



# TURISMO SOSTENIBLE, ECOTURISMO Y LA CETS: SIERRA NEVADA (ESPAÑA)

Sustainable Tourism, Ecotourism & ECST: Sierra Nevada (Spain)

BELÉN PÉREZ PÉREZ  
Universidad de Granada, España

---

## KEYWORDS

*Sustainable tourism  
Sierra Nevada National and  
Natural Park  
European Charter for  
Sustainable Tourism  
Ecotourism  
Local stakeholder*

---

## ABSTRACT

*This article will study the usefulness of the European Charter for Sustainable Tourism in Sierra Nevada as a tool to promote sustainable tourism in protected areas. It aims to show how the adoption of the CETS has led to a real involvement of companies with the territory, increasing the sense of belonging and active associationism, as well as to the implementation of collective and individual actions that contribute to improving environmental, economic, and social sustainability in the territories, to attract responsible tourists motivated by ecotourism and to the mitigation and adaptation of the territory to Climate Change.*

---

## PALABRAS CLAVE

*Turismo Sostenible  
Parque Nacional y Parque  
Natural de Sierra Nevada  
Carta Europea de Turismo  
Sostenible  
Ecoturismo  
Agentes locales*

---

## RESUMEN

*El presente artículo estudiará la utilidad de la Carta Europea de Turismo Sostenible de Sierra Nevada como herramienta para promover el turismo sostenible en espacios protegidos. Se pretende mostrar cómo la adopción de la CETS ha supuesto una implicación real de las empresas con el territorio incrementado el sentimiento de pertenencia y el asociacionismo activo, así como a la puesta en marcha de actuaciones colectivas e individuales que contribuyen a mejorar la sostenibilidad ambiental, económica y social en los territorios, a atraer turistas responsables motivados por el ecoturismo y a la mitigación y adaptación del territorio al Cambio Climático.*

---

Recibido: 15/ 08 / 2022

Aceptado: 17/ 10 / 2022

## 1. Introducción

El turismo de naturaleza hoy día es un fenómeno que va en aumento y que recibe anualmente en torno a 8 mil millones de visitas cada año a escala global (Balmford et al., 2015) y genera unos 600 mil millones de dólares. Se ha demostrado que puede generar impactos ambientales tanto positivos como negativos (Balandina et al., 2012; Yagüe, 2002). Dentro del “turismo de naturaleza” puede haber distintas motivaciones de viaje que van desde los que buscan la naturaleza como escenario, los que la usan como escuela, los que la identifican con aventura, la “naturaleza domesticada” donde la naturaleza es un reclamo, pero no el objeto de consumo (campos de golf) o el turismo de deporte en la naturaleza donde se pueden agrupar distintos tipos de actividades deportivas en la naturaleza de mayor o menor impacto. No obstante, al turismo de naturaleza se le reconocen impactos positivos como la creación de actividad empresarial y empleo, la generación de ingresos o la fijación de población al territorio. Entre los impactos negativos, destacan aquéllos relacionados con la presión que ejerce la afluencia de turistas sobre el medio y los recursos, sobre la vida de las poblaciones locales, por la generación de residuos, la contaminación, el ruido, etc. (Liddle, 1997). Sin embargo también se ha demostrado que la relación entre el incremento de la afluencia y los impactos sobre el medio no es directamente proporcional ya que, a partir de determinados niveles de afluencia, las especies sensibles tienden a desaparecer y a ser sustituidas por otras más resistentes sobre las que los impactos relativos suelen ser menores (Wolf et al., 2019).

Por otra parte, el turismo sostenible se identifica con aquella forma de turismo e infraestructuras asociadas que tanto ahora como en el futuro operan dentro de las capacidades naturales para la regeneración y la productividad futura de los recursos naturales, reconocen la contribución que las personas, las costumbres y los estilos de vida hacen a la comunidad turística y acepta que estas personas deben de tener una participación equitativa en los beneficios económicos de la población local y de las comunidades de las zonas de acogida (Eber, 1992). También podría definirse como el turismo que tiene una forma que puede mantener su viabilidad en una zona durante un periodo de tiempo indefinido (Butler, 1993; Butler 1999). Esta idea de turismo, unida a la importancia cada vez mayor que se da a los espacios naturales protegidos llevó a la necesidad de dar un enfoque distinto al turismo de naturaleza dotando de contenido al concepto de ecoturismo, que se viene empleando desde finales de los años 80 pero cuyas connotaciones han ido cambiando. Ceballos-Lascuráin (1996) lo definía en función de la motivación del turista como el viaje a áreas naturales relativamente vírgenes con el objetivo de admirar, estudiar, disfrutar del viaje, de sus plantas y animales, así como los rasgos culturales del pasado y del presente de tales zonas. Pero no fue hasta 2002 cuando este segmento turístico adquirió relevancia internacional, coincidiendo con la Cumbre Mundial del Ecoturismo, siendo además este año declarado como Año Internacional del Ecoturismo (OMT, 2003). Durante su evolución, el término fue dotado de contenido abarcando también los efectos sobre el entorno y las comunidades locales así, según la Organización Mundial del Turismo (en adelante, OMT) el ecoturismo gira en torno a la naturaleza, siendo la principal motivación de los turistas la observación y apreciación del entorno natural y de las culturas tradicionales prevalecientes en las zonas naturales, pero a su vez minimizando los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural y contribuyendo al mantenimiento de las zonas naturales de atractivo turístico (OMT, 2003). En esta línea, en España se definió el Ecoturismo en la Declaración de Daimiel como “el viaje a un área natural para conocerla, interpretarla, disfrutarla y recorrerla, al tiempo que se aprecia y contribuye de forma práctica a su conservación, sin generar impactos sobre el medio y repercutiendo positivamente en la población local” (I Congreso Nacional de Ecoturismo, 2016).

La preocupación por la conservación de la biodiversidad y del medio ambiente, llevó a los parques nacionales europeos y otras áreas protegidas a formar la Federación EUROPARC en 1973 para llevar a cabo las propuestas de la I Conferencia de Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente que tuvo lugar en Estocolmo en 1972 (PNUMA, 1972). Ante la creciente demanda por parte del turismo de la realización de actividades en espacios naturales, dentro de EUROPARC se creó una red de cooperación entre las distintas áreas protegidas y se desarrolló un concepto básico de gestión del turismo para los parques que formaban parte de esta red, produciendo un informe clave “El turismo sostenible en los parques naturales y nacionales de Europa” (1993) que luego derivó en el informe de la UICN “Parques para la vida” (1998).

De aquí derivó la redacción de la Carta Europea de Turismo Sostenible que se inspiró en los principios de la Carta Mundial del Turismo Sostenible (Lanzarote, 1995) y se constituyó una subcomunidad orientada al turismo sostenible denominada Red de la Carta formada por los espacios naturales certificados con la Carta Europea de Turismo Sostenible. En el año 2000 la Federación EUROPARC desarrolló una serie de herramientas prácticas dentro de la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) para favorecer la gestión de las áreas protegidas, de sus miembros y de los clientes turísticos que fue actualizada en 2010. Las herramientas que se desarrollaron en el marco de la CETS pretendían abarcar la cooperación entre la administración de los espacios naturales, las comunidades y empresas turísticas locales y las agencias de viajes (Agnese Balandina et al., 2012).

En la misma línea, en España, hay una decidida apuesta estatal por el turismo sostenible y de naturaleza que puede apreciarse en los principios establecidos en las Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. En dicha Estrategia se expone que el modelo turístico debe abordar el reto de la transición ecológica e impulsar a la industria turística hacia un modelo que preserve y recupere los valores ambientales

del espacio turístico, así como que contribuya a afrontar los grandes retos a los que se enfrenta la sociedad española como son la despoblación del medio rural o la desigualdad, habilitando mecanismos de gobernanza participativa con las administraciones competentes a todos los niveles y con el sector. También el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020 apuesta por promover el turismo de naturaleza en España como actividad económica generadora de ingresos y empleo, que ponga en valor la biodiversidad, asegurando la correcta conservación de los valores naturales del territorio y contribuyendo a su utilización sostenible.

## 2. Objetivos

El objetivo principal de este artículo es analizar cómo ha sido el proceso de implantación de la Carta Europea de Turismo Sostenible en Europa y España centrándose en el caso de Sierra Nevada, analizando las barreras que ha tenido que superar y las oportunidades que se han creado a partir de la misma. Se persigue demostrar la utilidad de la herramienta CETS para fomentar el asociacionismo activo, el sentimiento de pertenencia y fomentar el turismo sostenible y ecoturismo en este espacio protegido.

A partir del objetivo general propuesto, surgen una serie de objetivos específicos de mayor concreción:

- Analizar el proceso de implantación de la CETS en Sierra Nevada, las barreras que ha tenido que superar y las oportunidades que se han podido aprovechar durante el mismo.
- Demostrar cómo la herramienta CETS en Sierra Nevada ha ayudado a incrementar el sentimiento de pertenencia y el asociacionismo activo, así como las actuaciones colectivas e individuales para llevar a cabo una actividad turística compatible con la conservación del entorno. Se valorará si esta herramienta está ayudando a incrementar el ecoturismo en el destino Sierra Nevada.
- Estudiar las medidas adoptadas por las empresas CETS para luchar y adaptarse al Cambio Climático relacionadas con la circularidad, la transición energética, la agricultura y alimentación ecológicas, la educación ambiental, la reducción de la contaminación y la movilidad sostenible y el impulso de la economía local.

