
COOPERACIÓN EN DESTINOS Y ECONOMÍA CIRCULAR

MONTSERRAT BORONAT NAVARRO

ALBA PUIG-DENIA

Universitat Jaume I

El turismo es un sector clave para muchas economías, convirtiéndose en motor de desarrollo económico y social en muchos países, entre ellos España, por su importante peso en la generación de ingresos y en la creación de empleo. A pesar de su relevancia, no se pueden relegar las consecuencias negativas a nivel social y medioambiental derivadas del desarrollo de este sector por el gran consumo de recursos que implica, la desmesurada

cantidad de residuos que genera, la fuerte emisión de gases de efecto invernadero del que es responsable, o sus impactos en relación a la transformación de ecosistemas, entre otros.

En este sentido, la sostenibilidad va adquiriendo cada vez un mayor peso para el sector turístico (Boley, 2011), imperando la necesidad de un cambio de modelo turístico hacia uno más sostenible que permita el desarrollo del sector desde el respecto hacia el medio ambiente y la sociedad. Si bien la transformación del modelo económico requiere una concienciación a nivel individual, es necesaria la implicación de todos los agentes sociales para poder llevarse a cabo de forma efectiva (Felber, 2012).

A este respecto, es interesante la adopción de sistemas sostenibles tales como la economía circular. Este concepto hace referencia a un nuevo modelo económico y social, alternativo al modelo económico lineal, que trata de imitar el ciclo de la naturaleza, de forma que los desperdicios y residuos de una

parte del proceso productivo puedan ser aprovechados por otra parte, tratando de reutilizar al máximo los elementos y reducir los residuos y el uso de los recursos naturales.

En el sector turístico, este sistema viene representado por el denominado turismo circular, encaminado a lograr un turismo sostenible y respetuoso con la sociedad y el medio ambiente, a la vez que competitivo. Para poder implementarse un turismo circular de forma eficaz, es importante la cooperación entre los diferentes actores turísticos, especialmente, aquellos ubicados en un mismo destino, de forma que se pueda integrar la sostenibilidad en la cadena de valor de los destinos turísticos.

El viraje hacia un modelo turístico sostenible tiene, además de las importantes ventajas sociales y medioambientales, grandes beneficios para el sector turístico en términos de rentabilidad y reducción de costes; además, la competitividad de este sector se asienta, en gran parte, en el atrac-

tivo territorial y medioambiental donde se ubican sus empresas, por lo que la preservación de los recursos naturales y la conservación de los ecosistemas es imprescindible para la supervivencia de este sector.

Este trabajo tiene como objetivo analizar la importancia de implementar un modelo de turismo sostenible en base a una economía circular, resaltando la cooperación en el destino turístico como elemento fundamental para poderse llevar a cabo. Para ello, se presentará, en primer lugar, el concepto de destino turístico vinculado con la Teoría de Distritos Industriales. Posteriormente, se resaltarán la importancia de la cooperación entre los agentes ubicados en un determinado destino turístico, haciendo hincapié, a continuación, en el papel de la cooperación para lograr desarrollar un modelo turístico circular. Seguidamente, se presentarán una serie de iniciativas y acciones encaminadas a la transformación del sector turístico en un sector sostenible en base a la economía circular, incidiendo, especialmente, en los destinos turísticos. Por último, se presentarán las principales conclusiones.

EL DESTINO TURÍSTICO ↓

La localización de empresas turísticas en determinadas áreas geográficas que son atractivas por sus características naturales o patrimoniales, por la existencia de otros negocios con los que pueden complementarse (Marco-Lajara, del Carmen Zaragoza-Sáez, Claver-Cortés, Úbeda-García y García-Lillo, 2017), o por la posibilidad de explotar las ventajas derivadas de la existencia de spillovers generados por la proximidad (Erkuş-Öztürk, 2009; Peiró-Signes, Segarra-Oña, Miret-Pastor y Vermel, 2015), conforma, de esta forma, lo que conocemos como destino turístico. Así, un destino turístico está integrado por las diferentes organizaciones que allí se ubican y que ofrecen una combinación de productos y servicios que conforman la oferta turística dentro de un área geográfica concreta, afectando a la experiencia turística, generando una imagen diferenciada y favoreciendo la creación de un producto integrado (Lim y Weaver, 2014; Marco-Lajara, Claver-Cortés, Úbeda-García, Zaragoza-Sáez, 2016).

