

¿Sigue vigente el paradigma del turismo sostenible? Reflexiones a la luz de la literatura reciente

Juan Ignacio Pulido-Fernández*
María de la Cruz Pulido-Fernández**
Universidad de Jaén(España)

Resumen: El de sostenibilidad se ha convertido en un término recurrente en la agenda política de la mayoría de gobiernos y organismos internacionales, así como en documentos de empresas turísticas, organizaciones no gubernamentales y, por supuesto, en la agenda de los investigadores. A pesar de ello, hay una coincidencia generalizada en que, en la realidad, se ha avanzado poco en materia de sostenibilidad, en general y en el ámbito del turismo. Incluso, estos escasos avances hacen pensar si no se tratará de un concepto utópico, referido a un estado armonioso inalcanzable y que, en consecuencia, debe de ser abandonado cuanto antes, evitando con ello un coste de oportunidad innecesario. En este artículo se analiza el estado actual del debate, especialmente respecto al turismo sostenible, y se plantean un conjunto de argumentos que justifican la necesidad de aplicar, en un momento como el actual, el paradigma del desarrollo sostenible a la actividad turística.

Palabras Clave: Turismo Sostenible; Desarrollo Sostenible; Sostenibilidad; Gobernanza Turística.

Is it still valid the paradigm of sustainable tourism? Insights from the recent literature

Abstract: Sustainability has become a recurring term in the political agenda of most governments and international organizations, as well as documents of tourism companies, NGOs and, of course, on the agenda of researchers. However, there is widespread awareness that, in general, little real progress has been made in sustainability, and particularly in the field of tourism. These few advances suggest that this is a utopian concept, referred to an unattainable harmonious state and therefore it should be abandoned as soon as possible, avoiding an unnecessary opportunity cost. In this article the current state of the debate is discussed, especially with regard to sustainable tourism. This study raises a set of arguments to justify the current need to apply the paradigm of sustainable development in tourism field.

Keywords: Sustainable Tourism; Sustainable Development; Sustainability; Tourism Governance.

1. Introducción

Pocos conceptos se han difundido y asumido en la conciencia colectiva mundial de una forma tan rápida y tan escasamente cuestionada como el de desarrollo sostenible, a pesar de que, aún hoy, se sigue discutiendo sobre el contenido y alcance del mismo, y se sigue utilizando con distintos significados, incluso con connotaciones, a veces, contrapuestas (Pulido, 2005; López Palomeque, 2007). Se trata, por tanto, de un paradigma que ha sido ampliamente debatido y hasta cuestionado, ya que no ha generado consenso en cuanto a su interpretación y aplicación (Moreno, 2007).

El paradigma del desarrollo sostenible surge en los años ochenta del pasado siglo como consecuencia de la necesidad de una nueva forma de desarrollo económico en la que se integre la variable medioambiental, pero también la social (Elkington, 2002). Esta necesidad de cambio es rápidamente asumida,

* Laboratorio de Análisis e Innovación Turística (LAIInnTUR). Departamento de Economía. Universidad de Jaén; E-mail: jipulido@ujaen.es

** Laboratorio de Análisis e Innovación Turística (LAIInnTUR). Universidad de Jaén; E-mail: macupulido@gmail.com

al menos sobre el papel, tanto por investigadores, como por técnicos de organismos internacionales, incluso a nivel político, convirtiéndose en una especie de dogma de fe, escasamente cuestionado durante los primeros años, cuyos principios se fueron extendiendo rápidamente, durante los años noventa, a las diferentes actividades económicas, incluida la actividad turística.

A pesar del vigor con el que el paradigma fue asumido desde un principio en el ámbito del turismo, la realidad, como muestra el reciente libro publicado por Becker (2013), es bien contraria. El número de viajes crece exponencialmente a nivel mundial, los destinos turísticos cada vez están más saturados, se constatan crecientes impactos negativos del turismo y, como señala Hickman (2007), la presión de los operadores turísticos es brutal sobre los recursos más emblemáticos de los destinos, lo que está generando, incluso, una reacción contraria al turismo por parte de la población local (como, de hecho, se ha constatado recientemente en destinos tan emblemáticos como Venecia o Barcelona).

En este contexto, en los últimos años han ido apareciendo voces cada vez más críticas, que cuestionan la operatividad real de este paradigma y que abogan por su olvido, dada la imposibilidad de alcanzar los más mínimos avances a este respecto. En este sentido, se manifiestan, respecto al desarrollo sostenible, autores como Martínez-Alier et al. (2010) o Rull (2010) y, respecto al turismo sostenible, autores como Aronsson (2000), Liu (2003), Saarinen (2006) o Weaver (2009).

A pesar de ello, en general, la sostenibilidad sigue siendo un paradigma aún muy aceptado, aunque es cierto que, por un lado, en general, la sociedad lo acepta sin tener muy claro qué implica en realidad (Pulido et al., 2013) y, por otro lado, organismos internacionales como UNEP (2011: 417) vienen a reconocer que la industria turística se enfrenta a multitud de retos importantes relacionados con la sostenibilidad (que este informe resume en cinco grandes grupos: "(1) la energía y las emisiones de gases de efecto invernadero; (2) el consumo de agua; (3) la gestión de residuos; (4) la pérdida de la diversidad biológica; y (5) la gestión eficaz del patrimonio cultural").

Este artículo tiene como objetivo reflexionar acerca de la vigencia actual del turismo sostenible. Para ello, se ha realizado una comprensiva revisión de la literatura reciente, con el fin de conocer el estado actual de la cuestión, especialmente en lo que respecta al turismo, y plantear un conjunto de razones o argumentos que justifican la necesidad de aplicar hoy el paradigma del desarrollo sostenible a la actividad turística. Cabe aclarar, en cualquier caso, que no se trata de una revisión bibliográfica exhaustiva, ni mucho menos de un análisis bibliométrico, sino que se ha seleccionado aquella literatura que permitía sostener la línea argumental de los autores de este trabajo.

El artículo se estructura en tres grandes apartados, además de esta introducción y las conclusiones. En el primero de los apartados, se plantea el debate actual en torno al concepto de desarrollo sostenible y se introduce el planteamiento de la Economía Verde como solución razonable a las actuales dificultades para la transición hacia la sostenibilidad. En el segundo apartado se exponen las cuatro grandes líneas argumentales que se vienen utilizando para explicar los escasos avances producidos hasta ahora en materia de turismo sostenible. El tercero de los apartados recoge las razones por las que se considera que el paradigma de la sostenibilidad está plenamente vigente en la actualidad en el ámbito del turismo, y que justifican la necesidad de una apuesta decidida por la formulación de nuevos modelos de producción y consumo turístico anclados en la realidad social, política, ambiental y económica de cada territorio, con el fin de asegurar su operatividad más allá de los grandes compromisos internacionales por el turismo sostenible.

2. El debate en torno al desarrollo sostenible

Desde que fuera acuñado por la Comisión Brundtland, hace ya casi treinta años, el de desarrollo sostenible se ha convertido en un término recurrente en la agenda política de la mayoría de los gobiernos y organismos internacionales, así como de un número creciente de grandes y pequeñas compañías y otros grupos sociales (Redclift, 2005). Igualmente, ha dado lugar a un sinnúmero de declaraciones internacionales (Rodríguez, 2007; Quental, Lourenço y Da Silva, 2011), trabajos científicos, proyectos, herramientas y modelos de gestión.

A pesar de ello, los avances reales han sido escasos. Una década después de la Cumbre de Río, en Johannesburgo, los participantes en esta cumbre ya reconocían que la búsqueda de un significado preciso para el concepto de desarrollo sostenible no había dado lugar hasta entonces a resultados tangibles. Asumían con ello las dificultades para avanzar en materia de sostenibilidad, señalando que, a efectos prácticos, ésta debe de entenderse únicamente en términos aproximados. Veinte años después de aquella

primera cumbre, de nuevo en Río de Janeiro, se volvía a reconocer la dificultad de avanzar por este camino y se planteaban soluciones por la vía de la llamada Economía Verde.

La realidad actual es que, como señala Rull (2010: 103): “el calificativo ‘sostenible’ lleva el camino de convertirse en una palabra puramente retórica y carente de significado, ya que es utilizada por cualquier actor social, independientemente de su función y orientación socio-política, y también de sus respectivas intenciones”. Este autor sirve como ejemplo de quienes consideran que el desarrollo sostenible es, en realidad, “inviabile, en términos ecológicos, económicos e incluso físicos” (Rull, 2010: 103), porque se plantea sobre la base del modelo tradicional de desarrollo humano, cuando lo que hay es que cambiar es la relación entre el ser humano y el Sistema Tierra.

Recientemente, la Red de Soluciones para el Desarrollo Sostenible¹ señala que debe de haber un cambio de rumbo respecto a la concepción del desarrollo sostenible, haciéndose necesario un marco de desarrollo operativo que pueda movilizar a todos los actores clave con el objeto de lograr superar la falta de coordinación y cooperación internacional y la existencia de políticas inadecuadas en los diferentes países (desarrollados y en desarrollo) para alcanzar los retos del desarrollo sostenible. Por tanto, se requiere de la existencia de un marco global de cooperación para lograr el desarrollo sostenible, teniendo en cuenta la dimensión económica, social y ambiental y la gobernabilidad, que incluye la paz y seguridad. Este marco ha de basarse en cuatro conceptos normativos, que están interrelacionados (Sustainable Development Solutions Network, 2013):

- 1) Derecho al desarrollo. Los límites planetarios son la razón para que todos los países crezcan de manera diferente y sostenible, no un impedimento para los países en desarrollo.
- 2) Derechos humanos e inclusión social. Para el desarrollo sostenible todos los individuos tienen que tener las mismas oportunidades para compartir el progreso, son iguales ante la ley y tienen igual acceso a los servicios públicos.
- 3) Convergencia. Todos los países han de tener la capacidad de crecer y prosperar, elevando sus niveles de vida.
- 4) Responsabilidades y oportunidades compartidas. Todos los países han de compartir la proporción de desarrollo sostenible, por ello los países con bajos ingresos y los países con vulnerabilidades especiales (tierras áridas, países sin litoral marítimo, pequeños estados insulares) recibirán el apoyo internacional que necesiten para acabar con la pobreza extrema y tener acceso a las tecnologías precisas para un desarrollo sostenible.

Se observa, por tanto, la inclusión de un nuevo elemento importante dentro del concepto de desarrollo sostenible, la gobernanza, imprescindible para lograr la consecución del mismo.

La plasmación operativa del concepto de sostenibilidad plantea no pocas controversias, que, con el paso del tiempo, han ido ordenándose en torno a dos corrientes de pensamiento que entienden de forma muy distinta la sostenibilidad, lo que ha permitido distinguir entre “*sostenibilidad débil*” y “*sostenibilidad fuerte*” (Pearce y Atkinson, 1993). Esta distinción explica, según Pulido (2005), los escasos avances producidos durante los últimos veinte años en la transición hacia la sostenibilidad.

