

## TURISMO ACTIVO Y SOSTENIBILIDAD EN CATALUÑA. UNA VALORACIÓN DESDE EL SECTOR PRIVADO

Francesc Cots Serra\*, Elisabet Roca\*\*, Lérica Baeza\*\*\* y Oriol Sallent\*\*\*\*

**Resumen:** Este artículo presenta los resultados de la sección de «Sostenibilidad» de un proyecto realizado los años 2007 y 2008 para el *Observatori de Turisme de la Generalitat de Catalunya* bajo el título de «La gestión del turismo activo en Cataluña». A través de una metodología participativa y de entrevistas en profundidad con representantes del sector, se recoge el estado de la cuestión en relación a las empresas de turismo activo y la sostenibilidad en Cataluña, describiéndose los principales impactos de tipo socioeconómico y medioambiental de las empresas en su entorno y apuntando una serie de medidas para hacer frente a esos impactos. A raíz de este análisis, se proponen una serie de medidas de gestión desde la perspectiva empresarial que integren las consideraciones medioambientales en la toma de decisiones y que favorezcan el establecimiento de relaciones constructivas con las instituciones y agentes locales.

**Palabras clave:** turismo activo, sostenibilidad, turismo sostenible, capacidad de carga, zonas ecológicamente vulnerables.

**Abstract:** This paper presents the outcomes of the «Sustainability» section of a project developed during the years 2007 and 2008 for the Catalonia Tourism Observatory under the name of «Management of Active Sports Tourism in Catalonia». Through a participative methodology and through the development of in depth interviews with representatives of the sector, this paper gathers data on the state of the art of adventure tourism enterprises and sustainability in Catalonia, describing main socioeconomic and environmental impacts of the enterprises and pointing out measures to address those impacts. As a result of this analysis, management measures from the perspective of private businesses are proposed. These measures seek to mainstream environmental considerations into decision-making processes and enhance the establishment of constructive relationships with institutions and local stakeholders.

**Keywords:** active sports tourism, sustainability, sustainable tourism, carrying capacity, ecologically sensitive areas.

### I. INTRODUCCIÓN

El turismo activo como descriptor de la práctica turística de realizar actividades deportivas recreativas en la naturaleza (Sallent, 2008) es una modalidad turística que en la última década ha experimentado un crecimiento muy significativo fruto de la iniciativa de practicantes deportistas que decidieron crear empresas nuevas, de la asimilación por parte de la población rural de la llegada de turistas procedentes de zona

urbanas y de políticas económicas de apoyo a la oferta turística en la naturaleza como herramienta de asentamiento demográfico en zonas rurales. A pesar de que no existen datos cuantitativos del crecimiento en la práctica del deporte en la naturaleza en España, diferentes hechos y datos constatan el interés creciente de las prácticas deportivas en la naturaleza (el aumento del número de publicaciones, revistas y guías sobre áreas naturales e itinerarios; el crecimiento de nuevas modalidades deportivas, etc.)

\* Investigador en el Departamento de Gobernanza Ambiental del Centro Tecnológico Forestal de Cataluña. francesc.cots@ctfc.es.

\*\* Doctora en Ciencias Ambientales y profesora en la Universidad Politécnica de Cataluña. Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos.

\*\*\* Máster en Gestión Pública y Desarrollo Sostenible por la Universidad Autónoma de Barcelona. Instituto de Ciencia y Tecnologías Ambientales. lerida.baeza@gmail.com.

\*\*\*\* Profesor en la Universidad de Vic de Cataluña y consultor especializado en turismo activo. Universidad de Vic. oriol.sallent@uvic.cat.

(Luque Gil, 2003). Estos cambios comportan nuevas oportunidades para las comunidades locales y los sectores económicos asociados. A su vez, el escenario donde se practican las actividades asociadas a esta modalidad tienen con frecuencia relevantes valores naturales y cierta fragilidad ecológica. Por lo tanto, la regulación y gestión de estas actividades es fundamental para reducir sus impactos y con ello garantizar la calidad y la sostenibilidad (social, económica y ambiental) de esta modalidad turística. En este sentido, el papel que juegan las empresas del sector deviene crucial para favorecer unas buenas prácticas de todos los agentes y usuarios implicados en el desarrollo de estas actividades.

Para indagar en estas cuestiones y realizar un código de conducta orientado a las empresas del sector de turismo activo en Cataluña (1) desde el *Observatori de Turisme de la Generalitat de Catalunya* y bajo la dirección del *Centre de Recerca i Innovació de les Industries Turistiques (CRIIT)* se financió el proyecto «La Gestión del Turismo activo en Cataluña» (2007-2008) que tenía como objeto de estudio la gestión de las empresas de turismo activo en Cataluña en los ámbitos de seguridad, marketing, calidad y sostenibilidad (2).

En el marco de este proyecto, el presente artículo se centra en el ámbito de la sostenibilidad y expone los resultados de una investigación social orientada a conocer la valoración de empresarios y expertos del sector del turismo activo sobre las relaciones existentes entre las empresas de turismo activo, los recursos naturales y la población local. En concreto, el objetivo del estudio es

conocer como se valoran desde el sector privado los impactos ambientales, sociales y económicos de las actividades de turismo activo en el entorno y, en base a estos, qué medidas y buenas prácticas se propone realizar por parte de las empresas del sector en Cataluña, siendo los resultados aplicables al territorio español. Por lo tanto, quedan fuera del objeto de estudio los impactos generados por las administraciones públicas y sus actuaciones de mejora ambiental y/o social contenidas en políticas públicas e instrumentos públicos de ordenación del territorio, salvo en aquellos aspectos necesarios para contextualizar las acciones empresariales.

