



universidad
de león

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de León

Grado en Turismo

Curso 2020/2021

"EMPRENDER EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD FRENTE A LA
MASIFICACIÓN: LAS "MARCAS DE CALIDAD" COMO ELEMENTO
SANADOR DEL TURISMO MASIFICADO EN MALTA"

SUSTAINABILITY ENTREPRENEURSHIP IN THE FACE OF OVERCROWDING:
"QUALITY MARKS" AS A HEALING ELEMENT FOR OVERCROWDED TOURISM
IN MALTA

Realizado por la Alumna Julia Suárez Gallén

Tutelado por el Profesor José Cortizo Álvarez
Co-Tutelado por el Profesor Francisco José Díez Vizcaíno

León, 22 de Julio de 2021

MODALIDAD DE DEFENSA PÚBLICA:

Tribunal Póster

INDICE DE CONTENIDOS

INDICE DE CONTENIDOS	2
INDICE DE FIGURAS Y TABLAS	3
RESUMEN	4
PALABRAS CLAVE	4
ABSTRACT	4
KEYWORDS	4
1 INTRODUCCIÓN	5
2. OBJETO DEL ESTUDIO	10
3. METODOLOGÍA	10
4. ESTUDIO DE CASO: LAS MARCAS DE CALIDAD COMO FACTOR DETERMINANTE EN EL CAMBIO DE MODELO TURÍSTICO INTENSIVO HACIA LA SOSTENIBILIDAD EN MALTA	11
4.1. TURISMO DE MASAS Y SOSTENIBILIDAD: EL IMPORTANTE PAPEL DEL ENTORNO LOCAL EN EL CAMBIO DEL MODELO TURÍSTICO DE MASAS	11
4.2. LAS MARCAS DE CALIDAD Y LAS CERTIFICACIONES EN EL MODELO TURÍSTICO SOSTENIBLE: ANÁLISIS, CASOS DE ÉXITO Y POSIBILIDAD DE APOSTAR POR ELLAS	13
4.2.1. CASOS DE ÉXITO DE REFERENCIA EN ESPAÑA: A ESCALA NACIONAL, REGIONAL, PROVINCIAL O LOCAL	14
4.2.2. CASOS DE ÉXITO EN LA ISLA DE MALTA	15
4.3. PROPUESTA SOSTENIBLE EN LA ISLA DE MALTA	17
4.3.1. ¿Cuál es la realidad que tenemos?	17
4.3.2. ¿Qué queremos conseguir?	36
4.3.3. ¿Cómo lo vamos a conseguir?	37
5. CONCLUSIONES	47
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48

INDICE DE FIGURAS Y TABLAS

<i>Figura 1.1. Desarrollo sustentable</i>	8
<i>Figura 4.1. Sistema turístico completo</i>	13
<i>Figura 4.2. Imagen de “Marca España”</i>	15
<i>Figura 4.3. Principales marcas de calidad en la isla de Malta: Green Key, Safe Travels, Green Destinations y Eco-Certified</i>	15
<i>Figura 4.4. Localización de Malta</i>	18
<i>Figura 4.5. Composición geográfica de Malta</i>	18
<i>Figura 4.6. Climograma de la capital de Malta: La Valletta</i>	21
<i>Figura 4.7. Zonas naturales declaradas por la Red Natura 2000 en Malta</i>	22
<i>Figura 4.8. Índice de Innovación en Malta</i>	24
<i>Figura 4.9. Llegada de turistas internacionales a Malta</i>	24
<i>Figura 4.10. Tasa de población desempleada en Malta</i>	25
<i>Figura 4.11. Población total en Malta</i>	27
<i>Figura 4.12. Distribución de la población de Malta por grupos de edad</i>	28
<i>Figura 4.13. Pirámide de población de Malta en 2020</i>	29
<i>Figura 4.14. Nacimientos, defunciones y crecimiento vegetativo en la isla de Malta</i>	30
<i>Figura 4.15. Movimientos y migratorios en Malta</i>	30
<i>Figura 4.16. Procedencia inmigración en Malta</i>	31
<i>Figura 4.17. Destino de la emigración en Malta</i>	31
<i>Figura 4.18. Cambio morfológico del Azure Window</i>	35
<i>Figura 4.19. Formulario propuesto – extracto 1</i>	39
<i>Figura 4.20. Formulario propuesto – extracto 2</i>	40
<i>Figura 4.21. Formulario propuesto – extracto 3</i>	40
<i>Figura 4.22. Logo empresa</i>	42
<i>Figura 4.23. Horarios y precios de la empresa Naturway</i>	43
<i>Figura 4.24. Sello de la empresa</i>	43
<i>Figura 4.25. Resultado 1º pregunta formulario</i>	44
<i>Figura 4.26. Resultado 2º pregunta formulario</i>	44
<i>Figura 4.27. Resultado 3º pregunta formulario</i>	45
<i>Figura 4.28. Resultado 4º pregunta formulario</i>	45
<i>Figura 4.29. Resultado 5º pregunta formulario</i>	46
<i>Figura 4.30. Resultado 6º pregunta formulario</i>	46
<i>Figura 4.31. Resultado 7º pregunta formulario</i>	47
<i>Tabla 4.1. DAFO</i>	37

RESUMEN

La masificación ligada al turismo no responsable es la autora de buena parte de los problemas e impactos que la actividad turística es incapaz de erradicar en una buena parte del mundo. Crear y desarrollar en materia de sostenibilidad puede ser la clave, o la clara oportunidad, para poder romper con el modelo turístico imperante y dar paso a un esquema mucho más cauto y controlado en lo que a impactos se refiere. Es, pues, el turismo sostenible el posible antídoto ante un problema global que preocupa y cuesta eliminar. En este Trabajo Fin de Grado se analizará un escenario real, la isla de Malta, con el objetivo de profundizar en ese posible contexto de problemas de cara a poder identificar una línea de ruptura que nos permita adentrarnos y hacer propuestas de turismo sostenible que rompan con todo aquello que, muy al pesar económico, hace que nuestra calidad de vida se reduzca notablemente.