El concepto de destino turístico, además de hacer referencia al área geográfica en la que se desarrolla y se ofrece un producto turístico integrado, implica, por tanto, la concurrencia de diferentes agentes que configuran una red de entidades especializadas en diferentes áreas relacionadas con el ocio y la actividad turística (Camisón, Puig-Denia, Forés; Fabra, Muñoz y Muñoz Martínez, 2016); por ello, tal y como apuntan Camisón *et al.*, (2016), el destino turístico puede vincularse con el concepto marshalliano de distrito (Aurioles, Fernández y Manzanera, 2008; Fernández, Manzanera y Aurioles, 2008), identificándose, así, con el concepto de distrito turístico (Molteni y Sainaghi, 1997).

En estos sentidos, el destino o distrito turístico cumple con una serie de características que permiten su definición a partir del concepto canónico o marshalliano del término (Sainaghi, 2006:1054) como, por ejemplo (Camisón *et al.*, 2016): el tratarse de una zona geográfica bien definida con una elevada densidad de pymes especializadas en ciertas actividades de la cadena de valor; el poder acceder a mano de obra calificada, conocimientos y nuevas ideas (Belussi y Pilotti, 2002); o el hecho de generarse dentro del destino turístico una cultura compartida.

El destino turístico comprende organizaciones diversas, interdependientes entre sí, que pertenecen a diferentes subsectores, y entre las que surgen relaciones de competencia y complementariedad con tal de ofrecer un producto turístico integrado competitivo y exitoso (Novelli, Schmitz y Spencer, 2006; Tinsley y Lynch, 2001). De esta forma, las empresas localizadas en el distrito, aunque jurídicamente independientes, deben cooperar y coordinarse con otras empresas allí ubicadas (Camisón, Forés, Boronat-Navarro y Puig-Denia, 2020) para llevar a cabo su actividad de forma exitosa un amalgama de empresas legalmente independientes con relaciones de dependencia económica. Estas interrelaciones surgidas en el destino posibilitan el desarrollo de las denominadas competencias compartidas (Camisón, 2004), que se generan a partir de la cooperación intensa entre agentes allí ubicados (Novelli *et al.*, 2006; Sainaghi, 2006), y que están embebidas en los procesos, redes e instituciones del destino. Así, pues, el destino turístico se configura como una poderosa herramienta de cooperación para las empresas de la que se derivan importantes ventajas.

IMPORTANCIA DE LA COOPERACIÓN EN EL DESTINO ↓

La cooperación entre los diferentes agentes que forman parte de un destino turístico es un elemento fundamental para lograr ventajas competitivas, desarrollar capacidades y, en general, crear externalidades positivas. Además, los efectos de la cooperación en el destino turístico se expanden más allá de proporcionar beneficios a los diferentes agentes de forma individual, ofreciendo ventajas también para el destino considerándolo como un conjunto.

La cooperación entre empresas u otras organizaciones nace de la aparición de intereses comunes; es decir, la cooperación tiene sentido cuando se comparten intereses con los demás agentes con tal de poder lograr objetivos comunes, conllevando, por tanto, interdependencias entre las organizaciones implicadas (Ouchi, 1980; Bengtsson y Kock, 2000; Pesämaa y Eriksson, 2010). La cooperación tiene asociadas ciertas ventajas, tales como el mayor acceso a ciertos recursos o el desarrollo de algunas capacidades, como aquellas relacionadas con la absorción y transferencia de conocimiento; la mejora de la competitividad; la posibilidad de acceder a determinados mercados o poder expandirse internacionalmente; la disminución de algunos costes y

riesgos; o el aprendizaje de ciertas habilidades, entre otras (Castro, Coria y Martínez, 2018).

En el caso turístico, el propio destino o distrito turístico se configura como un sistema donde la cooperación se hace, prácticamente, inevitable. Así, como ya se ha señalado anteriormente, en el destino turístico surgen relaciones de cooperación y competición entre los agentes allí ubicados, de forma que se compite a nivel local pero se coopera a nivel de destino con tal de poder ser más competitivos que otros destinos (Pesämaa y Hair, 2007, 2008; Pesämaa y Eriksson, 2010). Además, es importante resaltar que muchos negocios turísticos son complementarios entre sí (Della Corte y Aria, 2016), más si se considera a nivel de destino, por lo que la colaboración entre ellos es necesaria para poder desarrollar su actividad. Por otro lado, el panorama actual se caracteriza por la globalización de las economías, de forma que la competencia entre las empresas, también las turísticas, alcanza un nivel internacional, al igual que los destinos turísticos, que deben competir, a su vez, con otros destinos situados en cualquier parte del mundo; por ello, la cooperación entre las empresas y demás agentes implicados en el destino es necesaria para poder presentar una oferta turística de calidad y diferenciada internacionalmente (Edgell y Haenisch, 1995).