El artículo se inicia con una breve descripción de los conceptos de turismo activo y desarrollo sostenible y las relaciones entre ambos para contextualizar y entender la problemática que se está tratando. Continúa con un análisis detallado de la metodología cualitativa que se ha utilizado basada en entrevistas en profundidad a expertos y empresas del sector y en el desarrollo de un workshop. A continuación, se exponen los resultados de este proceso de investigación, que contienen una serie de aspectos generales, la valoración de los impactos socioeconómicos y ambientales y las medidas de corrección a implementar por parte de las empresas. Finalmente, se describen y sintetizan las conclusiones más relevantes del artículo.

## II. TURISMO ACTIVO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

El desarrollo sostenible va más allá de los límites del crecimiento económico o de

la ecología y constituye un paradigma general. Se considera que el desarrollo sostenible persigue tres objetivos básicos: uno económico, la eficiencia en el uso de los recursos y el crecimiento cuantitativo; un objetivo social, basado en la equidad y la reducción de la pobreza; y un objetivo ambiental, la conservación de los recursos naturales. Este concepto tiene su origen en el informe que elaboró la Comisión Brundtand (World Commission on Environment and Development, 1987) por encargo de la Asamblea General de la ONU. Según este, «el desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades».

Constituye un principio normativo que cuestiona el modelo de desarrollo actual y propone un modelo alternativo, más equitativo y perdurable. Se trata, por tanto, de un concepto ambiguo en el que caben realidades diferentes. No obstante, según Ute Collier (1997), hay un cierto consenso sobre sus características básicas:

- integración de los objetivos económicos, sociales y ambientales;
- mayor participación de los actores relevantes de la sociedad; e
- internalización de las externalidades negativas.

A consecuencia de la Cumbre de la Tierra celebrada en Rio de Janeiro el año 1992, la Organización Mundial del Turismo, conjuntamente con el World Travel & Tourism

Council i l'Earth Council propusieron una definición del turismo sostenible que incorporaron en la Agenda 21 de la Industria del Turismo y los Viajes:

*«que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege e incrementa las oportunidades para el futuro. Este es concebido de tal manera que conduzca al manejo de todos los recursos de forma tal que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, manteniendo a la vez la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que soportan la vida»* (WITC, WTO, Earth Council, 1996).

Como se puede observar, los puntos esenciales que habrían de inspirar cualquier política turística son:

- La perspectiva de largo plazo.
- La equidad intra e intergeneracional.
- La compatibilidad de los requerimientos sociales y económicos con el respecto por el medio ambiente.

En este sentido, entre la multitud de definiciones estructuradas a partir de estas tres consideraciones, una de las más operativas aún hoy en día es la propuesta por Butler (1993). Según este autor, el turismo sostenible es *«aquél turismo que se desarrolla y se mantiene en una determinada área (comunidad, entorno) de tal manera y a una escala que lo hacen viable por un período de tiempo indefinido y que no degrada o alte-*

*ra el medio (humano y físico) en el cual se encuentra, hasta el punto de llegar a impedir el desarrollo con éxito de otras actividades y procesos».*

En este mismo marco conceptual, el Tourism Concern y el WWF (1992) propusieron un conjunto de principios que habra de cumplir el turismo con voluntad de ser sostenible:

1. Utilización sostenible de recursos (naturales, sociales y culturales).
2. Mantenimiento de la diversidad natural, social y cultural.
3. Garantía de la equidad intra e intergeneracional.
4. Integración del turismo en el planteamiento estratégico a escala nacional y local.
5. Soporte a las economías locales.
6. Implicación de las comunidades locales en el sector turístico.
7. Consultar a los agentes implicados y al público para resolver potenciales conflictos entre intereses contrapuestos.
8. Formación del personal en prácticas turísticas sostenibles.
9. Promoción turística responsable para un turismo sostenible.
10. Intensificación de la investigación.

En los últimos años, se estn produciendo una serie de cambios en los hábitos de la demanda turística por distintas razones:

- la nueva oferta se distingue por plantear una alto nivel de calidad turística, concediendo el protagonismo al territorio y valorando los recursos naturales y culturales, y sin aumentar considerablemente los precios;
- la internacionalización de las destinos turísticos;
- la degradación ambiental de las destinos turísticos maduras y como contrapartida la valoración de la calidad del paisaje;
- la crisis de la masificación, la homogeneización y la pérdida de atractivo turístico de las destinos clásicas que hacen crecer la demanda de nuevas experiencias alternativas a las tradicionales;
- incremento de la curiosidad por conocer las tradiciones y costumbres locales;

Estas tendencias han provocado la aparición de nuevas modalidades de turismo (ecoturismo, turismo rural, turismo cultural, turismo espiritual, etc.) entre las que destaca el turismo activo, que abarca aquellas actividades físico-deportivas en el medio natural que se desarrollan con una finalidad meramente recreativa (Aspas y Aspas, 2006). En las últimas décadas han surgido una serie de deportes que se practican en el medio natural y que también son conocidos

como deportes de aventura o de riesgo provocando una afluencia senderistas, ciclistas, conductores, voladores, jinetes y piragüistas entre otros (Martín y Peláez, 2006).

La interrelación entre los conceptos de ocio, deporte y turismo se encuentra en la base del concepto de turismo activo, que constituye una de las diferentes modalidades de turismo unido al deporte (Barranco, R.; Real, G; Talón, P., 2006). Aunque los límites del turismo activo son difusos, se excluyeron del objeto de estudio del proyecto las actividades practicadas en campos de golf, así como la caza y la pesca, aunque puedan presentar un carácter turístico y deportivo.

