

# EL TURISMO EN EL MARCO DE UNA ESTRATEGIA DE PLANIFICACIÓN SOSTENIBLE GENERAL EN CATALUÑA

**Francesc Romagosa, Gerda K. Priestley y Joan Carles Llurdés**

Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera y Departament de Geografia. Universitat Autònoma de Barcelona

## RESUMEN

El artículo evalúa el papel adjudicado al sector turístico en el marco de la Estrategia para el Desarrollo Sostenible de Cataluña. La primera fase comprendió: análisis del turismo en Cataluña; diagnóstico de impactos y retos; propuestas de acción. La segunda fase consistió en integrar las propuestas sectoriales en la estrategia general, que comportó omisiones significativas. El documento final constituye un programa comprensivo para incrementar la sostenibilidad en general, pero requiere ser complementado con planes sectoriales.

**Palabras clave:** desarrollo sostenible, turismo, Cataluña, planificación estratégica, diversificación turística.

## ABSTRACT

The article evaluates the role of the tourism sector in the Strategy for Sustainable Development in Catalonia. The first phase was comprised of: an analysis of tourism in Catalonia; a diagnosis of impacts and challenges; proposals for measures. The second phase consisted of integrating the sector proposals in a wide-ranging strategy, a process that led to significant omissions. The final document constitutes a comprehensive programme for increasing overall sustainability, that should be complemented with individual sector plans.

**Key words:** sustainable development, tourism, Catalonia, strategic planning, tourism diversification.

---

Fecha de recepción: abril 2010.

Fecha de aceptación: octubre 2011.

## I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, prácticamente no se concibe la planificación de ningún ámbito o sector sin incluir el concepto del desarrollo sostenible para enriquecer el enfoque y el procedimiento. De hecho, se reconoce que la sostenibilidad constituye un componente fundamental en todo proceso de planificación. El ámbito del turismo ha ido incorporando este enfoque a lo largo de las dos últimas décadas (Dutton y Hall, 1989; Inskip, 1991; Eber, 1992; OMT, 1993; Bramwell *et al.*, 1996; Berke y Manta-Conroy, 2000; Berke, 2002; Gunn y Var, 2002; OMT, 2004; Pardellas y Padín, 2004; Ruhanen, 2004; Weaver, 2006; Hall, 2007; Tourism Sustainability Group, 2007; Ruhanen, 2008; Soteriou y Coccossis, 2010). Algunos autores, sin embargo, consideran que el turismo no suele verse como un elemento clave o prioritario en los procesos generales de planificación, a pesar de su importancia económica en muchas regiones (Dredge y Moore, 1992; Connell *et al.*, 2009). Este artículo pretende, entre otros objetivos, examinar hasta qué punto esta última opinión queda reflejada en un reciente proceso de planificación para la sostenibilidad que tuvo lugar en Cataluña.

Como es bien sabido, Cataluña es una potencia turística tanto a nivel español como en el contexto internacional y el turismo constituye un sector estratégico en la economía catalana actual y previsiblemente en el futuro. En este sentido, es de una importancia clave enfocar su futuro desarrollo turístico en un marco de política general a nivel territorial, así como también sectorial, hacia la sostenibilidad, un hecho reconocido entre la sociedad y los diferentes agentes políticos y económicos. No es de extrañar, entonces, que en 2006 la Generalitat de Cataluña publicara un Plan Estratégico del Turismo en Cataluña 2005-2010, en el que la sostenibilidad es uno de los ejes básicos (Generalitat de Catalunya, 2006), ni tampoco que encargara en 2007 un estudio sobre experiencias europeas de turismo sostenible aplicables a Cataluña (Sabaté, 2007).

Más recientemente, en concreto entre 2008 y 2010, se realizó una *Estrategia para el Desarrollo Sostenible de Cataluña* (EDSCAT), dirigida y coordinada por el Departamento de Medio Ambiente del gobierno catalán (Generalitat de Catalunya, 2010), con el objetivo de guiar el desarrollo de la región hasta el año 2026. En este caso, la estrategia es multisectorial y, comprensiblemente, incluye el sector turístico. Se realizó en dos fases, la primera de análisis, diagnóstico y propuestas, formuladas por «expertos» de cada sector independientemente. En el caso del turismo, los objetivos a lograr con esta diagnosis fueron, esencialmente: a) establecer un perfil de la sostenibilidad del turismo catalán a partir de un retrato de la situación actual y b) elaborar una propuesta de instrumentos de intervención necesarios a medio y largo plazo. En la segunda fase, se tuvieron que consensuar y priorizar las acciones a realizar entre todos los sectores, para definir una estrategia común que, además, fuera aplicable en términos prácticos. En este artículo, los responsables del redactado de la parte referente al turismo analizan el proceso de diagnosis para el sector turístico, explican y justifican las propuestas formuladas y evalúan la idoneidad para el sector turístico de las acciones que, finalmente, fueron introducidas mediante consenso en el documento definitivo.

## II. PRIMERA FASE: 1. ANÁLISIS

El primer paso del trabajo consistió en realizar una diagnosis de los problemas mediante el análisis de las características del turismo en Cataluña para, a continuación, formular unas propuestas de medidas y acciones —ya sean de tipo legislativo, fiscal y financiero, de planificación o de gestión— que pudiesen conducir hacia una mayor sostenibilidad del turismo (Llurdés *et al.*, 2009a; 2009b).

### 2.1. El marco conceptual del turismo sostenible

Cabe introducir primero una nota aclaratoria sobre la definición adoptada del concepto de sostenibilidad aplicado al turismo. Como es bien sabido, la definición original del desarrollo sostenible data del «Informe Brundtland» sobre «Nuestro futuro común» de 1987 (WCED, 1987). En los años sucesivos surgieron muchas definiciones de «turismo sostenible» (véase, por ejemplo, Eber, 1992: 3; OMT, 1993: 7; Payne, 1993: 154-5; Woodley, 1993: 94; Countryside Commission, 1995: 2; Bramwell *et al.*, 1996: 10-11), de modo que muy pronto se convirtió en una ideología, una frase con gancho político, un concepto, una filosofía, un proceso o un producto, según el contexto (Wall, 1996). Coccossis (1996) sugirió que se podía interpretar el turismo en el contexto del desarrollo sostenible de cuatro maneras: desde la perspectiva sectorial, abarcando principalmente la sostenibilidad económica; desde la perspectiva de la sostenibilidad ecológica del turismo; desde el punto de vista de la viabilidad competitiva de los destinos a largo plazo; y finalmente desde la perspectiva que concibe el turismo como parte de una estrategia de desarrollo en el conjunto del medio físico y humano. La estrategia que en este caso se diseña, pertenece a esta última categoría. Ahora bien, en esta primera etapa, las responsabilidades de los autores correspondían más bien a las tres primeras, mientras que en la segunda etapa se trataba de encajar las propuestas en una estrategia más global, o sea, la cuarta acepción de Coccossis.

De todas formas, existe un problema conceptual con el «turismo sostenible». Una definición como la primera ofrecida por la Organización Mundial del Turismo como «una forma de turismo que sea viable en un destino indefinidamente» (OMT, 1993), es decir, que se basa en el concepto de la equidad inter-generacional (que cubre necesidades actuales y futuras), implica que el turismo en, por ejemplo, las Cataratas del Niágara es una forma sostenible del turismo. No obstante, esto no tiene en cuenta que los recursos naturales y culturales podrían, quizás, ser utilizados de otra manera tanto o más rentable y menos dañosa que la que realiza el turismo (Butler, 1993: 29). De hecho, la OMT reformuló su definición una década más tarde (OMT, 2004) para atribuir mayor importancia a la consecución de un mayor equilibrio entre los parámetros medioambientales, económicos y sociales, incluyendo objetivos de reducción de la pobreza. Efectivamente, la definición más habitual implica no sólo la viabilidad del turismo a largo plazo, sino también que no degrade o altere el medio (físico y humano) de los destinos de modo que imposibilite el desarrollo con éxito de otras actividades y procesos (Butler, 1999: 12). La diferencia básica entre las dos definiciones es que la primera se refiere sólo al turismo mientras que la segunda tiene en cuenta aspectos adicionales, es decir, se preocupa por el desarrollo del turismo según los principios del desarrollo sostenible.

Así surgieron los conceptos de turismo «alternativo» o «verde», asumiendo que el turismo de masas era, por lo tanto, automáticamente insostenible y ajeno al desarrollo sostenible. Estos supuestos tienen dos defectos importantes: primero, el turismo a pequeña escala siempre tiene un cierto grado de impacto y, segundo, no se ha comprobado que el turismo de masas sea, por naturaleza, siempre insostenible. En la opinión de Butler (1999: 13) es quizás más importante resolver el problema de cómo hacer sostenible el turismo de masas —una tarea que ya había planteado Prat (1996) en referencia a la Costa Brava— que velar por la introducción continua de turismo de bajo impacto y pequeña escala, un proceso que, mal planteado, puede ser tanto o más dañino que un único gran complejo turístico. Es, quizás, por este motivo que la propia OMT en publicaciones más recientes en vez de hablar de la necesidad de avanzar hacia un «turismo sostenible», habla de avanzar hacia un «turismo más sostenible» (OMT, 2006; 2007), entendiendo que todas las formas de turismo, con distintos grados de desarrollo, pueden realizar actuaciones (entre ellas, las de planificación) dirigidas a la mejora de los distintos aspectos relacionados con la sostenibilidad.

Por su parte, Farrell y Hart (1998) indicaron los tres principales elementos que, en su opinión, debían incorporarse a la definición del término:

- La perspectiva de los «límites críticos» que imponen los ecosistemas para su preservación;
- La perspectiva de los «objetivos competidores» que obliga a buscar un equilibrio entre los objetivos económicos, sociales y ambientales; y,
- La perspectiva de la «equidad inter e intrageneracional», o sea, salvaguardando el medio para las generaciones futuras, pero a la vez distribuyendo los costes y beneficios equitativamente entre la población actual.

