

# LAS CERTIFICACIONES AMBIENTALES COMO NUEVOS INSTRUMENTOS DE GESTIÓN TURÍSTICA. EL CASO DE *THE GREEN KEY*<sup>1</sup>

---

**Rosa María FRAGUELL SANSBELLÓ**  
Departamento de Geografía de la Universidad de Girona  
rosa.fraguell@udg.edu

## 1. INTRODUCCIÓN

---

Desde mediados de los años ochenta, periodo durante el cual surgen las primeras eco-etiquetas del sector turístico (como la Bandera Azul o *Blue Flag*, que se concede anualmente desde el año 1987 a playas y puertos deportivos limpios, seguros y con buena gestión ambiental), hasta la actualidad se han identificado en Europa más de 60, la mayoría concedidas por fundaciones privadas y ONGs a establecimientos turísticos.

Las certificaciones ambientales como instrumentos de gestión voluntarios no solamente designan y promueven productos y servicios que cumplen determinados requisitos ecológicos, a partir de la aplicación de programas de buenas prácticas, sino que a menudo conllevan compromisos futuros de respeto ambiental, la cual cosa implica un proceso dinámico y de esfuerzo para la mejora continua.

Los criterios ecológicos que han de cumplir los galardonados son establecidos por la entidad certificadora para cada categoría de producto o servicio después de considerar los impactos ambientales producidos por el desarrollo de su actividad. En general, las eco-etiquetas favorecen la minimización de residuos además de la recuperación y reutilización de subproductos, comportan un ahorro de recursos naturales,

---

1 Este trabajo se ha realizado en el marco del proyecto MEVAPLAYA-II: "Metodologías y conocimientos para validar un nuevo modelo integral de gestión de playas como objetivo de la GIZC" (Ref. nº CS02009-14589-C03), el cual ha recibido una ayuda del Programa Nacional de I+D del Ministerio de Ciencia e Innovación.

especialmente de energía y agua, y transmiten mensajes de información y educación ambiental. Algunas incorporan además de aspectos ambientales, otros de tipo social y cultural.

Los sistemas de certificación ambiental en el campo del turismo surgen en la medida que se produce la crisis del modelo tradicional de sol y playa y que los nuevos conceptos postmodernos (como sostenibilidad, calidad, competitividad, ecología, evaluación de impactos...) forman parte del discurso de las políticas de gestión turística. Son fruto de la concienciación de los agentes y de las futuras ventajas económicas que aportan. Son más un instrumento de gestión de la demanda (consumo y costes derivados de la elevada afluencia turística) que un sistema con finalidades estrictamente comerciales o de diferenciación del sector. Tienen como principal objetivo potenciar el desarrollo del turismo de forma responsable y compatible con la conservación del medio ambiente.

En el sector turístico, los sellos se aplican a equipamientos (sobre todo a alojamientos) y a recursos espaciales. La mayor parte de ellos se han implantado en destinos maduros de litoral y urbanos. En dichos lugares la obtención de distintivos va asociado con la rentabilidad económica del equipamiento y en la capacidad inversora. En estos casos, a menudo se aplican como una estrategia de mitigación y prevención de impactos ambientales, así como de ahorro de costes económicos.

Sin embargo, recientemente en el turismo de interior se está avanzando mucho en la obtención de galardones. Seguramente es una respuesta a la sintonía que hay entre la singularidad de la oferta del turismo rural de bajo impacto ambiental y la filosofía que envuelven a las eco-etiquetas, a la sensibilidad ecológica de los propietarios de las casas rurales y a los hábitos adquiridos desde antaño en el ahorro de recursos, además del interés en acoger un contingente turístico respetuoso con el medio ambiente.