## 3. Metodología

Se ha realizado una revisión bibliográfica y documental de la evolución de la CETS en Europa y España, así como una revisión documental de todos los Planes de Acción propuestos por núcleo de convergencia de todas las entidades, tanto públicas como privadas, implicadas en el desarrollo del turismo del territorio que forma la CETS del Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada. Se analizan además los informes de seguimiento y de los programas de actuación comprometidos por las empresas de la CETS de Sierra Nevada, así como las medidas adoptadas en los mismos organizándolas por áreas temáticas para poder abarcar los objetivos planteados.

El análisis de las medidas que se han llevado a cabo en estos programas se ha agrupado en dos periodos, 2009-2018 y 2018-2022. Ello es debido a que entre 2015 y 2018 el cambio competencial de las firmas de los compromisos de adhesión no permitió la firma de nuevas adhesiones ni renovaciones, extendiéndose los compromisos adquiridos en el periodo anterior.

Se realizaron también visitas y entrevistas en profundidad a algunas de las empresas de la CETS Sierra Nevada que permitieron recopilar información valiosa sobre los temas de interés, las medidas que están implantando para promover el turismo sostenible, luchar y adaptarse al Cambio Climático y las dificultades o problemas que se han ido encontrando para llevarlas a cabo.

Tras estas entrevistas se han realizado técnicas cuantitativas basadas en una encuesta a los empresarios y empresarias que forman parte de la CETS de Sierra Nevada para conocer qué tipo de actuaciones están desarrollando en materia de transición energética, circularidad, movilidad sostenible, turismo sostenible, agricultura y alimentación ecológica y educación ambiental. Del mismo modo, a partir de las encuestas realizadas, se trata de conocer el grado de implicación de los empresarios y empresarias con la CETS Sierra Nevada, el tipo de turista que atrae y las motivaciones principales de sus viajes. Estas encuestas permiten realizar una mejor medición de carácter numérico de los distintos aspectos estudiados (Francés, 2010; Hernández-Sampieri et al., 2006; Fernández, 2006; Andréu, 2001) y una comparación con los resultados extraídos de la agrupación temática llevada a cabo a partir de los programas de actuación. La participación en la encuesta por parte de las empresas ha sido muy elevada (93%)

Tabla 1. Instrumentos de participación en Sierra Nevada

	Entrevistas	Encuestas
Alojamientos y restaurantes	2	18
Empresas de actividades	2	10
<b>Empresas de educación ambiental</b>	2	3
<b>Empresas de artesanía</b>	1	2
<b>Empresas de agricultura y alimentación ecológica</b>	2	4
<b>Empresas de transporte</b>		1
<b>Agencias de viajes</b>	1	1
<b>Total</b>	10	39

Fuente(s): Elaboración propia, 2022.

## 4. Resultados

### 4.1. Evolución de la CETS en Europa

La Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) fue creada por Europarc en 1995 con la finalidad de constituir una red de trabajo para fomentar la gestión sostenible del turismo promoviendo el desarrollo de un turismo sostenible, responsable y de alta calidad, en línea con las Directrices internacionales sobre Biodiversidad y Desarrollo turístico, los Criterios Globales de Turismo Sostenible para destinos y la política turística de la Comisión Europea. Esta herramienta orienta a los espacios protegidos y empresas para trabajar en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Europarc, 2021). El planteamiento de la CETS era que fuera capaz de integrar las necesidades de todos los agentes involucrados en el desarrollo turístico del espacio protegido y de involucrarlos (Rodríguez et Andrades, 2012) pero que además promoviese la protección del patrimonio natural y cultural, la planificación de una estrategia de turismo sostenible y que permitiese obtener beneficios ambientales, sociales y económicos a todos lo que trabajasen de manera más sostenible.

Se trata por tanto de una herramienta de gestión práctica que proporciona un modelo de gobernanza en el ámbito del turismo sostenible y que aporta beneficios económicos, sociales y ambientales mensurables, ayuda a fortalecer las relaciones con todos los agentes locales implicados del turismo local y de la industria turística en general y proporciona acceso y pertenencia a una red europea extensa y dinámica (Europarc, 2022).

La CETS comenzó a tener operatividad real en el año 2001 cuando se adhirieron los primeros espacios protegidos a la misma. Esta red de la CETS ha crecido considerablemente, pasando de 7 áreas protegidas en 2001 a 94 adheridas + 7 propuestas en 15 países en 2021. España, con 28 espacios protegidos adheridos y 3 propuestos para la adhesión, tiene un peso importante a nivel europeo siendo el segundo país en número de espacios protegidos adheridos representando el 30,7% de la contribución a la Red de la CETS únicamente por detrás de Italia que representa el 41,6% de los espacios CETS europeos (Tabla 2).

Tabla 2. Espacios Protegidos de la Red de la Carta Europea de Turismo Sostenible, 2021

	Espacios adheridos a la CETS	Propuestos para la adhesión a la CETS	% Contribución a la CETS (Adheridos + Propuestos)
<b>Croacia</b>	1		1,0
<b>Estonia</b>	3		3,0
<b>Finlandia</b>	1		1,0
<b>Francia</b>	7		6,9
<b>Alemania</b>	1		1,0
<b>Grecia</b>	2	1	3,0
<b>Italia</b>	39	3	41,6
<b>Latvia</b>	1		1,0
<b>Lithuania</b>	1		1,0
<b>Portugal</b>	4		4,0

	Espacios adheridos a la CETS	Propuestos para la adhesión a la CETS	% Contribución a la CETS (Adheridos + Propuestos)
<b>Servia</b>	1		1,0
<b>Slovenia</b>	1		1,0
<b>España</b>	28	3	30,7
<b>Suecia</b>	2		2,0
<b>Reino Unido</b>	2		2,0
<b>Total</b>	94	7	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir de Europarc , 2021.

Los principios de la CETS son: 1. Dar prioridad a la protección del patrimonio natural y cultural de la zona y aumentar su concienciación, comprensión y apreciación; 2. Contribuir al desarrollo sostenible que implica abordar todos los aspectos de su impacto ambiental, social y económico a corto y largo plazo; 3. Involucrar a todas las partes interesadas para que todos los afectados por el turismo sostenible puedan participar en las decisiones sobre su desarrollo y gestión, fomentando el trabajo en asociación; 4. Planificar eficazmente el turismo sostenible, para lo que debe haber un Plan de Acción guía que establezca los objetivos y acciones acordados; 5. Perseguir la mejora continua a través del seguimiento y control periódico, para poder evaluar los impactos ambientales sostenibles, la satisfacción de los visitantes, el rendimiento económico, la prosperidad local y la calidad de vida.

Esta herramienta permite a las áreas protegidas gestionar el turismo de manera sostenible y consta de tres fases.

La primera de ellas, Fase I, denominada destinos sostenibles, se otorga a las áreas protegidas que cuentan con un equipo gestor y puede cubrir un área más amplia que el área protegida legalmente designada. En esta fase los destinos han de trabajar junto con las partes interesadas e implementar una estrategia que aborde los temas clave en materia de turismo sostenible. Para ello se debe establecer: 1) Foro permanente de Turismo Sostenible (Carta) entre los agentes locales interesados (empresas, agencias, asociaciones locales, ayuntamientos, etc.) y los gestores del espacio protegido; 2) Estrategia y Plan de Acción para el turismo sostenible que debe incluir una evaluación de la situación actual, una dirección estratégica y un plan de acción práctico consensuado con las partes interesadas; 3) Evaluación por el Comité de Evaluación de la CETS que recomendará la adhesión o no del área protegida al Consejo de EUROPARC; 4) Monitoreo y revisión que incorporará indicadores y acciones de seguimiento que permitan conocer los avances en la implementación de acciones y los resultados, cambios y posibles impactos del turismo en el territorio; 5) Asociación y comunicación. Los destinos forman parte de una Red de la Carta y también se les anima a trabajar como asociación en el desarrollo y gestión del turismo sostenible en el espacio natural con las empresas turísticas y agencias de viajes que se acreditan en las Fases II y III.

La Fase II es la de adhesión a la CETS de las empresas de turismo local sostenible que pertenezcan al área de influencia socioeconómica del espacio protegido adherido en Fase I. Para poder ser reconocida como empresa CETS, la empresa debe realizar un exhaustivo diagnóstico del equilibrio entre lo que ofrecen y lo que los visitantes esperan, tomar medidas para potenciar el patrimonio local, la conservación del medio ambiente y la gestión sostenible de sus negocios. Además, cada empresa, en colaboración con el espacio protegido, ha de plantear propuestas sobre cómo van a contribuir al turismo responsable, deben comprometerse con la visión, la misión y los objetivos de la Carta, participar en el Foro local de Turismo Sostenible, apoyar la implementación de la Estrategia y Plan de Acción de Turismo Sostenible del espacio protegido, y mantener una estrecha relación con el equipo gestor del área protegida y otras partes interesadas comprometidas con la Carta. Algunas de las ventajas que se plantean para las empresas CETS es que pueden lograr una relación más estrecha con los gestores de las áreas protegidas, pueden utilizar el logotipo CETS, tendrán visibilidad en la web de la CETS (EUROPARC), pueden optar a oportunidades de capacitación y marketing, realizar *networking* con otras empresas adheridas a la CETS, participar en proyectos conjuntos y obtener financiación.