Es en el contexto de estas reflexiones que se plantea el primer paso del análisis.

## 2.2. Características del turismo en Cataluña

En el contexto español, Cataluña es, sin duda, una potencia turística puesto que es la comunidad autónoma con mayor oferta turística, número de llegadas turísticas e ingresos por turismo. Esta comunidad autónoma dispone hoy día de una oferta de alojamiento de unos 3 millones de plazas (531.000 de las cuales son regladas y el resto son plazas residenciales no regladas). Con respecto a la demanda, de los más de 57 millones de turistas extranjeros que llegaron a España en 2008, 14,3 millones (el 25%) recalaron en Cataluña, convirtiéndose así en el primer destino, muy por delante de otras regiones turísticas importantes. De éstos, una parte muy importante (el 28,4%) son de procedencia francesa, hecho explicado por la proximidad con el país vecino. A continuación figuran los turistas británicos (15%), alemanes (9,5%), italianos (8,9%) y holandeses (5,2%). Esta distribución de nacionalidades es sensiblemente diferente al conjunto de España, donde los mercados dominantes son el británico y alemán (Instituto de Estudios Turísticos, 2009a). En términos de gasto turístico internacional, en cambio, Cataluña logra una cuota del 19,5% del total nacional, notablemente inferior a la cuota de llegada de turistas, debido al predominio de los turistas franceses, que realizan un gasto menor al acceder mayoritariamente por carretera y hacer una estancia más corta.

En cuanto al turismo interno español, Cataluña es el segundo destino preferido por los españoles, después de Andalucía. En 2008 Cataluña contabilizó 22,4 millones de viajes

turísticos internos (el 14,5% del total de viajes turísticos internos), aunque una parte muy importante de esta cifra corresponde a desplazamientos hacia las segundas residencias, especialmente de residentes de la propia región (Instituto de Estudios Turísticos, 2009b). En cualquier caso, sumando las cifras del turismo internacional y el interno en un solo año se contabilizan 36,7 millones de viajes turísticos receptores, además de los excursionistas, que no están recogidos en las estadísticas. Por lo tanto, y sin ningún lugar a duda, se puede afirmar que Cataluña es un destino turístico de nivel mundial donde cada vez se vive más del y para el turismo (Jiménez y Prats, 2006; Priestley y Llurdés, 2007; Garay y Cànoves, 2009).

Según López (2009), las principales características actuales del turismo en Cataluña son:

- Presenta un carácter estructural.
- Actividad marcadamente estacional concentrada en verano.
- Mapa turístico asimétrico, con fuerte concentración de actividades y oferta en el litoral.
- Flujo turístico diversificado.
- Clara hegemonía del turismo de sol y playa.
- Participación activa de los agentes privados y públicos.
- Ha sido y es un factor vertebrador del territorio.
- Modelo turístico dinámico con diversos signos de cambio en los últimos años.
- Zonas geoturísticas consolidadas e institucionalizadas como unidades operativas por la Administración pública turística (marcas turísticas).
- Cataluña, como región turística, ha alcanzado un estadio evolucionado y muy maduro.

Cataluña dispone de una oferta turística muy amplia y variada, pudiéndose practicar un gran número de modalidades, desde las más clásicas a otras mucho más innovadoras y, puesto que Cataluña cuenta con una gran variedad de paisajes, está en disposición de ofrecer diferentes tipos de recursos y productos turísticos, algunos de ellos todavía muy potentes, líderes y con una arraigada tradición (caso del sol y playa) y otros más recientes y, a la vez, en un momento de franca expansión.

A lo largo de las dos últimas décadas se ha registrado un incremento tanto de la variedad de la oferta y de productos como también la implicación progresiva de cada vez más territorios, de modo que algunos territorios que hasta no hace demasiado tiempo no se planteaban vivir totalmente o en parte del turismo, ahora tienen una muy buena oportunidad de hacerlo y de poner en el «escaparate turístico» sus propios recursos (bajo la forma de patrimonio paisajístico, cultural, monumental, histórico, gastronómico, folclórico, etc.), una tendencia turística contemporánea que apunta claramente a una ampliación de las motivaciones y preferencias a la hora de viajar, ya apuntada por eminentes sociólogos del turismo, como Urry (2002).

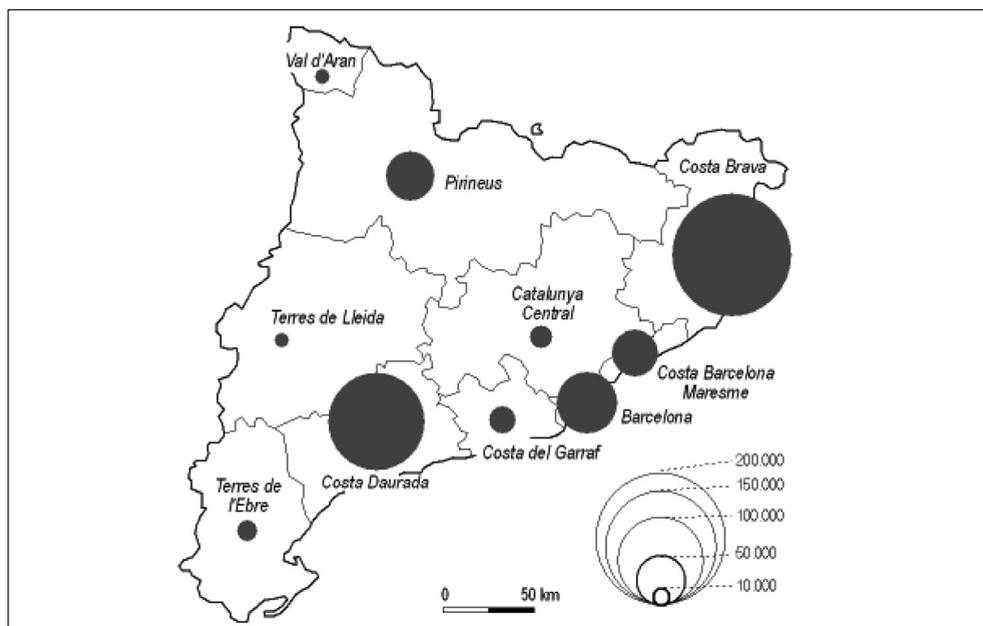
Por otro lado, este proceso no responde sólo al componente de la demanda por unas nuevas formas de turismo, sino también a amplias y variadas intervenciones en la oferta. En este sentido, numerosos territorios de interior y/o de montaña han visto la necesidad de abrirse al turismo, dado que sus actividades más tradicionales son cada vez menos viables. El turismo ha demostrado tener la capacidad de actuar como un elemento de mantenimiento de determinadas formas de vida tradicionales y contribuir, en definitiva, a la sostenibilidad económica y social de numerosos espacios rurales.

Esto ha tenido su reflejo territorial. Se ha pasado de un modelo en el que sólo la franja de litoral y la montaña pirenaica eran las principales zonas turísticas a otro en el que, como si de una mancha de aceite se tratase, el turismo se ha ido difundiendo lentamente por muchas más comarcas que en décadas precedentes. Aún así y tal como se explicará a continuación, actualmente siguen existiendo grandes asimetrías territoriales en cuanto a la concentración de la oferta y la demanda en el territorio.

### 2.3. El reflejo territorial del turismo en Cataluña

Cataluña ha consolidado un equipamiento de alojamiento lo suficientemente voluminoso y de calidad para que las necesidades de la demanda estén cubiertas. Sin embargo, la obligación de continuar siendo competitivo en un mercado cada vez más feroz hace que el sector tenga que idear y aplicar estrategias para no perder demanda, ya sea mediante la renovación constante de instalaciones obsoletas, elaboración de paquetes integrados, ofertas desestacionalizadoras, etc. Hay que recordar que, a pesar de la diversificación geográfica y el desarrollo de productos, una gran parte del turismo que Cataluña recibe es de sol y playa y por lo tanto, todavía muy estacional, lo que da pie a tener que afrontar el reto de la desestacionalización.

Figura 1  
OFERTA TOTAL DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO REGLADO POR MARCAS TURÍSTICAS DE CATALUÑA (2009)

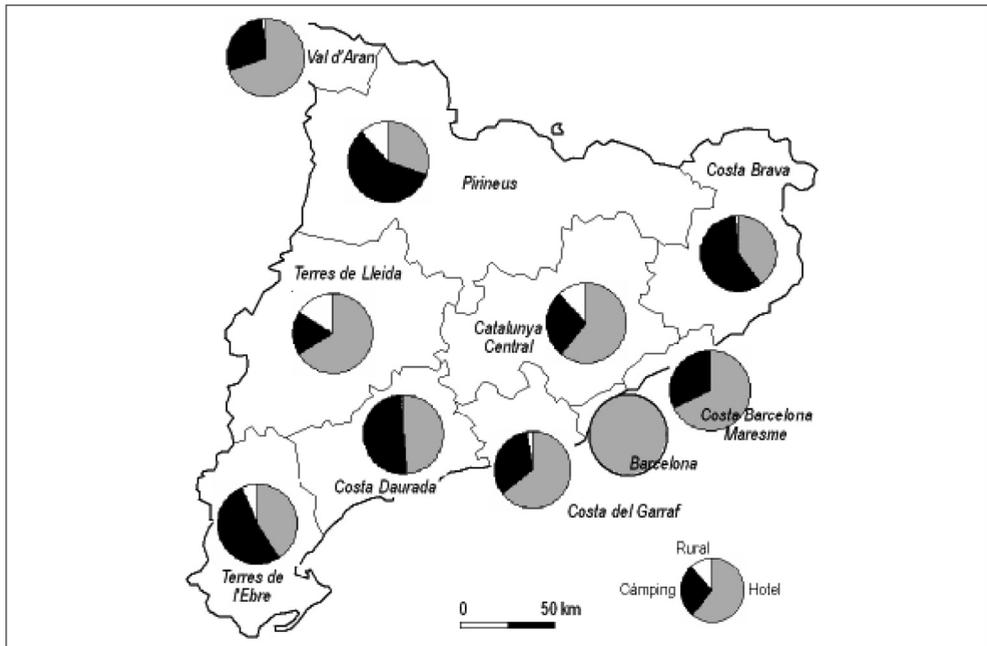


Fuente: Elaboración propia a partir de Observatori de Turisme de Catalunya (2010a).