Por lo tanto, a partir de la definición de los conceptos analizados, para que el turismo activo sea sostenible debe:

- plantear el modelo en términos de rentabilidad económica.
- distribuir los beneficios de manera equitativa entre los promotores y la población local.
- aumentar la investigación y la información, especialmente el impacto que determinadas actividades pueden tener en zonas vulnerables por sus características ecológicas y/o naturales (cuevas, etc.)
- desarrollar procesos regionales y locales de carácter estratégico, basados en procesos participativos, con una diagnosis previa y con el establecimiento de objetivos, acciones concretas y eva-

luaciones periódicas, dotando al sistema de las capacidades necesarias (institucionales, técnicas, humanas, sociales, etc.) para garantizar la sostenibilidad en sus tres vertientes económico, social y medio ambiental (Buckley, 2006).

- ser viable en un período de tiempo indefinido conservando y manteniendo la calidad medioambiental del entorno y
- potenciar la calidad de la experiencia vivida por los usuarios (Buckley, 2000 y Gómez Parro, 2006).

No obstante, en términos prácticos, las actividades de turismo activo son muy dependientes del medio donde se desarrollan, hecho que comporta una serie de impactos en el territorio y conflictos entre empresarios, población local, agricultores y usuarios que deben ser analizados atentamente en base al marco teórico planteado.

### **III. METODOLOGÍA**

La metodología seguida para obtener los resultados expuestos en este artículo se basa en una revisión de la bibliografía existente, la realización de 10 entrevistas en profundidad y el desarrollo de un workshop con expertos del sector celebrado en la Universidad de Girona.

La realización de entrevistas en profundidad a agentes representativos del sector (incluyendo administraciones públicas,

empresarios del sector, federaciones y clubes) ha permitido generar información relevante y cualitativa. En términos generales, este tipo de métodos permiten profundizar en actitudes y comportamientos y su flexibilidad facilita la adaptación del cuestionario a las características particulares de cada agente. Se han realizado 10 entrevistas en profundidad a agentes que cubrían un amplio abanico de actividades de turismo activo. Con la finalidad de tomar una muestra de actividades representativa, se ha incluido a un representante de una federación deportiva de actividades terrestres (alta montaña y nieve, media montaña y baja montaña-llano), dos empresarios de actividades acuáticas (uno de actividades subacuáticas y otro de remo y navegación), un empresario de actividades aéreas, un empresario de multiactividades terrestres, 3 empresarios de multiactividades terrestres y aguas bravas y dos expertos en turismo activo (ver cuadro 1). La distribución territorial ha sido aleatoria en el territorio de Cataluña.

Con la finalidad de delimitar el contenido de las entrevistas, se formularon una serie de preguntas previas a partir de las cuales se confeccionó una Guía de Puntos que fue común a todos los entrevistados. Las entrevistas se han realizado por una persona no vinculada a ningún ámbito específico del proyecto con el objetivo de no condicionar las respuestas. Las entrevistas han sido grabadas y transcritas.

A continuación, se describen y argumentan las preguntas dirigidas a los agentes y expertos del sector. Las cuestiones iniciales han ido dirigidas a contextualizar el tipo de agente entrevistado. Si era una empresa se indaga sobre el tipo y tamaño , servicios y actividades que ofrece, número de trabajadores, tipo de cliente, instalaciones, el tipo de gestión que se lleva a cabo y los aspectos que se toman en consideración (si es un tipo de gestión sistematizada o no, presencia o no de gestores especializados, etc.). Cuando las preguntas van dirigidas a exper-

**Cuadro 1**  
**Lista de entrevistados**

Tipo de actividad		Número de entrevistas y entidad
Terrestre	Alta montaña y nieve	1 entrevista un representante de Federación)
	Media montaña	
	Baja montaña y llano	
Acuático	Actividades subacuáticas	1 entrevista empresario)
	Remo y navegación	1 entrevista empresario)
Aéreo		1 entrevista empresario)
Multiactividad terrestre		1 entrevista empresario)
Multiactividad terrestre y aguas bravas		3 entrevistas empresarios)
Expertos		2 entrevistas una representante de una administración pública y un académico)

Fuente: elaboración propia.

tos se han centrado en la definición y evolución del turismo activo en Cataluña, la situación respecto a otros países, la clasificación de las actividades de turismo activo, la detección de las principales problemáticas y oportunidades en la gestión de las actividades por parte de las empresas y la valoración de la gestión de las empresas del sector.

Posteriormente, las preguntas se han focalizado en el ámbito de la «sostenibilidad». En primer lugar, dado el gran alcance de este concepto, se ha querido conocer como se define por parte del entrevistado, para ver si considera sus tres dimensiones: ecológica, social y económica. También se ha pretendido valorar la importancia que se le da a esta cuestión en la gestión diaria de la empresa, con el objetivo de analizar si la sostenibilidad es parte de la filosofía global de la empresa o si por el contrario no se toma en consideración. En segundo término, se busca entender la percepción de los empresarios respecto a los impactos ambientales, sociales y económicos que provocan las actividades que se llevan a cabo. En el medio natural se han tenido en cuenta los siguientes aspectos: la erosión, la afectación sobre la biodiversidad, el ruido, los residuos, la contaminación lumínica, los impactos paisajísticos, la afectación sobre los recursos hídricos y el cambio climático. En el medio social se han considerado los conflictos sociales entre usuarios de diferentes actividades, inmigración, cambios culturales, revalorización social y aspectos de identidad. Finalmente, a nivel económico se valora la generación de puestos de trabajo y sus características y la contribución a la dinámica económica local.