La Fase III incluye a los operadores turísticos sostenibles que funcionan como receptores de turistas en las áreas protegidas adheridas a la CETS. Este Sistema de Adhesión para las agencias de viajes se aprobó en 2015 y su finalidad es fomentar la comercialización de una oferta turística en espacios protegidos que respete los principios de la CETS y por tanto contribuya a la conservación y al desarrollo local. Este distintivo pretende reconocer y diferenciar a las agencias de viajes por su compromiso voluntario con el desarrollo turístico sostenible de los espacios protegidos en los que operen, permitiéndoles además colaborar más estrechamente con las administraciones ambientales y los territorios y beneficiarse de un trabajo conjunto para la elaboración de ofertas únicas y atractivas para el turista.



## 4.2. España y la CETS

España se sumó pronto a la Red de la Carta siendo La Garrotxa el primer espacio protegido que obtuvo la adhesión a la CETS en el año 2001, seguido por el Parque Nacional de Sierra Nevada en 2004, entre otros, siendo el primer Parque Nacional español en adherirse. En los primeros años se dio un gran impulso a la CETS siendo España en 2011 el país con más espacios protegidos adheridos a la CETS de Europa con 36, localizados la mayoría de ellos en Andalucía.

Sin embargo, la aplicación de la CETS y con ella de la gestión turística sostenible en los distintos espacios adheridos no ha estado exenta de dificultades. Muchos de los espacios adheridos en la primera década del s. XXI en España no pudieron renovar la CETS saliendo de la Red de la Carta debido a las limitaciones para cumplir con los Planes de Acción propuestos derivadas de la falta de apoyo económico, técnico y de gestión especializada. El mantenimiento de la CETS requiere en primera instancia de apoyo por parte de las administraciones nacionales y autonómicas, apuesta y compromiso por parte del equipo gestor del espacio natural protegido, recursos económicos que permitan mantener un asesoramiento técnico especializado y capacidad de involucrar e ilusionar a los agentes locales interesados (empresas turísticas, agencias de viajes, gobiernos locales, población) así como flexibilidad y tolerancia que permitan mantener en todo momento un buen clima de diálogo y negociación entre todas las partes.

Así, a final del año 2021, España contaba con 28 espacios protegidos adheridos y 3 nuevos espacios propuestos para la adhesión, pudiendo observar un balance positivo principalmente en cuanto a número de empresas y agencias, a pesar de las fluctuaciones detectadas a lo largo de estos 20 años de funcionamiento de la CETS (Tabla 3/Figura 1).

Tabla 3. Espacios naturales adheridos actualmente a la CETS y renovaciones por periodos en España

	2001-2004	2005-2009	2010-2014	2015-2019	2020-2021
<b>Parques Naturales</b>	2	6	7	9	12
<b>Parques Nacionales</b>	1	4	5	6	1
<b>Reservas Naturales</b>		1			1
<b>Reserva de la Biosfera</b>					1
<b>Parque Regional</b>		1	1	1	1
				1	
<b>Paisaje Protegido</b>					1
<b>TOTAL</b>	3	12	13	17	17

Fuente: Elaboración propia a partir de información de Europarc, 2021.

A lo largo del periodo de aplicación de la CETS en España, los espacios que continúan en la Red han tenido que superar dificultades burocráticas, económicas, por falta de acuerdo o consenso entre las partes o de apuesta política por este instrumento. Así, por ejemplo, en un estudio elaborado sobre el Parque Natural de La Garrotxa se constató que este espacio tuvo serias dificultades para desarrollar su primer Plan de Acción, teniendo que modificar algunas acciones para poder ejecutarlas y retrasar o descartar otras por falta de madurez (Rodríguez et Andrades, 2011).

Figura 1. España Fase I CETS – Espacios Protegidos



Fuente(s): Europarc España, 2021.

El número de empresas adheridas también ha ido variando a lo largo de estos 20 años y aunque el balance general es positivo, se han producido también múltiples bajas debido a factores relacionados con la dificultad para las empresas de pequeño tamaño de mantener su actividad y viabilidad económica a lo largo del tiempo, la falta de acuerdo tanto con el equipo gestor del espacio protegido como con el Foro CETS Sierra Nevada, la pérdida de compromiso relacionada con la dificultad para encontrar utilidad y rendimiento económico al sobreesfuerzo que requieren los compromisos adquiridos con la CETS, el despoblamiento y la falta de relevo generacional, o la falta de mano de obra cualificada dispuesta a vivir en el medio rural entre otros.

A pesar de las dificultades, los beneficios de pertenecer a la Fase II de la Carta han ido calando en el territorio e incrementando la concienciación y el compromiso de las empresas, encontrando 402 empresas adheridas a final del año 2021 (Figura 2), lo que supone un crecimiento del 257,7% respecto del año 2010 en el que había 156 empresas adheridas en Fase II.

Figura 2. Empresas españolas adheridas a la CETS a final de 2021.

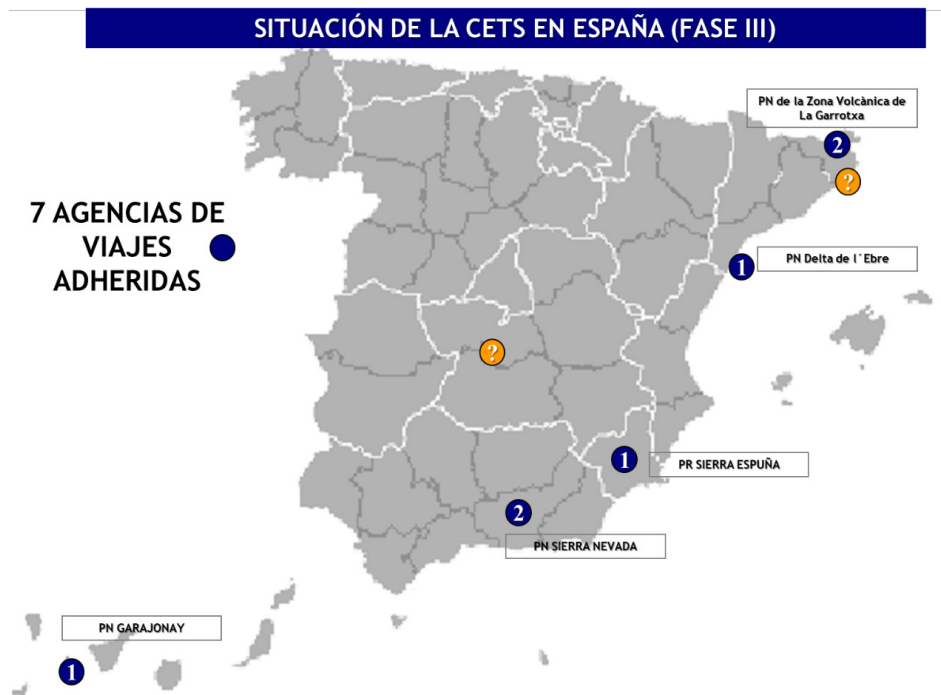


Fuente: Europarc España (2021)

Por último, la Fase III de la CETS, a pesar de ser muy incipiente, está teniendo buena acogida en los territorios pertenecientes a la Red de la Carta en España, encontrando 7 agencias de viaje adheridas pertenecientes a 4

espacios naturales protegidos (Figura 3). Esta Fase III ha supuesto un avance muy importante debido a que permite cerrar el ciclo en torno a la sostenibilidad del turismo en los destinos CETS, asumiendo estas agencias un papel triple como portavoces del destino turístico, unificadores de la oferta turística y responsables de crear productos turísticos atractivos y únicos diferenciadores de sus territorios. Para que esta fase pueda extenderse es necesario también que haya profesionales que adquieran contenidos y competencias relacionadas con la transición ecológica y la emergencia climática para que conozcan y comprendan la realidad y sus problemáticas, desarrollen un pensamiento complejo para gestionarlas y sean capaces de buscar alternativas y/o estrategias de adaptación a diversas escalas (Díaz-Cuevas et al., 2021).

Figura 3. Agencias de Viaje adheridas a la Fase III en España



Fuente: Europarc España (2021)

### 4.3. Evolución de la CETS en el Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada

El Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada, tras la obtención de la acreditación CETS en el año 2004, ha renovado su compromiso y acreditación en los años 2009, 2014 y 2019, habiendo propuesto 4 Estrategias y Planes de Acción en estos 18 años (2004-2008; 2009-2013; 2014-2018; 2019-2023), el último de ellos todavía en ejecución.