El planteamiento de la “*sostenibilidad débil*” parte de un enfoque tecnocéntrico que considera al medio ambiente como uno de los tipos de capital que forman el capital total del sistema económico y, además, existe una sustituibilidad perfecta entre estos diversos tipos de capital. Para esta corriente de pensamiento, denominada Economía Ambiental, el objetivo de la sostenibilidad implica que el capital, en su conjunto (el capital total), al menos, se mantenga constante para que las generaciones futuras conserven sus cotas de utilidad, consumo per cápita y bienestar social. Por tanto, si se produce una pérdida de capital natural, éste puede ser perfectamente sustituido por otra forma de capital y puede seguir cumpliéndose el objetivo.

Por el contrario, la otra corriente de pensamiento, denominada Economía Ecológica, defiende el concepto de “*sostenibilidad fuerte*”. Esta corriente tiene visión predominantemente ecocéntrica, al considerar que la naturaleza tiene un valor inherente en sí misma y nos provee de funciones que son irremplazables por el capital hecho por el hombre. Por consiguiente, el subsistema económico se encuentra limitado por el ecosistema global y el mantenimiento del capital natural es imprescindible e insustituible, en su mayor parte, por capital artificial.

Lo que la mayor parte de los autores sostienen es que lo que ha ocurrido desde que se empezara a hablar de desarrollo sostenible es que han triunfado los postulados neoclásicos, de manera que se sigue creyendo que la naturaleza tiene un valor instrumental para el ser humano y que el desgaste de los

recursos y servicios ambientales puede compensarse con inversiones en nuevas tecnologías y mecanismos de sustitución. Y eso es lo que explica los escasos avances conseguidos hasta ahora.

Hasta tal punto que en la última *Conferencia de Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible*, celebrada en Río de Janeiro, en 2012, veinte años después de la primera Cumbre de Río (de ahí su denominación de *Río+20*), se asumían los escasos avances producidos hasta entonces y se planteaba como uno de los principales objetivos clave el de asegurar un compromiso político renovado para el desarrollo sostenible. Es necesario potenciar la voluntad política para conseguir un resultado ambicioso y, para ello, la comunidad internacional tendrá que ponerse de acuerdo sobre un marco ético común de valores y principios compartidos.

Convencidos de que el problema es haber errado en la orientación excluyente de la sostenibilidad hacia cuestiones ambientales, el documento final de Río+20, denominado *El futuro que queremos*, reconoce que la denominada Economía Verde es uno de los instrumentos más importantes disponibles para lograr el desarrollo sostenible (Stone, 2013). Es decir, se plantea implícitamente la necesidad de focalizar la atención en la Economía, que, al fin y al cabo, parece ser la preocupación de la sociedad, para, a través de cambios en el modelo económico (lo que se ha denominado enverdecimiento de la Economía), conseguir la transición hacia la sostenibilidad.

El concepto de Economía Verde ya había sido introducido en 1989 por Pearce, Markandya y Barbier, en el libro *Blueprint for a Green Economy*. En marzo de 2009, el PNUMA publicó un informe de política denominado *Nuevo Acuerdo Verde Global*, que fue redactado tomando como base un trabajo de investigación de Edward Barbier y la opinión de diversas organizaciones intergubernamentales y de la sociedad civil. Este informe señala que la Economía Verde no debe ser interpretada como una alternativa al concepto de desarrollo sostenible, sino como una extensión del mismo. Su rol es convertirse en un instrumento que facilite la salida de las diferentes crisis por las que actualmente atraviesa la Humanidad (financiera, ambiental, alimentaria, climática, energética).

La Economía Verde está concebida como “un sistema de actividades económicas relacionadas con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios que resulta en mejoras del bienestar humano en el largo plazo, sin, al mismo tiempo, exponer las generaciones futuras a riesgos ambientales y escasez ecológicas significativas” (PNUMA, 2010: 4). En su definición más sencilla, la economía verde puede ser considerada: baja en carbono, eficiente en el uso de recursos e inclusiva socialmente. Recuérdese, es el mismo planteamiento de la triple dimensión de la sostenibilidad: conservación, eficiencia y equidad.

Las propias Naciones Unidas se han apresurado a aclarar que el concepto de Economía Verde no sustituye al de desarrollo sostenible, aunque, como señala el PNUMA (2011: 9), “existe un creciente reconocimiento de que el logro de la sostenibilidad requiere casi indispensablemente de contar con una economía adecuada y correcta. La sostenibilidad sigue siendo un objetivo vital a largo plazo, y para alcanzarlo es necesario enverdecir la economía”.

Por tanto, el debate actual comienza a girar ahora en torno a este planteamiento de la Economía Verde, no como alternativa, sino como paso previo que conducirá a la sostenibilidad. Aunque, como señala Monge (2013), es llamativo que, aún a estas alturas, en los documentos oficiales, se mantenga una preocupante confusión conceptual. Esta misma autora (Monge, 2013: 53-55) ha identificado los ejes que articulan el debate sobre Economía Verde:

- Diferenciar claramente entre crecimiento y desarrollo.
- Superar el carácter excluyente a que puede dar lugar el término “verde”, incidiendo en la importancia de aspectos como la inclusión y la equidad.
- El debate de fondo es el modelo de desarrollo. Y, de nuevo, ahí surgen dos concepciones contrapuestas, pues, mientras los defensores del cambio de modelo aseguran que la Economía Verde requiere mantener y reconstruir el capital natural como activo económico y fuente de beneficios públicos, en particular, para los grupos socioeconómicos vulnerables cuyo sustento y seguridad dependen en gran medida de la naturaleza, quienes apuestan por mantener el paradigma económico dominante siguen con el planteamiento analizado anteriormente de la “sostenibilidad débil”, es decir, “verde” sigue siendo un mero adjetivo del modelo tradicional.

Como señala Aall (2014), el concepto de desarrollo sostenible gira, básicamente, en torno a la forma de equilibrar la protección de la naturaleza de las incursiones humanas y el uso de los recursos naturales para satisfacer las necesidades humanas. La clave está en la prioridad que se da a la protección de los elementos de la naturaleza, y en qué medida se produce ésta. Y, por otro lado, en qué medida tienen que ser apoyadas las necesidades humanas, y en qué nivel de satisfacción. En cualquier caso, de lo que

parece que cabe poca duda a estas alturas es de que avanzar en materia de sostenibilidad exige un cambio sustancial en el modelo actual de desarrollo humano (Ehrlich, 2009).

En este contexto, plantea Aall (2014) que es necesario establecer algún tipo de estructura jerárquica de las preocupaciones y objetivos, pues no pueden tener la misma importancia todas las metas posibles, que representan a todas las posibles necesidades o todas las formas posibles de protección de la naturaleza de las incursiones humanas.

3. El debate en torno al turismo sostenible

En el ámbito de la investigación en turismo, se ha prestado considerable atención a la cuestión de la sostenibilidad desde principios de los años noventa del pasado siglo (recuérdese que la primera definición de turismo sostenible se produce en el 41º Congreso de la AIEST y que la Carta del Turismo Sostenible –Lanzarote, 1995– fue un auténtico revulsivo para planificadores y gestores del turismo).

Un reciente artículo publicado por Ruhanen et al. (2015) explora, a través de un análisis bibliométrico, las tendencias y patrones que se han producido en la investigación acerca del turismo sostenible desde el lanzamiento del Informe Brundtland, en 1987. Entre las conclusiones obtenidas, los autores ponen de manifiesto que, casi treinta años después de Brundtland, y a pesar de la prevalencia del concepto, el debate y la crítica aún continúan. Igualmente, evidencian cómo el interés de los investigadores se ha ido desplazando desde las definiciones y aspectos conceptuales hacia aspectos de carácter empírico, lo que demuestra la madurez en este ámbito de la investigación en turismo.

Bramwell (2015: 204), por su parte, recuerda que el turismo sostenible se ha vinculado tradicionalmente con “la preservación de los ecosistemas, la promoción del bienestar humano, la equidad inter e intrageneracional, y la participación pública en la toma de decisiones” y reconoce que el interés por este tema ha crecido significativamente en los últimos treinta años. En este sentido, Buckley (2012) realizó un exhaustivo análisis de la literatura científica sobre turismo sostenible, concluyendo que “la literatura sobre turismo es grande, más de 150.000 artículos en total, con 5.000 relevantes para el turismo sostenible” (Buckley, 2012: 529). A pesar de ello, el propio Buckley se muestra pesimista acerca del interés real que suscita el turismo sostenible, llegando a plantearse, incluso, que “el interés en la sostenibilidad entre los investigadores del turismo parece ser tan limitado como lo es entre los defensores de la industria de turismo, empresas y turistas. A gran escala, los cambios sociales y ambientales están alterando el mundo en el que opera el turismo, pero son pocos los investigadores que están tratando de lidiar con estos cambios” (Buckley, 2012: 537). En el mismo sentido se manifiesta Hall (2010: 131), al reconocer que “a pesar de la gran cantidad de publicaciones, conferencias, planes y estrategias que tienen que ver con la sostenibilidad, el turismo es posiblemente menos sostenible de lo que incluso ha sido”. Hay, por tanto, una cuestión clave que plantearse. Cómo es posible que haya pasado ya un cuarto de siglo de investigación y debate sobre el desarrollo sostenible y la relación de éste con el turismo y, a pesar de tratarse de un concepto socialmente muy propalado y aceptado a nivel mundial, aún genere tanta controversia en el ámbito científico. Y, lo que es aún más preocupante, que haya una convicción generalizada acerca de los escasos avances reales que se han producido respecto a la incorporación de la sostenibilidad en los procesos de desarrollo turístico.

Los argumentos que se han utilizado para explicar esta situación son muchos y muy variados, incluso, en algunos casos, variopintos. No obstante, cabría resumirlos en cuatro grandes grupos:

- Confusión terminológica (incluso, aún, a veces, conceptual) que conduce, a su vez, a un desconcierto operativo.
- La sostenibilidad es imposible de alcanzar, es una utopía.
- Las medidas necesarias para avanzar en materia de sostenibilidad requieren una inversión tal que, al menos en el corto plazo, condicionan la rentabilidad de quienes las adoptan. Y, en consecuencia, no se adoptan.
- En relación con el anterior, hay otro conjunto de trabajos que justifica los escasos avances en materia de sostenibilidad del turismo en el hecho de que, en realidad, el consumidor es poco exigente en estas cuestiones, las valora poco y menos aún está dispuesto a pagar por ellas.