En tercer lugar, se ha indagado en las principales causas que provocan impactos sobre el medio, para generar un precedente que ayude a extraer oportunidades de gestión desde un punto de vista más preventivo.

Finalmente, se ha sondeado la aplicación de medidas de gestión para evitar, minimizar o corregir los impactos negativos o potenciar los positivos. Aquí se han tomado en consideración las medidas de proceso como la gestión de la información, la realización de consultas, evaluaciones o diagnósticos previas, así como las medidas substantivas y más concretas, poniendo especial atención en la concienciación y sensibilización ambiental. También se ha pedido al entrevistado que haga sugerencias de medidas o prácticas aplicables en su actividad.

Con el objetivo de contrastar y consolidar los datos, el equipo del proyecto organizó un workshop en la Universidad de Girona, con la presencia de una importante representación de profesionales del sector y expertos en gestión de las actividades de turismo activo. En este workshop, que contó con la asistencia de aproximadamente 20 personas entre el equipo del proyecto, profesionales del sector, académicos y representantes de administraciones públicas, se presentaron los resultados provisionales del proyecto. Las observaciones realizadas por parte de los asistentes a la presentación también se han incorporado en los resultados expuestos en este artículo.

#### **IV. RESULTADOS**

Los resultados surgidos de este proceso

de investigaci3n cualitativo se muestran a continuaci3n e indican las opiniones mayoritarias de los entrevistados según la interpretaci3n hecha por parte de los autores del artículo. Los comentarios entre comillas respetan la literalidad de las palabras ya sean de los entrevistados o de los asistentes en el workshop.

Tanto la bibliografía consultada, como las entrevistas en profundidad y los comentarios realizados en el transcurso del workshop muestran que el empresario de turismo activo en Cataluña como regla general tiene una empresa de dimensiones reducidas y está muy motivado por el tipo de actividades que ofrece, a las cuales es aficionado, ya que le permiten «vivir un modo de vida en contacto con la naturaleza». En general, por lo tanto, se trata de un sector bastante sensibilizado, con grandes conocimientos técnicos y del medio natural. No obstante, las «reducidas dimensiones de los negocios, la diversidad de actividades que se practican y la poca madurez de la regulaci3n aplicable al sector» no casan con una gesti3n sistematizada de los aspectos ambientales y de sostenibilidad del negocio, sin que eso signifique poca sensibilidad con los valores de la sostenibilidad, y la gesti3n normalmente se practica «de forma intuitiva, espontánea y completamente voluntaria» tal y como han reconocido algunos entrevistados. Muchos profesionales no se consideran a sí mismos empresarios, y consideran que las «tareas relacionadas con la organizaci3n de la empresa son pesadas y poco edificantes», actuando de forma poco planificada. S3lo una minoría de las empresas se orientan hacia un tamaño de organizaci3n medio-grande, d3nde se puede priorizar, no

s3lo los aspectos técnicos, sino también un tipo de gesti3n más planificada y protocolizada.

Por otro lado, «hay muy poca colaboraci3n entre las empresas del sector» y un sentimiento generalizado de falta de ayudas y de desconocimiento por parte de las administraciones. La normativa medioambiental aplicable al sector es muy dispersa y depende fundamentalmente del recurso donde se practiquen las actividades con especial referencia a las figuras de parque nacional, parque natural, parajes naturales de interés nacional, reservas naturales y reservas marinas, cada una de ellas con un nivel diferente de protecci3n asociada. Tambn hay normativas que regulan recursos como los terrenos forestales o vías pecuarias; las relativas al espacio aéreo, aguas, costas y minas; las normas forestales y de prevenci3n y lucha contra los incendios forestales; y las que tienen como objeto de protecci3n especies de flora y fauna (García Saura, 2002; Nasarre Sarmiento, 2006). Algunas empresas se sienten «agobiadas por el exceso de obligaciones y normativas aplicables» y no ven con buenos ojos nuevas medidas regulativas si no se solventa antes el «problema de la existencia de negocios que operan sin licencias», que constituyen desde su punto de vista una competencia desleal y un claro desincentivo a la adopci3n de mejoras de tipo ambiental o social.

En este sentido, la definici3n del término sostenibilidad que ha surgido de las entrevistas en profundidad es muy variada. Hay quien considera su dimensi3n estrictamente ecol3gica, vinculada s3lo al medio natural, mientras que la visi3n más holística e integradora del medio socioecon3mico aparece



en menor intensidad. Finalmente, en un término medio, hay quien considera que la sostenibilidad constituye un equilibrio entre «la rentabilidad económica de la empresa y la protección del entorno».

Seguidamente se exponen por separado los impactos socioeconómicos y ambientales según las aportaciones de los entrevistados y a partir de la revisión bibliográfica realizada. También se apuntan las medidas necesarias para hacerles frente, entendiendo que la recopilación exhaustiva de estas medidas se realizó en su momento en el Código de Conducta de Turismo Activo en Cataluña (CoTuRAC) (3).

#### **IV.1. Impactos socioeconómicos**

El turismo activo tiene unas repercusiones socioeconómicas importantes, como la creación directa o indirecta de puestos de trabajo, el aprovechamiento del territorio con el consecuente asentamiento de la población, la generación de rentas complementarias que posibilitan el mantenimiento de actividades tradicionales del sector primario, la creación de empresas, la difusión de la cultura propia y el efecto multiplicador de la economía local, que incluye el desarrollo de infraestructuras y equipamientos (Moyano y Moscoso, 2006). Entendida como modalidad de turismo, el turismo activo provee una diversificación de la oferta y puede contribuir a descongestionar la concentración de turistas en la costa o en determinados centros históricos, así como a la desestacionalización de deportes de invierno, favoreciendo así el equilibrio territorial.