En España, a pesar de su larga tradición turística y de su liderazgo a nivel mundial, hay certificaciones ambientales exclusivas del sector turístico y de un gran prestigio internacional que aún no se han implantado, tal como sucede con *Ecotel* (aunque tampoco en Europa, en este caso), *Green Globe 21* o *The Green Key*. Respecto a otras el número de certificaciones obtenidas es muy bajo, sirva de ejemplo la *Etiqueta Ecológica Europea*, la cual desde que en el año 2003 se establecen los criterios ecológicos para la concesión de la *eco-label* a los servicios de alojamiento turístico y en el 2005 se extiende también a los campings, hasta la fecha de 2009 tan solo 8 empresas españolas (5 casas rurales, 2 resorts y 1 camping) la han obtenido, de éstas 5 se localizan en Catalunya.

Parece ser que Catalunya, además de ser el primer destino turístico de España, cobra también protagonismo en la suma de certificaciones ambientales obtenidas por establecimientos y entidades catalanas. Un buen ejemplo es la distribución de los registros EMAS en el territorio español en fecha de 2009: Catalunya, con el 39% del total de los registros, es la comunidad autónoma con el mayor número obtenido. De dichos registros, el 23,3% están relacionados con el sector turístico, sean municipios del litoral (la mayoría se les ha concedido en concepto de gestión de playas y paseos

marítimos), establecimientos de alojamiento o bien empresas que desarrollan actividades turísticas y recreativas.

## 2. LAS CERTIFICACIONES DEL SECTOR TURÍSTICO EN CATALUNYA

Sin duda, la importancia económica del sector turístico y la inquietud por la crisis del modelo tradicional de sol y playa y los temas medioambientales en Catalunya han despertado el interés en las empresas turísticas y en la administración por obtener diferentes certificaciones. Es representativo de ello el hecho que desde que la Consejería de Medio Ambiente de la Generalitat de Catalunya extiende el *Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental* (DGQA) al sector turístico en el año 1998 (primero fueron los campings, después los hoteles y más tarde las casas rurales) la mayor parte de las empresas galardonadas con este distintivo pertenecen a dicho sector (más del 55%).

No obstante, el fenómeno de las certificaciones turísticas en Catalunya todavía es minoritario. Sirva de ejemplo el caso de los 86 campings localizados actualmente en los municipios de la Costa Brava, pioneros en España en la obtención de galardones, de éstos solamente el 15% ostentan algún tipo de certificación.

**Cuadro 1. Distribución geográfica de establecimientos turísticos con certificaciones en Catalunya (2009).**

Marca turística	EMAS	DGQA	ISO 14001	ISO 9001	"Q" de Calidad Turística	Total
Barcelona	9	1	8	28	88	134
Catalunya Central	2	21	4	7	55	89
Costa Barcelona-Maresme	5	4	4	2	8	23
Costa Brava	28	24	19	24	36	131
Costa Daurada	17	20	37	14	13	101
Costa del Garraf	5	-	5	2	21	33
Pirineus	3	74	4	2	9	92
Terres de l'Ebre	1	1	2	1	7	12
Terres de Lleida	1	10	1	1	14	27
Val d'Aran	-	-	-	2	7	9
Total	71	155	84	83	258	651

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos del Departament de Medi Ambient i Habitatge de la Generalitat de Catalunya.



El cuadro 1 muestra como obviamente los primeros destinos turísticos catalanes suman el mayor número de certificaciones. Si bien en la ciudad de Barcelona la mayoría de las etiquetas obtenidas corresponden a la “Q” de Calidad Turística y a la norma ISO 9001 (más del 86%, conjuntamente), por el contrario en la Costa Brava y, especialmente, en la Costa Daurada la mayor proporción de certificaciones corresponden a las de contenido ambiental.

Por otro lado, en el mismo cuadro 1 se observa que los destinos incipientes y con menos experiencia turística tienen poco interés en la obtención de certificaciones y menos aún las de tipo ambiental. Es el caso de las Terres de l'Ebre y, sobre todo, de la Val d'Aran, este último destino especializado en el turismo de esquí poco sensibilizado en temas ecológicos.

Sin embargo, en algunos destinos de interior, también incipientes, pero en este caso especializados en el turismo rural, se observa un dinamismo en la obtención de etiquetas, especialmente el *Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental*, muy bien aceptado por los alojamientos rurales. Prueba de ello son los datos recogidos en los destinos de los Pirineus y Catalunya Central.