PALABRAS CLAVE

Sostenibilidad, masificación, certificación, sello sostenible, turismo, insularidad

ABSTRACT

The overcrowding linked to non-responsible tourism is the author of a good part of the problems and impacts that tourism activity is unable to eradicate in much of the world. Creating and developing in terms of sustainability may be the key, or the clear opportunity, to be able to break with the prevailing tourism model and give way to a much more cautious and controlled scheme in terms of impacts. It is, therefore, the Sustainable Passenger Cars the possible antidote to a global problem that worries and costs to eliminate. In this Final Degree Project, a real scenario will be analyzed, the island of Malta, with the aim of delving into this possible context of problems in order to identify a line of rupture that allows us to enter and make proposals for sustainable tourism that break with everything that, much to the economic regret, causes our quality of life to be significantly reduced.

KEYWORDS

Sustainability, massification, certification, sustainable seal, tourism, insularity

1 INTRODUCCIÓN

Turismo y masificación son dos conceptos que, si bien demuestran una relación perjudicial mutua, están estrechamente relacionados en la dinámica turística actual.

A su vez, turismo y sostenibilidad se presentan, de igual modo, como conceptos de naturaleza contraria que, debido a los recientes cambios en el turismo, no pueden dejar de crecer y evolucionar de forma conjunta cuando el objetivo es la búsqueda de un modelo turístico sostenible en donde, entre otras cosas, se pongan en valor, de forma equilibrada, los bienes de calidad del territorio en el que se desarrolla dicha actividad.

El cambio de concepción y paradigma de la sociedad actual a la hora de desarrollar sus actividades, mucho más enfocado en la búsqueda del proteccionismo ambiental, da lugar a la aparición de un modelo turístico mucho más implicado en la adaptación y cuidado de esta vertiente más ecológica a través de diversas medidas alternativas.

El Turismo, como una de las grandes fuerzas económicas y pilares fundamentales de la estabilidad económica mundial, es definido por la Organización Mundial del Turismo (en adelante, OMT) del siguiente modo:

“El turismo se describe como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”

Pero esta no es la única definición de Turismo que se puede encontrar y, para acercarse al concepto de un modo más preciso, recurriremos a otras dos definiciones claves:

- La que propone uno de los primeros teóricos de la Escuela Alemana de los estudios en Turismo, Arthur Bormann, que define el turismo a comienzos de la década de 1930, como “el conjunto de viajes realizados por placer o por motivos comerciales y otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal” (Arthur Bormann, 1930)
- La de los pioneros teóricos en turismo, Walter Hunziker y Kurt Krapf, quienes dicen en 1942 que “El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa” (Walter Hunziker y Kurt Krapf, 1942)

A su vez, el turismo masificado (esa modalidad del turismo que se generaliza en el siglo XX como uno de los grandes motores y explotadores del territorio, responsable de generar

un gran volumen de riquezas a la vez que es causante de importantes impactos medioambientales), es definido por Francisco Fontano Patán (2019) como “aquel donde un alto volumen de vacacionistas se concentra en un único destino, lo cual provoca que la capacidad receptora del lugar queda rebasada” (2019, *Viajeros en Ruta*), y por Miguel Ángel Acerenza (2010), como “volumen de turistas que participan en él y el alto grado de concentración espacial que caracteriza a la actividad turística en el lugar de destino, la cual puede llegar a superar, en muchos casos, la capacidad soportante de los recursos naturales o culturales allí existentes”

El turismo masivo nace a finales del s. XIX en Gran Bretaña, concretamente en Blackpool, una localidad costera de Irlanda que en aquella época era el principal destino vacacional debido al importante desarrollo que el turismo de playa experimentó al ser visto como algo beneficioso para la salud. Esta localidad recibía siete millones de turistas. Vinculado a este término, a principios del siglo XX, Thomas Cook propuso el concepto de turismo organizado, que no es más que un simple turismo masivo pero gestionado profesionalmente.

Hasta la década de 1950, momento en el que surgen los paquetes vacacionales “todo incluido”, el turismo “organizado” se mantenía estable. Sin embargo, a partir de este momento este empieza a desequilibrarse y es cuando se conoce el término de turismo masivo tal y como lo conoces hoy en día.

Ante estos dos modelos turísticos predominantes y consumidores de un gran volumen de suelo, hoy en día comienza a crecer, cada vez con más fuerza, el modelo turístico basado en parámetros de sostenibilidad; es decir, se inicia el auge y la, cada vez más, predominancia de un modelo de turístico basado en los principios del desarrollo sostenible, entendiéndose este según Acciona (2021) como el “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social”. El concepto de Desarrollo Sostenible fue introducido por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo en el informe de Brundtland en 1987, definiéndolo como aquél “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias”.

La unión de esas dos ideas, “turismo” y “desarrollo sostenible”, de naturaleza contrapuesta, permiten el surgimiento de un nuevo concepto/modelo de turismo

denominado turismo sostenible, definido por la OMT como “Aquél que pretende satisfacer las necesidades de los turistas, así como de los destinos turísticos, protegiendo e incrementando las oportunidades de futuro”.

Pero este nuevo modelo turístico sostenible no solo se define de este modo, sino que son diversos los autores que estudian y definen, de la forma más precisa posible, este término:

- Según la Federación de Parques de Nacionales y Naturales, el Turismo Sostenible lo constituyen “todas las formas de desarrollo turístico, gestión, y actividad que mantienen la integridad ambiental, social y económica, así como el bienestar de los recursos naturales y culturales a perpetuidad “(FNNP, 1993).
- En 1993, en la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible, la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el documento titulado “Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects” se definió el concepto de Turismo Sostenible: “El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida” (OMT, 1993)
- En la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible en Lanzarote (1995) se estableció que el turismo sostenible es aquel: “Ecológicamente compatible, Socialmente aceptable y Económicamente viable” (Carta Turismo Sostenible, 1995)