A la vez, estas prácticas atraen a personas de afuera que en ocasiones reducen el ambiente de soledad, aislamiento y abandono que ha caracterizado en las últimas décadas determinadas zonas del país, frenando la despoblación. También favorece la revitalización de las relaciones sociales o el conocimiento de realidades de la población local que muy a menudo son incomprendidas desde entornos metropolitanos (Moyano y Moscoso, 2006). Finalmente, si se gestiona correctamente, el turismo activo puede compensar la pérdida de ingresos derivados del declive industrial y de la agricultura en determinadas zonas, ya sea por las tendencias del mercado o de determinadas políticas europeas, nacionales o regionales.

No obstante, los resultados de las entrevistas nos muestran que la «capacidad de contratación y la estabilidad laboral en este sector es muy baja». Se trata de un sector muy estacional y variable en el tiempo donde predominan empresas muy pequeñas. Esto implica «la presencia de trabajadores temporales y que el negocio sólo pueda garantizar contratos fijos a un número muy reducido de empleados».

Las entrevistas también nos confirman que el sector no está muy profesionalizado. El personal técnico en general tiene buenas actitudes pero «presenta un carácter bohemio, proclive al cambio de ubicación y de trabajo, lo que dificulta mantener una plantilla estable». Según varias opiniones «la mayoría de trabajos, especialmente aquellas actividades con un cierto grado de dificultad (ej. parapente, submarinismo, vela), no se otorgan a trabajadores locales por

falta de mano de obra especializada», y se buscan en otras partes de Cataluña o en la inmigración, particularmente de Sur América. En general, resulta difícil incidir y generar puestos de trabajo para la población local.

Otro aspecto a valorar es la influencia que tienen estas actividades en la economía local, su contribución a la diversificación de actividades y la generación de efectos multiplicadores en otros sectores económicos de la zona. En términos generales, son actividades que «dinamizan la restauración y el alojamiento local, así como otros pequeños negocios locales, artesanos, etc.». No obstante, según la opinión de los entrevistados, estas actividades «tampoco atraen grandes flujos de usuarios».

Cuando se produce una sobre frecuentación de usuarios, aparecen los impactos negativos para el entorno. Así pues, el desarrollo incontrolado de actividades deportivas en el medio natural puede generar malestar entre las personas que trabajan en otros sectores (agricultura o ganadería) y provocar conflictos si no se gestionan de manera integrada y con la participación de la comunidad local (por ejemplo, «el uso de quads puede provocar la erosión de caminos por donde circulan rebaños»). La frecuentación en determinados espacios «acostumbra a causar molestias a la población local en su actividad cotidiana (por la ausencia de aparcamientos, aparición de ruidos molestos, etc.)». Por otro lado, diversas infraestructuras, como caminos rurales, señales, cabañas, áreas de descanso, pueden ser objeto de actos vandálicos. Tampoco hay que olvidar los costos sociales y econ-

micos generados por las emergencias de protección civil (accidentados o extraviados) y los conflictos potenciales entre diferentes usuarios turísticos (p.e. peatones *versus* conductores) (Campillo y Font, 2003). Finalmente, la «sobre frecuentación tiende a aumentar el costo de la vida con incrementos de precios de las viviendas o en los productos básicos», difíciles de sostener por parte de aquella población que no se beneficia directa o indirectamente de los ingresos de este sector.

Para evitar o reducir estos impactos, los entrevistados consideran que se debe procurar adoptar «medidas que compensen y beneficien directamente a la población local». En este sentido, si un alto porcentaje de empresas contratan trabajadores no locales a causa de la falta de calificación, se crean desajustes económicos, así como celos y malestar entre la población local (Swarbrooke et al., 2003). Para compensar esta situación, cabra «organizar talleres de formación para jóvenes locales creando así las condiciones para contratar en el futuro trabajadores de la zona». La formación, a parte de capacitar a jóvenes, representara un ingreso económico adicional para las empresas.

En segundo lugar, se debe procurar «adaptar e integrar las actividades recreativas en el día a día del mundo rural», y contribuir, de paso, al relajamiento de la economía local. En muchos casos, el turismo activo puede constituir una renta complementaria que permita el mantenimiento de actividades tradicionales como la agricultura, la artesanía y otras pequeñas actividades industriales (Buckley, 2006).

En tercer lugar, conviene mantener un diálogo fluido, colaborar y tener una actitud conciliadora con los responsables de otros usos económicos (agricultores y ganaderos, pescadores, etc.), otras empresas turísticas, casas rurales, administraciones públicas, federaciones y vecinos en general. También cabe colaborar en proyectos culturales y sociales de carácter local, creando sinergias positivas y generando «aliados en el entorno local, el mejor seguro para evitar eventuales conflictos y para gestionar de forma sostenible las actividades que se ofertan». En países como Francia, donde el turismo activo ha alcanzado un grado de desarrollo más elevado, los conflictos entre usuarios de los espacios naturales es una problemática diaria que se gestiona con normalidad (Van Lierde, 2007) y a partir de una intervención activa de la administración (planes CDESI) (4). Esta puede ser la tendencia en Cataluña o en el territorio nacional en las próximas décadas si se trabaja en la gestión de los conflictos y en proveer espacios de interlocución entre los agentes implicados desde el día de hoy.

