petites empreses turístiques** tenen a la seva disposició un conjunt de diferents orientacions i recomanacions que poden inspirar i ajudar en la implementació d'accions que promoguin un turisme més sostenible. Hi ha molts exemples de directrius relatives a la sostenibilitat del turisme, desenvolupades a escala internacional (vegeu, per exemple, Comissió Europea, 2016b), nacional (per exemple, guies de bones guies ambientals), locals i a nivell de lloc concret. Poden ser produïdes per organismes internacionals, governs, organismes de gestió com ara les autoritats d'espais protegits, i les ONG (vegeu, per exemple, Rainforest Alliance, 2013). També poden ser produïdes per associacions d'empreses, com una forma de promoure les bones pràctiques dins d'un grup, la recerca de normes comunes i la demostració d'aquestes pràctiques als altres (per exemple, TUI Travel PLC, 2011). En aquest sentit, constitueixen una eina molt útil per a l'autoregulació en el sector turístic. Aquestes recomanacions poden ser utilitzades per les empreses per:

- Exercir el control, animant a tots a complir uns criteris amb un enfocament comú.
- Obtenir una orientació útil i millorar el rendiment, proporcionant una llista d'accions a seguir per aconseguir uns objectius.
- Facilitar el compliment de les diferents normatives i regulacions.

També es poden utilitzar com a base per a altres instruments, com ara la presentació d'informes i certificacions, el que farà que aquestes siguin més eficaces. Els avantatges són que són directes, simples i poden ser desenvolupades i utilitzades amb un cost reduït. Els desavantatges són que es basen en l'acció voluntària i generalment no hi ha cap procés de verificació o execució. En qualsevol cas, són un punt de partida recomanable per a la introducció d'accions de sostenibilitat a les **micro i petites empreses turístiques**, ja que d'aquesta manera aquestes empreses poden començar a aplicar accions poc a poc, d'acord amb els seus recursos i capacitats disponibles, no necessàriament totes de cop.

Els Criteris del Consell Global de Turisme Sostenible (GSTC per les sigles en anglès, Global Sustainable Tourism Council) poden ser vistos com un conjunt de directrius o recomanacions per a tot tipus d'empreses, incloses les **micro i petites empreses turístiques**. Els Criteris del GSTC van ser creats el 2008 per una agrupació d'institucions internacionals molt importants (entre elles, l'Organització Mundial del Turisme) per tal de proporcionar una comprensió comuna del "turisme sostenible" per a tothom. En conseqüència, s'han convertit en un dels referents internacionals clau i una fita com a document-guia del turisme sostenible a seguir per part de les empreses turístiques.

Els Criteris del GSTC han evolucionat amb el temps, i actualment existeixen diferents tipus de criteris -uns per a les empreses turístiques, altres per a les destinacions, entre d'altres-. En el cas de les empreses, s'han desenvolupat dos conjunts principals de criteris: un per als allotjaments ("hotels") i un altre per als operadors turístics. No obstant això, tots dos grups són molt similars, sense diferències significatives i tenen aplicabilitat a tot el sector turístic. Segons els seus creadors, aquests criteris són el mínim que qualsevol negoci turístic hauria d'aspirar a assolir, i s'organitzen al voltant de quatre temes principals:

- planificació efectiva de la sostenibilitat,
- maximitzar els beneficis socials i econòmics per a la comunitat local,
- valoritzar el patrimoni cultural, i
- reduir els impactes negatius sobre el medi ambient.

Els criteris s'han desenvolupat i revisat tractant de complir amb els estàndards de la ISEAL Alliance, l'ens considerat com el referent per proporcionar orientacions sobre les normes internacionals per al desenvolupament d'estàndards de sostenibilitat en tots els sectors. Els criteris es revisen cada 3 a 5 anys. Els plans per a les futures revisions estan disponibles al lloc web de l'GSTC (www.gstccouncil.org). El lloc web també proporciona informació sobre el procés i la història del desenvolupament dels Criteris.