Confusión terminológica

Más allá de las definiciones consideradas oficiales, establecidas en sucesivas ocasiones por la Organización Mundial del Turismo, o de la aplicación al turismo de los planteamientos del triángulo de Nijkamp, o del *triple bottom line* de Elkington, cabría tener en cuenta definiciones como la de Bramwell

y Lane (1993: 2), que consideran el turismo sostenible como “un enfoque positivo destinado a reducir las tensiones y fricciones creadas por las complejas interacciones entre la industria del turismo, los visitantes, el medio ambiente y las comunidades que son sede de los turistas. Es un enfoque que implica trabajar para la viabilidad a largo plazo y la calidad tanto de los recursos naturales como humanos. No es anti-crecimiento, pero reconoce que hay límites al crecimiento”.

Después de años de debate, en principio, parece que el concepto de turismo sostenible debería estar claro y no debería dar lugar a más debate. Sin embargo, Lim y Cooper (2009: 90) reconocen que “el concepto de turismo sostenible ha sido objeto de múltiples definiciones criticadas como ambiguas, vagas, sectoriales, demasiado conceptuales y que generan confusión al vincularlo exclusivamente con las cuestiones ambientales”. Se ha llegado a equiparar este concepto con tipologías turísticas como el ecoturismo o el turismo de naturaleza, se ha denominado con acepciones como las de turismo verde, turismo ecológico, turismo ambiental, geoturismo o *slow tourism* e, incluso, aún peor, se ha llegado a considerar como una tipología turística nueva, o hasta como un turismo alternativo.

Quizás, el término que más se haya consolidado en los últimos años sea el de “*turismo responsable*”, en referencia a la actitud de respeto hacia los lugares y las personas con las cuales el turista entra en contacto a lo largo de su estancia en el destino que visita. Sus defensores presentan éste como un concepto amplio que incluye el respeto medioambiental, pero que, sobre todo, incluye los criterios de respeto cultural y social hacia las poblaciones y las sociedades de acogida. Además, señalan que el turismo responsable enfatiza la importancia de los consumidores y de la industria en asumir la responsabilidad en relación a la actividad turística (Leslie, 2012).

La definición de turismo responsable procede de la Declaración de Ciudad del Cabo, aprobada en 2002, con anterioridad a la celebración de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible en Johannesburgo. En dicha declaración se recogen las principales características de este concepto (Cuadro 1).

Cuadro 1. Características del turismo responsable

- Minimizar los impactos negativos económicos, ambientales y sociales.
- Crear beneficios para la gente local y mejorar el bienestar de las comunidades de acogida.
- Involucrar a las personas locales en las decisiones que afectan sus vidas y oportunidades de vida.
- Hacer contribuciones positivas para la conservación del patrimonio natural y cultural, para contribuir a la conservación de la diversidad cultural del mundo.
- Proporcionar experiencias más agradables para los turistas a través del contacto con la población local y una mayor comprensión de los aspectos sociales y ambientales de las cuestiones de la cultura local.
- Ser culturalmente sensible, promocionar respeto y entendimiento entre los turistas y los anfitriones y contribuir al desarrollo de la confianza y el orgullo local.

Fuente: Declaración de Ciudad del Cabo (2002).

Analizadas estas características, y el contenido global de la declaración de Ciudad del Cabo, no se aprecia ninguna diferencia con el concepto de turismo sostenible. Es más, tal como se ha analizado en los apartados anteriores, el de turismo sostenible parece un concepto mucho más holístico.

Los defensores del uso del término turismo responsable, basan su posición en dos razones. La primera, que el término turismo sostenible está exclusivamente vinculado a cuestiones ambientales, dejando de lado las cuestiones culturales y sociales. Este argumento es del todo erróneo, pues la sostenibilidad implica un equilibrio dinámico entre eficiencia (económica), equidad (social) y conservación de los recursos (y ya se ha dejado claro que todo tipo de recursos, no solo naturales). La segunda, que, mientras que la responsabilidad está ligada a las decisiones personales que tomamos todos y cada uno de nosotros a la hora de viajar, la sostenibilidad es una cuestión más sectorial, ligada a un modelo y con una visión más a largo plazo. Tampoco esto es del todo cierto, pues el turista, en su proceso de toma de decisiones, también puede tener un compromiso individual hacia la sostenibilidad.

En consecuencia, la aparición de este término parece responder más al interés por acuñar un nuevo argumento para el marketing, que por una necesidad real no cubierta. Es cierto que se ha avanzado poco en materia de sostenibilidad del turismo, pero ello no es consecuencia de un problema de concepto, sino operativo. En este sentido, el concepto de turismo responsable no viene a aportar nada nuevo.

Otro de los conceptos que se ha solido utilizar como sinónimo del de turismo sostenible es el de “*turismo verde*”. Tradicionalmente, se trataba de una asociación errónea del turismo con cuestiones ecológicas, con lo verde, cuando se sabe que la sostenibilidad es mucho más.

Por tanto, ha sido un error este planteamiento, que ha llevado, como se ha visto, a la generación de una gran confusión terminológica, conceptual y operativa, que ha dado pie a la aparición de otros conceptos que han pretendido ser sustitutivos del de turismo sostenible, acusando a este de parcial y poco operativo. Sin embargo, la aparición del concepto de Economía Verde (López y Pulido, 2011, 2013a, 2013b) y el reconocimiento de la necesidad de enverdecer las economías para avanzar en materia de sostenibilidad, puede dar una nueva dimensión a este término, con un carácter mucho más holístico e integrador. En cuyo caso, habría que revisar los términos de referencia de este concepto, que dejaría de estar vinculado exclusivamente con las cuestiones ambientales, incorporando los principios básicos de la Economía Verde: baja en carbono, eficiente en el uso de recursos e inclusiva socialmente.

La realidad es que, a pesar de los avances realizados en los últimos años respecto a la concepción del turismo sostenible y de los esfuerzos de la propia UNWTO en este sentido, aún hoy, en documentos oficiales tan importantes como el documento estratégico elaborado con motivo de la Cumbre del G-20, celebrada en la República de Corea, en octubre de 2010, inexplicablemente, se vuelve a caer en los mismos errores conceptuales (Goldin, 2010: 46-47), lo que explica las dificultades para concretar en un abanico de políticas y acciones operativas los contenidos del paradigma de la sostenibilidad del turismo.

La sostenibilidad como utopía

En lo que respecta al segundo grupo de argumentos, los recientes debates entre Weaver (2012a, 2012b) y Peeters (2012), y entre Weaver (2011) y Scott (2011), ponen de manifiesto que, a pesar de los años transcurridos, se trata de un tema aún candente y que los académicos todavía discuten acerca de las posibilidades reales sobre la consecución de resultados tangibles en materia de sostenibilidad turística. De hecho, como con el concepto de desarrollo sostenible, también en el ámbito del turismo se ha discutido mucho acerca de si la sostenibilidad no será un concepto idealmente perfecto, pero impracticable y, por tanto, utópico (McCool, Butler, Buckley, Weaver y Wheeler, 2013).

Así, mientras autores como Hall (2000) plantean que se trata de un proceso continuo de adaptación y reorientación del desarrollo turístico hacia la consecución del ansiado equilibrio entre los objetivos sociales, económicos y ambientales, o como Ritchie y Crouch (2000: 5) llegan a plantear que la competitividad es “ilusoria sin sostenibilidad”, otros, como Aronsson (2000) plantean que la idea de sostenibilidad es una quimera, por lo que lo máximo a lo que se puede aspirar es a hacer un desarrollo turístico más sostenible de lo que ha sido hasta ahora.

En este sentido, Wheeler (1993) plantea que se trata de un concepto teóricamente atrayente, aunque de difícil práctica, consecuencia de las dificultades que presenta y la subjetividad inherente a sus principios. En general, se critica que, tanto académicos como administraciones públicas, hayan asumido este concepto con excesivo entusiasmo y tan escasos resultados, lo que ha servido a los primeros para generar una ingente cantidad de literatura, pero pocas herramientas de aplicación práctica (Stabler, 1997) y a los segundos para legitimar tras el uso de este concepto procesos de desarrollo turístico abusivos y claramente contrarios a los principios de la sostenibilidad, incluso, en muchos casos, de la propia ética (Bramwell, 2004).

A pesar de la controversia, al menos en los últimos años, parece que en la literatura científica (Cerina et al., 2011; Edgell et al., 2008; Gössling et al., 2009; Leslie, 2009; Lim y Cooper, 2009; Lu y Nepal, 2009; Miller y Twining-Ward, 2005; Sharpley, 2009; entre otros), y, en general, en los trabajos publicados por organismos internacionales, instituciones, etc., es generalmente aceptado que el paradigma de la sostenibilidad –en este caso, aplicado al turismo– tiene un carácter multidimensional y que no se trata de un mero objetivo a alcanzar, ni una estrategia *per se*, sino que, como señala Novo (2006: 152), “desarrollo sostenible significa situarse en otra óptica [...]. Supone, desde luego, una transformación radical en las relaciones entre economía, ecología y ética; significa comenzar a pensar y actuar con una lógica diferente, tomando en cuenta los límites de la biosfera, la redistribución social y la diversidad cultural”. Y ahí es donde radica el problema. El paradigma económico imperante, también en el caso del turismo, sigue planteando las mejoras en términos de crecimiento, no de desarrollo.

El último documento publicado a este respecto por la UNWTO (2013) reconoce que, aunque el turismo es un instrumento importante para el desarrollo, también tiene una serie de aspectos negativos, refiriéndose, en concreto, a aspectos como el cambio climático; la contaminación y los residuos sólidos y líquidos; la competencia por el uso de los recursos entre las empresas turísticas y la comunidad local;

los impactos sobre la biodiversidad y los sitios del patrimonio cultural; delincuencia, explotación sexual y amenaza a los valores y tradiciones sociales y culturales; malas condiciones de trabajo; y la excesiva dependencia de los rápidos cambios en los mercados emisores. Por ello, plantea que el turismo debe de ser cuidadosamente planificado y gestionado, lo que exige de los gobiernos la aplicación de políticas claras de control y gestión del sector, junto con el resto de actores turísticos.

En cualquier caso, los expertos plantean que el gran reto para el turismo sostenible está en generar planteamientos operativos que garanticen que los actores implicados puedan tomar decisiones sabiendo realmente qué efecto tendrán en el marco de la sostenibilidad y en qué medida afectarán a sus diferentes dimensiones, así como avanzar hacia un nuevo escenario de equilibrio entre los objetivos a corto y a largo plazo (Pulido y López, 2010). Ello exige la formulación de nuevos modelos de planificación y gestión de la actividad turística, en los que no prime, como hasta ahora, la cantidad de flujos turísticos y la mera rentabilidad económica, sino la calidad de la experiencia turística y la sostenibilidad de los procesos de desarrollo.

La falta de rentabilidad de la sostenibilidad

En relación con lo anterior, el tercer gran grupo de argumentos viene a plantear que las medidas necesarias para avanzar en materia de sostenibilidad requieren una inversión tal que, al menos en el corto plazo, condicionan la rentabilidad de quienes las adoptan. Y, en consecuencia, no se adoptan medidas para avanzar decididamente en la sostenibilidad.