Finalmente, la interpretación juega un papel muy importante a la hora de sensibilizar a los usuarios respecto a las problemáticas de la población local y para difundir la cultura. Por tanto, serán más sostenibles aquellas actividades que incluyan contenidos pedagógicos que contribuyan a fomentar el patrimonio cultural y a explicar las problemáticas existentes en el mundo rural.

#### IV.2. Impactos ambientales

El turismo activo aproxima a los usua-

rios a la naturaleza y proporciona un contacto directo con ésta que contribuye en general a sensibilizar a la población sobre la necesidad de respetar el medio ambiente. La educación y la concienciación ambiental constituyen uno de los impactos más positivos de esta modalidad de turismo. En este sentido, la práctica de estas actividades tiene un potencial de sensibilización muy elevado ya que combina contenidos pedagógicos con la contemplación y comprensión directa del entorno.

No obstante, la multiplicación en los últimos años de este tipo de prácticas corre el peligro de provocar una masificación en el uso de determinados espacios que genera problemas ambientales si se sobrepasa la capacidad de carga especialmente de zonas muy frágiles por su valor natural. La expresión principal del uso turístico del medio natural es la frecuentación. Cuando la frecuentación turística se vuelve masiva se llama *hiperfrecuentación*. En este caso, o cuando no se respetan ciertas normas, el impacto ambiental puede ser considerable. En particular, «puede perjudicar a las especies más sensibles de la fauna silvestre, que demandan sobre todo tranquilidad, o comportar problemas de destrucción de la vegetación que pueden iniciar la aparición de procesos erosivos». Sin embargo, el problema más habitual es la proliferación de residuos. La masificación, los desperdicios y el ruido implican al mismo tiempo una pérdida de calidad del paisaje y del producto turístico. Es lo que se denomina *banalización* (Campillo y Font, 2003).

El grado de impacto ambiental depende no sólo de las actividades sino también de la

«forma y el número de veces que se realizan, del lugar, de la época, de la medida del grupo y de la conducta de los usuarios». En la práctica organizada la responsabilidad de estos impactos depende fundamentalmente de los promotores, de los que la diseñan, promocionan y guían, así como del personal técnico (De Andrés et al., 1995). Las entrevistas y los comentarios de los asistentes en el workshop han indicado una clara toma de conciencia por parte de los empresarios de su responsabilidad, que ejercen «limitando el número de usuarios y procurando que éstos se comporten de forma adecuada sin dañar el entorno». En este sentido, la conducta de los usuarios aflora como uno de los aspectos más relevantes a tomar en consideración. En la práctica del submarinismo, por ejemplo, se ha dicho que «erosionan cuatro veces más cuatro submarinistas inexpertos e inconscientes que cien de expertos y conscientes».

Por otro lado, es muy difícil generalizar y establecer un ranking de impactos debido a la multitud y diferencia de actividades que se incluyen en el concepto de turismo activo. No obstante, en las entrevistas en profundidad han aflorado aquellas actividades que implican un mayor impacto para el entorno. El esquí tiene un impacto considerable debido a las infraestructuras asociadas. Otras actividades como el motor (ej. quads) son directamente «generadores de contaminación acústica y atmosférica y, si son rodadas, también pueden producir procesos erosivos». En el otro extremo, y a modo de ejemplo, las actividades de aire sin motor, al no producir ruido no tienen un impacto muy elevado. En este caso, «se pueden causar inconvenientes a determina-

das aves en épocas de cría si los aparatos se aproximan los barrancos donde pueden haber nidos, o molestar a agricultores según donde se aterrice, pero estos se perciben como impactos menores», según un entrevistado.

Del proceso de investigación llevado a cabo, se desprende que el sector está bastante sensibilizado con la necesidad de proteger el medio ambiente y en general valora sus impactos en el entorno como leves o muy leves. Hay una opinión compartida de que estas actividades, con una planificación esmerada y gestión adaptada al medio ambiente, tienen el potencial de convertirse en un instrumento muy valioso con fines de conservar la naturaleza y revitalizar el medio rural. En este sentido, el uso turístico del medio natural de manera ordenada puede tener un carácter indefinido y ser perfectamente compatible con su conservación. Esto requerirá asumir el concepto de capacidad de carga y adoptar medidas para limitar el número de usuarios en determinados entornos particularmente sensibles. En este sentido, cabe «coordinar y complementar la oferta de actividades con otras empresas para evitar la sobrecarga y saturación de recursos, equilibrar y distribuir en el tiempo y espacio los movimientos de los usuarios, y prever rutas o parajes de visita alternativos».

Uno de los puntos débiles que se ha detectado en la gestión medioambiental de las empresas es la falta de adopción de medidas de protección del entorno que vayan más allá de la regulación del número de participantes y de su conducta. Sera conveniente que «el sector fuera más proac-

tivo y adoptara medidas específicas basadas en la implantación de energías renovables, el establecimiento de mecanismos de ahorro de agua en las instalaciones o la minimización, reutilización y reciclaje de residuos». Estas medidas, aparte de reducir el consumo de recursos naturales, constituyen actitudes ejemplares que aportan coherencia y credibilidad ante los usuarios.

No obstante, se ha constatado a partir del workshop y de las entrevistas en profundidad «la dificultad de colaboración entre los mismos agentes del sector del turismo activo». Esta situación constituye un obstáculo y un reto a superar para generar mecanismos formales que faciliten y agilicen la circulación de la información relevante como buenas prácticas ambientales o medidas de apoyo financiadas conjuntamente como formación ambiental para guías y monitores. Si bien se reconoce que algunos empresarios geográficamente próximos «establecen formas de colaboración informal» (ej. se intercambian personal técnico o se informan de novedades en el sector), hay una «demanda generalizada a la administración para que se creen espacios de diálogo» (ej. incentivar el asociacionismo o crear un forum).