Alguns dels usos potencials dels criteris per a les **micro i petites empreses turístiques** són els següents:

- Servir de base per a la certificació de la sostenibilitat o la implementació d'un sistema de gestió de la sostenibilitat (veure Unitat 1.4).
- Servir com a directrius bàsiques per a les empreses que volen ser més sostenibles, i ajudar-los a optar per programes de turisme sostenible que compleixin amb aquests criteris globals.
- Proporcionar un major accés al mercat en el creixent mercat de productes sostenibles, servint com a guia tant per als viatgers com per a les agències de viatges en l'elecció de proveïdors i programes de turisme sostenible.
- Ajudar els consumidors a identificar empreses i programes sòlids de turisme sostenible.
- Servir com un denominador comú perquè els mitjans d'informació puguin reconèixer els proveïdors de turisme sostenible.
- Ajudar els programes de certificació i altres programes voluntaris a assegurar que els seus estàndards assoleixin uns paràmetres comunament acceptats.
- Oferir als programes governamentals, no governamentals i del sector privat un punt de partida per al desenvolupament de requisits de turisme sostenible.
- Demostrar un lideratge que inspire a altres a actuar.

Els criteris indiquen el que s'ha de fer, no com fer-ho o si l'objectiu s'ha aconseguit. Aquesta funció la realitzen els indicadors de rendiment, els materials educatius associats i l'accés als instruments per a l'aplicació, sent tots ells un complement indispensable dels Criteris del GSTC. L'**eina d'auto-auditoria SUSTAIN-T** és un bon instrument per a verificar el compliment dels Criteris del GSTC per a qualsevol empresa.

Es recomana que tots els criteris s'apliquin en la major mesura del possible, llevat que per a una situació específica el criteri no sigui aplicable i això es justifiqui. Hi pot haver circumstàncies en què un criteri no sigui aplicable a un producte turístic específic, donades les condicions reguladores, ambientals, socials, econòmiques o culturals locals. En el cas de **micro i petites empreses turístiques** que tinguin una petita empremta social, econòmica i ambiental, es reconeix que els recursos limitats poden impedir l'aplicació exhaustiva de tots els criteris. Altres orientacions sobre aquests criteris es poden trobar a partir dels indicadors de suport, estan dissenyats per proporcionar una guia per avaluar el compliment dels criteris, també publicats pel GSTC.

Exemples de criteris i indicadors per a cadascuna de les quatre seccions principals del conjunt de criteris:

Criteris	Indicadors
A7.4 Accés per a tothom ... proveeix accés i informació per a les persones amb necessitats especials, segons correspongui.	<ul style="list-style-type: none"> a. Els llocs, edificis i activitats són accessibles per a persones amb discapacitat física i altres necessitats especials, d'acord amb la naturalesa de l'operació. b. Es brinda informació clara i precisa sobre el nivell d'accessibilitat. c. L'accessibilitat està certificada o verificada per experts / organismes pertinents.
B3 Consum local Quan es compren i s'ofereixen productes i serveis, l'organització dóna prioritat a proveïdors locals i de comerç just, sempre que estiguin disponibles i siguin de qualitat satisfactòria.	<ul style="list-style-type: none"> a. L'organització realitza auditories regulars de les seves fonts de subministrament de béns i serveis. b. La proporció de béns i serveis adquirits de negocis de propietat local i que operen localment es mesuren i gestionen. c. La proporció de proveïdors de comerç just de propietat no local o que no operen localment fora es mesura i gestiona.
C2 Protecció del Patrimoni Cultural L'organització contribueix a la protecció, preservació i millora de propietats locals, llocs i tradicions amb significat històric, arqueològic, cultural i espiritual, sense impedir-ne l'accés a la població local.	<ul style="list-style-type: none"> a. L'organització dóna i registra les aportacions econòmiques realitzades per a la protecció del patrimoni cultural. b. L'organització dóna suport en espècies o d'altres tipus per a la protecció del patrimoni cultural. c. Es preveu l'accés de la comunitat local als llocs.
D1.3. Conservació de l'energia El consum d'energia es mesura segons el tipus i es prenen les mesures necessàries per minimitzar el consum general.	<ul style="list-style-type: none"> a. L'energia total utilitzada és monitoritzada i gestionada. b. L'energia utilitzada per turista per nit segons tipus d'energia és monitoritzada i gestionada.

L'organització realitza esforços per augmentar l'ús d'energia renovable.

c. S'afavoreixen les fonts d'energia renovable i es controla i gestiona la proporció d'energia renovable en el subministrament total d'energia.
d. S'usen equips i pràctiques per minimitzar l'ús d'energia.
e. S'han establert metes per reduir el consum d'energia.
f. El personal i els visitants reben directrius sobre com minimitzar el consum d'energia.