Desde el punto de vista territorial, si se consideran las diez marcas turísticas en que se ha dividido el territorio catalán por la administración autonómica, la oferta total de alojamiento

reglado presenta una elevada concentración en las marcas turísticas litorales, especialmente en la Costa Brava y en la Costa Daurada (Figura 1). Si se analizan las diferentes tipologías de alojamiento, la oferta hotelera presenta una gran concentración en las marcas litorales (Figura 2 y Tabla 1), dónde varios núcleos llegan a superar las 5.000 plazas, como por ejemplo Lloret de Mar, Salou, Calella, Santa Susanna, Vila-seca, Tossa de Mar, Malgrat de Mar o Cambrils (Observatori de Turisme de Catalunya, 2010a). Con respecto a la modalidad de alojamiento de camping, esta concentración territorial en el litoral se vuelve a repetir, y todavía de una manera más intensa, puesto que la Costa Brava concentra casi la mitad de las plazas, mientras que Pirineos y Val d’Aran constituyen una segunda zona de especialización en este tipo de alojamiento. En comparación con las modalidades hotelera y de camping, el turismo rural está repartido más equitativamente por el territorio, y se constata un predominio de la oferta en las comarcas de interior y de montaña. Además, es el tipo de alojamiento en el que se prevé una mayor expansión desde sus actuales 2.000 establecimientos y 15.000 plazas, sobre todo en ciertas comarcas de interior con potencial turístico, como aquellas situadas en la Catalunya Central o las Terres de l’Ebre.

Figura 2  
OFERTA DE ALOJAMIENTO REGLADO POR TIPOLOGÍA Y MARCA TURÍSTICA DE CATALUÑA (2009)



Fuente: Elaboración propia a partir de Observatori de Turisme de Catalunya (2010a).

Tabla 1  
OFERTA DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO REGLADO EN CATALUÑA (2009)

Marca turística	Hotelero		Camping		Rural		Total	
	Plazas	%	Plazas	%	Plazas	%	Plazas	%
Costa Brava	74.570	26,4	109.680	46,8	2.984	19,6	187.234	35,2
Costa Daurada	55.206	19,6	56.111	23,9	1.362	9,0	112.679	21,2
Barcelona	61.210	21,7	0	0	0	0	61.210	11,5
Pirineus	15.309	5,4	29.422	12,6	5.871	38,6	50.602	9,5
Costa de Barcelona - Maresme	33.234	11,8	15.559	6,6	125	0,8	48.918	9,2
Costa del Garraf	15.301	5,4	8.123	3,5	530	3,5	23.954	4,5
Catalunya Central	11.785	4,2	5.295	2,3	2.310	15,2	19.390	3,6
Terres de l'Ebre	4.906	1,7	6.279	2,7	810	5,3	11.995	2,3
Val d'Aran	6.136	2,2	2.559	1,1	147	1,0	8.842	1,7
Terres de Lleida	4.700	1,6	1.291	0,5	1.055	6,9	7.046	1,3
<b>Total</b>	<b>282.357</b>	<b>100</b>	<b>234.319</b>	<b>100</b>	<b>15.194</b>	<b>100</b>	<b>531.870</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de Observatori de Turisme de Catalunya (2010a).

Finalmente, las segundas residencias que, si bien forman parte de la oferta no reglada, constituyen un tipo de vivienda muy vinculada al sector turístico con un patrón de distribución similar al de los hoteles y campings (López, 2009). Su impacto es muy significativo, especialmente si se tiene en consideración el volumen, la baja densidad edificada, la dispersión territorial y la preferencia por lugares de especial belleza natural y paisajística. Es un modelo de ocupación territorial altamente consumidor de recursos (territorio, agua, energía, etc.) a la vez que poco sostenible desde el punto de vista social y económico, si se le compara con el modelo turístico hotelero, de camping y rural (que generan más puestos de trabajo, unos mayores niveles de ocupación turística y una mayor rentabilidad social, entre otros beneficios).

La distribución territorial de la demanda tiene, lógicamente, muchos paralelismos con la distribución de la oferta. Tomando como referencia las pernoctaciones turísticas, se constata la concentración de las pernoctaciones de los turistas extranjeros en las marcas litorales (Observatori de Turisme de Catalunya, 2010b). Sin embargo, en los últimos años la ciudad de Barcelona ha ido ganando peso turístico hasta convertirse en la segunda marca en cuanto a pernoctaciones de turistas extranjeros (y también de las totales), después de la Costa Brava (Tabla 2). Por su parte, el turismo interno presenta comportamientos muy diferentes. Los turistas españoles no catalanes tienden a concentrarse en la Costa Daurada en primer lugar, seguido de la Costa Brava. Barcelona también es un destino predilecto de los turistas españoles. En cambio, es importante destacar que las pernoctaciones de turistas catalanes ayudan a romper ligeramente el desequilibrio tan flagrante entre litoral e interior (es significativa, por ejemplo, la cifra de pernoctaciones de este colectivo en Pirineos y Val d'Aran). En cualquier

Tabla 2

PERNOCTACIONES TURÍSTICAS EN CATALUÑA POR MARCAS TURÍSTICAS Y PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS (2009)

Marca turística	Turistas extranjeros		Turistas españoles		Turistas catalanes <sup>1</sup>	
	Pernoctaciones (millones)	%	Pernoctaciones (millones)	%	Pernoctaciones (millones)	%
Costa Brava	38,6	37,4	4,3	13,0	6,2	27,1
Costa Daurada + Terres Ebre	14,8	14,4	12,2	37,0	4,7	20,6
Pirineos + Val d'Aran	2,0	1,9	0,7	2,1	4,7	20,6
Cataluña Central	1,5	1,5	2,1	6,5	1,8	8,0
Costa del Garraf	4,6	4,5	1,1	3,3	1,5	6,7
Costa de B. - Maresme	11,3	10,9	1,1	3,3	1,3	5,9
Terres de Lleida	0,5	0,5	0,5	1,6	1,3	5,9
Barcelona	29,9	29,0	10,8	32,6	1,2	5,2
Total	103,2	100	33,1	100 <sup>2</sup>	22,8	100

Fuente: Elaboración propia a partir del Observatori de Turisme de Catalunya (2010b).

Tabla 3

GRADO DE OCUPACIÓN (%) DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS REGLADOS EN CATALUÑA (2009)

Mes	Establecimientos hoteleros	Campings	Establecimientos de turismo rural
Enero	36,0	34,0	12,7
Febrero	46,2	40,1	
Marzo	46,0	34,4	
Abril	53,2	29,1	21,5
Mayo	54,3	30,8	
Junio	58,0	35,2	
Julio	68,5	51,4	41,5
Agosto	74,7	60,4	
Septiembre	62,3	33,8	
Octubre	54,6	36,6	19,5
Noviembre	45,5	36,5	
Diciembre	38,2	33,2	

Fuente: Observatori de Turisme de Catalunya (2010b).

1 Las pernoctaciones de turistas catalanes no incluyen las estancias en segundas residencias.

2 El sumatorio de esta columna en realidad no es 100 debido a que la desagregación territorial por marcas turísticas no coincide exactamente con las áreas territoriales con las que se han hecho los cálculos (Observatori de Turisme de Catalunya, 2010b).

caso, pese al innegable proceso de difusión del turismo de las dos últimas décadas, todavía existe una elevada concentración territorial, tanto de la oferta como de la demanda turística.

Además de la ocupación territorial, otro aspecto muy relacionado con la sostenibilidad es el de la ocupación temporal, parámetro indicativo de la estacionalidad, con la consiguiente concentración de los impactos sociales y ambientales así como los desequilibrios económicos en los destinos. En el caso de Cataluña, se constata la marcada estacionalidad de la demanda (Tabla 3). Además, los niveles máximos distan mucho de la plena ocupación, hecho que indica que mientras hay zonas que realmente rozan el 100% de ocupación durante el verano (municipios litorales), muchas otras se mantienen con unos niveles muy bajos de ocupación, confirmandose de nuevo la asimetría territorial ya mencionada.