## **V. CONCLUSIONES**

En los próximos años, el turismo activo en Cataluña y en el resto del territorio nacional habrá de hacer frente a diversos retos como la desestacionalización, la innovación, la diversificación, el ordenamiento de la oferta o el control de la demanda con el objetivo de garantizar la sostenibilidad de

los recursos turísticos y la propia continuidad del sector. Esto requiere acciones concretas en el ámbito de la sostenibilidad, que respeten el entorno medioambiental, fomenten la cultural local, procuren por el desarrollo socioeconómico con respeto para las actividades más tradicionales, distribuyan los beneficios equitativamente y aseguren la rentabilidad económica para los promotores de estas actividades.

Este artículo, con el objetivo de obtener la valoración desde el propio sector de los impactos ambientales y socioeconómicos de las empresas de turismo activo en su entorno, así como aquellas medidas empresariales dirigidas a mejorar esos impactos desde la perspectiva de la sostenibilidad en Cataluña, ha encauzado un proceso que ha incluido una revisión de documentación, el despliegue de entrevistas en profundidad a agentes del sector y el desarrollo de un workshop.

Según la percepción de empresarios y expertos, de los impactos que en estos momentos sufre el medio natural, el provocado directamente por las empresas de turismo activo es relativamente poco significativo. Por otra parte, entre la diversidad de impactos de las múltiples actividades que conforman el concepto de turismo activo, un elemento común, consecuencia del incremento de estas prácticas, es el peligro de que se produzca una masificación de determinados lugares con los consecuentes riesgos asociados si no se despliegan medidas correctoras desde las administraciones públicas y las propias empresas. Estas medidas van desde la potenciación de los impactos socioeconómicos positivos a tra-

v s del fortalecimiento de los negocios locales hasta la aplicación de criterios de capacidad de carga para evitar el malbaratamiento de zonas ecológicamente frágiles.

Para implementar estas medidas y que el éxito de estas actividades no se traduzca en masificación o banalización, se requiere una voluntad de comunicación y colaboración de las administraciones públicas (especialmente las implicadas en la gestión medioambiental y turística) y un grado de compromiso y una actitud vigilante y consciente por parte de los empresarios implicados. Esto conlleva la necesidad de dialogar y crear complicidades con las administraciones públicas y los otros actores del territorio (ONGs, entidades, población local, etc.), con la finalidad de comprender las problemáticas y necesidades del entorno y consecuentemente aplicar las medidas más oportunas que redunden en beneficio de la empresa a mediano y largo plazo, del medio ambiente y del resto de agentes locales.

En este artículo se ha puesto de manifiesto un alto grado de motivación y sensibilización del sector con las cuestiones medioambientales. El sector está formado mayoritariamente por empresas pequeñas que por separado mueven flujos relativamente reducidos de turistas, lo que hace que sus gestores perciban con gran relatividad los impactos que provocan en el medio. No obstante, se ha detectado que aún es necesario realizar un gran esfuerzo para incentivar e integrar en la gestión cotidiana de las actividades turísticas los aspectos de sostenibilidad, adoptando medidas específicas de protección del medio ambiente en todos sus ámbitos: aire, agua, energía, movilidad,

fauna y flora endémica, residuos, etc.; y fomento de las actividades socioeconómicas: implicación en proyectos culturales y sociales, compra de productos locales, contratación de personal local calificado, etc.

También se ha observado la necesidad de ofrecer incentivos o un marco normativo propicio a las empresas para que perciban que la implantación de medidas de mejora social y ambiental les aportará beneficios competitivos. En este sentido, la existencia de negocios que operan sin licencias se percibe por el sector como un claro obstáculo que fomenta la competencia desleal, reduciendo el margen de beneficios de aquellas empresas que est n en situación legal y desincentivando la adopción de sistemas de certificación o gestión que vayan más allá del estricto cumplimiento de la normativa. Consecuentemente, es necesario generar mecanismos en forma de subvenciones, mejoras fiscales, soporte técnico, etc. En este ámbito convendr a ampliar la investigación y analizar las relaciones existentes entre la gestión empresarial de las empresas de turismo activo y los mecanismos de ordenamiento del territorio promovidos por las administraciones públicas. La existencia de estados, como Francia, con una afluencia más elevada de turistas en el medio natural y con gran experiencia en el ámbito regulativo y de gestión de conflictos, constituye una fuente de análisis para aprender y asegurar un desarrollo armonioso del turismo activo en Cataluña y en el resto del territorio nacional.

Otra de las problemáticas a las que ha de hacer frente el sector es la falta de instrumentos útiles para compartir información y

comunicar avances, buenas prácticas, etc. El asociacionismo y la generación de espacios de encuentro que garanticen un diálogo estructurado que permita avanzar hacia objetivos compartidos constituyen una posible respuesta a estas deficiencias según los agentes entrevistados y los asistentes en el workshop. Paralelamente a los beneficios que puede aportar para las empresas defender intereses comunes, asociarse permite compartir gastos para acciones que mejoren los aspectos de sostenibilidad de su gestión como: formación ambiental del personal técnico, realización de evaluaciones de impacto ambiental, asesoramiento jurídico, limpieza de espacios naturales, etc.