Activitat d'aprenentatge 1.3:

Utilitzi l'eina d'Auto-auditoria SUSTAIN-T i faci una autoavaluació de l'acompliment de la sostenibilitat de la seva empresa i reflexioni sobre els resultats obtinguts:

- Hi ha àrees en què els resultats no són prou bons? En cas afirmatiu, quines són aquestes àrees?

- Pot identificar les causes dels baixos resultats en aquestes àrees? Quins són?

- Creu que podria millorar el seu acompliment en aquestes àrees?

- Té alguna idea immediata sobre com fer-ho? Si és així, faci una llista amb aquestes accions. Si no, procedeixi amb els altres mòduls del curs SUSTAIN-T. Atès que estan estructurats al voltant dels Criteris del GSTC, els mòduls podran ajudar-lo a inspirar tals idees.

1.4 Sistemes de certificació per a un turisme sostenible

Encara que per a una **micro i petita empresa turística** és relativament fàcil d'implementar accions de sostenibilitat com els Criteris del GSTC explicats anteriorment o altres directrius o bones pràctiques per a les empreses, en alguns casos, també pot ser recomanable implementar un sistema de certificació. Aquesta última opció pot ser una mica més complexa que l'anterior, però també pot donar a l'empresa una millor valoració per part dels clients i proveïdors.

La certificació és un mecanisme per garantir que una activitat o producte compleix amb certes normes que poden ser establerts per un govern, una institució o que s'acorden dins d'un sector de la indústria. En el turisme, la certificació s'utilitza sobretot per verificar les activitats i les normes de les empreses turístiques, com ara els operadors d'allotjament, per garantir la seguretat i la satisfacció del consumidor (serien exemples d'això les normes de qualitat o els sistemes de "estrelles"). No obstant això, aquesta metodologia també es pot estendre per cobrir els temes de sostenibilitat.

Els components clau de la certificació inclouen (UNEP & WTO, 2005):

- la participació voluntària de les empreses.
- criteris i estàndards ben definits.
- un procés d'auditoria i avaluació.
- el reconeixement d'aquelles empreses que compleixen amb els criteris, a través d'una etiqueta o un logotip.
- fer el seguiment, quan sigui procedent, per comprovar el compliment continu.

La certificació és una de les poques formes objectives que permeten a aquells que volen promoure la sostenibilitat en les seves accions i decisions (per exemple, consumidors individuals, tour operadors i governs) per saber a qui han de donar suport. Els sistemes de certificació de turisme sostenible serveixen com a eines importants per distingir de forma veritable aquelles empreses, productes o serveis responsables d'aquells que fan servir el terme "eco" o "sostenible" simplement com una eina de màrqueting per atraure els consumidors. També serveixen per augmentar la credibilitat de les organitzacions certificades i, en conseqüència, millorar la seva imatge i reputació (Battaglia, 2017).

La majoria dels sistemes de certificació en el sector turístic estan relacionats amb la qualitat (per exemple, la norma ISO 9000) o l'acompliment ambiental (ecoetiquetes i sistemes de gestió ambiental, com la norma ISO 14000). Els aspectes socials i econòmics de la sostenibilitat no s'han desenvolupat de la mateixa manera fins al moment, encara que existeix un estàndard per a la responsabilitat social (la norma ISO 26000), i cada vegada més sistemes estan incorporant aquells aspectes, especialment les ecoetiquetes.

De fet, podem diferenciar dos tipus principals de sistemes de certificació: d'una banda, les ecoetiquetes o etiquetes de sostenibilitat (són sistemes estàtics, que consisteixen en el compliment d'un cert nombre de criteris) i, d'altra banda, els sistemes de gestió ambiental o de sostenibilitat (són sistemes dinàmics, que consisteixen en el disseny d'un sistema de gestió flexible o adaptable dirigit a promoure la sostenibilitat).

Les ecoetiquetes són un tipus de sistemes de 'rendiment' que certifiquen que les empreses han arribat a un nivell específic, mesurable de rendiment en relació als estàndards associats als diferents elements del sistema (criteris preestablerts). Les ecoetiquetes poden exercir dues funcions principals: servir com un mecanisme per guiar els actors del sector per millorar el seu rendiment en proporcionar directrius operatives definides, i servir com a eina de comunicació per als consumidors per posar en relleu els productes i serveis que han assolit o superat una sèrie de criteris definits.