Para Sierra Nevada tampoco ha sido fácil cumplir con las acciones propuestas en sus Planes de Acción. Desde el año 2004 ha existido una evolución en la propuesta de actuaciones en los Planes de Acción, ya que en el primero se contemplaron actuaciones muy ambiciosas y propias de la gestión del Espacio Natural y con la adquisición de madurez en el destino, las propuestas han sido más específicas a la implementación de un modelo de ecoturismo en el territorio. Así, en el I Plan de Acción 2004-2009 se propusieron 52 medidas de las que se cumplieron en su totalidad un 51,9% y parcialmente el 38,4%, quedando un 9,7% de medidas incumplidas (Europarc, 2010). Los temas propuestos fueron: 1. La mejora de la calidad de la oferta turística; 2. La gestión de la afluencia; 3. La creación de una oferta específica para los espacios naturales protegidos; 4. La formación y sensibilización; 5. La conservación y puesta en valor del patrimonio natural, cultural y etnográfico; 6. El apoyo a la economía local y la calidad de vida.

En el II Plan de Acción 2009-2014 se propusieron 36 medidas de las que se cumplieron en su totalidad un 41,6% y parcialmente un 47,2%, encontrando un 11,1% de medidas incumplidas (Europarc, 2014). Estas medidas estaban relacionadas con: 1. La cooperación de las partes interesadas del turismo local; 2. La Estrategia de Turismo Sostenible y Plan de Acción; 3. La Protección del patrimonio natural y cultural; 4. La satisfacción de las necesidades de los visitantes/calidad de la experiencia; 5. La información sobre la zona; 6. Los productos turísticos relacionados con el espacio protegido; 7. La formación; 8. El mantenimiento de la calidad de vida local; 9. Los beneficios para la economía local; 10. La gestión de los flujos de visitantes.

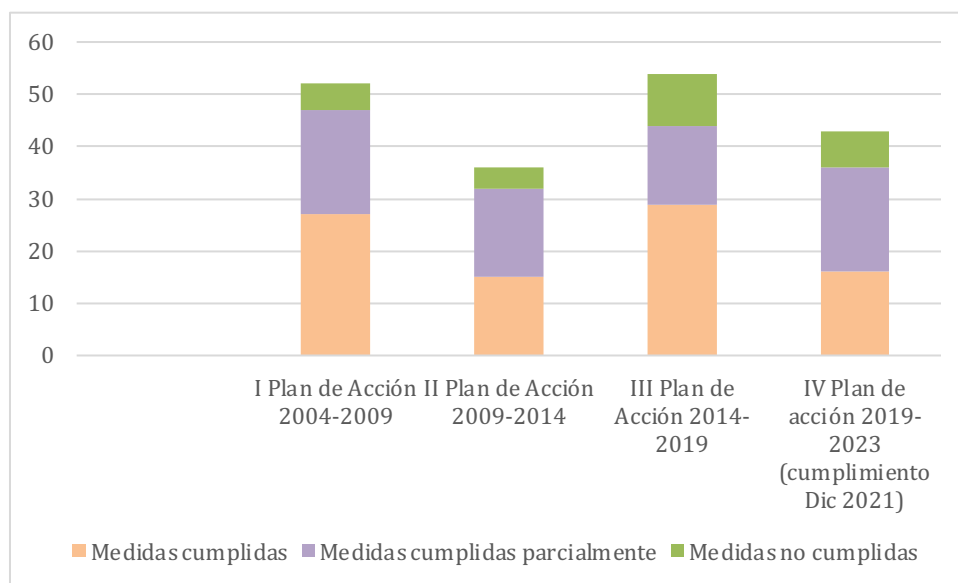


En el III Plan de Acción 2014-2019 se propusieron 54 medidas de las que se cumplieron totalmente el 53,7%, parcialmente el 26,8% y no se cumplieron el 17,9% (Europarc, 2020). Estas medidas estaban relacionadas con: 1. Mejorar la coordinación, la cooperación y participación; 2. Mejorar la calidad de la oferta turística; 3. Formar, sensibilizar y difundir valores del Espacio Natural de Sierra Nevada; 4. Conservar y poner en valor el patrimonio como apoyo al desarrollo socioeconómico; 5. Crear una oferta turística específica.

En el IV Plan de Acción 2019-2023 se han propuesto 43 medidas de las que a final de diciembre de 2021 se habían cumplido en su totalidad el 37,2%, parcialmente el 43,5% y no cumplidas el 16,3% (CETS Sierra Nevada, 2021). Estas medidas versan sobre: 1. Mejorar la coordinación, la cooperación y participación; 2. Mejorar la calidad de la oferta turística; 3. Formar, sensibilizar y difundir los valores del Parque Natural y Parque Nacional de Sierra Nevada; 4. Conservar y poner en valor el patrimonio; 5. Crear una oferta turística específica; 6. Sierra Nevada, destino para todas y todos.

En la Figura 4 se puede observar que hay una proporción elevada de medidas iniciadas que no se han finalizado en el periodo propuesto, de las que un alto porcentaje corresponde a actuaciones cuyo desarrollo es progresivo en el tiempo y por tanto, la mayoría de ellas se encuentran presentes en todos los planes de acción propuestos hasta el momento en el destino y una pequeña proporción de medidas que no se han podido llevar a cabo en cada uno de los programas. Esto está relacionado principalmente con la falta de financiación que ha dificultado la puesta en marcha de algunas de las medidas y con la falta de cooperación por parte de todos los agentes involucrados en el turismo sostenible. También, destacan entre las causas del incumplimiento la falta de involucración de la Consejería con competencias en materia de turismo, ya que aunque la Consejería con competencias en medio ambiente es la responsable de la implementación de la CETS en el destino, llega un momento en que sus competencias se ven limitadas y es ahí donde la Consejería de Turismo debería de tomar el testigo y responsabilizarse de sus cometidos, situación que aún no se ha producido.

Figura 4. Grado de cumplimiento de los Planes de Acción de la CETS en Sierra Nevada



Fuente: Elaboración propia a partir de informes de evaluación de los Planes de Acción.

Cada Plan de Acción nuevo trata de ser consecuente con las posibilidades y potencialidades del territorio y ha de ser consensuado con los agentes involucrados en la Carta y la sostenibilidad del turismo, pero no hay que olvidar que implantar la CETS es un proceso de mejora continua en el que se va aprendiendo de las dificultades y solventando fallos para que cada uno de los Planes de Acción se adecue lo mejor posible al territorio en el que se ubica.

Sierra Nevada es uno de los espacios protegidos con más experiencia de la Red de la Carta, habiendo sido capaz de fomentar el asociacionismo e implicar a empresas locales heterogéneas que, desde el año 2009, forman parte de la Fase II de la CETS. El camino de involucrar a las empresas y mantener su compromiso con los objetivos de la Carta es complejo y requiere de un arduo trabajo por parte del equipo gestor y técnico del espacio natural y por los propios empresarios y que además debe de ser apoyado por la administración autonómica.

En este periodo Sierra Nevada ha logrado encaminarse hacia un turismo sostenible y ecoturismo de gran calidad que ha reducido enormemente la estacionalidad permitiendo que cada vez más empresas puedan vivir dignamente del turismo, contribuyendo a la conservación de la biodiversidad, de la cultura, ayudando a atraer y fijar población en el ámbito local mediante saldos migratorios positivos que han dado lugar a un proceso de naturbanización más señalado en municipios próximos a zonas urbanas (Prados y Del Valle, 2010). También

ha servido para rejuvenecer poblaciones envejecidas en las que el éxodo rural viene siendo una amenaza desde hace más de medio siglo (Olivencia et al., 2015) cuando se comenzaron a producir procesos de despoblamiento, abandono de las actividades campesinas y de empobrecimiento de las formas de vida rural que por otra parte supusieron un cese de la fuerte presión que las comunidades rurales ejercían sobre los recursos pero también una falta de gestión del territorio montañoso por la desarticulación del modo de vida y de explotación tradicional (Olivencia, 2000).

#### **4.4. La CETS de Sierra Nevada y el sector empresarial turístico**

Aunque la Fase I de la CETS en el Parque Nacional y Natural de Sierra Nevada lleva en marcha 20 años, la Fase II y con ella la incorporación de empresas se produce a partir del año 2009. Desde entonces las empresas han ido comprometiéndose a través de sus programas de actuación con el desarrollo del turismo sostenible y con la conservación de la biodiversidad y de los valores culturales y sociales de este espacio natural. Así, desde las primeras adhesiones se adquirieron una serie de compromisos por parte de las empresas turísticas para mejorar la adecuación de su oferta turística a las necesidades de la demanda, y promover la sostenibilidad y la conservación de los valores culturales, ambientales y sociales en el espacio protegido, así como la educación ambiental.

Tras las primeras adhesiones, los empresarios CETS fueron un paso más allá constituyéndose en 2010 como asociación que se denominaría Asociación del Foro de la Carta Europea de Turismo Sostenible de Sierra Nevada (AFCETS Sierra Nevada). Esta figura les ha permitido colaborar activamente en diversos proyectos y optar a subvenciones públicas. El planteamiento de constituirse como asociación se basaba precisamente en las propuestas que se venían haciendo desde Europarc para que se trabajase de forma asociativa en los territorios CETS. Del consenso del Foro de la CETS Sierra Nevada, se estableció que cualquier empresa que quisiera acreditarse en la CETS Sierra Nevada tendría que Asociarse a la AFCETS Sierra Nevada, previo paso por el filtro establecido por la asociación para garantizar que se tratase de empresas que promoviesen el turismo sostenible y los valores de la CETS en el espacio protegido.