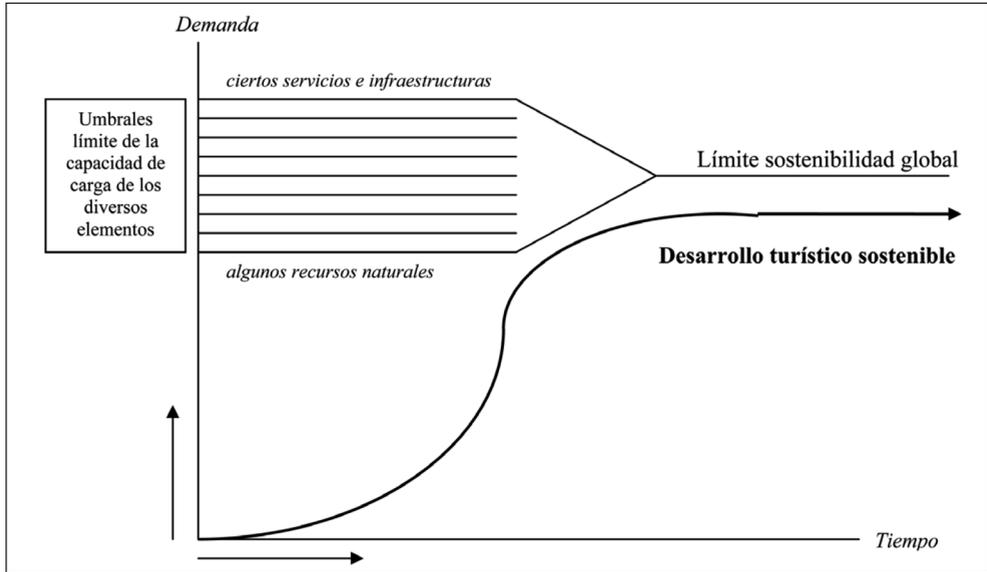
### III. PRIMERA FASE: 2. DIAGNOSIS

Tal como se ha señalado antes, se parte del supuesto de que el turismo de masas no es por definición insostenible, aunque esté ampliamente reconocido que en Cataluña se han cometido muchos errores y excesos en su implantación. Precisamente, la clave del turismo sostenible radica en el establecimiento de límites (Butler, 1999: 15-17). La mayor parte del desarrollo turístico en Cataluña tuvo lugar entre los años 1960 y 1990, etapa durante la cual no se tuvieron en cuenta los principios del desarrollo sostenible. Por lo tanto, los retos que actualmente afronta el sector turístico en Cataluña se pueden dividir en dos grupos: por un lado, la corrección de defectos existentes en los destinos consolidados, gestados desde hace ya varias décadas, y por otro, la previsión para evitar prácticas insostenibles en destinos y productos turísticos actualmente en desarrollo. Parte de la solución para Cataluña, por lo tanto, será rebajar los impactos ya causados y definir los límites para el futuro.

Con relación a los destinos maduros, el conocido modelo de ciclo de vida de Butler (1980) prevé el crecimiento hasta la superación del umbral de la capacidad de carga, momento a partir del cual el destino puede seguir tres caminos: el declive, la relativa estabilidad mediante determinados ajustes, o el rejuvenecimiento —aunque no necesariamente con la aplicación de criterios de sostenibilidad— gracias a nuevas iniciativas que estimularían la demanda (Butler, 1980; Priestley y Mundet, 1998; Priestley, 2007). No es objetivo de este artículo analizar este modelo pero sí se considera importante indicar que con el objetivo de conseguir la relativa sostenibilidad de los destinos maduros —por ejemplo, Lloret de Mar, Calella o Salou—, es necesaria la aplicación de un modelo alternativo. Dicho modelo tendría que tener muy en cuenta los umbrales de capacidad de carga de los diversos elementos que conforman el destino, y buscar un término medio entre unos umbrales necesariamente bajos de muchos recursos naturales y la viabilidad operativa de ciertas infraestructuras y servicios que generan trabajo (y bienestar) a la población, para que todo junto favorezca la consecución de una sostenibilidad global (Figura 3).

Por lo tanto, es a partir de estas consideraciones que se planteó esta diagnosis, teniendo en cuenta la dificultad que comporta la reconversión o el cambio de modelo en destinos maduros, fuertemente centrados en el turismo. A pesar de todo, ya hace tiempo que muchos municipios están intentando llevar a cabo dicha reconversión mediante la aplicación de un conjunto de estrategias que van en la línea de diversificar la oferta de productos turísticos y su adecuación a los requerimientos de una nueva demanda (Donaire y Mundet, 2002; Santos

Figura 3  
 MODELO ALTERNATIVO AL MODELO DE CICLO DE VIDA DE BUTLER



Fuente: Priestley (2007).

y Fernández, 2010; Vera y Baños, 2010). Entre estas estrategias destaca la apuesta por la sostenibilidad y por una mayor calidad de los productos y destinos, aunque cabe precisar que en algunas ocasiones persisten estrategias de tipo continuista del modelo turístico tradicional (por ejemplo, procesos de urbanización turístico-residencial) que van precisamente en contra de la sostenibilidad del destino (Santos y Fernández, 2010).

Por otro lado, en los últimos años han ido apareciendo unos nuevos elementos exógenos que hacen aun más compleja la situación actual y futura del turismo: una crisis económica global y la aceleración del cambio climático. En cuanto a la primera, el turismo ha demostrado siempre ser un sector que resiste a este tipo de situaciones pero el constante crecimiento de la competencia internacional, por un lado, y de las exigencias de un mercado cada vez más conocedor de los productos y la calidad (ambiental y de servicios) por otro, hace que sea indispensable trabajar para que los destinos cumplan los criterios básicos de sostenibilidad, si quieren tener unas mínimas garantías de viabilidad futura. Respecto al cambio climático, es un tema que genera más dudas que certezas, por dos razones: su control se escapa del ámbito estrictamente local y las consecuencias pueden transformar negativamente los recursos turísticos sobre los que se ha basado el actual modelo. Así, las principales amenazas son: el aumento del nivel del mar, que obviamente afectaría a las infraestructuras asociadas al turismo de litoral; el aumento de temperaturas que puede afectar el calendario de actividades; la viabilidad del turismo de deportes de nieve; y, a un nivel más general, los consumos y costes de agua y energía, y el acondicionamiento de edificios. Además, cabe la posibilidad de que la demanda turística disminuya con consecuencias negativas en la economía y, en todo caso, que se produzca un cierto desplazamiento de la demanda hacia la primavera y

Tabla 4  
PRINCIPALES VARIABLES A CONSIDERAR PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS PRINCIPALES TIPOS DE TURISMO EN CATALUÑA

Producto	Recursos existentes	Ubicación en el territorio	Impacto en el territorio	Tendencia futura deseable	Techo de crecimiento
<b>Litoral</b>	Sol y playa, algunos deportes náuticos, puertos deportivos, parques acuáticos.	Litoral hiperdesarrollado. Zonas con un menor desarrollo por ser espacios protegidos.	Severo y extendido en la franja costera (1ª, 2ª, 3ª ... líneas de mar). Elevada estacionalidad.	Diversificación del producto, calidad por encima de la cantidad. Mantener el techo actual si no es posible la reducción. Aumento de la desestacionalización.	Alcanzado. No debería de crecer más.
<b>Urbano</b>	Patrimonio cultural, eventos importantes, negocios, <i>shopping</i> , <i>city-break</i> .	Barcelona ciudad y otras capitales provinciales (Girona y Tarragona). Se benefician del litoral.	Alto. Localizado en ciudades concretas y en determinados barrios de éstas.	Aumento de la desestacionalización. Reducción del turismo <i>low-cost</i> . Mayor integración de recursos urbanos con el territorio cercano.	En algunos casos, margen de crecimiento limitado o alcanzado (Barcelona). En otros, margen aun notable.
<b>Nieve</b>	Esquí y deportes invernales.	Prineo (Val d'Aran, Pallars Sobirà, Alta Ribagorça, Alt Urgell, Cerdanya, Ripollès y Solsonès).	Severo. Sólo localizado en determinadas zonas de las comarcas pirenaicas. Elevada estacionalidad.	Diversificación del producto. Menos peso del esquí y apuesta por otras actividades lúdico-deportivas fuera de la temporada invernal.	Alcanzado. Irá a menos por motivos climáticos.
<b>De naturaleza</b>	Espacios naturales protegidos (diferentes figuras de protección).	Extendido por todo el territorio (zonas de montaña, litorales y de interior).	Moderado-bajo. Extendido por todo el territorio.	Mayor integración en el territorio. Más difusión entre la población de los espacios menos conocidos. Gestión de espacios protegidos como productos turísticos.	Crecimiento moderado en determinados casos. En otros, techo alcanzado.
<b>Rural</b>	Establecimientos rurales. Pueblos de interior. Patrimonio histórico y cultural.	Mayor concentración en las comarcas del norte de Cataluña, sobre todo en el Prineo.	Bajo. Localizado en determinadas comarcas.	Apuesta clara por el producto. Mayor integración con otros turismo presentes en el territorio (naturaleza, aventura y cultural).	En algunas comarcas, margen de crecimiento notable. En otras, margen más limitado. Peligro de exceso de competencia.

Producto	Recursos existentes	Ubicación en el territorio	Impacto en el territorio	Tendencia futura deseable	Techo de crecimiento
<b>Cultural</b>	Múltiples tipologías de recursos (ámbito urbano y rural). ¡Todo es cultura!	Extendido por todo el territorio. Localización de ciertos recursos «mediáticos» (Gaudí, Dalí, Cister, Románico, etc.).	Bajo. Extendido por todo el territorio.	Apuesta clara por el producto. Evitar la superación de capacidades de carga en momentos puntuales del año. Integración de los recursos con rutas más coherentes.	En algunos casos, margen de crecimiento notable. En otros, margen más limitado.
<b>Aventura y activo</b>	Actividades de aventura y/o deportivas ligadas a la presencia de ciertos recursos naturales. Puntos de contacto con el turismo de naturaleza.	Presencia puntual en el territorio. Destacan comarcas del interior y Pirineo.	Bajo. Localizado en determinadas comarcas.	Apuesta clara por el producto. Algunas actividades son vistas aun como complementarias. Más cantidad y cantidad. Diversificación e innovación. Regulación de las actividades más impactantes sobre el medio. Coordinación de la comercialización de la oferta.	En algunas comarcas, margen de crecimiento notable. En otras, margen más limitado (vinculación a recursos naturales afectados por el cambio climático -p.ej. los hídricos).
<b>Golf</b>	Campos de golf.	Presencia destacada en el territorio. En el litoral, montaña y algunas comarcas del interior.	Moderado-bajo. Localizado en determinadas comarcas.	Apuesta clara por el producto en línea con la diversificación, desestacionalización y calidad del turismo. Hay que prestar atención a los nuevos proyectos. Evitar macroproyectos inmobiliarios re-lacionados con campos de golf. Implementar el Plan Director de Campos de Golf. Control estricto en los consumos y gestión del agua.	En algunas comarcas, margen de crecimiento notable. En otras, margen más moderado.