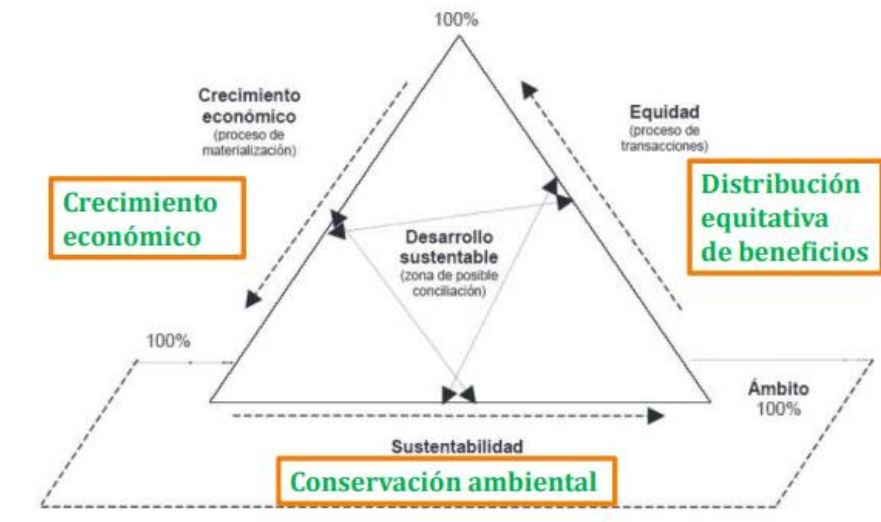
Lo que sí es necesario tener claro es que, para que exista este modelo turístico basado en los principios del desarrollo sostenible, es necesario garantizar el equilibrio de los siguientes tres pilares: social, económico y medioambiental. Estos son los elementos que constituyen los ejes de un desarrollo turístico sostenible equilibrado, y para entender mejor los mismos presentamos a continuación, en la Figura 1.1, el triángulo propuesto por Nijkamp (tomado de Cánoves y otros, 2006), que representa los tres objetivos simultáneos del desarrollo sostenible integrado:

El turismo sostenible debe velar por esos tres pilares de sostenibilidad que se caracterizan por lo siguiente:

- Pilar ambiental:

- Pilar social:
- Pilar económico:

Figura 2.1. Desarrollo sustentable



Fuente: Cánoves y otros (2006)

El buen equilibrio de estos tres pilares en el ámbito turístico debe, por tanto, conseguir:

- dar un uso óptimo a los recursos medioambientales ayudando a protegerlos y conservarlos ya que son un potente recurso turístico
- respetar la autenticidad cultural de la zona ayudando a conservar las tradiciones culturales y promoviendo la tolerancia y el respeto
- asegurar actividades económicas a largo plazo distribuyendo bien los beneficios y contribuyendo a la reducción de la pobreza.

Ante esto, la masificación de un lugar va a hacer que no estén compensados, ya que desequilibra los pilares e implica que en el lugar no se lleve a cabo un turismo sostenible. Una de las principales particularidades de este nuevo modelo turístico sostenible es su afán por incluir, de forma equilibrada, a la población local como un “ente esencial más” que juegue un papel fundamental en la búsqueda del beneficio económico local en donde se desarrolle la actividad turística sostenible. Para ello, la puesta en valor de los elementos de valor local, mediante el establecimiento de certificaciones o marcas de calidad, se convierten, como bien se sabe dentro de las bases del modelo turístico sostenible, en una de las principales estrategias de este nuevo modelo de turismo imperante en el siglo XXI basado en los desarrollos respetuosos, siempre en la línea de la sostenibilidad.

Actualmente, el turismo es uno de los motores principales económicos a nivel mundial y los clientes están cada vez mejor informados acerca del mismo gracias a las nuevas tecnologías que permiten conectar cualquier parte del mundo. Esta globalización turística implica que, como es palpable en el día de hoy, los clientes estén más concienciados sobre la situación y salud del planeta, razones que los lleva a, por coherencia, valorar más los factores ecológicos buscando experiencias de calidad que estén personalizadas. Para conseguir esto, cada día son más el número de empresas turísticas que buscan posicionarse y distinguirse en el sector turístico a través de las certificaciones y marcas de calidad como herramienta de mejora y competitividad.

Las certificaciones y marcas de calidad permiten que la diferenciación de empresas turísticas sea posible, lo que garantiza que la capacidad de elección del turista, en lo que a alojamientos o servicios respecta, sea óptima y pueda adaptarse mejor a sus necesidades gracias al increíble cuidado que este tipo de servicios ofrecerá al cliente en materia de calidad y personalización deseados

A este respecto, en España se crea la Asociación Española de Normalización y Certificación: AENOR, una entidad dedicada a la normalización y certificación en todos los sectores industriales y de servicios a nivel mundial. Esta asociación permite a dichas empresas, certificarse en cuanto al ámbito turístico en apartados tan diversos como son el de calidad, seguridad, medio ambiente, gestión energética o responsabilidad social.

Esta puesta en valor de los caracteres endógenos locales suele venir acompañada de un importante papel emprendedor de la población local asentada en estos espacios en donde la actividad turística sostenible ha de desarrollarse. Actualmente la palabra emprender se define, según la RAE, como “acometer y comenzar una obra, un negocio o un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. La base en el emprendimiento es la innovación; es decir, la capacidad para crear nuevas ideas que aporten buenos cambios y mejoren la calidad del lugar o servicio.

Algo en lo que destaca este modelo de turismo sostenible, y que es importante enfatizar, es su capacidad para adaptarse a cualquier escala económica, desde la supranacional a la local, teniendo siempre una mayor cabida y aceptación en las escalas de mayor detalle debido a la mayor capacidad para interactuar con la población local y hacer que esta se involucre en las dinámicas que se definen en los principios del turismo sostenible. Sin embargo, la envergadura del espacio en el que se trabaje, independientemente de su jerarquía de gobierno, influye en la forma en que un espacio puede ser sensible a verse

involucrado en un cambio de modelo turístico tradicional a un modelo turístico sostenible. Este es el caso de Malta, país mediterráneo, que, debido a su reducida dimensión y su carácter local interno dentro de la isla, se presenta como un claro ejemplo de espacio en donde llevar a cabo el cambio de este modelo de turismo tradicional imperante.

Es por ello, pues, que en el presente Trabajo Fin de Grado se estudiará la manera de emprender de forma sostenible contra el turismo masivo en la isla de Malta, buscando apoyarse en el estudio de marcas de calidad existentes en la isla junto con la posibilidad de crear nuevas, así como valorar la puesta en funcionamiento de nuevas certificaciones de calidad turística de productos o servicios por parte de un organismo de control independiente, definido por nosotros, conforme a una norma nacional, europea o internacional que avale las medidas a llevar a cabo.