Sin embargo, un reciente estudio de Pulido et al. (2015) demuestra que el progreso hacia el turismo sostenible no afecta a los principales indicadores económicos de un país en el corto plazo y, por tanto, no limita la rentabilidad y competitividad. También demuestra que el turismo sostenible no es un lujo que sólo los países ricos pueden darse, ni debe impedir el desarrollo y perpetuar la pobreza en los países en desarrollo. De hecho, un programa de marketing y una comunicación eficaz sobre el turismo sostenible suele resultar esencial para el éxito económico.

El informe publicado por UNEP-UNWTO (2012: 41) plantea que invertir hacia la sostenibilidad del turismo “ofrece una amplia gama de oportunidades que pueden generar retornos significativos”. Este informe recoge innumerables ejemplos sobre iniciativas de gestión sostenible del agua, la energía, los residuos o la biodiversidad que han contribuido a la reducción de costes para la industria turística.

La sensación general que se deduce de la literatura revisada es que, aún hoy, existe una falta de presión sobre la industria turística para avanzar decididamente en la sostenibilidad, al considerarlo un gasto significativo que les reporta escasos beneficios (Black and Crabtree, 2007) y que, por otro lado, como señalan Welford et al. (1999), existen importantes “lagunas en la búsqueda de maneras de aplicar en la práctica los principios de la sostenibilidad”. De hecho, como Robèrt et al. (2002: 201-202) reconoce, “desde una perspectiva de sostenibilidad, el debate público a menudo se centra en las consecuencias a corto plazo [...] y por lo tanto los argumentos económicos a corto plazo se utilizan a menudo para justificar una falta de voluntad para cambiar las rutinas establecidas”.

Es cierto que una apuesta por la sostenibilidad del turismo puede generar costes en el corto plazo, pero también hay evidencias de que la aplicación de medidas de este tipo ha contribuido a la mejora de las principales magnitudes económicas del turismo en algunos de los destinos que las han implementado y, con ello, a una mejora de su competitividad global.

La carencia de sensibilidad del turista hacia la sostenibilidad

Por último, el cuarto grupo de argumentos está relacionado con el escaso compromiso del turista con la sostenibilidad. Un reciente trabajo de investigación publicado por Pulido et al. (2013) y realizado en la Costa del Sol Occidental, demuestra que el turista actual no valora los esfuerzos que el destino realiza en materia de sostenibilidad, carece de sensibilidad hacia la sostenibilidad y no está dispuesto a realizar un esfuerzo, en términos de mayor precio a pagar, por disfrutar de una oferta turística más sostenible.

Otro ejemplo son los resultados obtenidos en el estudio realizado por Hanemann et al. (2011). Según estos autores, las actitudes de los españoles sobre cuestiones clave para las políticas climáticas nacionales e internacionales son bastante evasivas:

- Descargan las responsabilidades en este ámbito en las empresas y gobiernos.
- Son partidarios de que España actúe contra el cambio climático, independientemente de que lo hagan o no los países en desarrollo.
- No son demasiado partidarios del uso de mecanismos flexibles que permitan el intercambio de inversión en otros países por emisiones (como el mecanismo de desarrollo limpio de Kioto).
- Favorecen las reducciones de GEI realizadas en España.

Pero no se trata de una actitud exclusivamente española. Como plantea Weaver (2012a), parece existir una voluntad más superficial que real, que no se traduce en las decisiones de comportamiento necesarias, pero inconvenientes, que mitiguen y eviten los impactos del turismo sobre el cambio climático. De hecho, algunos estudios defienden que el supuesto incremento en la concienciación social en materia de sostenibilidad no tiene un reflejo directo en el comportamiento real del consumidor, especialmente en decisiones relacionadas con el turismo (Line et al., 2010), tratándose, en consecuencia, de una sensibilidad superficial, caracterizada por declaraciones éticas y ambientales, pero comportamientos reales más laxos en dichas cuestiones (Pulido y López, 2014).

Otros autores, como Carrigan y Attalla (2001), McDonald et al. (2009) o Yates (2008) sostienen que el turista, en general, tiene una escasa sensibilidad hacia las cuestiones que tienen que ver con la sostenibilidad. En general, suele afirmar que le preocupan estas cuestiones, pero la realidad es que es reacio a asumir personalmente medidas correctoras. Además, Miller et al. (2010) demostraron que las personas sólo estaban dispuestas a cambiar su comportamiento turístico si otras personas también cambian su comportamiento. En otros casos, lo que parece que realmente ocurre es que los turistas desconocen cómo trasladar los principios de la sostenibilidad a su comportamiento diario (Sharp, 2013).

En un reciente estudio, Juvan y Dolnicar (2015) han analizado las diferencias de comportamiento de los turistas cuando están en casa (y tienen un planteamiento proactivo hacia el ecologismo) y cuando salen de vacaciones (y relegan, incluso, olvidan, y hasta reniegan de este planteamiento), concluyendo lo difícil que es motivar a la gente para reducir al mínimo los impactos ambientales negativos de sus vacaciones.

En consecuencia, siguiendo la lógica de estos argumentos, si el turista no lo solicita, no lo valora y no está dispuesto a pagar por él, no tiene sentido hacer una apuesta por la sostenibilidad.

En definitiva, retomando el planteamiento de Aall (2014), que se exponía en un apartado anterior sobre el debate científico acerca del desarrollo sostenible, también en el caso del turismo el problema parece ser la inexistencia de liderazgo institucional que asegure una estructura jerárquica de preocupaciones y objetivos. De hecho, Moscardo (2011) recupera una revisión de los modelos de planificación turística de Getz (1986) y concluye que, en realidad, después de casi treinta años, los procesos de planificación del turismo se conceptualizan y se utilizan en documentos académicos y gubernamentales prácticamente igual que hace treinta años. Nada ha cambiado sustancialmente.

Lo que Moscardo (2011) plantea es que se repiten treinta años después los mismos problemas en estos procesos de planificación. A saber:

- Un enfoque centrado en proyectos concretos, en lugar de considerar el turismo en su conjunto.
- El limitado interés por los impactos que genera el turismo.
- Un enfoque hacia los aspectos económicos, con un interés muy limitado por los problemas ambientales.
- Una falta de interés por la manera en que el turismo podría interactuar con otras actividades en el destino y los efectos que ello tendría sobre el conjunto del territorio.
- La adopción de un enfoque de planificación del turismo desde la perspectiva del mercado (del negocio turístico).
- Consecuentemente, la priorización de las necesidades y expectativas del mercado o de los turistas como los principales motores de la planificación turística, relegando el papel de los residentes en el destino (cuando éste se considera).

Una vez más, hay que recalcar que se trata de un problema de cambio de modelo. Los avances en materia de sostenibilidad no llegarán si no se producen cambios en las formas de producción y de consumo turístico y eso, como ya han reconocido los principales autores (Buckley, 2013; Hall, 2010; Sharpley, 2009; entre otros), no se producirá manteniendo el modelo actual.

Esta falta de liderazgo para dirigir el cambio de modelo de desarrollo turístico es el gran reto que deben de afrontar los destinos turísticos en los próximos años. Y es ahí donde la gobernanza se convierte en un elemento clave. Como señalan Riera et al. (2009: 377), “si los agentes económicos se comportan racionalmente y tratan de buscar el máximo beneficio individual, pueden alcanzar situaciones que son ineficientes socialmente, es decir, que no generan el máximo bienestar para la sociedad”. De ahí, la necesidad de que la administración pública asuma el liderazgo a la hora de generar el entorno propicio y los incentivos necesarios para que todos los agentes implicados negocien, discutan y, finalmente, cooperen para la consecución de los objetivos establecidos.

4. Argumentos para la consideración actual del paradigma del desarrollo sostenible en la actividad turística

En la crisis económica de los setenta empieza a considerarse que el crecimiento económico no puede ser ilimitado, incorporándose a dicho concepto una variable ambiental y una variable social, materializándose todo esto en el concepto de desarrollo sostenible, que ha de ser tenido en cuenta a la hora de establecer cualquier estrategia de crecimiento y desarrollo económico en toda política sectorial, incluida la política turística (Flores y Barroso, 2008).

Existen, pues, razones económicas, sociales y ambientales que llevan a la necesidad de aplicar el concepto desarrollo sostenible a la actividad turística. Como señala Prats (2009: 328-329), el turismo ha de adaptarse a los cambios y comprometerse con la sostenibilidad. A continuación, se exponen ocho razones por las que se entiende que es fundamental la consideración de la sostenibilidad como elemento clave del desarrollo turístico.

La sostenibilidad como clave para la competitividad turística

UNWTO y UNEP (2005) subrayan la importancia de la sostenibilidad para la competitividad del turismo. En la literatura sobre competitividad del turismo, los principales modelos han destacado que la competitividad del destino turístico puede incrementarse mediante una gestión basada en la calidad medioambiental y en el desarrollo de un turismo sostenible. En los últimos años, ha aparecido una interesante literatura científica a este respecto (Crouch, 2011; Crouch y Ritchie, 1999; Dwyer y Kim, 2003; Hassan, 2000; Hong, 2009; Hu y Wall, 2005; Huybers y Bennett, 2003; Mihalić, 2000; Ritchie y Crouch, 2000, 2003; entre otros).

Parece evidente que “la sostenibilidad se ha convertido en uno de los principales valores del cambio de paradigma en el actual modelo de desarrollo turístico y, por supuesto, en un factor clave para la competitividad de cualquier destino” (Rodríguez y Pulido, 2011: 128). Sin embargo, también hay quienes (Butler, 2000; Pollard y Rodríguez, 1993) han cuestionado el papel del medioambiente como el principal factor de competitividad, señalando que es muy difícil separar los efectos del turismo de otros procesos de cambio en el área (Butler, 2000). O quienes, aún reconociendo que la sostenibilidad conlleva costes, admiten que, a largo plazo, contribuye a la mejora de la competitividad global del destino (Hu y Wall, 2005; Huybers y Bennett, 2003). Farsari et al. (2007), por su parte, argumentan que el medioambiente debe ser considerado como un componente central del desarrollo sostenible y como un factor clave para la calidad de vida de la población local, y no simplemente como un recurso turístico.

Con anterioridad, incluso, a la aparición de la mayoría de los modelos de análisis de la competitividad turística, Hassan (2000: 240) indicó que los destinos que consiguen unas tasas de crecimiento más elevadas son aquellos que establecen estrategias orientadas a la sostenibilidad medioambiental del turismo. Si bien, reconocía este mismo autor que, aunque el entorno y los recursos naturales son elementos imprescindibles de la sostenibilidad, ésta va más allá de la función natural.

También Mihali (2000) sostiene que la competitividad del destino se puede aumentar con esfuerzos en la minimización del impacto ambiental y con la gestión de la calidad medioambiental, así como con determinadas actividades de marketing medioambiental.