Fuente: Llordés *et al.* (2009a).

otoño (Esteban *et al.*, 2005; Saurí y Llurdés, 2010). Por lo tanto, se hace patente la necesidad —más que nunca— de una buena planificación que garantice la sostenibilidad del medio turístico y la sostenibilidad económica del sector, hecho que comportará un nuevo tipo de acciones sobre el territorio, los equipamientos y la configuración de sus productos turísticos.

En la Tabla 4 se indican de forma resumida las principales variables identificadas en la diagnosis como las más relevantes para una mayor comprensión del contexto turístico de Cataluña en relación a la sostenibilidad, según los principales tipos de turismo presentes. Comprende los tipos de turismo con mayor oferta y demanda actual o que muestran un crecimiento significativo en los últimos años. El principal objetivo de la diagnosis es concretar y enfatizar tanto el aspecto territorial (la ubicación y el impacto) como la tendencia futura deseable y el techo de crecimiento aconsejable para cada una de las tipologías turísticas identificadas. Tal como muestra la tabla, existen determinadas tipologías —las más masificadas— que ya habrían llegado al límite de su capacidad de carga —o lo habrían superado— y que deben limitar drásticamente su futuro crecimiento y, en algunos casos, retroceder. Por otra parte, existen otras tipologías que todavía cuentan con un cierto margen para el crecimiento y difusión territorial, como el turismo de naturaleza, rural o cultural (Basora *et al.*, 2009, Llurdés *et al.*, 2009a). Para el buen desarrollo de estas tipologías, se necesita la formulación de planes estratégicos específicos (por producto, pero abarcando todo el territorio catalán) y la revisión posterior de la normativa y políticas actuales. Así, con una buena planificación y gestión, pueden aportar beneficios económicos y sociales para la población sin generar unos impactos sobre el medio natural y cultural insostenibles.

Finalmente, se requiere una coordinación de todos los estamentos y agentes implicados para que la estrategia y las iniciativas se apliquen en todo el territorio de forma homogénea y no a nivel local y para que las empresas privadas, la población local y las autoridades políticas entiendan las ventajas competitivas de estas medidas. Asimismo hacen falta unas acciones a escala de todo el territorio, como son: la configuración de rutas, tanto de productos en todo el territorio como territoriales (multiproductos en una área específica); la señalización de carreteras, alojamientos, rutas y actividades de manera clara y uniforme; la mejora de la formación del personal que trabaja en el sector, en todos los niveles educativos; la configuración de unas estructuras de promoción y comercialización de Cataluña como un conjunto para todos los productos; y el seguimiento del resto de directrices referentes o relacionadas con la sostenibilidad.

#### IV. PRIMERA FASE: 3. PROPUESTAS

La formulación de propuestas para la Estrategia de Desarrollo Sostenible de Cataluña por parte del equipo encargado del ámbito del turismo se basó en la identificación previa de unos objetivos estratégicos, basándose en un análisis de impactos territoriales, medioambientales, socioeconómicos y de cambio climático sobre el sector turístico en Cataluña realizado expresamente para este proyecto a partir del análisis de una extensa documentación técnica y de documentos de referencia de carácter regional (Generalitat de Catalunya, 2006), nacional (Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, 2007) e internacional (Comisión Europea, 2003; Comisión Europea, 2007; Tourism Sustainability Group, 2007). Así, a partir de esta identificación de los objetivos estratégicos, se propusieron una serie de instrumentos de

intervención que, de hecho, son acciones de carácter político elevadas a la administración pública para que sean impulsadas en el marco de la Estrategia para el Desarrollo Sostenible de Cataluña (Llurdés *et al.*, 2009b).

#### 4.1. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos se agruparon en cuatro apartados, teniendo en cuenta los impactos y procesos que afectan el turismo en Cataluña actualmente. Se resumen a continuación los objetivos identificados.

Objetivos desde el punto de vista **territorial**:

- a) Conservar el paisaje y el patrimonio, en tanto que es el principal recurso turístico.
- b) Planificar las necesidades de plazas turísticas con el objetivo de frenar su crecimiento cuantitativo (sobre todo las de residencia secundaria) y la degradación de las zonas adyacentes (especialmente en las zonas costeras y áreas de montaña) e impulsar una oferta turística de mayor valor añadido.
- c) Redistribuir la frecuentación turística (reduciendo presión en las zonas saturadas e incentivando la visita a otras poco frecuentadas) y favorecer la desestacionalización.
- d) Mejorar la gestión en el uso público de espacios naturales protegidos de manera que ofrezcan oportunidades de practicar actividades de ocio, sin detrimento de los valores ambientales del entorno.

Objetivos desde el punto de vista **medioambiental**:

- a) Reducir el consumo medio de agua por turista en los destinos.
- b) Incrementar el porcentaje de energía renovable generada y consumida sobre el consumo energético total.
- c) Incrementar el porcentaje de residuos reciclados procedentes del sector turístico.
- d) Introducir mejoras medioambientales mediante la implantación de sistemas de certificación ambiental en los equipamientos de alojamiento turístico.

Objetivos desde el punto de vista **socioeconómico**:

- a) Incrementar el gasto medio por turista y día en destino.
- b) Incrementar la ocupación media de los establecimientos turísticos y reducción de la estacionalidad de la demanda.
- c) Mejorar mediante la formación la calidad de los puestos de trabajo para conseguir que sean permanentes.

Objetivos desde el punto de vista del **cambio climático**:

- a) Desarrollar modelos de respuesta al cambio climático en el litoral bajo diferentes escenarios y puesta en marcha de sistemas de seguimiento sistemático y control de datos y parámetros.
- b) Desarrollar medidas para mantener el turismo de nieve ante el reto del cambio climático.

## 4.2. Instrumentos de intervención

Los instrumentos de intervención que se propusieron pretenden facilitar la consecución de los objetivos estratégicos. Son, por lo tanto, de naturaleza diversa, abarcando acciones de gestión, de planificación y de legislación, e instrumentos de carácter fiscal y financiero (Tabla 5).

Tabla 5  
INSTRUMENTOS DE INTERVENCIÓN Y TIPOLOGÍA

Instrumento	Tipo
Implantar planes de desarrollo turístico sostenible en municipios turísticos	Planificación / Gestión
Implantar sistemas de certificación ambiental en todas las playas	Legislativo / Planificación
Implantar planes de viabilidad en las estaciones de esquí	Planificación / Gestión
Promover el uso de los alojamientos turísticos colectivos	Gestión
Promover e incentivar la creación y expansión de productos turísticos que favorezcan la diversificación y desestacionalización del sector turístico	Planificación / Gestión
Garantizar la implantación de planes de uso público en los espacios naturales protegidos	Gestión
Incentivar el ahorro de agua en los establecimientos turísticos	Fiscal y financiero
Incentivar el uso de energías renovables en los establecimientos turísticos	Fiscal y financiero
Incentivar la reducción de residuos y el incremento del reciclaje en los establecimientos turísticos	Gestión
Incentivar la obtención de sistemas de certificación ambiental en instalaciones de alojamiento turístico	Fiscal y financiero
Promover actividades turísticas que favorezcan la movilidad sostenible	Gestión
Promover el uso de productos locales en los establecimientos turísticos	Fiscal y financiero / Gestión
Promover e incentivar la creación y expansión de productos turísticos que sean menos vulnerables al cambio climático	Planificación / Gestión
Implementar acciones para favorecer la formación laboral en el sector turístico	Social
Incentivar la creación de puestos de trabajo permanentes en el sector turístico	Legislativo / Fiscal y financiero

Fuente: Elaboración propia a partir de Llurdés *et al.* (2009b).

Los instrumentos de intervención propuestos consisten en las actuaciones que a continuación se explican de manera más detallada:

- **Implantar planes de desarrollo turístico sostenible en los municipios turísticos:** Elaborar una normativa que obligue a los municipios declarados «turísticos» a la implementación de medidas con una clara incidencia en el logro de niveles más óptimos de sostenibilidad: uso racional de los recursos naturales (con especial énfasis en la protección del paisaje), integración del turismo en el planeamiento estratégico local y supralocal, apoyo a la participación de las comunidades locales en la gestión de la actividad turística, formación del personal implicado en prácticas turísticas sostenibles, promoción responsable de un turismo sostenible, etc.
- **Implantar sistemas de certificación ambiental en todas las playas:** Elaborar una normativa que obligue a los municipios litorales de carácter más turístico y de mayor frecuentación a implantar un sistema de gestión ambiental (ISO 14.000 o EMAS) en sus playas, con el objetivo de garantizar la ambientalización total de este recurso turístico tan esencial.
- **Implantar planes de viabilidad en las estaciones de esquí:** Por un lado, dar continuidad al actual Plan Director de Estaciones de Montaña de Cataluña, en vigencia desde 2006 y que tiene previsto su finalización en 2011. Por otro, promover iniciativas que contribuyan a desestacionalizar el uso de las estaciones con el desarrollo de actividades no dependientes de la nieve. Favorecer el asociacionismo empresarial y un control estricto de la planificación urbanística en materia de construcción con el fin de reducir la dependencia del sector inmobiliario.
- **Promover el uso de los alojamientos turísticos colectivos:** Redactar un plan estratégico entre la administración turística y las empresas que quieran adherirse para incentivar el uso de los establecimientos turísticos reglados (hoteles, campings, apartamentos turísticos y alojamiento rural), con medidas imaginativas de fidelización de la demanda, una política de precios especiales para clientes habituales durante todo el año («socios» de una red de establecimientos), abonos válidos también fuera de la temporada alta, paquetes familiares (con actividades para niños), etc. Esto comportaría una mayor viabilidad de los establecimientos y desincentivaría la compra de residencias secundarias.
- **Promover e incentivar la creación y expansión de productos turísticos que favorezcan la diversificación y la desestacionalización del sector turístico:** Redacción, por parte de la administración turística, de planes estratégicos específicos de productos turísticos diferenciados del tradicional sol y playa, que permitan la diversificación y desestacionalización (siempre con criterios de sostenibilidad y de mitigación y adaptación al cambio climático) y garantizar a la vez su aplicación. La administración turística catalana tendría que ejercer el liderazgo, no sólo en la promoción de estas ofertas sino también en su configuración como productos integrados, mediante:
  - La coordinación de todos los estamentos y agentes implicados para que la estrategia y las iniciativas se apliquen en todo el territorio, de forma homogénea y no a nivel local, y para que las empresas privadas, la población local y las autoridades políticas entiendan las ventajas competitivas de estas medidas;