Al igual como sucede en el resto de España, en Catalunya la etiqueta que tiene un mayor interés y aceptación es la “Q” de Calidad Turística (Andalucía es la comunidad autónoma con más “Q” concedidas, seguida de Catalunya). Dicha etiqueta surge a raíz de la implantación de los *Planes de Calidad Turística* a partir de mediados de los años noventa, de la mano de la Secretaría General de Turismo, y que evolucionaron hasta convertirse en el *Sistema de Calidad Turística Española* (SCTE), respondiendo al eje básico de la política turística española que se concretaba en aquellos años en el *Plan Integral de Calidad del Turismo Español* (PICTE), cuyo objetivo era la aplicación de un sistema de gestión y aseguramiento de la calidad que cumpliera con satisfacción las expectativas de la demanda y, en consecuencia, el sector turístico recuperara la competitividad. No es hasta el año 2004, cuando la “Q” se extiende a los parques naturales, que se incorporan normas básicas a cumplir que hacen referencia a la gestión y educación ambiental.

De hecho, las etiquetas de tipo “calidad” son las que se identifican con facilidad y tienen un mayor reconocimiento por parte de los turistas. Por ello, el objetivo de los establecimientos y entidades en obtenerlas es puramente comercial y de imagen y no, necesariamente, va ligado a una voluntad de tener comportamientos más respetuosos con el medio ambiente.

El cuadro 2, precisamente, refleja muy bien cómo las agencias de viajes, las oficinas de turismo y los hoteles y apartamentos son los establecimientos catalanes que tienen un mayor interés en el marketing y en proyectar a sus clientes una imagen de calidad, al identificarse la mayoría de ellos con las certificaciones “Q” e ISO 9001.

**Cuadro 2. Distribución por tipologías de establecimientos turísticos de certificaciones en Catalunya (2009)\*.**

Establecimiento turístico	EMAS	DGQA	ISO 14001	ISO 9001	"Q" de Calidad Turística	Total
Hoteles y aptos.	21	28	23	37	52	161
Campings	17	18	11	2	8	56
Casas rurales	1	106	-	-	1	108
Agencias de viajes	-	1	-	24	176	201
Oficinas turismo	1	-	-	3	3	7
Playas	16	1	36	6	9	68
Puertos y clubs náuticos	9	-	10	2	-	21
Campos de golf	1	-	-	-	-	1
Restaurantes	-	-	-	-	1	1
Parques acuáticos	2	-	1	-	-	3
Parques naturales	-	1	-	2	4	7
Estaciones esquí	-	-	2	-	4	6
Espacios lúdicos	2	-	-	1	-	3

\* Las siguientes tipologías: parques temáticos, cruceros, autocares y centros de congresos no se han contabilizado al tratarse de casos aislados y poco representativos.

Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos del Departament de Medi Ambient i Habitatge de la Generalitat de Catalunya.

A pesar de ello, los hoteles y los apartamentos reflejan un cierto equilibrio en el repartimiento de las diferentes tipologías de etiquetas. Lo mismo sucede con los campings, pero en este caso el protagonismo recae en las certificaciones de contenido ambiental; seguramente, respondiendo a la relación directa que se establece entre los campings y su localización en la naturaleza.

Gracias al esfuerzo realizado por los ayuntamientos, un buen número de playas catalanas se han certificado. Aparecen todo tipo de etiquetas. Sin embargo, por las características naturales de dicho espacio, la certificación que sobresale es la norma ISO 14001.

Los puertos y los clubs náuticos, por su ubicación colindante a las playas y la multitud de impactos ambientales generados en el litoral, mayoritariamente han apostado tanto por los EMAS como las ISO 14001.



Las casas rurales han optado casi absolutamente por la certificación ambiental catalana (DGQA). Aunque hay que reconocer el esfuerzo que están realizando en la implantación de *eco-labels* europeas.