Esta asociación ha sido muy activa desde su origen y se ha encargado de promocionar de forma conjunta el turismo sostenible y ecoturismo en el Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada a través de RRSS, páginas web, elaborando material promocional, asistiendo a ferias temáticas, organizando FamTrip para turoperadores extranjeros especializados, solicitando subvenciones para organizar ferias de ecoturismo, el IV Congreso Nacional de Ecoturismo, proyectos de educación ambiental, material divulgativo sobre biodiversidad y especies endémicas y de especial relevancia. Por otra parte, ha realizado una Guía de Ecoturismo de Sierra Nevada con apoyo del equipo técnico CETS y económico del equipo gestor del Parque y organizado cursos de formación especializada en coordinación con organismos públicos como CENEAM, Patronato de Turismo de Granada, el Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada o la Universidad de Granada.

Además, esta asociación se ha preocupado por buscar alternativas locales para reducir la huella de carbono en su territorio promoviendo de forma colectiva la creación de una finca de compensación de la huella de carbono en colaboración con uno de los municipios del área de influencia socioeconómica del espacio natural y homologada por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico para poder compensar sus emisiones, si bien es necesario un proceso para llegar a cumplir con el objetivo de compensación de la huella de carbono ya que han de elaborar un Plan de Reducción de Emisiones y establecer una hoja de ruta hacia la descarbonización a partir de la que poder compensar las emisiones que no puedan ser reducidas.

El trabajo y relación asociativa actúa como elemento de cohesión fuerte entre las empresas que se contratan, subcontratan y derivan trabajo, colaboran en proyectos sociales y ambientales en el territorio, se acompañan en momentos difíciles, y se asesoran técnica y legalmente, así como en la búsqueda de medidas que promuevan el incremento y mejora de la sostenibilidad individual y colectiva.

Es importante conocer que el tejido empresarial de la CETS está formado principalmente por pequeñas empresas y autónomos estrechamente vinculados al espacio protegido y que sobre ellos recae el principal peso de la CETS. Estos pequeños empresarios y empresarias han de gestionar toda la documentación y actuaciones por sus propios medios y compatibilizarlas con el día a día de su actividad empresarial.

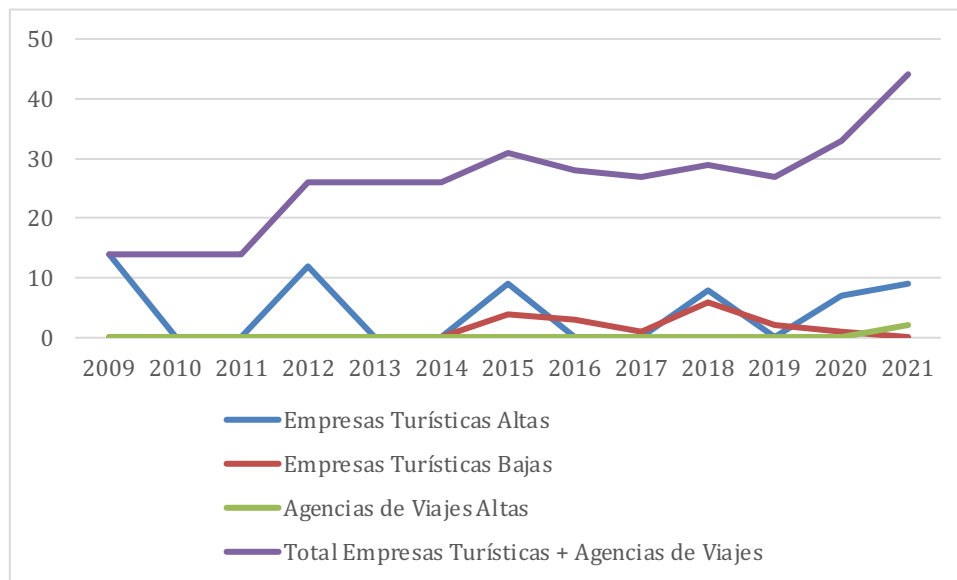
Durante los años que lleva en marcha la Fase II de la CETS en Sierra Nevada, ha habido etapas difíciles en las que se han producido algunas bajas, debido a que hay empresas que han cerrado, otras que han cambiado de propietarios y objetivos y otras que simplemente han perdido la ilusión y el compromiso con la CETS por falta de rentabilidad cortoplacista, por desavenencias con el equipo gestor del espacio protegido, con otras empresas socias o con el Foro. Así de un total de 61 empresas que se han involucrado en la Fase II de la CETS de Sierra Nevada, a final del año 2021 había 40 (Figura 5).

Otra limitación importante ha sido en relación al proceso de adhesión a la CETS Sierra Nevada, debido a que entre los años 2015 y 2018 no se renovaron los programas de actuación propuestos debido a que las competencias de la suscripción de convenios CETS pasó a ser transferida al gobierno autonómico a raíz de la aprobación de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público. Esto provocó que el proceso de firma de convenios se ralentizara y las empresas no pudieran renovar sus suscripciones ni adherirse como nuevas empresas

a la CETS hasta julio de 2018 cuando se delegó la firma de los convenios de colaboración con las empresas en el ámbito de la CETS a las personas titulares de las Delegaciones Territoriales de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. Fueron más de dos años en los que los compromisos previos tuvieron que extenderse en el tiempo.

Por último, Sierra Nevada es uno de los 4 espacios protegidos adheridos a la Carta que ha conseguido cerrar el círculo en torno a la sostenibilidad del turismo con la consecución en el año 2021 de la Fase III a través de la adhesión de dos agencias de viajes que no sólo se han comprometido con la promoción del turismo sostenible sino que han luchado para que esta fase sea apoyada, defendida y promovida por el equipo gestor y técnico del Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada y aprobada por la administración autonómica (Figura 5).

Figura 5. Evolución de las Fases II y III de la CETS en Sierra Nevada.



Fuente: Elaboración propia a partir de documentación CETS Sierra Nevada, 2022.

Cuando las entidades se hacen más grandes va surgiendo una mayor diversidad de opiniones y posturas y esto llevó a que algunas empresas ubicadas en el área de influencia socioeconómica de Sierra Nevada que no compartiesen el hecho de que hubiera que estar asociado para poder obtener la acreditación de la CETS. Para resolver estas desavenencias y tras consultar los procesos de adhesión de otras áreas protegidas que forman parte de la Red de la Carta, en el año 2021, el equipo gestor del espacio protegido eliminó la obligatoriedad de que las empresas se adhiriesen a la AFCETS Sierra Nevada para poder obtener la acreditación CETS Sierra Nevada, algo que se tomó con cierta reticencia desde la AFCETS Sierra Nevada debido a que les preocupaba que se flexibilizase demasiado el proceso de adhesión con el fin de mejorar las estadísticas y, con ello, se pudiese desvirtuar el imaginario colectivo que había costado tanto tiempo construir en torno a la CETS. Además, la AFCETS Sierra Nevada reclamaba que se pusiese en valor el papel que ha ejercido a lo largo de estos años para fomentar el sentimiento de pertenencia, lograr los objetivos de la CETS y mantener la acreditación del espacio, así como por la importancia de poder formar parte del Club de Ecoturismo de España a través de la misma.

En Andalucía existe otro tipo de certificación de calidad denominada "Marca Parque Natural" regulada por la Orden de la Consejería de Medio Ambiente de 15 de diciembre de 2004 (BOJA nº 19 de 28 de enero de 2005), y por la corrección de errores del BOJA nº 37 de 2005, que reconoce a aquellas empresas implantadas en los parques naturales de la región que ofrezcan al visitante unos productos y servicios diferenciados, asociados a los valores medioambientales de los parques y que contribuyan a dinamizar sus territorios con un compromiso de calidad de vida. Con el fin de homogeneizar las empresas turísticas con compromiso ambiental, en el año 2022, la administración regional tomó la decisión de que todas las empresas CETS debían obtener el sello regional Marca Parque Natural para proceder a la adhesión a la Carta. Esta obligatoriedad supuso un revés para las empresas de la CETS Sierra Nevada que ya contaban con el reconocimiento de la CETS y se encontraban en proceso de adhesión o renovación por lo que se opusieron frontalmente debido a que había requisitos de la Marca Parque Natural que excluían directamente a algunas de las empresas que ya formaban parte de la CETS además de por no entender cómo, desde la administración regional, se pretendía que un sello autonómico estuviera por encima de una herramienta de acreditación europea que permite el trabajo en Red dentro de la Unión y que cuenta con más de 20 años de trayectoria contrastada. Incluso se barajó desde las empresas la posibilidad de salirse todas de la Carta y adherirse al Club de Ecoturismo de España que cada vez tiene más peso y recoge asociaciones de otros espacios protegidos sin CETS que trabajan para fomentar el ecoturismo. Esto último habría sido un

problema para Europarc al ver reducido su peso en España respecto al Club de Ecoturismo. Las observaciones de las empresas CETS fueron tomadas en consideración para flexibilizar los criterios de adhesión a la Marca Parque Natural pero no se eliminó este requisito para las nuevas acreditaciones o renovaciones de la Carta. Esto vaticina nuevos retrasos en la penetración de la Carta en el tejido empresarial de Sierra Nevada debido a que todas las nuevas empresas que quieran formar parte de la CETS deberán estar previamente acreditadas como Marca Parque Natural.