- La configuración de rutas, tanto de productos en todo Cataluña como territoriales (multiproductos en una área específica);
- El establecimiento de unas estructuras de promoción y comercialización de Cataluña como un conjunto para todos los productos, con, por ejemplo, la creación de una página web que incluya toda la oferta para cada zona y la posibilidad de confirmar reservas mediante Internet y aprovechar los nuevos canales de comunicación social (como *Facebook*, *Twitter* y similares);
- Reforzar la imagen de Cataluña como un conjunto, para favorecer su conocimiento.
- **Garantizar la implantación de planes de uso público en los espacios naturales protegidos:** Desarrollar planes de gestión que contemplen el uso público sin provocar su degradación y que incluyan, entre otras: el establecimiento de una zonificación de usos (con la creación de zonas de «pre-parque» con un amplio abanico de servicios de ocio), la ordenación de caminos y rutas en el parque para hacer a pie o en bicicleta, etc. y todo ello sin perjuicio de la gestión ambiental del parque.
- **Incentivar el ahorro de agua en los establecimientos turísticos:** Subvencionar acciones que favorezcan el ahorro y reutilización del agua en establecimientos turísticos, mediante la aplicación de las mejores tecnologías disponibles.
- **Incentivar el uso de energías renovables en los establecimientos turísticos:** Crear un plan de ayudas de la administración pública para la implantación de energías renovables en los establecimientos turísticos no obligados por la normativa (Código Técnico de Edificación), para que se conviertan en un sector de referencia en cuanto a la producción y consumo de energías renovables.
- **Incentivar la reducción de residuos e incremento del reciclaje en los establecimientos turísticos:** Elaborar un plan de reducción de los residuos y de potenciación del reciclaje específico para establecimientos turísticos, marcando unos objetivos factibles.
- **Incentivar la obtención de sistemas de certificación ambiental en equipamientos de alojamiento turístico:** Crear un plan de ayudas de la administración pública a los establecimientos turísticos para la obtención de sistemas de certificación ambiental, ya sean sistemas de gestión ambiental (ISO 14.000 o EMAS), o distintivos de calidad ambiental (Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental —ecoetiqueta catalana propia— o Etiqueta Ecológica Europea).
- **Promover actividades turísticas que favorezcan la movilidad sostenible:** Desde la administración turística y las administraciones locales, promover las rutas a pie y en bicicleta que ya existan para turistas, diseñar otras de nuevas y hacer un catálogo de toda la oferta y promover su comercialización.
- **Promover el consumo de productos locales en los establecimientos turísticos:** Por una parte, incentivar fiscalmente o subvencionar la adquisición de productos locales por parte de los empresarios turísticos con la finalidad de reducir la huella ecológica y promover la soberanía alimentaria. Incentivar el aumento de la calidad de los productos locales elaborados u obtenidos mediante prácticas sostenibles (p. ej. con ciertos distintivos) para favorecer su competitividad ante la foránea. Por otra parte, establecer un consejo de representantes del sector agrario y hotelero / restauración para alcanzar

acuerdos de venta y distribución directa de productos locales. Finalmente, crear un distintivo para aquellos establecimientos que utilicen un porcentaje determinado de productos locales y promover su publicidad en los establecimientos.

- **Implementar acciones para favorecer la formación laboral en el sector turístico:** Por una parte, ampliar la oferta formativa para el sector turístico mediante cursos de reciclaje y mejora de conocimientos de los actuales empleados, en colaboración con las empresas del sector e incentivándolo con becas, teniendo en cuenta nuevos mercados (por ejemplo el chino). Asimismo, mejorar la comprensión del sector por parte de trabajadores en sectores afines (taxistas, etc.). Por otra parte, revalorizar la formación existente en el ámbito del turismo y hotelería con un salto cualitativo, incluyendo tanto la formación profesional como la universitaria para nuevos estudiantes, mediante un programa de becas.
- **Incentivar la creación de puestos de trabajo permanentes en el sector turístico:** Introducir un cambio de normativa que reduzca los costes de los impuestos a las empresas que creen puestos de trabajo permanente en el sector turístico.

## V. SEGUNDA FASE: INTEGRACIÓN DE LAS PROPUESTAS EN LA ESTRATEGIA GENERAL

Los instrumentos de intervención propuestos en el epígrafe anterior tuvieron que ser consensuados, en primer lugar, entre la administración pública y el sector privado. Posteriormente, en la segunda fase de la redacción de la Estrategia para el Desarrollo Sostenible de Cataluña, hubo que redactar un documento unitario que recogiese las propuestas sectoriales de manera comprensiva pero sucinta. En esta etapa surgieron dificultades por dos razones: a) Quedó patente que las prioridades —y los correspondientes instrumentos a aplicar— de un sector no siempre coincidían con las de otro; y b) existían dificultades para identificar indicadores válidos para la monitorización del proceso, por falta de datos históricos, por la imposibilidad de recoger datos en el futuro o, incluso, de medir el progreso, una dificultad que también se ha identificado en otros ámbitos (Orams, 1995; Berry y Ladkin, 1997; Swarbrooke, 1999; Ruhanen, 2008).

Además, en lo que se refiere al sector turístico, en este contexto más global y multisectorial de la sostenibilidad de Cataluña, el turismo perdió protagonismo. Aspectos relacionados estrechamente con el medio natural y rural (áreas protegidas, agricultura) se consideraron más importantes. Por otro lado, objetivos transversales (concretamente la mejora del uso y la gestión de agua, energía y residuos), que permitieron recoger varios sectores a la vez, aun siendo importantes, no se habían identificado como las primeras prioridades del sector turístico. Así, de un total de 40 retos identificados para los distintos sectores que componían la estrategia general (industria, construcción y ordenación del territorio, sector agrario, comercio, turismo, energía, transporte y movilidad, ámbito doméstico y administración), se realizó una priorización según la incidencia en cada sector, realizada a partir del método Delphi con la participación de expertos y técnicos representantes de los distintos sectores. Para el sector turístico 16 de los retos identificados fueron clasificados como de muy alta o alta incidencia para el sector, mientras que el resto fueron clasificados como de media o baja incidencia, como, por ejemplo, la mejora de las funciones y los usos de los espacios públicos urbanos o la reducción de los riesgos para la salud (Generalitat de Catalunya, 2010).

Otro elemento que intervino en la merma del papel del turismo en la estrategia general fue la decisión de sólo considerar aquellos retos que pudiesen ser evaluados mediante indicadores factibles (aplicables a largo plazo hasta el horizonte temporal de 2026) y generalizables, en la medida de lo posible, para todos los sectores. En este sentido, surgieron dificultades a la hora de determinar la viabilidad de los indicadores. En el caso del turismo es notoria la escasa disponibilidad de series temporales de datos en este sector tan fragmentado, aunque estos datos son necesarios para poder evaluar los progresos conseguidos. Se acabó por tener que, por un lado, descartar o simplificar los objetivos designados en relación a factores relevantes para la sostenibilidad del turismo y, por otro lado, elegir variables como indicadores que sólo constituyen una medida parcial del progreso alcanzado. Así, por ejemplo, toda la complejidad del desarrollo urbanístico quedó reducida al reto de «minimizar la superficie de suelo urbanizado, valorizar el suelo rural y fomentar el uso eficiente del suelo» (reto número 1) y el indicador correspondiente se define como «intensidad de urbanización» (% de superficie de suelo urbano respecto a la superficie total). La Tabla 6 muestra los retos de la estrategia general considerados como de muy alta o alta prioridad para el sector turístico con los correspondientes indicadores para el sector.