Paradójicamente, tanto los restaurantes como los campos de golf, a pesar de su amplia oferta en Catalunya, no se identifican con los distintivos ambientales, pero tampoco con la "Q" y la norma ISO 9001. No obstante, en el caso de los restaurantes catalanes, ampliamente galardonados por etiquetas especializadas en el campo gastronómico (como son las prestigiosas *estrellas Michelin*), no hay lugar a duda del reconocimiento que tienen de la calidad de sus servicios y productos a nivel internacional. Asimismo, al margen de distintivos existen también iniciativas locales que promueven las buenas prácticas en el sector de la restauración, es el ejemplo de la campaña de prevención de residuos que ha iniciado el Consell Comarcal del Gironès a partir de la impartición de cursos de formación y de la edición de una guía orientativa.

Últimamente, los parques naturales, las estaciones de esquí y los parques acuáticos catalanes están apostando por la implantación de certificaciones como instrumentos de gestión de la demanda. Si bien las tipologías escogidas son variadas, la tendencia es optar por aquellas que proyectan una mejor imagen al cliente.

Tal como se apuntado en párrafos anteriores, hay que reconocer la voluntad de diversificación por parte del turismo rural en cuanto a la aplicación de sistemas de gestión ambiental y de la calidad. Es el caso del certificado *ECEAT-International* (la red europea de ecoturismo y turismo rural). Pero España con tan solo 65 establecimientos certificados se encuentra todavía lejos de equipararse a Francia (con 329), país líder europeo. Catalunya con 19 establecimientos reconocidos vuelve a ser la comunidad autónoma española con el mayor número de galardones. Es innegable la necesidad de apoyar esta etiqueta en la medida que lo que persigue es la conciliación y beneficio mutuo entre medio ambiente, agricultura y turismo. Sin embargo, su campo de aplicación es muy limitado.

Por otro lado, existen sellos no presentes en Catalunya ni en el resto de España con una oportunidad de mercado muy amplio e importante para dichos territorios, tanto en el sentido del prestigio que gozan en otros países como del segmento de clientela fiel con que cuentan. Un buen ejemplo de este tipo de sellos es *The Green Key*.

### 3. EL CASO DE *THE GREEN KEY*

---

La etiqueta ecológica *The Green Key* o *La Llave Verde* surge en Dinamarca en el año 1994 y fue adoptada por la *Foundation for Environmental Education* (FEE) el 2002 como 5º programa internacional (junto con *Blue Flag*, *Eco-Schools*, *Young Reporters* y *Learning about Forest*). Por ello, dos de los programas desarrollados por la FEE desde dicha fecha son *eco-labels* de contenido turístico y ambiental. La FEE cuenta con un socio u operador en cada país que está presente, requisito indispensable para poder desarrollar cualquiera de sus programas. En España su operador es la *Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor* (ADEAC).

*The Green Key* es una eco-etiqueta creada exclusivamente para las instalaciones turísticas y su objetivo principal es contribuir al desarrollo sostenible del turismo, premiando y promoviendo comportamientos respetuosos con el medio ambiente y la sociedad. Para ello, pretende modificar y mejorar las prácticas de los agentes relacionados con el sector turístico, implicando no solamente a empresarios, sino también a trabajadores, clientes, proveedores y comunidades locales, sensibilizándoles, responsabilizándoles e implicándoles en la toma de decisiones para solucionar los problemas ambientales que el turismo acarrea. Otro objetivo es promocionar la etiqueta y los establecimientos que la han obtenido como una estrategia comercial.

*The Green Key* es de abasto internacional, superando incluso la frontera europea. Cuando surge en Dinamarca tiene por objetivo mejorar la gestión medioambiental de los establecimientos hoteleros. Sin embargo, cuando se empieza a implantar en Francia en el 1998 es sobre todo para certificar campings. Actualmente, el abanico de productos turísticos susceptibles de recibir esta etiqueta verde se ha diversificado y ampliado bastante hasta el punto que se pueden certificar hoteles, hostales, campings, albergues y casas de colonias, casas rurales, restaurantes, oficinas de turismo, cruceros, centros de congresos, espacios lúdicos como parques acuáticos, etc. En cualquier caso, *La Llave Verde* no es un distintivo exclusivo de un segmento de turismo, sino que se puede aplicar tanto a espacios maduros del litoral o urbanos, como a espacios incipientes del interior.