Finalmente, se ha detectado que hay mucho campo por recorrer en la potenciación de los aspectos educativos, de sensibilización y transmisión de valores ambientales y culturales a la sociedad antes, durante y después del desarrollo de las actividades de turismo activo, combinando contenidos pedagógicos e interpretativos donde el patrimonio cultural y el natural se funden con la contemplación directa del entorno. En este sentido, la formación del personal técnico y la información que se proporciona a los usuarios constituyen la base y la forma más efectiva de implementar el conjunto de medidas de avance hacia la sostenibilidad y, por tanto, son los pilares que permiten que las empresas de turismo activo apliquen prácticas más sostenibles.

## BIBLIOGRAFÍA

- ASPAS ASPAS, J.M. (2006): *Los deportes de aventura, ¿deporte o turismo?* En: Derecho y turismo (MELGOSA, J.; ed.), Salamanca: Universidad de Salamanca.
- BARRANCO, R.; REAL, G; TALÓN, P. (2006): El entorno jurídico de las nuevas tendencias deportivas: deporte de aventura, animación deportiva y ocio activo (De la Plata Caballero, N.; dir.), Madrid. En: Ed. Dykinson, pp 23-54.
- BUCKLEY, R. (2000): *Neat trends: current issues in nature, eco- and adventure tourism*. En: International Journal of Tourism Research, vol. 2, pp. 437-444.
- BUCKLEY, R. (2006): *Adventure Tourism*, Griffith University, Australia: International Centre for Ecotourism Research.
- BUTLER, R. (1993): *Tourism-An Evolutionary Perspective*. En: *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing* (Nelson, G.C. et al., ed.) Waterloo: University of Waterloo, pp. 27-43.
- COLLIER, U. (1997): *Sustainability, Subsidiarity and Deregulation: New Directions in EU Environmental Policy*. En: Environmental Politics, vol. 6 n.º 2, pp. 1-23.
- CAMPILLO, X.; FONT, X. (2003): *Avaluació de la sostenibilitat del turisme a l' Alt Pirineu i Aran*, Barcelona: Consell Assessor Desenvolupament Sostenible de la Generalitat de Catalunya.
- DE ANDRÉS, A.; BLANCO, R.; PERTEJO, J. y PRATS, M. (1995): *Manual para la mejora de la calidad ambiental de las actividades recreativas en la naturaleza*, Madrid: Ecotrans.
- GARCÍA SAURA, P. J. (2002): *Necesidad de regular el ejercicio y actuación de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo activo en el medio natural*. En: Cuadernos de Turismo, vol. 9, pp. 45-52.
- GÓMEZ PARRO, O. (2006): *Elementos para articular un modelo de Desarrollo Sostenible en Turismo Deportivo*, En: Deporte y Desarrollo Rural

- (Moscoso, D.; Moyano, E., coords), Sevilla: Instituto Andaluz del Deporte, pp. 195-200.
- LUQUE GIL, A. (2006): *La evaluación del medio rural para el desarrollo sostenible de actividades físico deportivas en la naturaleza*. En: Deporte y Desarrollo Rural (Moscoso, D.; Moyano, E., coords), Sevilla: Instituto Andaluz del Deporte, pp. 97-121.
- MARTÍN, I., PELEEZ, A. (2006): *Nuevos productos turísticos: el turismo activo. Diagnóstico empresarial en la provincia de Málaga*. En: Estudios Tursticos, nums. 169-170, pp. 145-143.
- MEZIED, R. (2005): *Turismo Rural y Turismo Activo en España*, Madrid: TALKIT.
- MOYANO, E., MOSCOSO, D. (2006): *El deporte como sector emergente para el desarrollo rural*. En: Deporte y Desarrollo Rural (Moscoso, D.; MOYANO, E., coords), Sevilla: Instituto Andaluz del Deporte, pp. 17-32.
- NASARRE SARMIENTO, J.M. (2006): *La regulación de las empresas de turismo activo*. En: Estudios Tursticos, nums. 169-170, pp. 103-111.
- SALLEN T BONAVENTURA, O. (2008): *El valor de proveer experiencias únicas en turismo activo: aportaciones prácticas para la oferta*. En: Documentos de Estudios de Ocio, Universidad de Deusto, núm. 35, pp. 231-248.
- SWARBROOKE, J., BEARD, C., LECKIE, S., POMFRET, G. (2003): *Adventure Tourism: The new frontier*, Oxford: Butterworth Heinemann.
- TOURISM CONCERN AND WORLD WILDLIFE FUND WWF (1992): *Beyond the Green Horizon. A Discussion Paper on Principles for Sustainable Tourism*. Godalming: WWF UK.
- VAN LIERDE, N. (2007): *Sports de nature: Outils pratiques pour leur gestion*, Montpellier: L'Atelier technique des espaces naturels.
- WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT WCED (1987): *Our common future*, Oxford: Oxford University Press.
- WTTC, WTO, EARTH COUNCIL (1996): *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry: Towards Environmental Sustainable Development*, London: WTTC, [www.wttc.org/agenda21.htm](http://www.wttc.org/agenda21.htm)

#### NOTAS

(1) Catalunya. Centre Recerca i Innovació Indústries Turístiques: Codi de Conducta del Turisme Actiu a Catalunya (CoTuRAC), Girona: Centre Recerca i Innovació Indústries Turístiques (pendiente de publicación).

(2) Catalunya. BECH, J.M., SALLEN T, O., KIRCHNER, E., COTS, F. (2007): *La Gestion del Turisme Actiu a Catalunya*, Girona: Centre Recerca i Innovació Indústries Turístiques (CRIIT).

(3) Catalunya. Centre Recerca i Innovació Indústries Turístiques: Codi de Conducta del Turisme Actiu a Catalunya (CoTuRAC), Girona: Centre Recerca i Innovació Indústries Turístiques (pendiente de publicación).

(4) <http://cdesi-sportsdenature.fr/>