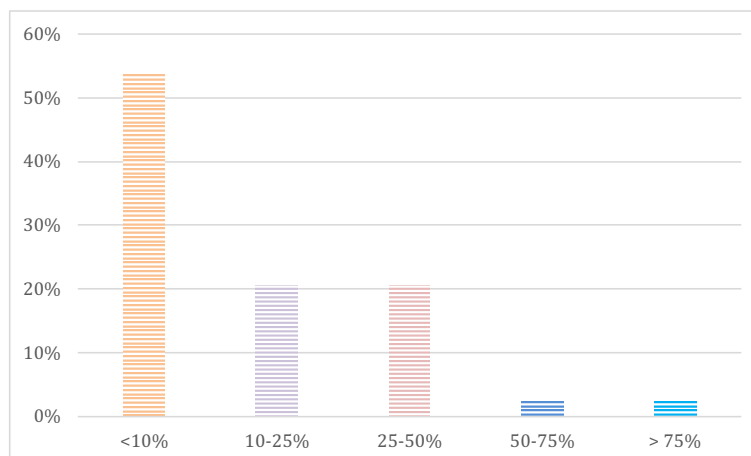
A pesar de que los cambios siempre generan incertidumbre, las encuestas realizadas a mediados de 2022 a las empresas que forman parte de la Carta exponen que una amplia mayoría de las mismas considera útil la Carta Europea de Turismo Sostenible (82,1%). Además, hay que destacar que las empresas están especialmente satisfechas con el asesoramiento que reciben por parte del equipo técnico de la CETS Sierra Nevada, declarando un 88,6% que ha hecho uso del mismo.

También se consultó sobre las relaciones que se establecen con los agentes locales con competencias en materia de turismo sostenible, declarando muchas de las empresas que su relación con los gestores del Espacio Natural de Sierra Nevada ha mejorado (79,5%) porcentaje que va en consonancia con los resultados obtenidos en la encuesta de ámbito estatal sobre el impacto de la Fase II de la CETS en España realizada en 2014 (Domínguez, 2014) sobre estas cuestiones. Por otra parte, una amplia mayoría de empresas CETS (89,7%) declara que mantienen una relación de cooperación/colaboración con otras empresas de la CETS Sierra Nevada, hecho que está en consonancia con las tendencias observadas en los resultados de la encuesta estatal realizada en 2014. Sin embargo, al preguntarles por su relación con la población local del territorio en el que operan, la mayoría exponen que ya tenían una buena relación con anterioridad (59%) aunque cabe mencionar que un 30,8% considera que su relación ha mejorado. En lo que respecta a la relación con el gobierno local/entidades locales la mayoría exponen que ya tenían una buena relación con anterioridad (51,3%), un 15,4% ha mejorado su relación y un 17,9% expone que su relación ha empeorado. Sobre la relación con otras empresas locales un 43,6% manifiesta que ahora su relación es mejor, si bien un 41% destaca que ya tenía buena relación con anterioridad a la entrada en la Carta.

Sin embargo, no todo son buenos resultados, encontrando por ejemplo que la mayoría opina que la entrada en la CETS no ha mejorado su visibilidad como negocio ni sus ingresos (43,6%) frente a un 35,9% que manifiestan que su visibilidad e ingresos han mejorado, detectando aquí un elevado porcentaje sin respuesta (NS/NC 20,5%). En la encuesta estatal llevada a cabo en 2014 eran pocos los que manifestaban que los beneficios habían sido considerables, si bien la mayoría consideraba haber obtenido algún tipo de beneficio en este sentido (Domínguez, 2014).

Tampoco está claro que la CETS esté ayudando a que aumenten considerablemente los viajes de ecoturismo respecto a otro tipo de motivaciones de viaje. De hecho, la mayoría de los encuestados ha manifestado que los viajes de ecoturismo representan todavía un porcentaje muy pequeño de su negocio siendo para más de la mitad menor del 10% y para una cuarta parte del 10 al 25%, tal y como se puede ver en la Figura 6. Este hecho muestra la necesidad imperante de trabajar más activamente en la promoción de los viajes de ecoturismo y la captación de ecoturistas en Sierra Nevada. Esto también se observó en la encuesta llevada a cabo en 2014 en la que muy pocos manifestaron que los turistas hubieran elegido su empresa atraídos por el espacio natural y por la distinción de la CETS, considerando cerca del 50% que eran otras las motivaciones del viaje de la mayoría de sus clientes (Domínguez, 2014).

Figura 6. Porcentaje viajes ecoturismo en empresas CETS Sierra Nevada



Fuente: Encuesta realizada a las empresas acreditadas CETS Sierra Nevada, 2022.

En lo que respecta a la caracterización de los viajeros ecoturistas que reciben, cabe destacar que mayoritariamente proceden de Europa (64,1%), seguida por Andalucía (43,6%) y resto de España (38,5%). Además, un gran número de encuestados considera que son turistas que están dispuestos a pagar más por una experiencia/viaje de ecoturismo (43,6%), si bien hay un elevado porcentaje que no lo saben o han optado por no contestar a esta cuestión (43,6%).

Por último, al consultarles las motivaciones de los viajeros que acuden a Sierra Nevada, la mayoría de los encuestados considera que la principal motivación es la realización de actividades de senderismo y trekking (71,1%), seguida por la apreciación de los paisajes (68,4%), la contemplación de la naturaleza (65,8%), conocer la cultura, artesanía y costumbres (55,3%), realizar una actividad deportiva de aventura en la naturaleza como barranquismo, alpinismo, esquí, o mountainbike (57,9%), conocer la biodiversidad (42,1%), conocer la gastronomía de Sierra Nevada (44,7%) y en última instancia conocer los recursos geológicos y/o astronómicos (21,1%).

#### **4.5. Lucha y adaptación al Cambio Climático de las empresas y agencias de viaje CETS de Sierra Nevada**

Para el presente estudio, se han agrupado las actuaciones en materia de Cambio Climático que se han ido planteando en los programas de actuación en dos periodos temporales no homogéneos, uno que abarca desde 2009 hasta 2018 y otro de 2018 a 2022, que responden a las dinámicas que se han llevado a cabo por las empresas de la CETS debido a las dificultades de adhesión y renovación de compromisos que se produjeron entre 2015 y 2018.

A raíz de la información y problemáticas detectadas en las entrevistas que se llevaron a cabo con algunas empresas representantes de los diferentes tipos de actividades empresariales que se agrupan en la Carta y, con el fin de poder analizar la relación entre las actuaciones propuestas y la lucha y adaptación al Cambio Climático, se han agrupado las actuaciones de los programas de actuación en torno a una serie de temáticas de gran importancia para la consecución de estas metas como son: la circularidad y/o economía circular; la transición energética; la movilidad sostenible; la reducción de la contaminación; la producción ecológica y alimentación ecológica y local; la preservación y restablecimiento de los ecosistemas y la biodiversidad; el fomento de los valores patrimoniales y de la economía local; el fomento del turismo sostenible y el ecoturismo; la puesta en marcha de Sistemas de Gestión Medioambiental; y la educación ambiental (Tabla 4).

Tal y como se observa en la Tabla 4, la mayor parte de las medidas llevadas a cabo en el primer periodo (2009-2018) estaban relacionadas con la educación ambiental, el fomento de los valores patrimoniales y de la economía local, la transición energética, la preservación y restablecimiento de ecosistemas y biodiversidad y la economía circular o circularidad. En el segundo periodo (2018-2022) las temáticas en las que se han llevado a cabo más medidas son la educación ambiental, el fomento de los valores patrimoniales y de la economía local, la preservación y restablecimiento de ecosistemas y biodiversidad, la circularidad, la producción ecológica y alimentación ecológica y local y la transición energética.

Analizando los dos periodos, a pesar de que el número total de actuaciones es parecido en ambos, el número de actuaciones por año difiere mucho entre ellos, lo que muestra que los compromisos de las empresas han sido mayores en el segundo periodo (2018-2022) a raíz del número de actuaciones llevadas a cabo por año que para algunos de los ítems duplica, triplica e incluso cuadruplica las del periodo anterior (Tabla 4). Estos dos periodos podrían marcar un antes y un después con el aumento en el segundo periodo de compromisos para fomentar el turismo sostenible y el ecoturismo, traducido en dar una mayor visibilidad al sector.



Tabla 4. Medidas desarrolladas por las empresas CETS de Sierra Nevada

	Medidas 2009-2018			Medidas 2018-2022		
	Total	%	Medidas/año	Total	%	Medidas/año
Circularidad	39	12,4	4,3	34	11,3	8,5
Transición energética	42	13,4	4,7	26	8,7	6,5
Movilidad sostenible	8	2,5	0,9	14	4,7	3,5
Reducción de la contaminación	13	4,1	1,4	16	5,3	4
Producción ecológica y alimentación ecológica y local	20	6,4	2,2	28	9,3	7
Educación ambiental	70	22,3	7,8	55	18,3	13,75
Preservación y restablecimiento de ecosistemas y biodiversidad	41	13,1	4,6	40	13,3	10
Fomento de los valores patrimoniales y de la economía local.	71	22,6	7,9	54	18,0	13,5
Fomento del turismo sostenible y ecoturismo	1	0,3	0,1	13	4,3	3,25
Sistemas de Gestión Medioambiental	9	2,9	1,0	20	6,7	5
Total medidas	314	100,0	34;9	300	100,0	75

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por el equipo técnico CETS Sierra Nevada.