**Cuadro 3. Distribución geográfica de *The Green Key* por tipologías de establecimientos turísticos (2010).**

País	Hoteles y hostales	Campings y bungalós	Albergues	Casas rurales	Otros	Total
Bélgica	6	15	21	6	3	51
Dinamarca	65	8	-	-	53	126
Estonia	20	-	-	-	-	20
Francia	51	230	-	21	-	302
Grecia	51	-	-	-	-	51
Italia	8	2	-	-	-	10
Japón	2	-	1	-	-	3
Jordania	1	-	-	-	-	1
Letonia	4	-	-	-	-	4
Lituania	4	-	-	4	-	8
Marruecos	32	-	-	-	-	32
Países Bajos	67	125	16	-	24	232
Portugal	11	-	1	11	-	23
Puerto Rico	1	-	-	-	-	1
Suecia	28	9	7	-	-	44
Túnez	3	-	-	-	-	3
Chipre	4	-	-	-	-	4
Total	358	389	46	42	80	915

Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos de [www.green-key.org](http://www.green-key.org).

Las cifras del cuadro 3 indican que actualmente existen más de 900 establecimientos certificados por *The Green Key*. A pesar de la voluntad de diversificación, los cam-



pings y los establecimientos hoteleros acaparan todavía y con mucha diferencia la mayor parte de los distintivos otorgados (más del 81%, conjuntamente).

*The Green Key* está presente en diecisiete países, pero el reparto no es ni mucho menos homogéneo, sobresalen especialmente Francia con una tercera parte de las eco-etiquetas, le sigue Holanda (en ambos países los protagonistas son los campings y parques de bungalós) y Dinamarca (en dicho país la importancia del grupo “otros” se explica por el gran número de oficinas de información y turismo certificadas). La penetración en otros continentes, como África, Asia o América, todavía es bastante tímida, pero se puede prever su extensión en la medida que el primer programa turístico de la FEE, *Blue Flag*, se consolide fuera de Europa y abarque nuevos territorios. Además es representativo el hecho de que los dos últimos países incorporados en la lista, Jordania y Puerto Rico, no sean precisamente europeos. No obstante, es inexplicable el vacío de España como primera potencia mundial en turismo, contando con un operador nacional (ADEAC) y siendo además el país que aglutina el mayor número de playas y puertos deportivos certificados con la *Bandera Azul* en el mundo.

Recientemente, *The Green Key* se está abriendo también a las grandes cadenas hoteleras. Prueba de ello es el hecho de que los dos últimos establecimientos certificados pertenezcan a las multinacionales Mövenpick Hoteles & Resorts, en el caso de Jordania, y Hilton, en el caso de Puerto Rico.

Los establecimientos que quieren obtener el distintivo *The Green Key* tienen que cumplir una serie de requisitos de tipo obligatorio y optativo, los optativos son un estímulo para una gestión más rigurosa y sostenible del establecimiento, que abarcan diferentes campos como son la gestión y política ambiental, ciertas medidas técnicas (eficiencia en el consumo de energía y agua, separación de residuos, uso restrictivo de productos químicos, entre otras), comunicación y educación ambiental. Los criterios son establecidos a nivel global por la FEE a través del Comité Directivo Internacional. El 80% de los criterios son internacionales y comunes para todos los países, y el 20% restante son específicos a nivel nacional de acuerdo a la legislación, políticas, infraestructuras, clima y cultura locales. Estos últimos criterios los proponen los operadores nacionales al Comité Directivo Internacional, que es quien los aprueba finalmente. Hay tres maneras de desarrollarlos: se puede optar por endurecer criterios ya establecidos a nivel internacional; se puede decidir la obligatoriedad de criterios que estaban planteados como optativos; o bien, en último lugar, se pueden añadir nuevos criterios, de acuerdo a las especificidades nacionales, con la condición de que formen parte de los campos ya definidos por la FEE.