2. OBJETO DEL ESTUDIO

El objetivo principal será el de conseguir reconducir la conducta turística actual en la Isla de Malta, basada en un modelo turístico no sostenible, hacia un modelo mucho más respetuoso y equilibrado, en especial en el ámbito ambiental, por medio de la puesta en valor de los productos locales, así como luchando por extender y generalizar una nueva imagen basada en el compromiso de los pobladores locales, constituidos como los principales actores en la creación de este modelo turístico sostenible integral.

Para conseguir todo ello, en este TFG se va a:

- Profundizar en la realidad de la isla en el momento actual en todos sus ámbitos
- Estudio de casos de éxito locales e internacionales (en la isla de Malta), en materia de marcas de calidad y certificaciones sostenibles.
- Creación de una batería de propuestas que permitan, con su puesta en marcha, cambiar radicalmente el modelo turístico vigente en Malta

3. METODOLOGÍA

Como ya se ha expuesto, el desarrollo de este Trabajo Fin de Grado surge de la necesidad de estudiar el imparable crecimiento del turismo masivo y, en ocasiones, poco responsable en la isla de Malta.

En este apartado, y a este respecto, reflejaremos cuáles han sido las líneas metodológicas seguidas para llevar a cabo la consecución del presente estudio, que son:

- Recopilación de información teórica de relevancia de fuentes bibliográficas oficiales

- Investigación de datos reales (económicos, sociales y ambientales) existentes en los principales organismos públicos de Malta
- Preparación, procesado y post-procesado de datos mediante el uso de software estadístico
- Uso de metodología de análisis de datos de conocimiento internacional:
 - o D.A.F.O: para poder estudiar en detalle el escenario real del área de estudio
 - o Método DELPHI: de cara a garantizar la participación de la población local en la toma de decisiones

Por medio del seguimiento de todas estas líneas metodológicas, ha sido posible llegar a elaborar una propuesta de turismo sostenible alternativo que pueda ayudar a combatir y reducir el impacto del modelo turístico actual en la isla de Malta.

4. ESTUDIO DE CASO: LAS MARCAS DE CALIDAD COMO FACTOR DETERMINANTE EN EL CAMBIO DE MODELO TURÍSTICO INTENSIVO HACIA LA SOSTENIBILIDAD EN MALTA

En este bloque se entra de lleno a estudiar y analizar el caso de Malta como un espacio con un comportamiento compatible con la recepción de las nuevas, y recientes, dinámicas de cambio turístico mundial vigentes.

Pero antes de entrar de lleno en este estudio, es fundamental repasar algunos conceptos e ideas que nos deben ayudar a tomar las decisiones adecuadas a la hora de planificar y exponer las propuestas de turismo sostenible que se expondrá al final de este bloque en aras de conseguir reconducir el turismo actual en Malta hacia un modelo turístico sostenible integral.

4.1. TURISMO DE MASAS Y SOSTENIBILIDAD: EL IMPORTANTE PAPEL DEL ENTORNO LOCAL EN EL CAMBIO DEL MODELO TURÍSTICO DE MASAS

La Isla de Malta muestra una dinámica de turismo basado en la fiesta, principalmente, conociéndose la misma como “el destino universitario por excelencia” debido a que todos los jóvenes europeos buscan encontrarse allí por ser uno de los paraísos europeos de la

fiesta. En este sentido, se puede decir que la mayoría de turistas que visitan la isla lo hacen por motivos de ocio y disfrute nocturno. Sin embargo, también Malta cuenta con un gran patrimonio cultural que es apreciado por millones de extranjeros que visitan la isla anualmente.

En este contexto, el principal problema de la isla es, por tanto, en términos económico y de impacto, el del turismo masivo, el cual es creado, de acuerdo con la información que se recoge en la revista digital de la OMT.

La OMT informa que en términos mundiales entre 1950 y 1975 se produce una multiplicación de las llegadas internacionales de turistas en casi nueve veces, pasando de los 25 millones a los 222 millones anuales, lo que se ajusta claramente a esa definición de turismo masivo.

El 25 de abril del 2018, se produce un manifiesto preparado desde hace un par de años desde Barcelona al que se unieron otras ciudades españolas, así como las ciudades de Venecia, Lisboa y Malta, como crítica del modelo turístico y se crea, por tanto, una Red de Ciudades del Sur de Europa frente a la Turistización. Las propuestas de estas ciudades se basan en poner límites a la industria turística, adoptar políticas fiscales diferenciadas para las viviendas destinadas a turistas y a vecinos, o el "decrecimiento turístico acompañado por políticas de fomento de otras economías justas".

Según las cifras tomadas de la web <https://datosmacro.expansion.com/>, la isla de Malta recibió en Enero de 2020 los mismos turistas que en agosto de 2010. En este sentido, a pesar de este excepcional momento marcado por la pandemia mundial COVID durante la que el sector turístico se ha visto mermado, todo hace pensar que tras la situación pandémica el turismo volverá a tener un volumen de turistas movilizados muy elevado, por lo que se debe luchar por controlar mucho más el volumen de desplazamientos, ya que las cifras pueden llegar a ser disparatadas y esto provocaría un turismo masivo devastador.

Es en este momento cuando el entorno local (es decir, la población que reside en el espacio en el que se lleva a cabo la actividad turística) debe ser capaz de proponer medidas ante esta situación gracias a su importante papel como aquellos que mejor conocen su territorio, necesidades y todos los problemas que en él existen. Aquí es donde se debe poner en duda la frase de uno de los pioneros comerciantes, Harry Gordon Selfridge, quien dice que "el cliente siempre tiene la razón", ya que el poblador local es el que conoce a fondo su territorio y por tanto sus límites y necesidades.

La forma de conseguir que el entorno local participe en la toma de decisión de las medidas eficientes que se pueden llevar a cabo dentro del ámbito turístico se debe basar en la creación de un sistema que permita la comunicación constante entre las partes implicadas: turista, residente, organismos públicos y sector turístico, tal y como se observa en la Figura 4.1.