El llamado modelo de Calgary, sistematizado por Crouch y Ritchie (1999), y reconocido por otros autores como la obra más importante en el análisis de la competitividad del turismo (Hong, 2009), identifica cinco componentes de la competitividad de los destinos turísticos. En este modelo, la dimensión ambiental de la sostenibilidad está recogida en la preservación de los recursos y atractivos principales, pero también supone un pilar importante de las actividades desarrolladas a corto y medio plazo en el ámbito de la gestión del destino, y las previstas en la planificación de las políticas y estrategias del destino a largo plazo.

El otro modelo considerado de los más completos para el análisis de la competitividad turística es el denominado modelo integrado, propuesto por Dwyer y Kim (2003). Éste diferencia entre la base de la competitividad (los recursos heredados, los recursos creados y los recursos de soporte), que, según estos autores, son los principales determinantes del éxito del destino turístico y la base real de la competitividad turística, y las condiciones locales del destino (las condiciones situacionales, la gestión del destino y la demanda). Es la interrelación de todos estos factores la que condiciona la competitividad de los destinos turísticos.

La sostenibilidad como clave para la consolidación del turismo como estrategia de desarrollo endógeno

El turismo no es un fin en sí mismo, sino que es importante en tanto que se convierta en un instrumento de desarrollo y, consecuentemente, contribuya a la mejora de la calidad de vida de la población del territorio en el que se implanta.

La literatura económica ha puesto de manifiesto la importancia del turismo como estrategia de desarrollo económico, dada su contribución al equilibrio del déficit comercial de la balanza de pagos, su capacidad para crear empleo o para incrementar los ingresos fiscales (Pulido et al., 2008). El turismo está muy relacionado con el desarrollo, ya que es una actividad económica generadora de oportunidades, creadora de negocios y facilitadora de empleo. Y promueve el desarrollo y crecimiento económico de una zona determinada. Por tanto, la aplicación de la sostenibilidad al turismo es debida a la influencia que éste tiene en la economía, política, sociedad y medio ambiente de la zona en que se desarrolla (Flores y Barroso, 2008). En este sentido, Brinckmann et al. (2010: 67) señalan que “el turismo (local, solidario, comunitario) puede ser una alternativa viable para promover el desarrollo, siempre que fuera realizado desde las demandas de la comunidad y dándole como retorno los beneficios que esta actividad genera”.

En la actualidad, el concepto de “*turismo verde*” o sostenible tiene una gran importancia. Conscientes de ello, los empresarios turísticos están introduciendo cada vez más cambios en la gestión de sus empresas con el objeto de que éstas sean más ecológicas y, a la larga, más eficientes (por ejemplo, la introducción en los hoteles de los dispositivos de ahorro de agua y de luz). Aunque, en un principio, ello conlleva realizar una alta inversión para realizar los cambios técnicos y tecnológicos necesarios, ésta es recuperable a la postre y su rentabilidad es inmediata (Pérez, 2004).

Además, el turismo verde supone la creación de puestos de trabajo y la mejora de la calidad de vida de la población local. La participación de la comunidad local en el desarrollo turístico contribuye al desarrollo de la economía local y a la reducción de la pobreza. Por tanto, es preciso fomentar el turismo sostenible respetuoso con el entorno natural y la población local como un medio de mantener la industria turística de la zona en cuestión.

Asimismo, el turismo está íntimamente vinculado con el medio ambiente, un activo escaso y limitado, que, a su vez, se ve influenciado por la actividad turística que se desarrolla. Y que está cada vez más afectada por los cambios energético y climático y el compromiso internacional respecto a la reducción del impacto ambiental y climático, la energía, la calidad del agua y la atmósfera, los espacios naturales protegidos, etc. (Pulido y López, 2011). El turismo verde conllevará importantes beneficios ambientales incluyendo la reducción del consumo de agua, el uso de energía y la emisión de CO₂. Invertir en “*turismo verde*” puede reducir el coste en energía, agua y residuos, aumentando el valor de la biodiversidad, los ecosistemas y el patrimonio cultural (PNUMA, 2011).

El documento realizado por WWF (2012) recoge las actuaciones que algunas grandes empresas realizan para transformar sus modelos de negocio con el objetivo de lograr la sostenibilidad. Son numerosas las empresas que colaboran con el desarrollo económico sostenible mediante la colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad con el objetivo de mejorar la calidad de vida. En la misma línea, un informe publicado por UNEP y UNWTO (2012) recoge multitud de casos en los que el turismo ha contribuido a la reducción de la pobreza y a la mejora del desarrollo social y local.

La sostenibilidad como clave para la reducción de costes en la industria turística

Como reconoce la UNEP (2011), hay una tendencia creciente en la industria turística a invertir en medidas orientadas a avanzar en la dimensión ambiental de la sostenibilidad. Se asume que esta dimensión ofrece una amplia gama de oportunidades, especialmente en lo que respecta a la reducción de costes en relación con la gestión de agua, energía y residuos, y al aumento del valor de la biodiversidad, los ecosistemas y el patrimonio cultural.

En este informe se ha realizado un ejercicio de simulación para conocer cómo afectaría a algunas variables una inversión en la “transformación ecológica (*greening*)” del turismo. Bajo este escenario, que implica destinar un promedio del 0,2% del PIB mundial a la “transformación ecológica (*greening*)” del turismo entre 2011 y 2050, el informe concluye que el turismo tendría una mayor aportación al crecimiento del PIB y generaría importantes beneficios ambientales: reducción del consumo de agua (en un 18%), del uso de energía (en un 44%) y de las emisiones de CO₂ (de un 52%). Además, reforzará la capacidad del sector para generar empleo, al producirse un mayor suministro local de bienes y servicios, lo que, a su vez, favorecerá el crecimiento de la economía.

El informe publicado por UNEP y UNWTO (2012) recoge muchos casos en los que demuestra que la sostenibilidad contribuye a una reducción de costes en la industria turística. Por ejemplo, presenta un estudio realizado por Rainforest Alliance para una muestra de catorce empresas en América Latina, en el que demuestra, con datos reales, cómo las inversiones en sostenibilidad permiten reducir los costes en el recibo de la luz, los residuos sólidos, el consumo de agua, etc. Este estudio se realizó utilizando los indicadores del *Global Sustainable Tourism Council*⁶, organización independiente que tiene como objetivo establecer y gestionar unos estándares globales que sirvan como normas de referencia mundial para la sostenibilidad en los viajes y el turismo.

La sostenibilidad como clave para dar respuesta a la masificación de los flujos turísticos

Uno de los problemas más acuciantes a los que se enfrentan los destinos turísticos, especialmente aquellos que cuentan con recursos de reconocido atractivo mundial, es la congestión derivada de la llegada de un número ingente de visitantes (UNWTO, 2004). Éstos llegan en busca de una experiencia única e inolvidable, que se puede truncada como consecuencia de la incapacidad de los gestores del destino (o del sitio turístico en cuestión) de controlar y gestionar los altos niveles de actividad consecuencia de la llegada masiva de flujos turísticos.

Pero la congestión no sólo puede afectar negativamente a la experiencia turística, sino que, como señala la UNWTO (2004), también tiene importantes repercusiones para el sector turístico (la congestión causa deficiencias operativas, genera competencia poco constructiva por los escasos recursos, conlleva un aumento de los costes comerciales y, en definitiva, una disminución de los beneficios), para las autoridades responsables de los destinos de acogida (la congestión provoca trastornos en la comunidad local y una excesiva presión sobre las infraestructuras, lo que empeora la calidad de la acogida dada a los visitantes, pero también la calidad de vida de los residentes, y acaba por menoscabar el apoyo político local prestado al turismo) y para los administradores de los recursos o sitios culturales (la congestión puede afectar negativamente a la conservación a largo plazo de estos lugares, alterando la estructura material y el significado de estos lugares).

Por otra parte, el impacto de la congestión sobre la experiencia turística depende de la percepción de los visitantes y de cómo ésta afecta a sus expectativas. De hecho, en muchas ocasiones, depende del tipo de actividad a realizar, o del tipo de lugar a visitar, incluso del origen étnico y sociocultural de los visitantes. Por ejemplo, si se visita un lugar de oración, lo lógico es querer contemplarlo en silencio, pero si se asiste a un festival local, las expectativas estarán en sumarse al bullicio de la gente, pues eso contribuye al disfrute del evento.

La UNWTO (2004) ha planteado un conjunto de actuaciones para la mejora de la gestión de la actividad turística a fin de evitar este problema de la congestión, o, al menos, limitar sus impactos negativos. Estas actuaciones pueden clasificarse en tres grandes grupos: i) control de la congestión en los destinos turísticos; ii) control de la congestión en los sitios culturales; y iii) influencia en la demanda turística para reducir la congestión. La UNWTO (2004) analiza detalladamente, en esta guía práctica sobre gestión de la saturación, las medidas recomendadas para la puesta en marcha de cada una de estas actuaciones, así como algunos ejemplos muy ilustrativos.

En un trabajo publicado recientemente, Saarinem (2014) critica que la falta de consenso respecto a la interpretación de la sostenibilidad ha terminado afectando a algo tan importante como el establecimiento de límites al crecimiento de la actividad turística. El autor sugiere la necesidad de adoptar un planteamiento en el que el turismo sostenible debe de operar en un nexo global-local y en el que deben de quedar claros los límites del crecimiento de la actividad turística.

La sostenibilidad como clave para la gestión adaptativa de destinos turísticos

Una de las grandes carencias para avanzar hacia la sostenibilidad del turismo es que los destinos no se han planteado con la rigurosidad suficiente generar mecanismos adecuados de evaluación y control que garanticen un cumplimiento eficiente de los objetivos de sostenibilidad. Aún más, en relación con el anterior debate acerca de la sostenibilidad, parece que lo ideal sería diseñar un modelo de gestión turística adaptativa para estos destinos turísticos (Farrell y Twining-Ward, 2004). Mediante modelos de estas características, conociendo las interacciones que se producen entre todos los elementos del sistema, es posible generar mecanismos de gestión adaptables, interdisciplinarios y capaces de operar en un contexto de creciente complejidad, como es el caso de los destinos turísticos.

Pero, para ello, es fundamental, por un lado, conocer la evolución de los principales aspectos del destino turístico, detectando los cambios que se producen en el medio, determinando las causas de estos

cambios, valorando si los mismos se mantienen dentro de los límites de conservación y planteando un modelo de gestión necesario para modificar las tendencias no deseables; y, por otro, determinar en qué medida se alcanzan los objetivos de gestión propuestos (tanto en el plan de gestión turística como en el plan de seguimiento), permitiendo a los gestores conocer los efectos de las actuaciones acometidas y rectificar aquellas que no den los resultados esperados, o que estén repercutiendo negativamente en la conservación del territorio gestionado.