Los criterios se han diseñado para ser fácilmente comprendidos, aplicables y verificables. Éstos se revisan cada tres años. En base a las diferentes tipologías de establecimientos, se han establecido tres listados. De esta manera, los campings y los espacios lúdicos disponen cada uno de sus propios criterios; y los hoteles, juntamente a los albergues y otros tipos de alojamientos, centros de congresos y vacacionales, comparten la misma lista. Este último grupo de establecimientos son los que tienen que



cumplir un mayor número de criterios: 100, de los cuales 37 son optativos. Sin embargo, a los espacios lúdicos se les exige cumplir solamente 89 criterios (30 son optativos) y a los campings 84 (33 son optativos).

Para obtener la eco-etiqueta hace falta rellenar un formulario accesible online, al cual hay que adjuntar documentos justificativos que un jurado evalúa. Se concede por un año renovable, durante el cual se realizan visitas de control, por parte de un embajador nacional del Programa, para comprobar que las normas se están llevando a cabo y cumpliendo los criterios correctamente.

*The Green Key* ha dividido los criterios a cumplir en doce grandes ámbitos (los mismos para las tres listas), éstos son los siguientes:

1. Programa de gestión ambiental: incluye una serie de documentos que empiezan con un resumen de la política ambiental general que quiere llevar a cabo la empresa. Seguidamente se realiza un análisis ambiental, que consiste en hacer un listado de los impactos de diversa índole que genera la actividad del establecimiento en el medio ambiente. A continuación, se enumeran un seguido de objetivos para aproximar las cifras de impacto a la política ambiental deseada. Finalmente, se expone el plan de acción de la empresa, dentro del cual se fija el calendario para el cumplimiento de cada objetivo, la asignación de responsabilidades y los recursos necesarios para materializar cada cambio. El plan de acción se ha de llevar a cabo con la colaboración de la dirección y los trabajadores y podrá contar con la asistencia de un operador nacional.
2. Implicación de los trabajadores: exige formación de los trabajadores para extender al máximo posible la conciencia ecológica dentro de la empresa y participación de éstos en el proceso de aplicación de políticas para la sostenibilidad.
3. Información a los clientes (sensibilización e implicación): es el pilar básico de un certificado que da gran importancia a la educación ambiental. Así, se ha de procurar que los clientes conozcan la política medioambiental del establecimiento y se les tiene que proporcionar la oportunidad de colaborar en las acciones que favorecen la sostenibilidad de la actividad.
4. Agua: las medidas impulsadas van destinadas al ahorro de este recurso básico y al mantenimiento de la calidad después de su uso. Se obliga además a la empresa que sus aguas residuales sean tratadas de forma adecuada. También exige un seguimiento y control mensual del consumo de agua a fin de certificar los progresos en su gestión.
5. Limpieza y lavado: pide la restricción al máximo posible del uso de productos químicos nocivos, así como lavados y limpiezas innecesarios.
6. Residuos: los criterios exigidos se relacionan con la reducción, la separación y el reciclaje de los residuos de toda índole hasta el máximo posible.

7. Energía: al margen de que se recomienda o se pide de forma opcional el uso de energías renovables, se exige el ahorro de este recurso a través de la aplicación de tecnologías eficientes y un uso racional. Es imprescindible elaborar una estadística donde se refleje la evolución del consumo energético teniendo en cuenta la afluencia de clientes y las actividades desarrolladas.
8. Comida y bebidas: se exige la compra de productos alimenticios ecológicos y/o locales. En este sentido, se recomienda que la empresa realice un seguimiento de la proporción que representan este tipo de alimentos.
9. Ambiente interno: son medidas relacionadas con el confort y la imagen de la empresa. En esta línea, pide que se eviten los malos olores, los ruidos y el tabaco dentro del establecimiento.
10. Jardines y áreas de aparcamiento: entre otros requisitos, se restringe el uso de pesticidas y fertilizantes químicos, se exige que el riego se realice en las horas de menos calor, así como no se admite el tránsito nocturno.
11. Actividades verdes: mediante la información proporcionada a los clientes, se pide facilitarles la posibilidad de realizar actividades al aire libre respetuosas con el medio ambiente.
12. Administración del negocio: implica que los productos y los servicios que compra la empresa tienen que proceder en la medida de lo posible de otras empresas que también apliquen una política de gestión ambiental.