Figura 4.1. Sistema turístico completo



Fuente: Elaboración: propia

La relación de todas las partes supone una mejora en la gestión del ámbito turístico favoreciendo por tanto a cada uno de los actores de forma individual, lo que permite la visita del turista sin perjudicar al destino ni recursos que lo forman y crean un destino turístico con servicios de calidad que favorezcan tanto al turista como a la población local. La unión y cooperación de todos los agentes, por tanto, es lo que va a hacer que Malta sea, en este caso, un destino turístico de calidad. Por esta razón, se va a hacer un especial hincapié en que todas las partes permanezcan unidas a la vez que se establecen medidas que permitan que dicho escenario prospere y se fortalezca.

4.2. LAS MARCAS DE CALIDAD Y LAS CERTIFICACIONES EN EL MODELO TURÍSTICO SOSTENIBLE: ANÁLISIS, CASOS DE ÉXITO Y POSIBILIDAD DE APOSTAR POR ELLAS

Rescatando esa premisa de que se debe implicar a todos los agentes para que la actividad turística sea sostenible, se ha optado por elegir el camino de la regulación de establecimientos o servicios a través de las marcas de calidad y certificaciones, analizando algunos casos de éxito de forma detallada con el fin de poder explicar el porqué de esta elección como una de las más adecuadas de cara a garantizar el desarrollo de un modelo turístico sostenible y el cambio/ruptura del modelo turístico tradicional.

Las marcas de calidad (que en el modelo de turismo sostenible se constituyen a modo de sellos), junto con los certificados (las cuales son procedimientos voluntarios a través de los cuáles se evalúan los establecimientos y se emite una garantía escrita en el sentido de que una instalación, un producto o servicio cumple con unos estándares específicos), permiten garantizar que el lugar, establecimiento o servicio, cumple con una serie de requisitos y estándares. Se pretende así, por tanto, ganar la confianza que, a nivel internacional, necesitan los consumidores, empresas y demás organismos.

Como ya se ha indicado, a continuación, se llevará a cabo el análisis de diferentes iniciativas de éxito en la materia, tanto en España como en la propia Isla de Malta, que se tomarán de referencia en el desarrollo de este TFG de cara a que la elaboración/planificación de propuestas de mejora y redirección del modelo turístico actual en la Isla de Malta hacia un modelo turístico integral más sostenible sea lo más exitosa posible.

4.2.1. CASOS DE ÉXITO DE REFERENCIA EN ESPAÑA: A ESCALA NACIONAL, REGIONAL, PROVINCIAL O LOCAL

Para poder entender mejor el por qué las marcas de calidad y certificaciones hacen que los destinos turísticos se conviertan en destinos diferenciados, equilibrados y, en muchos casos, sostenibles, se ha seleccionado un caso de éxito español en el que se podrá ver cómo una marca puede ser el gran atractivo turístico y la primera visión de país que van a tener los turistas. Este es el caso de la imagen “*Spain is part of you*”.

- **Spain is part of you**; es la nueva *imagen de marca* que luce nuestro país desde 2017 y con la que Turespaña pretende mostrar una experiencia única, sostenible y de calidad de la marca turística España.

Manuel Butler, exdirector general de Turespaña, dice que el concepto de esta nueva imagen de la marca turística España hace referencia a como: “España impregna al turista y una parte del país permanece dentro de él tras su visita. El objetivo trata de realzar la calidad, la experiencia única y la diversidad de los motivos para visitar España, tanto para los turistas que ya a conocen como para los que aún no la visitan”. Esta nueva imagen de marca ha generado que los turistas tengan la visión de nuestro país pensada antes de visitar el país y, como demostración, sus comentarios a la hora de llegar lo confirman.

Actualmente, muchos países aun no tienen esta imagen de marca, pero sí son conscientes de que crearla tiene una notoria importancia ya que los destinos turísticos están compitiendo constantemente y tan solo con tenerla se va a

conseguir dar al país una gran visibilidad y un gran posicionamiento en el mercado turístico favoreciendo así la llegada de turistas y un gran crecimiento económico y cultural del destino. A todo esto, sin olvidar su importancia, se le une una estrecha vinculación de estas imágenes de marca con imágenes de espacios equilibrados y sostenibles que cada vez son más demandados por los turistas habituales y, con aún más fuerzas, por aquellas poblaciones locales que se van a ver beneficiadas por la llegada de unos habitantes mucho menos “arrasadores” y mucho más “respetuosos” con el medio en el que van a desarrollar sus actividades.

Figura 4.2. Imagen de “Marca de España



Fuente: Turespaña

4.2.2. CASOS DE ÉXITO EN LA ISLA DE MALTA

En el caso propio de la isla de Malta, este país presenta su propio grupo de experiencias exitosas en materia de marcas de calidad y certificaciones. En este sentido, en el presente epígrafe se busca analizar cuáles han sido las marcas y certificados de calidad que tiene este país y lo que representan cada una de ellas en el modelo turístico actual para así poder ver, desde una perspectiva más amplia, lo que ya nos ofrece esta isla y lo que debemos tener en cuenta de cara a mejorar la actual propuesta turística.

A este respecto, Malta ofrece cuatro marcas de calidad en materia de turismo sostenible, presentadas a continuación: *Green key*, *Safe Travels*, *Green destinations* y *Eco-certified*, cuyos logos pueden ser observados en la Figura 4.3.

Figura 3.3. Principales marcas de calidad en la isla de malta: *Green Key*, *Safe Travels*, *Green Destinations* y *Eco-Certified*.



Fuente: *Green Key*, *World Travel and Tourism Council*, *Green Destinations* y *Malta Tourism Authority*.

- **The Green Key** es una etiqueta ecológica voluntaria que representa el compromiso de las empresas a que sus instalaciones cumplan los criterios marcados por la Fundación para la Educación Ambiental.

La isla de Malta obtuvo esta etiqueta “*The Westin Dragonara Resort*”, la cual ha propuesto una serie de proyectos sostenibles a lo largo de los años, en donde el más conocido actualmente es el de “*Westin meetings*”

- **Safe Travels** es un sello que surge tras el Covid-19 por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo y reconoce la aplicación total y correcta de medidas de higiene y sanitización establecidas tanto en destinos como empresas entre los que se incluyen hoteles, restaurantes, cruceros, empresas de alquiler de coches, aerolíneas y aeropuertos, empresas de transporte, centros de convenciones y tour operadores.