Hay que reconocer que un cambio de modelo requiere de fuertes inversiones en la generación de conocimiento que facilite los procesos de toma de decisiones. Por supuesto que no se trata de hacer informes, sino de que los agentes sociales “aprendan” a tomar decisiones, se trata de un proceso de aprendizaje colectivo. Por tanto, hay que construir territorios inteligentes, capaces de adaptarse a los cambios, asegurando que los stakeholders se adapten rápidamente a las nuevas circunstancias para mantener intactas sus posibilidades de conseguir los objetivos propuestos.

Esta constante adaptación requiere, por tanto, disponer de información rápida y veraz sobre estos agentes y sus interrelaciones, sobre las tendencias de evolución de los diferentes entornos y sobre el comportamiento de la demanda. Pero la información no es lo más importante, sino que lo realmente interesante es generar herramientas para que, quienes reciben dicha información, puedan responder a los cambios con rapidez, decisión y con el menor margen de error.

Una situación de sostenibilidad puede modificarse de inmediato y dejar de serlo, por eso hay que orientar el modelo hacia la generación de mecanismos de gestión adaptables, interdisciplinares y capaces de operar en un contexto de creciente complejidad, que aseguren una gestión flexible, adaptable, experimental y altamente interdisciplinar que de respuesta a los múltiples estados dinámicos en los que se pueda encontrar el sistema turístico (Pulido, 2005). Ello requiere, y este es el reto, generar información sobre un fenómeno, el de la sostenibilidad del turismo, que es latente (no directamente observable), multivariante, relativo y que se mide en unidades heterogéneas (Pulido y Sánchez, 2009).

Cabe destacar, en este sentido, iniciativas como la *International Network of Sustainable Tourism Observatories* (INSTO)⁷, creada por la UNWTO con el objetivo de aunar esfuerzos en la generación de información que facilite la toma de decisiones de los actores turísticos públicos y privados. En la actualidad, cuenta con ocho observatorios, siete instalados en China y uno en Grecia. Igualmente, es reseñable la iniciativa *The International Network on Regional Economics, Mobility and Tourism* (INRouTe)⁸, un proyecto impulsado por la UNWTO y dos entidades españolas (CICtourGUNE y Araldi, S.L.) para la reflexión y el intercambio de conocimiento sobre la medición y el análisis económico del turismo en el ámbito regional. Se trata de dos iniciativas loables, que, en cualquier caso, no dejan de ser la excepción que confirma la regla respecto a la falta de conocimiento de la que se tiene para gestionar el turismo desde una óptica de la sostenibilidad.

La sostenibilidad como clave para la reformulación de la imagen del destino

Como defienden Belz y Peattie (2012), el marketing sobre sostenibilidad (*sustainability marketing*) tiene como objetivo crear conciencia acerca de los productos pro-sostenibilidad y aumentar su compra, fomentando así el comportamiento del consumidor más sostenible. Wehrli et al. (2013) reconocen que la investigación sobre consumo pro-sostenibilidad o consumo verde es aún muy reciente (no más de dos décadas), pero aún lo es más en el ámbito del turismo.

Organismos como PNUMA (2011) u OECD (2013) defienden que la apuesta por la sostenibilidad crea una imagen positiva de cara a la opinión pública, que cada vez parece más sensibilizada ante los problemas ambientales. Según estos organismos, más de un tercio de los turistas se muestran a favor de un turismo ecológico y están dispuestos a pagar por las experiencias que les pueda aportar. Aunque, como se señaló con anterioridad en este mismo artículo, hay autores que defienden que esta actitud positiva es, en muchas ocasiones, más fingida que real.

En cualquier caso, no sólo es importante cambiar la fisonomía del destino, y aún más su modelo turístico, sino que hay que comunicar a la demanda, real y potencial, la nueva filosofía del mismo y la necesidad de que ésta venga acompañada también por un cambio de comportamiento de la demanda, que debe ser más responsable y debe estar completamente implicada con todo el proceso. Por tanto, las acciones de promoción no deben tener sólo una vocación comercial (de venta), sino también de sensibilización y educación de la demanda.

Hay que convertir la sostenibilidad en un valor diferencial por el que estén dispuestos a pagar nuestros clientes y que permita diferenciar la oferta turística del destino de la oferta de la competencia, y no en un coste de producción que lastre nuestra competitividad. La sostenibilidad no es sólo una cuestión de

conciencia social, ni siquiera de necesidad vital (que lo es, en ambos casos), sino que también hay que valorar su potencial para generar valor añadido (Pulido, 2011).

La sostenibilidad como clave para la consecución de un nuevo turista

Aunque es cierto que existe un debate abierto acerca de la existencia o no de una tendencia hacia el consumo responsable por parte de los turistas, algunos estudios consultados (Wehrli et al., 2011, Pulido et al., 2013) muestran que sí que es posible identificar segmentos con una predisposición al consumo turístico “pro-sostenible” y que, en consecuencia, como defienden Darnall et al. (2012), el consumo sostenible se convierte en una oportunidad de negocio.

El estudio de Wehrli et al. (2011) demuestra que, en general, los turistas están bien informados sobre los aspectos más importantes del turismo sostenible y concluye que, para el 22% de los encuestados, la sostenibilidad es uno de los tres factores principales a la hora de reservar sus vacaciones, lo que representa un interesante mercado potencial para los destinos turísticos.

Pero no solo será una oportunidad de negocio, sino que, en la medida en que los turistas vayan teniendo una creciente preocupación por la sostenibilidad, los destinos vacacionales serán elegidos teniendo en cuenta no sólo los aspectos ecológicos, socioculturales, patrimoniales, el entorno cultural, el paisaje urbano, sino también los procesos sobre el ciclo del agua, residuos, la energía y las emisiones atmosféricas.

La OECD (2013) defiende que el consumo está cambiando hacia opciones turísticas cada vez más influenciadas por la sostenibilidad. Eso supone la generación de un nuevo perfil de turista, más exigente con el destino en este tipo de cuestiones, pero también, como ya han demostrado algunos estudios (Ham et al., 2010; Teng et al., 2013), más rentable.

Probablemente, el problema esté en que esta tendencia hacia el consumo más responsable aún es muy lenta y, por tanto, la identificación de turistas pro-sostenibles todavía sea un reto difícil de asumir por los destinos turísticos. Aunque todo es cuestión de tiempo.

La sostenibilidad como clave para garantizar una cultura de convivencia en los destinos turísticos

Hasta ahora, el turismo se ha considerado exclusivamente como un negocio en el que todo eran aspectos positivos. La población residente debería estar agradecida a los turistas porque aseguran un continuo flujo de ingresos y facilitan la puesta en valor de recursos que no tienen usos alternativos. Y esto es lo que se había asumido hasta que empezaron a aparecer problemas de inflación, saturación de los servicios públicos, inseguridad, falta de respeto por la identidad cultural de la sociedad receptora, conflictos por el uso de los recursos turísticos, etc. Todo ello deja entrever potenciales escenarios de conflicto que plantean la conveniencia de articular medidas que garanticen la confluencia de intereses (Riera et al., 2009). Estas circunstancias son especialmente preocupantes en los destinos en los que se han producido intensos procesos urbanizadores orientados a la captación de “inmigrantes climáticos” (mal llamados “turistas residenciales”), con los que la población local y los propios turistas empiezan ya a plantear serios problemas de convivencia.

Es necesario atajar fenómenos relacionados con el turismo de excesos, que empiezan a dejar de ser algo meramente anecdótico, poniendo en peligro la imagen los destinos turísticos. Administración pública y sector privado deberían acordar un paquete de medidas orientado a cortar de raíz estas prácticas, que implican a los turoperadores, pero también a los empresarios hoteleros, algunas compañías aéreas y, por supuesto, a la administración local, excesivamente permisiva en algunos casos (Pulido, 2011).

5. Conclusiones

Del análisis realizado, cabe concluir que, en efecto, a pesar de los años transcurridos, de las investigaciones realizadas y del compromiso que, al menos sobre el papel, muestran los gobiernos y organismos nacionales e internacionales, los avances reales en materia de sostenibilidad del turismo son, hasta el momento, escasos y se reducen a casos concretos y realidades muy acotadas. Ello ha llevado a plantear, incluso, que se trata de una búsqueda utópica y que carece de sentido seguir teniendo como horizonte conseguir avances en materia de sostenibilidad. No obstante, pese a este planteamiento, sigue siendo

generalizado el compromiso por la generación de mecanismos que contribuyan al cambio necesario en el modelo turístico dominante.

La revisión de la literatura reciente ha permitido identificar en este artículo, al menos, ocho argumentos por lo que sigue estando vigente la consideración de la sostenibilidad en el desarrollo de la actividad turística. Desde su importancia como elemento sustancial para la competitividad de un destino turístico, hasta su papel en la articulación de medidas que garanticen la confluencia de intereses entre todos los actores implicados, la sostenibilidad se convierte en un factor clave para la gestión del turismo.

Pero, generar avances en materia de sostenibilidad exige transformar los actuales modelos de producción y consumo turístico. No basta con introducir cambios más o menos acertados en el modelo actual (como se ha hecho hasta ahora), sino que es necesario cambiar de modelo. Y ello requiere de un consenso y un grado de compromiso que, a día de hoy, parecen no existir ni por parte de los principales agentes que conforman la oferta, ni por la propia demanda, ni tampoco por la mayoría de los gobiernos, que siguen planteando su éxito turístico en clave de crecimiento de flujos de visitantes, en vez de en clave de mejora de la calidad de vida de la población local y de la experiencia de los turistas.

Urge, por tanto, desarrollar nuevos modelos, serios y creíbles, que tengan en cuenta el capital natural y social de los territorios y que den lugar a procesos de desarrollo turístico sostenibles, más allá del mero recurso retórico o eslogan propagandístico.

La concepción tradicional del turismo, basada en los principios de estabilidad, equilibrio y posibilidad de predicción, ha sido superada hace años. Hoy es sabido que el turismo no mantiene un comportamiento lineal, sino que responde a situaciones de estabilidad, inestabilidad e, incluso, caos, y que, para gestionar estas situaciones, hay que disponer, como se señalaba en este artículo, de modelos de gestión adaptable, basados en la aceptación de la incertidumbre como entorno de trabajo y en la acumulación progresiva, mediante un proceso de aprendizaje, de conocimiento para comprender los cambios y reaccionar, adaptándose y beneficiándose de la nueva situación.

Los objetivos de la sostenibilidad se relacionan, en general, con horizontes a largo plazo. De ahí, la necesidad de apostar por una gobernanza turística eficaz, que asegure la implicación de todos los actores turísticos de un territorio más allá de un momento temporal concreto y que ponga especial énfasis en el aprendizaje social, en el que los actores comparten sus conocimientos, ideas y aspiraciones, y co-construyen nuevas visiones y planes de acción sobre el futuro del turismo en el territorio desde una perspectiva de sostenibilidad.