El esfuerzo que conlleva el cumplimiento de todos los requisitos exigidos, así como la solicitud de renovación anual, es compensado ampliamente por una serie de beneficios que obtiene la empresa turística participante de dicho programa. Uno de los más importantes es que *The Green Key* actúa como una herramienta de gestión ambiental del negocio. Otros beneficios son de tipo económico, en la medida que incluyen ahorros en el consumo de agua o energía y proporcionan nuevas oportunidades de negocio, sobre todo para las comunidades locales que obtienen ventajas al poder vender sus productos dentro de un espacio próximo. También se obtienen beneficios comerciales y de marketing, pues la empresa proyecta una mejor imagen ambiental e incrementa su competitividad dentro de las nuevas demandas cada vez más sensibles en temas medioambientales. Finalmente, la eco-etiqueta comporta ventajas ambientales y un mayor confort para los clientes, los trabajadores e, incluso, las comunidades locales.

## 4. CONCLUSIONES

---

España así como Catalunya han innovado poco en materia de la sostenibilidad del turismo, a pesar de su larga tradición turística, de la necesidad de competir con nue-



vos destinos de mayor atractivo paisajístico, de las exigencias ambientales de las nuevas demandas, de la degradación del paisaje y del agotamiento de los recursos naturales básicos. En cuanto a distinciones, el mayor avance se ha realizado en la obtención de galardones que certifican la calidad en la prestación de los servicios y la atención al cliente y, que por ello, proyectan una buena imagen en el exterior.

Analizando las posibilidades y oportunidades de implantación o bien de potenciación en España de otras etiquetas más exigentes respecto a la sostenibilidad en general, y especialmente la ambiental, aparece un listado bastante largo. No obstante, considerando la diversificación de los segmentos y los espacios turísticos existentes en la actualidad en dicho país, parece conveniente optar por certificaciones ambientales suficientemente flexibles y adaptables a la realidad española. Y una de ellas es *The Green Key*, la cual al formar parte de los diferentes programas desarrollados por la FEE, con logros exitosos en España a través del trabajo realizado por su operador nacional (ADEAC) referente al programa *Blue Flag*, parece la más adecuada.

*The Green Key* es una *eco-label* con tradición y mucho prestigio en países del norte de Europa, lo cual le permite captar una clientela fiel y especializada ya concededora del sello, aspecto muy interesante teniendo en cuenta la localización estratégica y los atractivos paisajísticos de España.

Los tipos de criterios exigidos son habituales en este tipo de certificaciones, lo que permite a la empresa sin mucho esfuerzo añadido obtener varias al mismo tiempo. Además son fácilmente alcanzables, ya que forma parte de la política de la marca llegar al máximo posible de segmentos y espacios turísticos.

Uno de los aspectos más positivos de la experiencia de *The Green Key* es su adaptación a las particularidades de cada país, en el sentido que una parte importante de los criterios que los productos turísticos tienen que satisfacer se plantean a nivel estatal, teniendo en cuenta los problemas ambientales específicos de cada uno de ellos, los cuales pueden ser ciertamente diversos y conflictivos (por ejemplo el déficit del recurso agua en España). Esta autonomía no hace perder la coherencia de la etiqueta ecológica global, porque se conserva la filosofía original y hay toda una serie de ámbitos y criterios concretos que necesariamente tienen que ser respetados. De hecho siempre, una vez escuchadas las propuestas hechas por los operadores nacionales, es la FEE quien decide.