Actualment, el sector turístic compta amb més de 140 etiquetes de qualitat o ecoetiquetes a tot el món. Els petits adhesius amb fulles verdes, sols radiants o banderes blaves es mostren a les entrades d'hotels, oficines de turisme o en les portes d'entrada dels càmpings (Pluss et al., 2014). Alguns exemples de les ecoetiquetes de turisme altament reconegudes a Europa són: Biosphere - Turisme Responsable, EarthCheck, Green Globe, Green Key, Travelife, Blaue Schwalbe, Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS) en àrees protegides, Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental (només a Catalunya), etc. La majoria d'elles són aplicables a les empreses d'allotjament, però algunes també als operadors turístics i a altres empreses de serveis turístics. Per exemple, el GSTC -a part de ser un conjunt de criteris- és també un sistema de certificació en què l'allotjament i els operadors turístics poden obtenir la certificació. Una de les ecoetiquetes de referència a nivell europeu és l'Etiqueta Ecològica de la UE per als establiments d'allotjament i càmpings. No obstant això, aquesta ecoetiqueta només abasta la dimensió ambiental de la sostenibilitat. Alguns exemples de casos reeixits d'aplicació d'etiquetes ecològiques en **micro i petites empreses turístiques** a Europa es poden veure en les bones pràctiques d'aquest mòdul.

Els Sistemes de Gestió Ambiental (SGA) i / o sistemes de gestió de la sostenibilitat (SMS) són sistemes de 'procés' que certifiquen que les empreses han establert i documentat sistemes per assegurar la millora de la qualitat o el rendiment ambiental. Aquests sistemes no determinen cap

resultat de rendiment específic, diferents dels que es planteja la pròpia empresa, així com aquells requerits per la llei. Els sistemes de gestió proporcionen una estructura de com l'organització ha de gestionar els processos i les connexions internes, així com la interacció amb el seu entorn, és a dir, clients, proveïdors i altres parts interessades. Per tant, els sistemes de gestió proporcionen informació sistematitzada sobre com es fan les coses dins de l'empresa.

Els sistemes de gestió ambiental més estesos en el sector turístic són la norma ISO 14001 (d'àmbit internacional, desenvolupada per l'Organització Internacional de Normalització - ISO) i el sistema EMAS (Eco Management and Audit Scheme) (d'àmbit europeu, desenvolupat i impulsat per la Comissió Europea). Existeixen també altres sistemes de gestió més específics, com ara el sistema ISO 50001 de gestió d'energia per a una organització, o el sistema de gestió de la sostenibilitat per a esdeveniments ISO 20121 (per a empreses organitzadores d'esdeveniments), entre molts altres.

Tenint en compte que la norma ISO 14001 i el sistema EMAS són els dos SGA més estesos en el sector turístic, és important poder diferenciar els dos sistemes, ja que tenen molt en comú, però no són la mateixa cosa. Els requisits de la norma ISO 14001 estan totalment integrats en EMAS, mentre que hi ha elements d'EMAS que van més enllà de la norma ISO 14001. Mentre que la norma ISO 14001 se centra a millorar el sistema de gestió, les organitzacions que implementen el sistema EMAS es comprometen a la millora contínua del seu acompliment ambiental més enllà dels requisits legals. EMAS també requereix la implicació i participació activa dels empleats, entre altres requisits més estrictes que la norma ISO 14001.

Aquests sistemes de gestió tenen diverses coses en comú amb les ecoetiquetes, com el fet que tots dos sistemes estan certificats i auditats externament (per un auditor independent). No obstant això, hi ha diverses diferències. Els sistemes de gestió, com s'ha dit anteriorment, són més dinàmics i flexibles. Això permet que cada empresa pugui establir els seus propis objectius ambientals per a cada any, sense haver de complir amb certs estàndards predeterminats. Atès que aquests sistemes no tenen criteris específics, les empreses poden seguir o es poden inspirar si volen per les directrius existents, com ara els Criteris del GSTC, explicats a la unitat anterior, o altres documents expressament creats per ajudar a la gestió de la sostenibilitat (Comissió Europea, 2016b; TUI Travel PLC, 2011), sobretot quan les empreses volen dissenyar i establir objectius i accions específiques de sostenibilitat.