El problema es que, por su propia naturaleza, los destinos turísticos, más que lugares de confluencia de intereses, suelen ser habituales escenarios de conflictos. Es muy difícil encontrar casos de destinos en los que todos los actores, desde un principio, hayan orientado sus intereses en el mismo sentido. Por ello, en este artículo se defiende la necesidad de que la administración pública asuma el liderazgo a la hora de generar el entorno adecuado para que todos los agentes implicados negocien, discutan y, finalmente, cooperen para la consecución de los objetivos establecidos.

Ello no significa que sea la administración la que deba de asumir todo el peso de la “gestión del cambio”. Ni mucho menos que la administración, como ha ocurrido en tantas ocasiones, se apropie de dicha gestión e intente instrumentalizar en beneficio propio o, lo que es aún más peligroso, de sus gobernantes.

Reconociendo que la sostenibilidad es un elemento clave para la gestión de cualquier destino turístico, parece evidente que, al menos por el momento (y, a pesar de que se empieza a disponer de estudios que muestran que la sostenibilidad es rentable, incluso, en el corto plazo), “no es la solución por la que opta de forma espontánea el mercado” (Riera et al., 2009: 390). De ahí la necesidad de que los gobernantes den un paso adelante, generando los incentivos necesarios para el desarrollo de nuevos modelos en los que primen pautas de producción y consumo turístico sostenibles, creando más valor, satisfacción o bienestar, pero con la utilización progresiva de menos cantidad de materia y energía.

Bibliografía

- Aall, C.
2014. “Sustainable tourism in practice: Promoting or perverting the quest for a sustainable development?”. *Sustainability*, 6: 2562-2583.
- Aronsson. L.
2000. *The development of sustainable tourism*. London: Continuum.
- Becker, E.
2013. *Overbooked. The exploding business of travel and tourism*. New York: Simon y Schuster.

- Belz, Frank-Martin , & Peattie, K.
2012. *Sustainability Marketing. A global perspective*. Chichester: Wiley & Sons.
- Bermejo, R.
2011. *Manual para una economía sostenible*. Madrid: Los Libros de La Catarata.
- Black, R. y Crabtree, A. (eds.)
2007. *Quality assurance and certification in ecotourism*. Wallingford, UK: CABI.
- Bramwell, B.
2004. "Mass tourism, diversification and sustainability in Southern Europe's coastal regions" En Bramwell, B. (ed.): *Coastal mass tourism: diversification and sustainable development in Southern Europe* (pp. 1-31). Clevedon: Channel View.
- Bramwell, B.
2015. "Theoretical activity in sustainable tourism research". *Annals of Tourism Research*, 54: 204-218.
- Bramwell, B. y Lane, B.
1993. "Sustainable tourism: An evolving global approach". *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5.
- Brinckmann W., Brinckmann M. y Mueller D.
2010. "Desarrollo, complejidad y turismo sostenible. El uso del territorio frente a los retos del Siglo XXI", *Papeles de Geografía*, 51-52: 65-73.
- Buckley, R.
2012. "Sustainable tourism: Research and reality". *Annals of Tourism Research*, 39: 528-546.
- Buckley, R.
2013. "Social-benefit certification as a game". *Tourism Management*, 37: 203-209.
- Butler. R.W.
2000. "Tourism and the environment: a geographical perspective". *Tourism Geographies*, 2(3): 337-358.
- Carrigan, M., y Attalla, A.
2001. "The myth of the ethical consumer - do ethics matter in purchase behaviour?". *Journal of Consumer Marketing*, 18: 560-577.
- Cerina, F.; Markandya, A. y McAleer, M. (ed.)
2011. *Economics of Sustainable Tourism*. Oxon: Routledge.
- Crouch. G.I.
2011. "Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes". *Journal of Travel Research*, 50(1): 27-45.
- Crouch. G.I. y Ritchie. J.R.B.
1999. "Tourism. competitiveness and societal prosperity". *Journal of Business Research*, 44: 137-152.
- Darnall, N., Ponting, C. y Vazquez-Brust, D.A.
2012. "Why consumers buy green". En Vazquez-Brust, D.A. y J. Sarkis (eds.): *Green growth: Managing the transition to a sustainable economy* (pp. 287-308). Netherlands: Springer.
- Dwyer. L. y Kim. C.
2003. "Destination Competitiveness: Determinants and indicators". *Current Issues in Tourism*, 6(5): 369-414.
- Edgell, D.L.; Allen, M.D.; Smith, G. y Swanson, J.
2008. *Tourism Policy and Planing. Yesterday, Today and Tomorrow*. Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Ehrlich, P. E.
2009. "Cultural evolution and the human predicament". *Trends Ecol. Evol.* 24: 409-412.
- Elkington, J.
2002. *Cannibals with Forks*. Oxford: Capstone Publ.
- Farrell, B.H. y Twining-Ward, L.
2004. "Reconceptualizing tourism". *Annals of Tourism Research* 31(2): 274-295.
- Farsari, Y.; Butler. R. y Prastacos. P.
2007. "Sustainable tourism policy for Mediterranean destinations: issues and interrelationships". *International Journal of Tourism Policy*, 1(1): 58-78.
- Flores, D. y Barroso, M.
2008. "Turismo y Desarrollo Sostenible. El Caso de Punta Umbría". *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 2: 4-23.
- Getz, D.
1986. "Models in tourism planning: Towards integration of theory and practice". *Tourism Management*, 7: 21-32.

- Goldin, I.
2010. *Tourism and the G-20: T.20 Strategic Paper*. Document prepared for the 2nd T.20 Ministers Meeting, mimeo.
- Gössling, S., Hall, C.M. y Weaver, D. (eds.)
2009. *Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations*. New York: Routledge.
- Hall, C.M.
2010. "Changing paradigms and global change: From sustainable to steady-state tourism". *Tourism Recreation Research*, 35, 131-143.
- Hall, C.M.
2000. *Tourism planning. Policies, processes and relationships*. Essex: Prentice Hall.
- Han, H., Hsu, L.-T. y Sheu, C.
2010. "Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities". *Tourism Management*, 31(3): 325-334.
- Hanemann, M., Labandeira, X. y Loureiro, M.
2011. "Preferencias sociales sobre políticas de cambio climático: Evidencia para España". *WP*, 3.
- Hassan. S.S.
2000. "Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry". *Journal of Travel Research*, 38: 239-245.
- Hickman, L.
2007. *The final call. In search of the true cost of our holidays*. London: Eden Project Books.
- Hong, W.
2009. "Global competitiveness measurement for the tourism sector". *Current Issues in Tourism*, 12(2): 105-132.
- Hu, W. y Wall, G.
2005. "Environmental management. Environmental image and the competitive tourist attraction". *Journal of Sustainable Tourism*, 13(6): 617-635.
- Huybers, T. y Bennett, J.
2003. "Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations". *Environmental and Resource Economics*, 24: 213-233.
- Juvan, E. y Dolnicar, S.
2015. "The attitude-behaviour gap in sustainable tourism". *Annals of Tourism Research*, 48: 76-95.
- Leslie, D. (ed.)
2009. *Tourism Enterprises and Sustainable Development*. New York: Routledge.
- Leslie, D.
2012. "Introduction". En Leslie, D. (ed.): *Responsible Tourism: Concepts, Theory and Practice* (pp. 1-16). Wallingford, UK: CABI.
- Lim, C. y Cooper, C.
2009 "Beyond Sustainability: Optimising Island Tourism Development". *International Journal of Tourism Research*, 11(1): 89-103.
- Line, T., Chatterjee, K. y Lyons, G.
2010. "The travel behaviour intentions of young people in the context of climate change". *Journal of Transport Geography*, 18, 238-246.
- Liu, Z.
2003. "Sustainable tourism development: A critique". *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
- López Palomeque, F.
2007. "Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos". *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. VIII: 51-68.
- López, Y. y Pulido, J. I.
2011. "Sostenibilidad de los destinos turísticos". En López D. y Del Valle, E. (eds.): *La actividad turística española en 2010 (Edición 2011)* (pp. 231-244). Gijón: Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. y Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT).
- López, Y. y Pulido, J. I.
2013a. "Sostenibilidad de los destinos turísticos". En Solsona, J. y Pardellas, X. (eds.): *La actividad turística española en 2012 (Edición 2013)* (pp. 161-170). Gijón: Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. y Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT).

- López, Y. y Pulido, J. I.
2013b. "El turismo en una economía verde". En Pulido, J. I. y Cárdenas, P. J. (coord.): *Estructura económica de los mercados turísticos* (pp. 271-293). Madrid: Editorial Síntesis.
- Lu, J. y Nepal, K.
2009. "Sustainable tourism research: an analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 17(1): 5-16.
- Martínez-Alier, J., Pascual, U., Vivien, F.-D. y Zaccai, E.
2010. "Sustainable de-growth: mapping the context, criticisms and future prospects of an emergent paradigm". *Ecological Economics*, 69: 1741-1747.
- McCool, S., Butler, R., Buckley, R., Weaver, D. y Wheeler, B.
2013. "Is Concept of Sustainability Utopian: Ideally Perfect but Impracticable?". *Tourism Recreation Research*, 38(2): 213-242.
- McDonald, S., Oates, C. y Thyne, M.
2009. "Comparing sustainable consumption patterns across product sectors". *International Journal of Consumer Studies*, 33: 137-145.
- Mihalič, T.
2000. "Environmental management of a tourist destination. A factor of tourism competitiveness". *Tourism Management*, 21(1): 65-78.
- Miller, G., Rathouse, K., Scarles, C., Holmes, K. y Tribe, J.
2010. "Public understanding of sustainable tourism". *Annals of Tourism Research*, 37(3): 627-645.
- Miller, G. y Twining-Ward, L.
2005. *Monitoring for a sustainable tourism transition: the challenge of developing and using indicators*. Wallingford: CABI Publishing.
- Monge, C.
2013. "La economía verde en Río+20: ¿adjetivo o sustantivo?". En Uría, A. (coord.): *De la economía verde a las sociedades verdes* (pp. 41-56). Madrid: Los libros de La Catarata.
- Moreno, S.
2007. "El debate sobre el desarrollo sustentable o sostenible y las experiencias internacionales de desarrollo urbano sustentable". *Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública*, 29: 1-26.
- Moscardo, G.
2011. "Exploring social representations of tourism planning: Issues for governance". *Journal of Sustainable Tourism*, 19: 423-436.
- Novo, M.
2006. *El desarrollo sostenible. Su dimensión ambiental y educativa*. Madrid: Pearson Educación, S.A.
Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD
2013. *Green Innovation in Tourism Services*. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1787/5k4bxkt1cjd2-en> (último acceso 21 mayo 2014).
- Pearce, D.W. y Atkinson, G.
1993. "Capital Theory and the Measurement of the Sustainable Development: An Indicator of Weak Sustainability". *Ecological Economics*, 8: 103-108.
- Pearce, D.W., Markandya, A. y Barbier, E.
1989. *Blueprint for Green Economy*. London: Earthscan Publications Limited.
- Peeters, P.
2012. "A clear path towards sustainable mass tourism? Rejoinder to the paper 'Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence' by David B. Weaver". *Tourism Management*, 33(5): 1038-1041.
- Pérez, M.
2004. *Manual del turismo sostenible. Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente Responsable*. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa.
- Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente - PNUMA
2010. *Green Economy Developing Countries: Success Stories*. Disponible en: http://www.unep.org/pdf/GreenEconomy_SuccessStories.pdf (último acceso 29 septiembre 2013).
- Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente - PNUMA
2011. *Hacia una economía verde. Guía para el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza. Síntesis para los encargados de la formulación de políticas*. Disponible en: www.unep.org/greeneconomy (último acceso 29 septiembre 2013).