A diferencia de otras etiquetas, los criterios formulados por *The Green Key* no son excesivamente ambiciosos a pesar de su elevado número. Se trata más bien de acciones sencillas que incluyen todos los campos de la gestión ambiental, pero entre los cuales destaca la educación ambiental, característica del trabajo realizado por la FEE. De esta manera, en los establecimientos *Green Key* la sostenibilidad no pasa en absoluto desapercibida por el cliente, se le invita a participar en determinadas acciones, con lo cual la cuestión ecológica forma parte de la experiencia del turista, que capta durante su estancia todo un seguido de actitudes y mensajes derivados de los crite-

rios de la *eco-label*. Por ello, el establecimiento turístico no tan solo respeta el medio ambiente con sus acciones, sino que adopta un papel de herramienta de sensibilización de los clientes a los cuales atiende, hecho que ayuda a propagar el paradigma de la sostenibilidad dentro de la sociedad. Además, la eco-etiqueta no se reduce a la política del establecimiento puertas adentro, sino que traspasa su umbral y tiene un efecto beneficioso para el conjunto del territorio donde se localiza, sea a través de los efectos surgidos en los hábitos adquiridos por los trabajadores o de los impactos que tiene en la comunidad local, que ve cómo el hecho de dedicarse a la producción ecológica se convierte en una oportunidad de negocio rentable.

Seguramente, para garantizar el éxito de implantación de *The Green Key* en España sería conveniente realizar a través de ADEAC campañas informativas del interés de la *eco-label*, procurando hacer llegar dichas campañas a aquellas asociaciones y redes de turismo con potencial de desarrollo de la marca. Asimismo, también sería conveniente que la Secretaria de Estado de Turismo incorporara dentro del *Plan del Turismo Español Horizonte 2020* un eje estratégico con un programa de asesoramiento y ayudas para potenciar la certificación ambiental de los establecimientos turísticos españoles, sea dicha etiqueta u otras de las mismas características.

Quizás uno de los principales inconvenientes de *The Green Key* sea la exigencia de la renovación anual. Además, la burocracia que ello supone y las inspecciones periódicas de controles del cumplimiento de las acciones pueden representar unos costes que son difícilmente asumibles por parte de las empresas pequeñas, especialmente las de turismo rural y ecoturismo, siendo éstas las que potencialmente pueden tener un mayor interés en obtener la eco-etiqueta en España. Por ello, sería conveniente establecer un programa de ayudas para las PYME.

## BIBLIOGRAFÍA

---

- ANTON, S. y GONZÁLEZ REVERTÉ, F. (coord.) (2005): *Planificación territorial del turismo*, Barcelona, Editorial UOC.
- FONT, X y BUCKLEY, R.C. (eds.) (2001): *Tourism ecolabelling, certification and promotion of sustainable management*, Wallingford, Oxon, CABI Publishing.
- FUSTER, A.; COMAPOSADA, C. y GOMÀ, M. (2000): *Auditories de competitivitat en temes ambientals al sector turístic*, Girona, Patronat de Turisme Costa Brava Girona.
- JAMIESON, W.; KELOVKAR, A.; SUNALAI, P. y MANDKE, P. (2003): *A manual for water and waste management: what the tourism industry can do to improve its performance*, París, UNEP.
- MERLIN, P. (2008): *Tourisme et aménagement touristique, des objectifs inconciliables?*, París, La Documentation Française.



PRIESTLEY, G. K. y LLURDÉS, J.C. (dir.) (2007): *Estrategia y gestión del turismo en el municipio*, Bellaterra, Servicio de Publicaciones de la Universidad Autònoma de Barcelona.

SABATÉ, X. (coord.) (2007): *Turisme sostenible: experiències europees aplicables a Catalunya*, Barcelona, Generalitat de Catalunya, Consell Assessor per al Desenvolupament Sostenible.

VALDÉS, L. y PÉREZ FERNÁNDEZ, J.M. (dir.) (2003): *Experiencias públicas y privadas en el desarrollo de un modelo de turismo sostenible*, Oviedo, Fundación Universitaria de Oviedo.