Del análisis de las encuestas se puede extraer el tipo de medidas que han desarrollado las empresas en las distintas materias propuestas, así por ejemplo las principales medidas que se han adoptado para promover la transición energética son las dedicadas a mejorar la eficiencia energética en las instalaciones desarrollada por el 46,2% de los encuestados, la producción de energía con energías renovables llevada a cabo por el 35,9% al que se va a sumar un 10,3% más que lo tienen como objetivo a corto plazo. Por otra parte, un 20,5% del total ha contratado la electricidad a compañías con garantía de origen 100% renovable y un 7,7% más tiene previsto hacerlo en los próximos meses.

En cuanto a las medidas para promover la circularidad, el 97,4% de los encuestados compran todo lo posible en proximidad/cercanía, un 82,1% colaboran con empresas CETS y otras empresas locales y un 48,7% contrata o subcontrata personal en el ámbito local y de la CETS.

En materia de promoción de la agricultura y alimentación ecológica cabe destacar que el 40,5% utiliza alimentos ecológicos en sus menús y pic-nic, el 32,4% desarrolla la agricultura ecológica, el 29,7% produce alimentos ecológicos y un 24,3% realiza actividades educativas para concienciar sobre la importancia de la agricultura ecológica.

En materia de movilidad sostenible, un 53,8% manifiesta haber reducido todos los desplazamientos innecesarios en vehículo privado, un 25,6% utiliza todo lo posible el transporte público, un 25,6% utilizan asiduamente el transporte no motorizado, un 23,1% ofrece transporte a sus clientes para reducir los desplazamientos en vehículo privado y 15,4% han adquirido un vehículo híbrido. Sin embargo, ninguna empresa ha obtenido un coche eléctrico, algo que puede relacionarse con la escasa autonomía que todavía tienen este tipo de vehículos en zonas de montaña con fuertes pendientes. Además, en materia de movilidad hay un 23,1% de los encuestados que no ha adoptado ninguna medida en este sentido.

En el contexto actual es interesante explorar la percepción del riesgo asociado al Cambio Climático que presentan los actores clave del turismo en Sierra Nevada especificando si los cambios esperados serán globales o a escala local ya que esta última opción puede condicionar posturas de actuación más activas (Bord et al., 2002). También es importante conocer cuáles podrían ser las posibles repercusiones en los negocios turísticos que las modificaciones de los parámetros climáticos pueden provocar a través de cambios en la estructura, funcionamiento y distribución de los ecosistemas de los paisajes de montaña comprometiendo sus actuales funciones productivas, ambientales y sociales (Martín et al., 2017). Algunos estudios demuestran que los individuos con mayor percepción del riesgo son más proclives a la implementación de medidas de adaptación o mitigación que permitan hacer frente a este fenómeno (Adger et al., 2009; Bord et al., 2002).

Hasta ahora se han presentado pocas medidas específicas para la adaptación al Cambio Climático en los Programas de Actuación de las empresas CETS Sierra Nevada, sin embargo, hay algunas medidas para promover la sostenibilidad y la conservación de la biodiversidad y de los valores culturales y etnográficos que son útiles para esta finalidad como pueden ser las siguientes:

- Fomentar la conservación y difusión de la diversidad agroganadera (red de intercambio de semillas a nivel local, las semillas tienen memoria y se adaptan a las condiciones climáticas; colaborar en la conservación de la raza vaca pajuna, ayudar a la conservación del ecosistema castañar de “La Rosandra”; poner parrales en los alojamientos para aumentar las sombras; divulgar la agricultura mediterránea de la comarca, poner en valor y recuperar las acequias tradicionales).
- Mitigar la huella de carbono.
- Aglutinar los conocimientos sobre usos y tradiciones asociados a los valores naturales y los valores culturales del territorio y difundirlos.
- Promover la movilidad sostenible: adquisición de vehículos híbridos, reducir los desplazamientos planteando actividades con pernocta varios días en el mismo lugar, poner puntos de recarga de vehículos eléctricos.
- Preservar y difundir la biodiversidad de Sierra Nevada (elaboración de inventario de plantas silvestres aromáticas y medicinales; viajes de observación de flora; elaboración de fichas de especies del río Dúrcal; sustituir especies foráneas por plantas autóctonas en los alojamientos; participar y apoyar económicamente repoblaciones forestales)
- Fomentar el consumo de proximidad,
- Reducir el consumo de agua y mejorar su aprovechamiento (reutilización de aguas del proceso productivo del olivar para riego, sistemas de reducción de agua en centros de educación ambiental, depuración de aguas residuales incluyendo tratamiento terciario para poder reutilizarlas),
- Reducir la demanda energética (reducir la potencia eléctrica contratada, mejorar el aislamiento de las ventanas, sustitución de bombillas por sistema led, mejorar la eficiencia de los sistemas de refrigeración, instalar energías renovables)

Para recopilar información actualizada y plantear la problemática a las empresas de la necesidad de llevar a cabo medidas de adaptación, en la encuesta realizada en 2022 se les consultó específicamente si estaban desarrollando alguna medida con esta finalidad específica en una pregunta abierta. No todas las empresas contestaron a esta cuestión, sin embargo, entre las empresas que sí lo hicieron hay medidas que ya estaban contempladas en sus planes de acción y que se han expuesto con anterioridad, otras que aun estando contempladas se han extendido entre las empresas y otras más novedosas. Entre las medidas planteadas cabe destacar que hay varias empresas han eliminado las actividades que requieren un mayor desplazamiento, hay empresas que han diversificado el tipo de actividades a lo largo del año para reducir la dependencia de la nieve y la estacionalidad del turismo, algunas empresas han adquirido vehículos híbridos/eléctricos o de bajo consumo y emisiones de CO<sub>2</sub>, algunos alojamientos han optado por cerrar los días más fríos del invierno para ahorrar calefacción, muchas empresas han reducido las compras innecesarias y los gastos todo lo posible para poder afrontar etapas con menos ingresos y además están incrementando la formación de su personal para poder diversificar sus fuentes de ingresos para resistir ante posibles escenarios de incertidumbre. También las hay que han acostumbrado a los cultivos a una menor demanda de agua sustituyendo el riego a manta por el riego por goteo y otras que han implantado sistemas domóticos que permiten ahorrar electricidad a través de temporizadores, tarjetas y reducción de iluminación ornamental. Por último, cada vez hay más empresas que han instalado placas solares.

A pesar de que este tipo de actuaciones son muy importantes para ir preparándose para la necesaria adaptación al Cambio Climático, todavía queda mucho por hacer hasta conseguir que cada empresa haga un plan integral de adaptación en el que se incluyan posibles escenarios a los que se puede enfrentar su negocio y paquetes de medidas para actuar en consecuencia.

## 5. Discusión y Conclusiones

La CETS es una herramienta con un amplio seguimiento en Europa y en España que ha demostrado la utilidad de trabajar en Red y en connivencia con los agentes locales involucrados en el turismo sostenible y ecoturismo.

Se ha observado que la madurez de la CETS en destinos como Sierra Nevada muestra que se trata de un proceso de mejora continua en el que se trabaja para conservar la biodiversidad, promover los valores culturales y sociales del área de influencia socioeconómica del espacio, propiciar soluciones consensuadas entre las distintas partes e incrementar la sostenibilidad empresarial, turística y territorial. Si bien sería necesario analizar, mediante la confección y seguimiento de indicadores, si el tipo de actuaciones que se desarrollan están siendo de utilidad para mejorar estos aspectos.

De todo el proceso se pueden identificar una serie de barreras y oportunidades que pueden ser de gran utilidad para espacios recién incorporados sin apenas experiencia en la implantación y puesta en práctica de esta herramienta, así como para aquellos que no han conseguido desarrollarla con éxito.

El éxito de la implantación de esta herramienta está relacionado con el acompañamiento técnico que reciben las empresas, con la implicación de las empresas CETS en la diversidad de proyectos y actuaciones conjuntas que se desarrollan y con el apoyo y coordinación institucional del que depende la agilidad de los procedimientos y las posibles trabas.

Como principales barreras para las empresas cabe destacar que se trata de pequeñas empresas y autónomos que han de compatibilizar las tareas de la CETS con su actividad empresarial lo que dificulta el compromiso y puesta en marcha de todas las medidas planteadas en sus programas de actuación.

Pero la CETS Sierra Nevada también supone una oportunidad para las empresas al servir para mejorar su relación con el equipo gestor del espacio protegido y con otras empresas CETS, su visibilidad y sostenibilidad ambiental y económica en muchos casos y sus relaciones con las entidades locales, si bien muchas de ellas ya cuentan con buenas relaciones con la población y entidades locales.

Se ha observado como las empresas CETS Sierra Nevada están plenamente convencidas de que es necesario trabajar para alcanzar un modelo de turismo compatible con la conservación de los valores ambientales, culturales y sociales del territorio. Son empresas que creen en el Cambio Climático y sus posibles efectos y que por tanto están dispuestas a actuar para combatirlo y adaptarse a sus consecuencias.