Tabla 6  
RETOS DE LA ESTRATEGIA GENERAL PRIORITARIOS PARA EL SECTOR TURÍSTICO

Retos generales		Indicadores del sector turístico
1	Minimizar la superficie de suelo urbanizada y fomentar el uso eficiente del suelo	- Intensidad de urbanización (% de superficie de suelo urbano respecto a la superficie total)
4	Promover una gestión integrada de ámbitos territoriales con peculiaridades específicas (litoral, áreas de montaña, etc.)	- Número de playas con sistema de certificación ambiental - Residencias secundarias
8	Incorporar criterios y medidas de ecoeficiencia e integración paisajística en la edificación	- Porcentaje de instalaciones de alojamiento turístico con sistema de certificación ambiental (SGA o ecoetiquetas)
9	Garantizar la conservación de las especies, los hábitats y el patrimonio geológico, y avanzar en su conocimiento	- Superficie de espacios naturales protegidos
11	Valorizar los servicios socioambientales y las funciones protectoras y productivas de los sistemas naturales, incluidos los agroforestales.	- Frecuentación en los espacios naturales protegidos (número de visitantes por espacio)
12	Integrar los objetivos de conservación del patrimonio natural en las políticas sectoriales, y particularmente en los espacios agrarios	- Porcentaje de superficie de espacios naturales protegidos con planes especiales de protección y gestión

	<b>Retos generales</b>	<b>Indicadores del sector turístico</b>
<b>13</b>	Completar el sistema de espacios naturales protegidos, ampliándolo a las áreas marinas y garantizar su gestión sostenible	- Porcentaje de superficie de espacios naturales protegidos con planes especiales de protección y gestión
<b>14</b>	Aumentar significativamente la cuota modal de movilidad sostenible, tanto para pasajeros como para mercancías	- Desplazamientos generados por la movilidad de ocio
<b>24</b>	Asegurar la garantía de disponibilidad del recurso agua, sobre todo en las cuencas internas	- Consumo de agua por año
<b>25</b>	Reducir el consumo de agua a partir de un incremento de la eficiencia	- Consumo de agua por año
<b>27</b>	Minimizar la generación de residuos y fomentar la reutilización, partiendo de las políticas de producto	- Volumen total de residuos generados en el sector turístico
<b>28</b>	Incrementar la recogida selectiva y la valorización material, así como minimizar la fracción de residuos con tratamiento finalista, para conseguir los objetivos establecidos por la planificación sectorial	- Porcentaje de recogida selectiva de residuos en el sector turístico
<b>34</b>	Promover sistemas de producción de productos agrarios, bienes y servicios con criterios de sostenibilidad	- Porcentaje de instalaciones de alojamiento turístico con sistema de certificación ambiental (SGA o ecoetiquetas)
<b>37</b>	Establecer instrumentos para garantizar la diversificación y el futuro de la actividad económica con criterios sostenibilistas	- Grado de desestacionalización del sector turístico
<b>38</b>	Aumentar la población ocupada en actividades de alto valor añadido y que produzcan bienes y servicios energéticamente más eficientes, con menos materiales y menos contaminantes	- Porcentaje de puestos de trabajo indefinidos en el sector turístico respecto al total
<b>40</b>	Establecer e implementar estrategias de adaptación al cambio climático	- Porcentaje de instalaciones de alojamiento turístico con sistema de certificación ambiental (SGA o ecoetiquetas)

Fuente: Llurdés *et al.* (2009b).

De este modo, la evaluación del desarrollo sostenible del turismo en Cataluña quedó reducida a unos pocos retos e indicadores. Queda patente que hay una gran diferencia entre los retos, objetivos y necesidades de acción planteados en la primera fase y el contenido de la estrategia general aprobada definitivamente por las razones ya señaladas y fruto de las restricciones impuestas por la metodología.

## VI. CONCLUSIONES

Al inicio de este artículo se constató que algunos autores como por ejemplo, Dredge y Moore (1992) y Connell *et al.* (2009) habían observado que el turismo no suele verse como un elemento clave o prioritario en los procesos generales de planificación a pesar de su importancia económica en muchas regiones y que los autores habían determinado como objetivo examinar hasta qué punto esta última opinión quedaba reflejada en el reciente proceso de planificación para la sostenibilidad que ha tenido lugar en Cataluña. A partir de los trabajos de varios autores, entre los que destacan Coccossis (1996) y Farrell y Hart (1998), se aceptó como elementos esenciales a incorporar en una definición del turismo sostenible: la sostenibilidad económica del sector que permita la viabilidad competitiva de los destinos a largo plazo; la sostenibilidad ecológica del turismo, teniendo en cuenta los límites críticos que imponen los ecosistemas para su preservación; el turismo concebido como parte de una estrategia de desarrollo en el conjunto del medio físico y humano que obliga a buscar un equilibrio entre los objetivos económicos, sociales y ambientales; y la perspectiva de la «equidad inter e intrageneracional», o sea, salvaguardando el medio para las generaciones futuras pero a la vez distribuyendo los costes y beneficios equitativamente entre la población actual.

El análisis se inicia con una diagnosis de los requisitos para conseguir que el turismo en la región alcance un alto grado de sostenibilidad en el futuro, concluyendo que se impone, en las zonas ya fuertemente desarrolladas, la reestructuración de los equipamientos hacia un turismo de mayor calidad, así como la diversificación de la oferta hacia productos más especializados y menos homogéneos para atraer una gama más amplia del mercado, con mayor valor añadido, y hacia la desestacionalización. Esto requiere un control de impactos, planificación y una buena gestión del territorio, ofreciendo incentivos a los municipios y a las empresas, promoviendo la mejora de la formación del personal que trabaja en el sector a todos los niveles educativos y generando iniciativas innovadoras y de promoción. Asimismo, se identificó como esencial el seguimiento de los impactos del cambio climático y la adopción de medidas de adaptación que implica la coordinación de todos los estamentos y agentes implicados para que las estrategias e iniciativas se apliquen de una forma homogénea y el establecimiento de unas estructuras de promoción y comercialización conjuntas para todos los productos.

Así, en términos generales se ha podido afirmar que actualmente en Cataluña hay cuatro polos básicos del turismo y que deberán seguir teniendo un papel preeminente, puesto que en estos ámbitos Cataluña tiene ciertas ventajas competitivas sobre sus destinos competidores. Se trata del turismo de sol y playa, del turismo de nieve, del turismo urbano y del turismo cultural. Estos cuatro tipos están amenazados de cara al futuro, en parte por su propio éxito, que ha generado un crecimiento excesivo urbano-turístico del litoral y algunas zonas de alta montaña, así como la concentración de turistas en ciertas zonas de la ciudad de Barcelona.

Por otro lado, los previsible impactos del cambio climático provocarán cambios morfológicos en la costa y reducirán la aportación de nieve en los Pirineos.

También se ha visto que existen cuatro tipos de turismo que han aumentado en los últimos años y que se podrían potenciar más. Se trata del turismo rural, del turismo de naturaleza y ecoturismo, del turismo de aventura y activo y del turismo de golf. Estas tipologías tienen ciertas ventajas sobre aquellas otras más tradicionales: a) al no estar tan desarrolladas, es posible aun configurar una estrategia de desarrollo en vez de una de reestructuración; b) están más repartidas en el territorio, permitiendo así un impacto menor sobre el medio y una mejor distribución de las rentas y otros beneficios; y c) son más adaptables a y menos dependientes de los efectos del cambio climático.

El reto es de una gran magnitud y las actuaciones a realizar son numerosas y diversas, pero de su implementación depende el futuro del turismo y, por extensión, una parte significativa de la economía y la sostenibilidad de Cataluña. Ahora bien, como ya se ha visto, el documento definitivo de la EDSCAT no recoge todas estas recomendaciones, si bien los informes sectoriales se adjuntan como documentos complementarios. La búsqueda de objetivos transversales, consenso sobre prioridades y de instrumentos aplicables a escala multisectorial obviamente restó protagonismo a cada sector. No obstante, en relación a otros sectores como, por ejemplo, el agrario —con una menor aportación al PIB que el turismo— este último quedó relegado a un papel claramente secundario. Esta circunstancia parece obedecer a dos factores: en primer lugar, a la naturaleza «intersectorial» del turismo que abarca aspectos de urbanismo, ordenación territorial, movilidad, áreas naturales, entre otros. En segundo lugar, existen unas lagunas importantes en la recogida de datos estadísticos del turismo, debido en parte a su fragmentación. Así, la escasez de indicadores válidos que permitiesen la estrecha monitorización del proceso obligó a elegir indicadores menos significativos o parciales, entre los cuales: playas donde se aplica un sistema de certificación ambiental; peso de las residencias secundarias; instalaciones de alojamiento turístico con sistemas de certificación ambiental; frecuentación de los espacios naturales protegidos; empleos con contrato indefinido; consumo de agua; volumen de residuos generados; recogida selectiva de residuos; índice de estacionalidad turística. Obviamente, por muy válidos que sean estos indicadores, no son suficientes para medir el grado de sostenibilidad del turismo en Cataluña y aun menos para dar respuesta a los retos y garantizar su desarrollo sostenible. Por lo tanto, el documento final, aunque constituye un programa para incrementar la sostenibilidad en general, corre el riesgo de contribuir de forma limitada a la mejora de la sostenibilidad del turismo, a no ser que las autoridades pertinentes tomen nota de las numerosas recomendaciones y propuestas incluidas en el informe específico del sector.

No obstante, no se pretende con la indicación de estos defectos criticar el proceso ni sugerir su invalidación. La ausencia de estadísticas que permitan la monitorización del desarrollo del turismo se repite en otras regiones y países (tal como ya se señaló en el apartado V), de modo que Cataluña no es una excepción. Desde luego, lo que queda patente es que hay una gran diferencia entre los retos, objetivos y necesidades de acción planteados en la primera fase y el contenido de la estrategia general aprobada definitivamente por las razones ya señaladas y fruto de las restricciones impuestas por la metodología. Con el objeto de paliar los defectos detectados se vería conveniente complementar la estrategia con planes sectoriales que comprendiesen las recomendaciones que recoge el informe sectorial.