No obstant això, aquests sistemes tenen un relativament alt nivell de complexitat d'implementació, ja que requereixen documentació complexa (és a dir, registres, processos, auditories anuals, etc.). En aquest sentit, es pot dir que els sistemes de gestió, tot i que recomanables, són més complexos que les ecoetiquetes per a les **micro i petites empreses turístiques**, a causa de la menor complexitat i major simplicitat de les últimes. La Comissió Europea, però, va crear una guia dirigida a les empreses turístiques (també micro i petites empreses), oferint-los un conjunt de recomanacions pràctiques per millorar l'acompliment ambiental i, al final, facilitar la implementació del sistema EMAS (Comissió Europea, 2016b).

En qualsevol cas, les empreses que participen en la certificació sovint informen que el principal avantatge per a ells és el procés educatiu que implica, ajudant-los a entendre clarament els principis de sostenibilitat i centrar la seva atenció en els canvis que necessiten fer en els seus negocis. El compliment de la certificació també beneficia les empreses a través d'aspectes com (UNEP & WTO, 2005):

- Estalvi de costos: la majoria de les empreses reporten un clar estalvi, per exemple, en àmbits com l'energia, l'aigua i els costos de les matèries primeres.
- Proporcionar un avantatge comercial potencial: això no obstant, això sembla estar encara bastant limitat pel que fa a la certificació de la sostenibilitat ambiental o social en comparació amb la certificació de qualitat.
- Millor reconeixement per part dels òrgans de suport: incloent les oportunitats per a l'assistència tècnica i, de vegades, financera.
- Compliment de la legislació (evitant multes i sancions).

Un signe particularment important del possible avantatge en el mercat futur és el creixent interès per part d'alguns operadors turístics a l'ús de la certificació com a base per a la selecció de les empreses que subcontractaran i finalment inclouran als seus catàlegs de vacances, el que reflecteix la creixent integració de la sostenibilitat en les seves ètiques i activitats de negoci.



Activitat d'aprenentatge 1.4:

Ha posat en marxa la seva empresa algun sistema de certificació ambiental o de sostenibilitat? Si és així, per què va decidir fer-ho? Quins resultats s'han aconseguit? Si no és així, té plans de fer-ho en el futur? Quins objectius creu que ajudaria a aconseguir aquesta decisió?

Resum dels punts clau

- El turisme sostenible pot ser definit com el tipus de turisme que té plenament en compte les seves repercussions econòmiques, socials i ambientals, tant actuals com futures, alhora que satisfà les necessitats dels visitants, la indústria, el medi ambient i les comunitats d'acollida.
- Les micro i petites empreses turístiques tenen un paper clau en la promoció i implementació d'un turisme sostenible, entès com un procés de millora contínua.
- A nivell europeu, la política turística se centra principalment en l'augment de la competitivitat del sector a nivell mundial. La Comissió Europea ha publicat un parell de Comunicacions en què la promoció d'un turisme sostenible, responsable i d'alta qualitat és una de les prioritats.
- Per tal d'ajudar a aconseguir la sostenibilitat, les micro i petites empreses turístiques tenen a la seva disposició un conjunt de diferents orientacions i recomanacions que poden inspirar i ajudar en la implementació d'accions que promoguin un turisme més sostenible.
- Els criteris del Consell Global de Turisme Sostenible (GSTC) són un conjunt de directrius o recomanacions per a tot tipus d'empreses turístiques, que actuen com a directrius bàsiques perquè les empreses siguin més sostenibles i, alhora, faciliten la implementació de programes de turisme sostenible, així com de certificació.
- La certificació s'utilitza sobretot per fer un seguiment i control de les activitats i les regulacions que afecten les empreses turístiques. Els sistemes de certificació de turisme sostenible serveixen com a eines importants per distingir les empreses genuïnament responsables que duen a terme accions i programes de sostenibilitat.

- Hi ha dos tipus principals de certificació de sostenibilitat per a les empreses. Les ecoetiquetes o etiquetes de sostenibilitat (que consisteixen en satisfer un cert nombre de criteris), i els sistemes de gestió del medi ambient o la sostenibilitat (que consisteixen en un sistema de gestió amb els objectius de sostenibilitat). Les primeres són de caràcter estàtic (criteris fixos), els segons de caràcter dinàmic o flexible (criteris adaptats a cada empresa).