Del análisis de las actuaciones expuestas en los programas de actuación que las empresas han llevado a cabo para la lucha contra el Cambio Climático se extrae que hay una mayor implicación de las empresas en actuaciones encaminadas a la consecución de estos objetivos a lo largo del tiempo, lo que denota un mayor compromiso y calado de la importancia que se da por parte de las mismas a estos aspectos.

Las encuestas sin embargo muestran que si bien hay una gran proporción de empresas que están llevando a cabo medidas para promover la transición energética, la circularidad, la movilidad sostenible, la agricultura y alimentación ecológica y local y la reducción de la contaminación, las proporciones obtenidas para muchos de los aspectos como la movilidad sostenible, la sustitución de fuentes energéticas o la compensación de la huella de carbono son todavía muy mejorables debido a que por ejemplo en el ámbito de la adaptación al Cambio Climático, muchas de las propuestas de las empresas son acciones puntuales y en todo caso no extendidas al tejido empresarial, por lo que se hace necesario un trabajo desde la base en el que las empresas analicen la situación que se les puede presentar ante los posibles escenarios futuros y en el que trabajen en la realización de propuestas integrales que permitan una adaptación real a las circunstancias sobrevenidas.

El presente artículo demuestra que la Carta Europea de Turismo Sostenible es una herramienta útil que está adquiriendo cada vez más popularidad en Europa y que, como se ha visto para el caso de Sierra Nevada, permite trabajar de forma conjunta por la sostenibilidad real del territorio a espacios protegidos, empresas turísticas, agencias de viaje, asociaciones, corporaciones locales y población.

El presente estudio ha tenido que solventar ciertas dificultades para la organización de los datos y tener en cuenta los periodos de actividad CETS al no ser estos coincidentes con los programas de actuación por el parón que produjo el cambio de administración competente para firmar los convenios de colaboración.

Como prospectiva se plantea extender el análisis a otros espacios protegidos de España que trabajan con la CETS para obtener una visión de conjunto de la situación estatal que permita conocer la situación de los espacios protegidos y del tejido empresarial CETS en los distintos ámbitos que se han analizado en el presente artículo entre los que destaca la lucha y adaptación al Cambio Climático con la finalidad de sistematizar las dificultades, las amenazas, las fortalezas y las oportunidades que proporciona esta herramienta a través de la puesta en práctica real.

No se ha podido demostrar si la CETS como herramienta está permitiendo fijar población al territorio, hecho que se podría estudiar en futuras investigaciones.

## **6. Agradecimientos**

El texto presentado se ha podido elaborar gracias al apoyo documental y técnico de María Villa, técnico responsable de la Carta Europea de Turismo Sostenible en el Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada y la colaboración desinteresada de las Empresas CETS Sierra Nevada que han participado en las entrevistas y encuestas realizadas proporcionando información valiosa.

## Referencias

- Adger, W. N., Lorenzoni, I., & O'Brien, K. L. (2009). *Adapting to climate change: Thresholds, values, governance*. Cambridge University Press. <https://bit.ly/3z2hvrl> (accessed 4/07/2022)
- Andréu Abela, J. A. (2001). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. Documento de trabajo S, 2001. <https://bit.ly/3PrESjw>
- Balandina, A., Lovén, L., Ostermann, O., & Partington, R. (2012). European Charter Parks—A growing network for sustainable tourism development in protected areas. *Parks*, 18(2), 132. <https://bit.ly/3PpFiH6> (accessed 10 July 2022)
- Balmford A, Green JMH, Anderson M, Beresford J, Huang C, Naidoo R, et al. (2015). Walk on the Wild Side: Estimating the Global Magnitude of Visits to Protected Areas. *PLoS Biol*, 13(2): e1002074. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1002074>
- Bord, R. J., Fisher, A., & Robert, E. O. (1998). Public perceptions of global warming: United States and international perspectives. *Climate research*, 11(1), 75-84. <https://www.int-res.com/articles/cr/11/c011p075.pdf> (accessed 10/07/2022).
- Butler, R.W. (1993). Tourism - an evolutionary perspective. En J.G. Nelson, R.W. Butler and G. Wall (Eds), *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, (pp. 27-44). University of Waterloo (Department of Geography Publication 37). <https://bit.ly/3PmnIDz> (accessed 4 July 2022).
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism geographies*, 1(1), 7-25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Ceballos-Lascuráin, H. (1996). *Tourism, ecotourism, and protected areas*. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.1996.7.en>
- Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Carta Mundial de Turismo Sostenible. Lanzarote, 1992. <https://bit.ly/3yBYH0z> (accessed 4 July 2022).
- Díaz-Cuevas, P., Becerra-Fernández, B., & Villar-Lama, A. V. (2021). Transición ecológica y emergencia climática en las enseñanzas de turismo. *Cuadernos de Turismo*, (48), 325-349. DOI: <https://doi.org/10.6018/turismo.492791>
- Declaración de Daimiel (I Congreso Nacional de Ecoturismo, 2016) <https://bit.ly/3P65XIX>
- Domínguez Iglesias, M. B. (2014). Impacto de la Carta Europea de Turismo Sostenible (Fase II) en el Estado español. <https://bit.ly/3P5GRtW>
- Eber, S. (1992). *Beyond the green horizon: principles for sustainable tourism*. WWF UK.
- Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 (Documento de trabajo). <https://bit.ly/3PpFypg>
- Europarc (2010) Seguimiento y Evaluación Plan de Acción de la Carta Europea de Turismo Sostenible en el Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada.
- Europarc (2014) Seguimiento y Evaluación Plan de Acción de la Carta Europea de Turismo Sostenible en el Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada <https://bit.ly/3Puy1Wm>
- Europarc (2020) Seguimiento y Evaluación Plan de Acción 2014-2018 Carta Europea de Turismo Sostenible Parque Nacional, Parque Natural y Reserva de la Biosfera de Sierra Nevada.
- CETS Sierra Nevada (2021) Seguimiento y Evaluación Intermedios Plan de Acción de la Carta Europea de Turismo Sostenible en el Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada.
- Europarc (2022). <https://www.europarc.org/sustainable-tourism/network-sustainable-destinations/>
- Fernandez Núñez, L. (2006). ¿Cómo analizar estudios cualitativos? *Butlletí LaRecerca*, 7(1), 1-13. [https://issuu.com/malurojas19/docs/131.\\_mastertesis\\_-\\_articulo\\_c\\_mo\\_analizar\\_datos\\_cu](https://issuu.com/malurojas19/docs/131._mastertesis_-_articulo_c_mo_analizar_datos_cu)
- Francés, I. L. (2010). El grupo de discusión como estrategia metodológica de investigación: aplicación a un caso. Edetania. Estudios y propuestas socioeducativos, (38), 147-156. <https://revistas.ucv.es/edetania/index.php/Edetania/article/view/303/265>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2006). Análisis de los datos cuantitativos. *Metodología de la investigación*, 407-499. [https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis\\_sampieri\\_unidad\\_1-1.pdf](https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis_sampieri_unidad_1-1.pdf)
- Liddle, M. (1997). *Recreation ecology: the ecological impact of outdoor recreation and ecotourism*. Chapman & Hall Ltd. <https://bit.ly/3PbwKDO>
- Martín, M. B. G., López, X. A. A., & Iglesias, M. C. (2017). Percepción del Cambio Climático y respuestas locales de adaptación: el caso del turismo rural. *Cuadernos de turismo*, (39), 287-310. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290571>
- Olivencia, Y. J. (2000). De los complejos naturales a los paisajes: el modelo de Sierra Nevada. *Cuadernos Geográficos*, 30, 347-364. <https://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/1966/2140>
- Olivencia, Y. J., Rodríguez, L. P., & Calvo, A. C. (2015). Medio siglo en la evolución de los paisajes naturales y agrarios de Sierra Nevada (España). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* (68) 205-232. <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/download/1859/1775/0>

- OMT, 2003. Assessment of the results achieved in realizing aims and objectives of the International Year of Ecotourism UNWTO <https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/2019-07/iye-rep-un-ga-2003.pdf>
- Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020 aprobado por el Real Decreto 416/2014, de 6 de junio. «BOE» núm. 147, de 18 de junio de 2014. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2014/BOE-A-2014-6432-consolidado.pdf>
- Prados Velasco, M. J., & Valle Ramos, C. D. (2010). Naturbanización y cambios en la población de los espacios naturales de Doñana y Sierra Nevada. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 56(3), 435-460. <https://bit.ly/3bZbAKo>
- PNUMA (1972). Programa de Naciones Unidas por el Medio Ambiente - PNUMA, (1972). <https://bit.ly/3ckkdQ3>
- Rodríguez, M., Andrades, L. (2011). La Carta Europea de Turismo Sostenible: 15 años de experiencia. Análisis de su aplicación en España. In XVI Congreso de la asociación española de expertos científicos en turismo. <https://bit.ly/3RBEa4V>
- The British Ecotourism Market (2001). *Special report*/WTO. World Tourism Organization.
- Wolf, I. D., Croft, D. B., & Green, R. J. (2019). Nature conservation and nature-based tourism: A paradox?. *Environments*, (9), 104. <https://doi.org/10.3390/environments6090104>
- Yagüe, P. (2002). Rural tourism in Spain. *Annals of tourism Research*, 29(4), 1101-1110. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00025](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00025)