Así, a pesar de ser en ocasiones competidores directos, el establecimiento de relaciones de cooperación entre los diferentes actores del destino es, por tanto, imprescindible para poder ofrecer un producto integrado atractivo para los turistas, generándose, así, beneficios y ventajas tanto para las empresas como para el propio destino. En este sentido, tal y como señalan Camisón *et al.* (2020), la integración en un destino o distrito turístico no deja de ser una forma de cooperación que no requiere de mecanismos contractuales formalizados, por lo que el propio concepto de destino turístico estaría vinculado intrínsecamente a la necesidad de cooperación.

Por otra parte, la cooperación es fundamental para poder transformar el modelo turístico vigente en uno más sostenible. Es impensable conseguir un modelo turístico sostenible sin la colaboración de todos los agentes implicados, comenzando con la cooperación en el propio destino turístico con el fin de dirigirse, todos los actores allí ubicados, hacia la consecución de un fin común: lograr crear un destino turístico competitivo y sostenible, a nivel social y medioambiental, que se transforme en pieza clave sobre la cual poder construir el nuevo modelo turístico.

La economía circular, como sistema sostenible alternativo al modelo económico lineal, fundamenta sus principios en el ciclo de la naturaleza, de forma que los desperdicios generados por una parte del proceso productivo deberían poder ser aprovechados por otra, disminuyendo, así, los residuos y el consumo de materias primas y recursos naturales. El desarrollo de este modelo económico en el sector

turístico, denominado como turismo circular, pasa, precisamente, por el establecimiento de relaciones de cooperación en el destino turístico, tal y como se analizará en el siguiente apartado.

HACIA UN MODELO DE TURISMO SOSTENIBLE BASADO EN LA COOPERACIÓN: EL TURISMO CIRCULAR ↓

La importancia social y económica del sector turístico, junto con los negativos impactos de este sector a nivel medioambiental, lo convierten en un sector clave en el que implementar modelos económicos alternativos basados en una visión más sostenible. El modelo económico que prima en la actualidad, también en el sector turístico, es un modelo lineal que busca el crecimiento ilimitado y el beneficio continuo, sin considerar los devastadores efectos que esto implica para el planeta. A este respecto, Hériz (2018) apunta que la mayor parte de los expertos en desarrollo a nivel internacional advierten en que el sistema actual de producción y consumo es totalmente insostenible.

En el caso concreto del turismo, el modelo turístico actual genera una cantidad importante de residuos y contaminación, además de contribuir a la destrucción o deterioro de ecosistemas y territorios, provocando una situación insostenible a largo plazo, en la que no hay cabida para un sector que vive, principalmente, del atractivo patrimonial y ambiental en el que se asienta. Con tal de frenar esta situación, es imprescindible la adopción de un mayor compromiso con la sostenibilidad que permita el desarrollo de un modelo turístico respetuoso con la sociedad y el medio ambiente que pueda sobrevivir y ser competitivo a largo plazo.

Como se ha expuesto en el apartado previo, la cooperación es un elemento esencial para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos, siendo indispensable para poder virar hacia un modelo de turismo sostenible sustentado sobre una economía circular. Este concepto, relativamente nuevo, define un modelo teórico y práctico, alternativo al modelo económico predominante en la actualidad, focalizado en minimizar los impactos negativos del sistema económico-productivo sobre el medio ambiente; para ello, la economía circular parte de la idea de poder imitar el ciclo natural de reutilización de recursos, definiéndose como un modelo de transformación sistemática de la producción, servicios y consumo en toda la cadena de valor, cerrando el círculo en el conjunto de las actividades económicas (Florida, Jacob y Payeras., 2019; Hislop y Hill 2011). Según la fundación Ellen McArthur, la economía circular tiene como objetivo mantener los productos, componentes y materiales en su máxima utilidad y valor a lo largo del tiempo (Ellen McArthur Foundation, 2017). Inicialmente, los principios que guiaban la economía circular se asociaban con las conocidas como 3R: reducir, reutilizar y reciclar, aunque estos principios se han ampliado con la idea de rediseñar y reparar, con lo que al-