En Malta, Stephen Xuereb, director general del Puerto de Cruceros de La Valeta, ha desarrollado nuevas medidas para garantizar la salud y seguridad en los cruceros, razón por la cual fue galardonado con el sello Safe Travels del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, por sus protocolos reforzados.

- **Green Destinations** es una fundación sin fines de lucro para el desarrollo y el reconocimiento de destinos sostenibles, ayudando, por tanto, a dichos destinos a ofrecer soluciones adecuadas, así como, también, ofrecer un destino sostenible y responsable involucrando tanto a la población local como a las empresas. En este caso *Green Destinations* nombra a la isla de Gozo como destino sostenible ya que diseña medidas en contra de la masificación. Además, tiene una educación inclusiva, promueve el uso de energías limpias y sus playas tienen la marca de bandera azul.
- **Eco certifications Malta** muestra la sostenibilidad ambiental, socioeconómica y cultural de la isla de Malta y de todos sus establecimientos hoteleros. Es reconocida por el Consejo Global de Turismo Sostenible.

Estas cuatro marcas y certificados posicionan a Malta como un país que, aunque lucha a contracorriente, busca avanzar en materia de sostenibilidad. Esta realidad existente en el área de estudio será tenida en cuenta a la hora de desarrollar la propuesta integral sostenible que se va a planificar y a exponer en el presente trabajo en base a los puntos fuertes que hacen que Malta tenga opciones de cambio en materia de sostenibilidad gracias a estas marcas y certificados, pero también siendo conscientes de las carencias y limitaciones que presenta dicho espacio y que será necesario analizar y valorar de cara a poder paliar/evitar las mismas en el futuro.

4.3.PROPUESTA SOSTENIBLE EN LA ISLA DE MALTA

Tras lo visto hasta este punto, en el presente Trabajo de Fin de Grado se va a hacer un estudio de la isla de Malta en su totalidad, para analizar la posible propuesta de un modelo turismo sostenible que garantice, mediante la apuesta por las marcas de calidad y las certificaciones, la reconversión del modelo turístico tradicional de este pequeño país mediterráneo.

Para poder analizar y gestionar bien una posible propuesta sostenible en nuestra área de estudio, debemos profundizar y entender bien tres aspectos diferentes que se derivan de las variables y realidad del entorno:

1. ¿Cuál es la realidad que tenemos?

Y derivado de esta:

2. ¿Qué queremos conseguir?
3. ¿Cómo lo vamos a conseguir?

A continuación, se desmenuzarán pormenorizadamente estos tres apartados, de una manera jerárquica y comunicada, de forma que se garantice llegar, con la máxima eficacia, a esa propuesta firme de turismo sostenible en el área de estudio localizada, en este Trabajo Fin de Grado, en el país de Malta.

4.3.1. ¿Cuál es la realidad que tenemos?

La realidad que tenemos hace referencia a los datos reales, a las situaciones palpables, a los elementos favorables y a los problemas existentes en la zona, que será necesario tener en cuenta si se quiere poder entender la realidad que nos vamos a encontrar en Malta de cara a poder hacer una verdadera propuesta de transición del modelo turístico actual hacia un modelo más sostenible.

Estudiar, por tanto, los datos de Malta en su totalidad implican hacer un enorme esfuerzo de recopilación de fuentes que, debido a la necesidad de entender el equilibrio sostenible del lugar, estarán estructuradas en los tres grandes bloques que velan por el desarrollo sostenible en cualquier ámbito o actividad:

- A. Bloque ambiental
- B. Bloque económico
- C. Bloque social

Pero eso sí, antes de entrar en este análisis desmenuzado, es imprescindible presentar el área de estudio desde una perspectiva más geográfica y sintética

- ÁREA DE ESTUDIO

Malta es un archipiélago que comprende tres islas: Malta, Comino y Gozo (tal y como puede ser observado en las figuras 4.4. y 4.5. y se encuentra en el mar Mediterráneo delimitando al norte con Sicilia y al sur con Libia.

La república de Malta actualmente es un país independiente ya que hasta 1964 fue dominada por ingleses. Los malteses adoptaron el sistema británico de administración, educación y legislación. Malta se convirtió en República en 1974 y en estado miembro de la Unión Europea desde mayo de 2004.

La superficie del país es de 315,4 km² y sus habitantes son 502.653 (2019), lo que, según la revisión bibliográfica de los datos, lo convierte en el estado miembro de la Unión Europea más pequeño en ambos valores.

Figura 4.4. Localización de Malta



Fuente: <https://www.maltavacaciones.com/localizacion-malta/>

Figura 4.5. Composición geográfica de malta



Fuente: <https://i.pinimg.com/originals/7f/5d/4f/7f5d4fe4f6c989c4c6715d77c49b879c.gif>

Una vez presentada el área de estudio con algo más de detenimiento, se procederá a exponer la realidad de dicho territorio de forma desagregada y ajustada a los contenidos que se recogen dentro de los principales pilares de la sostenibilidad.

4.3.1.1. Bloque ambiental

Este bloque recoge la información correspondiente al ámbito natural y ambiental de la Isla de Malta.

En este sentido, y en lo que se refiere a la división del terreno en la isla de Malta, el 29 % de la superficie del país está compuesta por zonas construidas e infraestructuras (es el porcentaje más alto de la Unión Europea de zonas artificiales). La mayor parte del país son terrenos agrícolas, que representan alrededor del 51 %, y tan solo un 18 % son áreas naturales. Ésta es la razón por la que la mayor parte de los territorios naturales en Malta, ante la escasez de los mismos, están muy protegidos.

Además, sus especies vegetales son muy raras y el 66 % de estas se encuentran en peligro de extinción; la más conocida es la *Cheirolophus crassifolius*, originaria de Malta y, aunque solamente puede encontrarse la misma en sus acantilados (es decir, en lugares de difícil acceso), actualmente se encuentra en peligro crítico debido a la destrucción de su hábitat. Ante esta situación, y para garantizar su correcta protección, la Autoridad maltesa de Medio Ambiente y Recursos (ERA, Environment & Resource Authority) cuenta con un inventario de áreas de protección de árboles (TPA, Tree Protection Areas), cuyo objetivo es proteger los árboles y bosques. Junto a esto, el gobierno maltés lleva a cabo, continuamente, proyectos de reforestación y cuenta con un Reglamento de Protección de Árboles y Bosques.