## BIBLIOGRAFÍA

- BASORA, X.; ROMERO-LENGUA, J.; HUGUET, P.; SABATÉ, X. (2009). *Ecoturisme a Catalunya: una alternativa de turisme sostenible a la natura*. Barcelona. Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible.
- BERKE, P.R. (2002). «Does sustainability development offer a new direction for planning? Challenges for the twenty-first century». *Journal of Planning Literature*, nº 17 (1), 21-36.
- BERKE, P.; MANTA-CONROY, M. (2000). «Are we planning for sustainable development? An evaluation of 30 comprehensive plans». *Journal of the American Planning Association*, nº 66 (1), 21-33.
- BERRY, S.; LADKIN, A. (1997). «Sustainable tourism: A regional perspective». *Tourism Management*, nº 18 (7), 433-440.
- BRAMWELL, B.; HENRY, I.; JACKSON, G.; VAN DER STRAATEN, J. (1996). «A framework for understanding sustainable tourism management.» BRAMWELL, B.; HENRY, I.; JACKSON, G.; PRAT, A.G.; RICHARDS, G.; VAN DER STRAATEN, J. (dirs.). *Sustainable tourism management: Principles and practice*. Tilburg. Tilburg University Press, 23-72.
- BUTLER, R. (1980). «The concept of tourism area cycle of evolution: implications for management of resources.» *Canadian Geographer*, nº 24 (1), 5-12.
- BUTLER, R. (1993). «Tourism - an evolutionary perspective.» NELSON, J. G.; BUTLER, R.W.; WALL, G. (dirs.). *Tourism and sustainable development: Monitoring, planning, managing*. Waterloo, Ontario. University of Waterloo (Department of Geography Publication 37), 27-44.
- BUTLER, R. W. (1999). «Sustainable tourism: A state-of-the-art review.» *Tourism Geographies*, nº 1 (1), 7-25.
- COCCOSSIS, H. (1996). «Tourism and sustainability: Perspectives and implications.» PRIESTLEY, G.K.; EDWARDS, J. A.; COCCOSSIS, H. (dirs.). *Sustainable tourism? European experiences*. Londres. CABI.
- COMISIÓN EUROPEA (2003). *Orientaciones básicas para la sostenibilidad del turismo europeo. Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones*. Bruselas. Comisión Europea.
- COMISIÓN EUROPEA (2007). *Comunicación de la Comisión: Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo*. Bruselas. Comisión Europea.
- CONNELL, J.; PAGE, S. J.; BENTLEY, T. (2009). «Towards sustainable planning in New Zealand: monitoring local government planning under the Resource Management Act». *Tourism Management*, nº 30, 867-877.
- COUNTRYSIDE COMMISSION (1995). *Sustaining rural tourism*. Cheltenham, Reino Unido. Countryside Commission (CCP 483).
- DONAIRE, J.A.; MUNDET, L. (2002). «Estrategias de reconversión turística de los municipios litorales catalanes.» *Papers de Turisme*, nº 29, 50-65.
- DREDGE, D.; MOORE, S. (1992). «A methodology for the integration of tourism in town planning.» *Journal of Tourism Studies*, nº 3 (1), 8-21.
- DUTTON, I.; HALL, M. C. (1989). «Making tourism sustainable: The policy / practice conundrum.» *Proceedings of the Environment Institute of Australia Second National Conference* (9-11 octubre). Melbourne.

- EBER, S. (dir.) (1992). *Beyond the green horizon: A discussion paper on principles for sustainable tourism*. Londres. World Wide Fund for Nature (WWF) & Tourism Concern.
- ESTEBAN, A.; LÓPEZ, F.; AGUILÓ, E. (2005). «Impactos sobre el sector turístico.» *Impactos del cambio climático en España*. Madrid. Ministerio de Medio Ambiente, 653-690.
- FARRELL, A.; HART, M. (1998). «What does sustainability really mean? The search for useful indicators.» *Environment*, n° 40 (9), 4-9, 26-31.
- GARAY, L.; CÀNOVES, G. (2009). «El desarrollo turístico en Cataluña en los dos últimos siglos: una perspectiva transversal.» *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, n° 53, 29-46.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (2006). *Pla estratègic del turisme a Catalunya 2005-2010*. Barcelona. Departament de Comerç, Turisme i Consum.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (2010). *Estratègia per al Desenvolupament Sostenible de Catalunya*. Barcelona. Departament de Medi Ambient i Habitatge.
- GUNN, C. A.; VAR, T. (2002). *Tourism Planning*. Londres. Routledge.
- HALL, C. M. (2007). *Tourism planning. Policies, processes and relationships*. (2ª ed.). Harlow, Reino Unido. Prentice Hall.
- INSKEEP, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Nueva York. Van Nostrand Reinhold.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2009a). *Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur). Informe Anual 2008*. Madrid. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2009b). *Movimientos Turísticos de los Españoles (Familitur). Informe Anual 2008. Cataluña*. Madrid. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- JIMÉNEZ, S.; PRATS, L. (2006). «El turismo en Cataluña: evolución histórica y retos de futuro». *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, n° 4 (2), 153-174.
- LÓPEZ, F. (dir.) (2009). *Atlas del turisme a Catalunya*. Barcelona. Generalitat de Catalunya.
- LLURDÉS, J.C.; PRIESTLEY, G.K.; ROMAGOSA, F. (2009a). *Estratègia per al desenvolupament sostenible de Catalunya. Informe del sector turístic*. Documento de trabajo. Barcelona. Generalitat de Catalunya.
- LLURDÉS, J.C.; PRIESTLEY, G.K.; ROMAGOSA, F. (2009b). *Anàlisi estratègica sectorial del turisme a Catalunya*. Informe inédito realizado para el Departamento de Medio Ambiente y Vivienda de la Generalitat de Catalunya. Bellaterra. Universitat Autònoma de Barcelona.
- OBSERVATORI DE TURISME DE CATALUNYA (2010a). *Oferta de recursos intermedis 2009*. Barcelona. Direcció General de Turisme.
- OBSERVATORI DE TURISME DE CATALUNYA (2010b). *Evolució de l'activitat turística 2009*. Barcelona. Direcció General de Turisme.
- ORAMS (1995). «Towards a more desirable form of ecotourism». *Tourism Management*, n° 16 (1), 3-8.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (1993). *Sustainable tourism development. Guide for local planners*. Madrid. Organización Mundial del Turismo.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. Madrid. Organización Mundial del Turismo.

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (2006). *Structures and budgets of national tourism organizations 2004-2005*. Madrid. Organización Mundial del Turismo.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT-UNEP) (2007). *Davos Declaration. Climate change and tourism. Responding to global challenges*. Davos. OMT - UNEP.
- PARDELLAS, X.; PADÍN, C. (2004). «Una propuesta de turismo sostenible para el municipio de Caldas de Reis (Pontevedra)». *Cuadernos de Turismo*, nº 13, 107-125.
- PAYNE, R. (1993). «Sustainable tourism: Suggested indicators and monitoring techniques». NELSON, J. G.; BUTLER, R.W.; WALL, G. (dirs.). *Tourism and sustainable development: Monitoring, planning, managing*. Waterloo, Ontario. University of Waterloo (Department of Geography Publication 37), 249-254.
- PRAT (1996). «Back to a sustainable future on the Costa Brava». BRAMWELL, B.; HENRY, I.; JACKSON, G.; PRAT, A.G.; RICHARDS, G.; VAN DER STRAATEN, J. (dirs.). *Sustainable tourism management: Principles and practice*. Tilburg. Tilburg University Press, 121-146.
- PRIESTLEY, G.K. (2007). «Sostenibilidad, ciclo de vida y desarrollo de los destinos turísticos: hacia un nuevo «modelo» del turismo español». PRIESTLEY, G.K.; LLURDÉS, J.C. (dirs.). *Estrategia y gestión del turismo en el municipio*. Bellaterra. Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera, Universitat Autònoma de Barcelona, 29-41.
- PRIESTLEY, G.K.; LLURDÉS, J.C. (2007). «Planning for sustainable development in Spanish coastal resorts». AGARWAL, S.; SHAW, G. (dirs.). *Managing coastal tourism resorts. A global perspective*. Clevedon. Channel View Publications, 90-111.
- PRIESTLEY, G.K.; MUNDET, L. (1998). «The Post-Stagnation Phase of the Resort Cycle». *Annals of Tourism Research*, nº 25 (1), 85-111.
- RUHANEN, L. (2004). «Strategic planning for local tourism destinations: An analysis of tourism plans». *Tourism and Hospitality Planning and Development*, nº 1 (3), 239-254.
- RUHANEN, L. (2008). «Progressing the sustainability debate: A knowledge management approach to sustainable tourism planning». *Current Issues in Tourism*, nº 11 (5), 429-455.
- SABATÉ, X. (coord.) (2007). *Turismo sostenible: experiencias europeas aplicables a Cataluña*. Barcelona. Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible.
- SANTOS, E.L.; FERNÁNDEZ, A. (2010). «El litoral turístico español en la encrucijada: entre la renovación y el continuismo». *Cuadernos de Turismo*, nº 25, 185-206.
- SAURÍ, D.; LLURDÉS, J.C. (2010). «El turisme». LLEBOT, J.E. (ed.). *Segon informe sobre el canvi climàtic a Catalunya*. Barcelona. Institut d'Estudis Catalans y Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible (Generalitat de Catalunya), 835-871.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO Y COMERCIO (2007). *Turismo 2020. Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Plan del Turismo Español 0812*. Madrid. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- SOTERIOU, E. C.; COCCOSSIS, H. (2010). «Integrating sustainability into the strategic planning of national tourism organizations». *Journal of Travel Research*, nº 49 (2), 191-205.
- SWARBROOKE, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Oxford. CABI Publishing.
- TOURISM SUSTAINABILITY GROUP (2007). *Action for more sustainable European tourism*. Bruselas. European Commission.
- URRY, J. (2002). *The tourist gaze*. Londres. Sage. 2ª ed.

- VERA, J.F.; BAÑOS, C.J. (2010). «Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 53, 329-353.
- WALL, G. (1996). «Is ecotourism sustainable?». *Environmental Management*, nº 2 (3-4), 207-216.
- WEAVER, D. (2006). *Sustainable tourism*. Amsterdam. Elsevier.
- WOODLEY, S. (1993). «Tourism and sustainable development in parks and protected areas». NELSON, J. G.; BUTLER, R.W.; WALL, G. (dirs.). *Tourism and sustainable development: Monitoring, planning, managing*. Waterloo. University of Waterloo (Department of Geography Publication 37), 83-96.
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED) (1987). *Our common future / Nuestro futuro común*. Oxford. Oxford University Press.