gunos autores hablan de las 5R (Sánchez, 2017), ya que el rediseño de productos, servicios, logística, incluso del sistema en su conjunto, se convierte en esencial para cerrar el círculo, así como diseñando productos con una vida útil más larga promoviendo la posibilidad de reparación. Ampliando esta idea, la Fundación para la Economía Circular, de ámbito privado (<http://economiecircular.org/>), promueve el concepto Multi-R (Gaztelumendi, Tarí, y Mora (2019): «Repensar nuestro actual modelo económico para transformarlo en un modelo circular. Rediseñar los actuales sistemas de producción en el contexto de las industrias y de la sociedad Refabricar de una manera sostenible y tomando como materias primas elementos reciclados. Reparar los productos y consumibles que hasta ahora finalizaban su vida útil en el contenedor. Redistribuir los materiales para su mejor aprovechamiento. Reducir el consumo y el gasto de materias primas tanto en la producción como en el consumo. Reutilizar los productos en función de nuevos sistemas y piezas de fabricación. Reciclar como base fundamental para aumentar el ciclo de vida de los productos. Recuperar energía en función de este ahorro energético y de reutilización de productos (las energías renovables juegan un papel fundamental)». De esta manera, se recoge en todo el ciclo el principio de eco-concepción, incorporando la idea de reducción de impactos medioambientales de un producto o servicio desde su concepción y en toda su vida útil, y primando el uso en lugar de la posesión (Fundación para la Economía Circular). Por tanto, la economía circular pretende convertirse en un modelo económico que cambie radicalmente la forma tradicional en la que se lleva a cabo la producción y el consumo, consiguiendo el desarrollo económico junto con el social y medioambiental.

Es importante destacar que esta misma Fundación señala como uno de los principios relevantes la importancia del territorio, de establecer un modelo económico en el territorio con una gestión optimizada de todos los flujos de materiales, energía y servicios (Fundación para la Economía Circular). Efectivamente, en el caso del turismo, los destinos turísticos suponen un marco de cooperación donde desarrollar acciones que permitan la implantación de prácticas relacionadas con la economía circular y la sostenibilidad. La adopción de una visión cooperativa favorecerá la implantación de una economía circular en el destino turístico, ya que ésta requiere la implicación de todos los actores.

La propia definición de economía circular lleva implícita la idea de cooperación. Los distintos agentes que intervienen en el proceso deben cooperar para lograr reutilizar y aprovechar los recursos e intentar pasar así de una cadena de valor lineal a un modelo circular. La planificación y desarrollo de destinos turísticos sostenibles necesita de la cooperación entre los distintos agentes (Beritelli, 2011), tanto cooperación privada como público-privada. En el sector industrial ya se ha constatado cómo los

distritos suponen una plataforma catalizadora de la transición hacia una economía circular gracias a la colaboración entre empresas, administraciones públicas, inversores, e instituciones que desarrollan el conocimiento (<http://circularpp.eu/wp-content/uploads/2019/11/Clusters-in-Circular-Economy.pdf>). En el impulso del desarrollo sostenible, la Unión Europea ya ha promocionado la labor de los distritos (clusters). Derlukiewicz *et al.* (2020) analizan el papel de los clusters en el desarrollo sostenible y concluyen que éstos contribuyen a un desarrollo más inteligente conectando las distintas empresas y promoviendo la colaboración que favorece el aprendizaje conjunto, el conocimiento, la transferencia de conocimiento. A nivel español, existen ya ejemplos de clusters industriales en transición hacia una economía circular como en el País Vasco (Fernández-Gómez, 2020).

Igualmente, el destino turístico al entenderse como un distrito por compartir las mismas características que lo definen, puede convertirse en su conjunto en dinamizador del cambio hacia una economía circular. Manniche *et al.* (2017) proponen además que muchas de las actuaciones y guías establecidas para otros sectores industriales con más tradición en la implantación de una economía circular pueden ser aplicables al sector turístico ya que el flujo de recursos y materiales es el mismo que el que se puede necesitar en los distintos sectores.

Florido *et al.* (2019) establecen cómo en el sector turístico además, las prácticas para instaurar una economía circular se extienden a distintos aspectos como pueden ser el respeto a las limitaciones del destino teniendo en cuenta el impacto en la naturaleza y cultura, apoyo a la economía local, desarrollo de actividades sostenibles medioambientalmente, contribución activa a la conservación de la naturaleza y de la cultura.

En este sentido, puede hablarse de turismo circular, un concepto que pone el énfasis en el punto de vista del turista, ya que se trata de llevar a cabo un comportamiento responsable en todas las etapas de un viaje, desde la preparación del mismo hasta el disfrute de la experiencia en su conjunto en el entorno elegido (Green Tourism, 2016).

Algunas de las acciones concretas que favorece la cooperación entre los agentes del destino puede verse reflejada en medidas para prevenir el desperdicio de comida, la promoción de certificados verdes, plataformas colaborativas que permitan incrementar el uso de la capacidad, autosuficiencia con energía sostenible, o prácticas de agricultura sostenible con agricultores y ganaderos locales (Florido *et al.*, 2019).