Englobando toda la naturaleza del país, Malta protege legalmente a el 28,5 % de su territorio con diferentes figuras de protección como son:

- Áreas de especial interés para la conservación
- Santuarios de aves
- Reservas naturales
- Humedales Ramsar
- Zonas protegidas por el Convenio de Barcelona
- Áreas de protección para árboles
- Espacios de la Red Natura 2000.

Malta cuenta con 6 lugares de importancia comunitaria (LIC), 4 LIC propuestos y 27 zonas de especial conservación (ZEC) declaradas de acuerdo con la Directiva Hábitats, y

21 zonas de especial protección para las aves (ZEPA) declaradas en virtud de la Directiva Aves (algunas ZEC y ZEPA se superponen). La Red Natura 2000 ocupa 41 km² en tierra, el 13,1% del país, y 4.138 km² marinos (35,5 % de las aguas maltesas).

La biodiversidad propia del país de Malta suma más de 7500 especies autóctonas, de las que más de 2500 se corresponden con plantas y más de 5000 con especie de fauna.

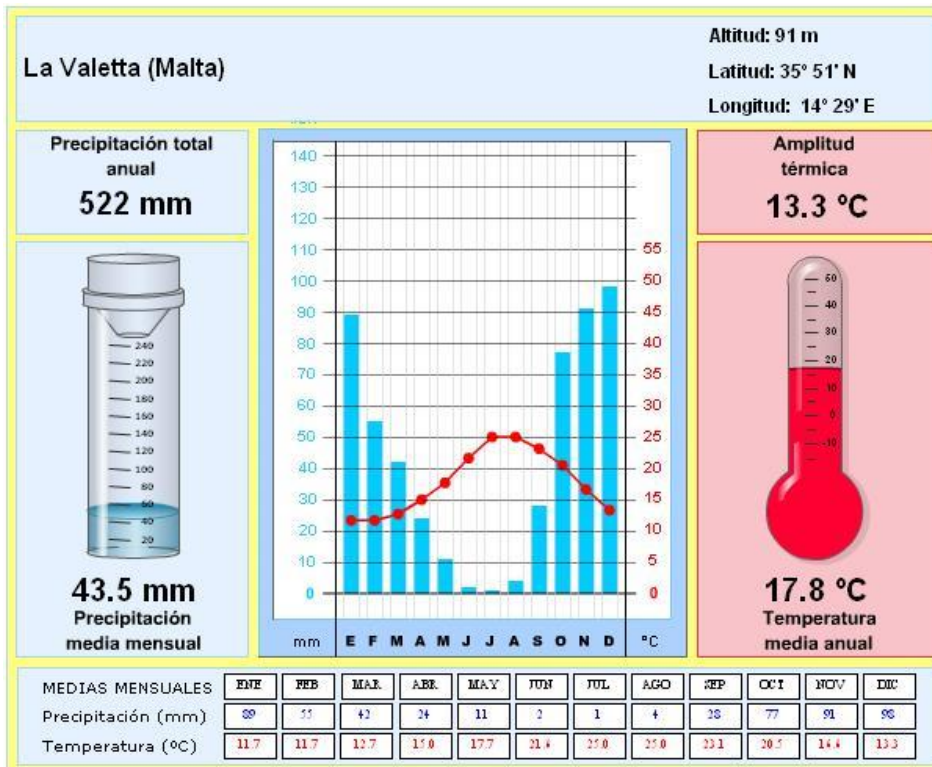
La costa maltesa, que incluye las tres islas, se desarrolla a lo largo de aproximadamente, 270 km con una inclinación suroeste debido a la geomorfología de las islas. Además, dicha costa se caracteriza por tener puertos, bahías y ensenadas representando así la gran variedad paisajística que tiene el país. El terreno muestra una gran variedad de formas y perfiles y los acantilados son inaccesibles en la mayor parte de los casos, destacando espacios como *El Azure Window*, lugar muy popular para la realización de actividades acuáticas y de carácter singular, aunque no se encuentra en su mejor estado en el momento actual, lo que hace que no pueda ser considerado un monumento natural de una calidad similar a la que se le otorgaba en sus inicios.

En este hábitat las especies están acostumbradas a vivir en condiciones extremas consecuencia de la existencia de un escenario meteorológico seco y duro.

En el medio ambiente marino, Malta tiene las praderas submarinas *Posidonia* que son un hábitat prioritario de importancia a nivel europeo, ya que proporcionan alimento y refugio a numerosos invertebrados, peces y otras especies de vertebrados marinos. Además, son espacios que también brindan la posibilidad de realizar actividades turísticas de aprovechamiento marino, como son aquellas relacionadas con el submarinismo o snorkel; A este respecto, la famosa playa *Blue Lagoon* en la isla de Comino, se posiciona como uno de los lugares más populares en este tipo de turismo.

En lo que respecta a las condiciones climáticas del país, que ya se han presentado como secas y duras, Malta tiene un clima mediterráneo (Figura 4.6), oscilando sus temperaturas entre los 10° y los 32° durante todo el año con escasas precipitaciones y un largo periodo de aridez (6 meses).”

Figura 4.6. Climograma de la capital de Malta: La Valetta



Fuente: <https://divinosexto.files.wordpress.com/2016/11/climograma-malta-la-valetta.jpg>

La humedad propia de este tipo de clima hace que la sensación térmica se acreciente y provoca que el local y turista perciban el calor con mucha más intensidad.