Activitat d'aprenentatge integradora per al Mòdul 1: Informe de situació



Sistematitzi les reflexions que ha realitzat mentre treballava els materials del mòdul. Descrigui els aspectes que cal tenir en compte perquè la seva empresa millori el seu acompliment en sostenibilitat.

Estructura indicativa del document:

1. Coneixement general dels principis de desenvolupament sostenible en el sector turístic i la forma d'aplicar-los en les seves operacions comercials;
2. Punts forts de la seva empresa que afavoreixen la sostenibilitat (tenir en compte els tres pilars de la sostenibilitat);
3. Debilitats que obstaculitzen el progrés cap a un comportament més sostenible per part de la seva empresa;
4. Valori l'opció d'implantar un sistema de certificació de la sostenibilitat per a la seva empresa;
5. Esbós dels grans objectius que es podria plantejar la seva empresa per fer-la més sostenible.

Glossari

<i>Ecoetiqueta</i>	<i>Un sistema de certificació ambiental o de la sostenibilitat per a les empreses o organitzacions que consisteix a complir amb un cert nombre de criteris estandarditzats. Si l'empresa o organització compleix amb aquests criteris, es pot utilitzar l'etiqueta o logotip amb fins de màrqueting.</i>
<i>Greenwashing (o rentat verd)</i>	<i>Forma de "màrqueting verd" mitjançant la qual s'utilitza enganyosament el medi ambient o la sostenibilitat per promoure algun dels productes, objectius o polítiques de l'empresa, quan aquesta no és la realitat (o el que es fa només afavoreix parcialment el medi ambient o la sostenibilitat).</i>
<i>Micro i petites empreses</i>	<i>Micro empresa: Una empresa que ocupa menys de 10 persones i el volum de negocis i / o el balanç general anual de la qual no supera els 2 milions d'euros. Petita empresa: Una empresa que ocupa menys de 50 persones i el volum de negocis i / o el balanç general anual de la qual no supera els 10 milions d'euros.</i>
<i>Sistema de Gestió Sostenible (o</i>	<i>Un sistema de sostenibilitat o de certificació ambiental per a les empreses o organitzacions que consisteix en un conjunt de processos</i>

<i>sistema de gestió ambiental)</i>	<i>i pràctiques que permeten reduir el seu impacte ambiental i augmentar la seva eficiència operativa.</i>
<i>Sostenibilitat</i>	<i>Encara que no existeix una definició universalment acceptada de la sostenibilitat, en moltes ocasions s'utilitza com un sinònim de desenvolupament sostenible (aquell tipus de desenvolupament que satisfà les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les generacions futures per satisfer les seves pròpies necessitats). Per ser més precisos, però, la sostenibilitat seria el procés que porta al desenvolupament sostenible.</i>
<i>Turisme sostenible</i>	<i>L'aplicació dels principis del desenvolupament sostenible o la sostenibilitat en el sector turístic.</i>

Enllaços útils	http://sdt.unwto.org <i>Lloc web de la secció de desenvolupament sostenible del turisme de l'Organització Mundial del Turisme de les Nacions Unides, amb diferents recursos i enllaços a temes relacionats amb el turisme sostenible.</i>
	http://www.gstcouncil.org/ <i>Lloc web del Consell Global de Turisme Sostenible, on els Criteris del GSTC estan disponibles, entre d'altra informació relacionada amb aquests criteris.</i>
	https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en <i>Secció web de la DG GROW de la Comissió Europea dedicada al turisme sostenible a nivell europeu. Enllaç al sistema d'indicadors ETIS i altra documentació pertinent.</i>
	https://www.visitbritain.org/maximising-your-sustainability <i>Secció dedicada al turisme sostenible dins de l'agència britànica de turisme nacional. Inclou diverses guies de bones pràctiques de sostenibilitat per a diferents tipus d'empreses turístiques.</i>
	http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm <i>Lloc web oficial sobre el sistema de gestió mediambiental EMAS, promogut per la Comissió Europea.</i>

Bibliografia

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 (2016). <i>The European Tourism Indicator System. ETIS joc d'eines 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, CM, Gössling, S., & Scott, D. (2015). Tourism and Sustainability. Una introducció In. CM 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.	Pluss, 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 eV 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