De hecho, la aproximación a la sostenibilidad desde el distrito puede resultar fundamental tanto como apoyo y acompañamiento en el proceso para las empresas del distrito como para los ahorros en costes (MacLennan *et al.*, 2016).

A pesar del interés en el desarrollo de destinos turísticos circulares, la circularidad de los destinos turísticos es un aspecto poco abordado en la literatura académica sobre turismo circular, tal y como reconocen Rodríguez, Florido y Jacob (2020), configurándose como un tema de especial relevancia a considerar en futuros estudios.

INICIATIVAS Y ACCIONES DE TURISMO CIRCULAR EN DESTINOS TURÍSTICOS †

La economía circular representa, según el Informe 2019 de Circularity Gap, sólo un 9% de la economía global. La Unión Europea es uno de los principales impulsores de iniciativas circulares, siendo premiada por su gestión por ser la mejor gestión pública a favor de la economía circular durante el Foro de Davos en 2019 (Gaztelumendi, Tarí y Mora, 2019). A este respecto, los «Paquetes de Economía Circular» lanzados por la Unión Europea pretenden que los Estados miembros transformen su modelo de crecimiento económico lineal tradicional en uno basado en la economía circular, fomentando, de este modo, un crecimiento económico sostenible.

En el caso de España, la «Estrategia Española de Economía Circular, España Circular 2030» (Gobierno de España, 2020) es una de las iniciativas más importantes a nivel estatal a través de la cual se pretende impulsar un nuevo modelo de producción y consumo sostenible. Así, este documento pretende ser la base para impulsar los principios de la economía circular en nuestro país a través planes de acción trienales, poniendo especial énfasis en el seguimiento de determinados sectores por su importancia en nuestra economía, y que son: construcción, agroalimentación, industria, bienes de consumo y turismo.

Con respecto al caso concreto del sector turístico, en nuestro país se está realizando un esfuerzo reseñable para preparar el camino hacia un modelo turístico sostenible. El Gobierno de España, a través de la «Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030», que se encuentra en estos momentos en un proceso participativo de elaboración (<https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Paginas/Index.aspx>, consultado en octubre de 2020), fija como ejes estratégicos la gobernanza colaborativa, el crecimiento sostenible, la transformación competitiva, el espacio turístico-empresas-personas, y el producto-marketing-inteligencia competitiva. Dentro del eje relacionado con el crecimiento sostenible, el «Documento de Trabajo en elaboración», recoge el necesario impulso del turismo hacia las bases que guían la economía circular, la protección del medio ambiente y la utilización de energías limpias. Por tanto, sí que se encuentra en la planificación el comenzar a trabajar en implantar modelos turísticos basados en los principios de la economía circular.

También el «Informe sobre Economía Circular aplicada al turismo», elaborado por Iñaki Gaztelumendi, Anna Tarí y David Mora para SEGITTUR (Gaztelumendi,

Tarí y Mora, 2019), aborda el análisis de la economía circular en general y para el caso concreto del sector turístico español, ofreciendo un estudio concreto sobre el estado de la cuestión y exponiendo estrategias para la aplicación de la economía circular en el sector turístico en España, además de presentar una serie de recomendaciones para su implementación.

Aún reconociendo en el documento «Estrategia Española de Economía Circular, España Circular 2030» (Gobierno de España, 2020) el difícil contexto y el fuerte impacto para el sector turístico provocado por la crisis del COVID 19, se sigue manteniendo el énfasis en los principios de la economía circular, al considerarse que los retos a medio y largo plazo no han cambiado. La colaboración entre las administraciones (Administración General del Estado, las comunidades autónomas y las entidades locales), el sector productivo y la sociedad, así como con Organismos Públicos de Investigación y Universidades, tanto a nivel estatal como internacional, se destaca como fundamental para conseguir superar los retos planteados y caminar hacia esta economía circular.

Si bien se puede hablar de casos individuales de éxito de economía circular en ejemplos de hoteles que intentan aplicar todos los principios de esta filosofía en sus procesos, la aplicación de las ideas de la economía circular a nivel de destinos turístico está generando también un creciente interés, por lo que gobiernos, empresas y otros agentes se están alzando en pro de la implementación de medidas relacionadas con el turismo circular, en las que la cooperación en el destino turístico es la clave para su adopción; así, pues, si bien las iniciativas individuales son necesarias, el paso de un modelo lineal a uno circular requiere la implicación de todos los agentes del destino.