- Pollard, J. y Rodríguez, R.
1993. "Tourism and Torremolinos: recession or reaction to environment?". *Tourism Management*, 14(4): 247-258.
- Prats, F.
2009. "Turismo, sostenibilidad y cambio climático, Hacia un nuevo paradigma turístico". En Sánchez, L. y Troitiño, M.A. (eds.): *Agua, territorio y paisaje: de los instrumentos programados a la planificación aplicada. V Congreso Internacional de ordenación del territorio* (pp. 328-329). Málaga: Asociación Interprofesional de Ordenación del Territorio FUNDICOT.
- Pulido, J.I.
2005. *Criterios para una política turística sostenible en los parques naturales de Andalucía*. Sevilla: Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- Pulido, J.I.
2011. "La sostenibilidad del modelo turístico español en un escenario de cambio global". *Papeles de Economía Española*, 128: 38-52.
- Pulido, J.I. y López, Y.
2010. "Sostenibilidad de los destinos turísticos". En López, D. y Del Valle, E. (ed.): *La actividad turística española en 2009 (Edición 2010)* (pp. 257-274). Gijón: Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. y Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT).
- Pulido, J. I. y López, Y.
2011. "Sostenibilidad de los destinos turísticos". En López, D. y Del Valle, E. (ed.): *La actividad turística española en 2010 (Edición 2011)* (pp. 231-244). Gijón: Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. y Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT).
- Pulido, J. I. y López, Y.
2014. "Factores determinantes de la disposición a pagar por un destino más sostenible. El caso de la Costa del Sol occidental". *Cuadernos de Turismo*, 33: 195-227.
- Pulido, J.I. y Sánchez, M.
2009. "Measuring Tourism Sustainability. Proposal of a Composite Index". *Tourism Economics*, 15(2): 277-296.
- Pulido, J. I., Flores, D. y Vargas-Machuca, M. J.
2008. "Gestión activa de la deuda externa y desarrollo turístico. Los swaps deuda-turismo sostenible". *Revista de Economía Mundial*, 20: 197-227.
- Pulido, J.I., López, Y. y Sánchez, M.
2013. *¿Existe el turista sostenible? Un análisis de la disposición a pagar del turista por un destino sostenible*. Universitat de les Illes Balears, Palma de Mallorca.
- Pulido-Fernández, J. I., Andrades-Caldito, L. y Sánchez-Rivero, M.
2015. "Is sustainable tourism an obstacle to the economic performance of the tourism industry? Evidence from an international empirical study". *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1): 47-64.
- Quental, N.; Lourenço, J.M. y Da Silva, F.N.
2011. "Sustainable Development Policy: Goals, Targets and Political Cycles". *Sustainable Development*, 19(1): 15-29.
- Redclift, M.
2005. "Sustainable Development (1987-2005): An Oxymoron Comes of Age". *Sustainable Development*, 13: 121-227.
- Riera, A. (dir.) et al.
2009. *Libro Blanco del turismo de las Islas Baleares. Hacia una nueva cultura turística*. Mallorca: Conselleria de Turismo-Govern de les Illes Balears, Universitat de les Illes Balears, "SA NOSTRA" Caixa de Balears y Cambra de Comerç de Mallorca.
- Ritchie, J.R.B. y Crouch, G.I.
2000. "The Competitive Destination. A Sustainable perspective". *Tourism Management*, 21: 1-7.
- Ritchie, J.R.B. y Crouch, G.I.
2003. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, UK: CABI.
- Robèrt, K. H., Schmidt-Bleek, B., Aloisi de Larderel, J., Basile, G., Jansen, J.L., Kuehr, R., y Wackernagel, M.
2002. "Strategic sustainable development—selection, design and synergies of applied tools". *Journal of Cleaner Production*, 10(3): 197-214.

- Rodríguez, G.
2007. "Anexo I. Principales hitos institucionales –NNUU, UE y España- sobre sostenibilidad y turismo". *Estudios Turísticos*, 172-173: 287-296.
- Rodríguez, I. M. y Pulido, J. I.
2010. "Factores condicionantes de la sostenibilidad como una dimensión estratégica del desarrollo turístico mexicano". *Cuadernos de Turismo*, 25: 125-146.
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B.D. y McLennan, C.L.J.
2015. "Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis". *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4): 517-535.
- Rull, V.
2010. "El mito del desarrollo sostenible". *Collectanea Botanica*, 29: 103-109.
- Saarinen, J.
2006. "Traditions of sustainability in tourism studies". *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121–1140.
- Saarinen, J.
2014. "Critical Sustainability: Setting the Limits to Growth and Responsibility in Tourism". *Sustainability*, 6: 1-17.
- Scott, D.
2011. "Why sustainable tourism must address climate change". *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1): 17-34
- Sharp, A.
2013. "Sustainable marketing in principle and practice". En Wells, G. (ed.): *Sustainable Business. Theory and Practice of Business under Sustainability Principles* (pp. 108-119). Cheltenham: Edward Edgar Publishing Limited.
- Sharpley, R.
2009. *Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?* London: Earthscan.
- Stabler, M.
1997. *Tourism and sustainability: Principles and Practice*. Oxon: CABI.
- Stone, S.
2013. "Los beneficios de la transición hacia una economía verde". En Uría, A. (coord.): *De la economía verde a las sociedades verdes* (pp. 9-24). Madrid: Los libros de La Catarata.
- Sustainable Development Solutions Network - SDSN
2013. *Una agenda de acción para el desarrollo sostenible*. Disponible en: <http://unsdsn.org/files/2013/06/130628-Una-Agenda-de-Acci%C3%B3n-para-el-Desarrollo-Sostenible-A4.pdf>. (último acceso 4 octubre 2013).
- Teng, Y.M., Wu, K.S. y Liu, H.H.
2013. "Integrating Altruism and the Theory of Planned Behavior to Predict Patronage Intention of a Green Hotel". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37(1): 1-18.
- United Nations Environment Programme - UNEP
2011. *Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication*. Disponible en: www.unep.org/greeneconomy (último acceso 15 septiembre 2011).
- United Nations Environment Programme - UNEP y United Nations World Tourism Organization - UNWTO
2012. *Tourism in the Green Economy – Background Report*. Madrid: World Tourism Organization. Disponible en: http://www.unep.org/greeneconomy/Portals/88/documents/ger/ger_final_dec_2011/Tourism%20in%20the%20green_economy%20unwto_unep.pdf (último acceso 15 mayo 2015).
- United Nations World Tourism Organization - UNWTO y United Nations Environment Programme - UNEP
2005. *Making Tourism More Sustainable: a Guide for Policy Makers*. Madrid: UNWTO y UNEP.
- United Nations World Tourism Organization - UNWTO
2013. *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Madrid: UNWTO.
- United Nations World Tourism Organization - UNWTO
2004. *Tourism Congestion Management at Natural and Cultural Sites – A Guidebook*. Madrid: UNWTO.
- Weaver, D.
2009. "Reflections on sustainable tourism and paradigm change". En S. Gössling, M. Hall, y D. Weaver (eds.): *Sustainable tourism futures. Perspectives on systems, restructuring and innovations* (pp. 33.40). New York: Routledge.
- Weaver, D.
2011. "Can sustainable tourism survive climate change?". *Journal of Sustainable Tourism*, 19(1): 5-16.

Weaver, D.

2012a. "Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence". *Tourism Management*, 33: 1030-1037.

Weaver, D.

2012b. "Clearing the path to sustainable mass tourism: A response to Peeters". *Tourism Management*, 33(5): 1042-1043

Wehrli, R., Demarmels, S., Priskin, J., Schaffner, D., Schwarz, J., Truniger, F. y Stettler, J.

2013. *Effective Communication of Sustainable Tourism Products to Influence Purchase Intentions*. ITW Working Paper Series. Lucerne University of Applied Sciences and Arts. ITW Working Paper Tourism 001/2013.

Wehrli, R., Egli, H., Lutzenberger, D., Pfister, J., Schwarz, J. and Steettler, J.

2011. *Is there demand for sustainable tourism?*, ITW Working Paper Series. Lucerne University of Applied Sciences and Arts. ITW Working Paper Tourism 001/2011.

Welford, R., Ytterhus, B. y Eligh, J.

1999. "Tourism and sustainable development: an analysis of policy and guidelines for managing provision and consumption". *Sustainable Development*, 7(4): 165-177.

Wheeler, B.

1993. "Sustaining the ego". *Journal of Sustainable Tourism*, 1: 121-129.

World Wildlife Fund (WWF)

2012. *Green game-changers. Insights for mainstreaming business innovation*. World Wildlife Fund (UK) - Verdantix.

Yates, L.

2008. "Sustainable consumption: The consumer perspective". *Consumer Policy Review*, 18(4): 96-99.

Notas

- ¹ Se creó en 2012 para "movilizar el conocimiento global científico y tecnológico en los retos de desarrollo sostenible, incluidos el diseño y la implementación de la agenda global para el desarrollo sostenible post-2005" (Sustainable Development Solutions Network, 2013: 7). Esta red contrata ingenieros, científicos, empresarios, líderes de la sociedad civil y actores de desarrollo para promover iniciativas de soluciones que pongan de manifiesto el potencial de la innovación técnica y empresarial para apoyar el desarrollo sostenible.
- ² Para profundizar en el conocimiento de ambas corrientes, pero, sobre todo, para conocer los aspectos más relevantes de la construcción de una economía sostenible, es interesante leer el manual de Bermejo (2011).
- ³ Este hace referencia a las políticas, prácticas y programas que tienen en cuenta tanto las expectativas de los turistas en cuanto a la gestión de los recursos naturales de forma responsable, como las necesidades de las comunidades que se ven afectadas por los proyectos de turismo ejecutados (PNUMA, 2011).
- ⁴ Para más información sobre el Global Sustainable Tourism Council, puede visitarse su página web en el siguiente link: <https://www.gstcouncil.org>
- ⁵ Para más información sobre INSTO, puede visitarse el siguiente link: <http://sdt.unwto.org/es/node/42152>
- ⁶ Para más información sobre INRouTe, puede visitarse el siguiente link: <http://www.inroutenetwork.org/home.html>

Recibido: 21/09/2015

Reenviado: 22/10/2015

Aceptado: 28/10/2015

Sometido a evaluación por pares anónimos