En este sentido, según señalan Florido *et al.* (2019), el cambio a un destino circular requiere la interrelación y cooperación de varios agentes del destino, focalizándose, principalmente, en tres ejes: la Administración pública y/o las Organizaciones de Gestión de Destinos, el sector turístico y la población residente. Estos autores señalan que la Administración Pública y/o las Organizaciones de Gestión de Destinos deben incentivar la aplicación de medidas de turismo circular y desarrollar de leyes y reglamentos que reduzcan los obstáculos para su aplicación, además de implicar a los *tour-operators* en el diseño de un programa de sensibilización y cambio de hábitos turísticos; por su parte el sector turístico debe encargarse de diseñar una estrategia de branding que potencie los beneficios sociales y ambientales de las prácticas circulares en el establecimiento hotelero, además de sensibilizar, formar e implicar a los recursos humanos en el diseño de una estrategia; por último, debe implicarse a la población residente en el cambio hacia una economía circular en el destino turístico y fomentar una mayor conciencia sobre los beneficios

sociales y ambientales, diseñando un sistema de incentivos y sanciones para promover la conciencia y el cambio en los hábitos de consumo de la población residente (Florido *et al.*, 2019).

Como ejemplo de destino turístico circular en el territorio español, estos mismos autores consideran las Islas Baleares como un destino que ha implementado una estrategia para transformarse en un destino circular, implicando los tres ejes anteriormente descritos, concretamente: el gobierno regional y el sector hotelero han desarrollado diferentes acciones con el fin de lograr este objetivo en el futuro próximo, considerando, además, la población residente (Florido *et al.*, 2019).

El Gobierno de Canarias también se ha volcado en la necesidad de abogar por un turismo más sostenible, solicitando al Instituto Tecnológico de Canarias, S.A., en colaboración con Gaia Consultores Insulares, la realización del documento «Estrategia Canaria de Economía Circular 2021-2030» (Gobierno de Canarias, 2020). En este documento se plasman medidas concretas encaminadas a la implementación de la economía circular en las Islas, considerando, entre ellas, la implementación de un modelo circular en el destino turístico canario, con acciones tales como la promoción de establecimientos alojativos que cierren el ciclo energético (autoproducción y almacenamiento, movilidad eléctrica) como fórmula de descarbonización; el apoyo a políticas de gestión de residuos enfocados a la economía circular, especialmente en la prevención del residuo (plástico 0, auto compostaje, compra local); o la vinculación de los programas de renovación de zonas turísticas a la Economía Circular, entre otras.

A nivel internacional, la región del Báltico Sur ha sido objeto de una reseñable iniciativa de economía circular desarrollada en el manual elaborado por Manniche, Topsø Larsen, Brandt Broegaard y Holland (2017). Este manual se focaliza en la integración de aspectos relacionados con la economía circular en los modelos de negocio de las pymes de cuatro regiones de Polonia, Lituania, Suecia y Dinamarca, aplicando el concepto de economía circular en el alojamiento, restauración, y los sectores de spa y bienestar.

Para poder embarcarse en el proceso de transformación de un destino turístico lineal a uno circular, la cooperación entre gobierno, empresas y demás agentes del destino es imprescindible. Además, la actividad turística se interrelaciona estrechamente con las otras actividades económicas desarrolladas en el propio destino, por lo que la cooperación para conseguir un destino turístico circular debería también implicar a estas otras actividades. Así, por ejemplo, la agricultura puede aprovecharse de ciertos desechos generados en hoteles y restaurantes que pueden ser utilizados como abono, a la vez que las frutas y verduras cultivadas pueden después aprovecharse en la restauración y establecimientos de

alimentación del destino, ofreciéndose como productos de proximidad. El sector de la construcción, por su parte, es fundamental para poder adaptar las infraestructuras hoteleras para hacerlas más sostenibles; además, este sector puede utilizar ciertos materiales reciclados a partir de algunos de los residuos generados por la actividad turística.

Las ventajas de la implementación de un modelo de economía circular en el destino turístico se extienden a varios niveles: desde las propias empresas turísticas de forma individual hasta el destino en su conjunto, beneficiando a todos los negocios ubicados en el destino, sean o no turísticos, a los allí residentes, al entorno y a la sociedad en general. Algunas de estas ventajas, además de los innegables beneficios a nivel medioambiental, están relacionados con la reducción de los costes energéticos y de recursos, el impulso de los negocios locales, la generación de mayor empleo en la zona, o la mayor competitividad tanto del destino como de las empresas por generar una imagen de sostenibilidad, entre otros.

CONCLUSIONES

El sector turístico es uno de los motores de la economía española. Sin embargo y a pesar de su importancia, debe también tenerse en cuenta que el modelo turístico actual provoca fuertes impactos negativos en el medio ambiente, requiriendo de un cambio profundo para poder ser sostenible, competitivo y sobrevivir a largo plazo.

Si bien todavía no se encuentra totalmente desarrollado, la economía circular se está comenzando a impulsar en nuestro país desde distintos ámbitos, desde el ámbito político al empresarial y académico. Como modelo económico y social alternativo al modelo de crecimiento ilimitado actual, la economía circular ofrece grandes oportunidades para el sector turístico; su aplicación en el seno de los destinos turísticos es un paso necesario para que el sector pueda renovarse y virar hacia un modelo más sostenible a nivel económico, social y medioambiental. Si bien la concienciación e implementación de iniciativas individuales es requisito para poder avanzar, es imprescindible la cooperación entre gobierno, empresas, comunidad local y demás agentes implicados en el destino para poder llevarse a cabo una transformación profunda desde un modelo turístico lineal a uno circular. Es más, por las vinculaciones del sector turístico con otras actividades económicas, la cooperación debería trascender los límites del sector, implicando también a otras actividades desarrolladas en el destino turístico, como la agricultura o la construcción, entre otras. Incluso este tipo de economía puede generar en el destino nuevos modelos de negocio que ayuden en la creación de soluciones para el sector turístico, como los relacionados con plataformas compartidas, con el desarrollo de tecnología que favorezca la economía circular, o con la recuperación de recursos, entre otros.

Los resultados derivados de la implementación de un turismo circular podrán tener efectos positivos a varios niveles: para las propias empresas turísticas de forma individual y para el destino en su conjunto, extendiéndose los beneficios más allá de los negocios propiamente turísticos y generando ventajas, además, para los allí residentes.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo ha sido financiado por el Plan Nacional para I+D del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad y FEDER (ECO2016-76796-P); y por la Fundació Caixa Castelló-Bancaixa en el contexto del Plan Anual de Investigación de la Universitat Jaume I (UJI-A2017-04).

REFERENCIAS

- Aurioles Martín, J., Fernández Cuevas, M. D. C., & Manzanera Díaz, E. (2008). El distrito turístico. *Mediterráneo económico*, (13), 299.
- Belussi, F., & Pilotti, L. (2002). Knowledge creation, learning and innovation in Italian industrial districts. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 84(2), 125-139.
- Bengtsson, M., & Kock, S. (1999). Cooperation and competition in relationships between competitors in business networks. *Journal of business & industrial marketing*.
- Beritelli, P. (2011). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607-629.
- Boley, B.B. (2011). «Sustainability in tourism and hospitality education: towards an integrated curriculum», *Journal of Tourism and Hospitality Education*, Vol. 23 No. 4, pp. 22-31.
- Camisón, C. (2004). Shared, competitive, and comparative advantages: a competence-based view of industrial-district competitiveness. *Environment and planning A*, 36(12), 2227-2256.
- Camisón, C., Forés, B., Boronat-Navarro, M., & Puig-Denia, A. (2020). The effect of hotel chain affiliation on economic performance: The moderating role of tourist districts. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102493.
- Camisón, C., Puig-Denia, A., Forés, B., Fabra, M. E., Muñoz, A., & Muñoz Martínez, C. (2016). The importance of internal resources and capabilities and destination resources to explain firm competitive position in the Spanish tourism industry. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 341-356.
- Castro, J. A. V., Coria, E. C., & Martínez, E. E. V. (2018). Cooperación empresarial para el fomento de la innovación en la pyme turística. *Revista de ciencias sociales*, 24(3), 9-20.
- Derlukiewicz, N., Mempel-Łaniec, A., Mankowska, D., Dyjakon, A., Minta, S., & Pilawka, T. (2020). How do Clusters Foster Sustainable Development? An Analysis of EU Policies. *Sustainability*, 12(4), 1297.
- Della Corte, V., & Aria, M. (2016). Cooperation and sustainable competitive advantage. The case of tourist destinations. *Tourism Management*, 54, 524-540.
- Edgell, D. L., & Haenisch, R. T. (1995). *Coopetition: Global tourism beyond the millennium; charting the course for education, government, and commerce*. Internat. Policy Publ. Ellen McArthur Foundation (2017). Circular economy overview. Disponible online: www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/overview/concept (consultado el 1 de octubre de 2020)
- Erkuş-Öztürk, H. (2009). The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations: The experience of the Antalya tourism region. *Tourism management*, 30(4), 589-597.
- Felber, C. (2012); *La economía del bien común, Barcelona, Deusto*.
- Fernández, M. C., Manzanera, E., & Aurioles, J. (2008). Los Distritos Turísticos en España. In *International Conference on Measuring Tourism Economic Contribution at sub-national levels*.
- Fernández-Gómez, J. (2020). La transición hacia la economía circular: La experiencia del País Vasco. *Economía Industrial*, 416, 47-61.
- Florido, C., Jacob, M., & Payeras, M. (2019). How to Carry out the Transition towards a More Circular Tourist Activity in the Hotel Sector. The Role of Innovation. *Administrative Sciences*, 9(2), 47.
- Gaztelumendi, I., Tarí, A., & Mora, D. (2019). Informe sobre Economía Circular aplicada al Turismo. SEGITTUR Turismo e Innovación. Disponible online: <https://www.segittur.es/wp-content/uploads/2019/09/Informe-sobre-econom%C3%ADa-circular-aplicada-al-turismo-ok.pdf> (consultado en octubre de 2020).
- Gobierno de Canarias (2020). Estrategia Canaria de Economía Circular 2021-2030. Instituto Tecnológico de Canarias, S.A. - Gaia Consultores Insulares (versión borrador de 31 de agosto de 2020). Disponible online: <https://www.itc-canarias.org/ecec/files/ECEC.pdf> (consultado en octubre de 2020).
- Gobierno de España (2020). *Estrategia Española de Economía Circular, España Circular 2030*. Disponible online: https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/espanacircular2030_def1_tcm30-509532.PDF (consultado en octubre de 2020).
- Green Tourism (2016). Green ideas for tourism in Europe. Disponible online: www.greentourism.eu/ (consultado el 1 de octubre de 2020).
- Heriz, I. (2018). Economía circular: un nuevo modelo de producción y consumo sostenible. *Madrid: Tébar Flores*.
- Jones, P., & Wynn, M. G. (2019). The circular economy, natural capital and resilience in tourism and hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Lim Y, Weaver P. 2014. Customer-Based Brand Equity for a Destination: The Effect of Destination Image on Preference for Products Associated With a Destination Brand. *International Journal of Tourism Research* 16: 223-231.
- Manniche, J., Topsøe Larsen, K., Brandt Broegaard, R., & Holland, E. (2017). *Destination: A circular tourism economy: A handbook for transitioning toward a circular economy within the tourism and hospitality sectors in the South Baltic Region*.
- Marco-Lajara, B., del Carmen Zaragoza-Sáez, P., Claver-Cortés, E., Úbeda-García, M., & García-Lillo, F. (2017). Tourist districts and internationalization of hotel firms. *Tourism Management*, 61, 451-464.
- Marco-Lajara, B., Claver-Cortés, E., Úbeda-García, M., & Zaragoza-Sáez, P. D. C. (2016). Hotel performance and agglomeration of tourist districts. *Regional Studies*, 50(6), 1016-1035.

MacLennan, C-L. J., Becken, S., & Watt, M. (2016). Learning through a cluster approach: lessons from the implementation of six Australian tourism business sustainability programs. *Journal of Cleaner Production*, 111, 348-357.

Molteni, M., & Sainaghi, R. (1997). Il metamangement di un distretto turistico. *Economia & Management*, 6, 93-104.

Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism management*, 27(6), 1141-1152.

Ouchi, W. G. (1980). Markets, bureaucracies, and clans. *Administrative science quarterly*, 129-141.

Pavlovich, K. (2003). The evolution and transformation of a tourism destination network: the Waitomo Caves, New Zealand. *Tourism Management*, 24(2), 203-216.

Peiró-Signes, A., Segarra-Oña, M. D. V., Miret-Pastor, L., & Verma, R. (2015). The effect of tourism clusters on US hotel performance. *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(2), 155-167.

Pesämaa, O., & Eriksson, P. E. (2010). Coopetition among nature-based tourism firms: Competition at local level and cooperation at destination level. *Coopetition: Winning strategies for the 21st century*, 166-182.

Pesämaa, O., & Hair Jr, J. F. (2007). More than friendship is required: an empirical test of cooperative firm strategies. *Management Decision*, 45(3), 602-615.

Pesämaa, O., & Hair Jr, J. F. (2008). Cooperative strategies for improving the tourism industry in remote geographic regions: An addition to trust and commitment theory with one key mediating construct. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(1), 48-61.

Rodríguez, C., Florido, C., & Jacob, M. (2020). Circular Economy Contributions to the Tourism Sector: A Critical Literature Review. *Sustainability*, 12(11), 4338.

Sainaghi, R. (2006). From contents to processes: Versus a dynamic destination management model (DDMM). *Tourism Management*, 27(5), 1053-1063.

Sánchez de Pablo, J., & Jiménez, Pedro (2007). La cooperación empresarial como estrategia de crecimiento: motivos de su formación, ventajas e inconvenientes. *Congreso anual de AEDEM 2007*, 2-30.

Tinsley, R., & Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. *International journal of hospitality management*, 20(4), 367-378.