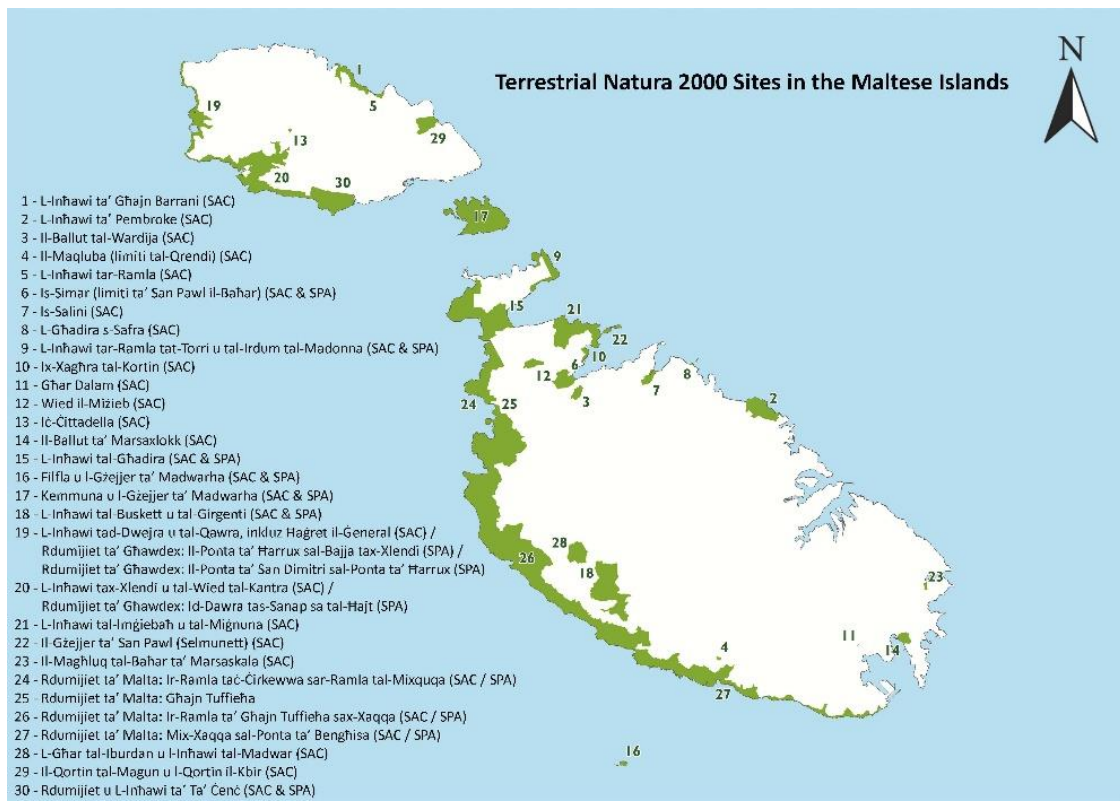
En verano, el calor es más intenso, tal y como se refleja en la Figura 4.6 en la que se recoge el climograma de La Valetta, capital maltesa. Como singularidad de Malta, al tratarse de zonas cercanas al mar, causado por el efecto "isla", la temperatura puede suavizarse un poco. Esta época, la estival, es la que más turistas atrae durante el año, por lo que, aunque no es tan marcado como en otros destinos, sí se puede decir que existe una estacionalidad turística en el destino.

En invierno, por su parte, las temperaturas caen algo, pero se mantienen estables y no menores de 10°. La lluvia es ocasional pero abundante y suele haber inundaciones con frecuencia ya que este país no está muy preparado en cuanto al sistema de alcantarillados. Esta época suele ser la mejor para visitar culturalmente Malta y se pueden ver los monumentos y atracciones culturales sin grandes masificaciones.

Para finalizar, el Fondo Europeo Agrícola para el desarrollo rural, dotó a Malta de 1,3 millones para el proyecto: "Planificación de la gestión Natura 2000 para Malta y Gozo" dispuesto a proteger y conservar todas las zonas naturales reconocidas por la Red Natura

2000 de Malta estableciendo planes de gestión para los mismos.

Figura 4.7. Zonas naturales declaradas por la Red Natura 2000 en Malta



Fuente: ERA, *enviroments & resources authority*

La Red Natura 2000 es reconocida a nivel europeo y selecciona zonas naturales de especial protección y conservación según sus criterios; Malta, en este caso, posee 30 áreas de especial protección y conservación tal y como se observa en la Figura 4.7.

Tras esta profundización que se ha realizado en aras de repasar los principales parámetros ambientales de la isla de Malta, se puede añadir/concluir que, a pesar de su extraña situación en lo que a explotación territorial se refiere, Malta tiene potencial y valores ambientales lo suficientemente potentes como para que, a pesar de lo que se pueda creer desde el punto de vista del modelo turístico masivo, podamos apoyarnos en este pilar de cara a poder planificar un modelo alternativo de comportamiento turístico sostenible.

4.3.1.2. Bloque económico

El segundo de los bloques a analizar buscará profundizar en la dinámica económica de la isla, estudiando, entre otras cosas, los siguientes bloques de información esencial:

- PIB e innovación
- Actividades económicas por sector

- Focalización en el sector turístico (volumen de llegadas, volumen de empresas ligadas al sector turístico, etc)
- Paro

A continuación, se hará un esfuerzo por incluir una explicación lo más detallada posible, de cada uno de estos apartados:

B.1. PIB per cápita e innovación

El PIB per cápita es un muy buen indicador socioeconómico para evaluar el nivel de vida de los países. En el caso de Malta, en 2020, el PIB tenía una cifra de 12.824M.€, variando un 7% menos con respecto al 2019 según datos macro.

Otro indicador socioeconómico de calidad que permite conocer la situación de un espacio, en este caso de un país, sería el Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que, en definitiva, nos muestra el nivel de vida de sus habitantes analizando el desarrollo económico de un país, la salud, la educación y los ingresos. En este sentido, según datos macro el IDH de Malta indica que los malteses tienen una buena calidad de vida ya que su IDH fue de 0,894 puntos en 2018. Si ordenamos los países en función de su IDH, Noruega está en el primer puesto con 0,957 puntos, España en el 25º puesto con 0,904 puntos y Malta en el puesto 28º.

Por otra parte, según datos macro la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual ha elaborado un Índice Mundial sobre la Innovación en 2020 que contiene parámetros detallados acerca de los resultados de innovación de 130 países y economías de todo el mundo y, por medio de sus 80 indicadores, se explora la innovación desde una perspectiva amplia, que incluye el entorno político, la educación, la infraestructura y el desarrollo empresarial. Según dicho estudio, el país de Malta se encuentra en la posición número 27 dentro del grupo de 130 países analizados. Suiza está en el primer puesto y España en el 30. Por su parte, en lo que respecta a Malta:

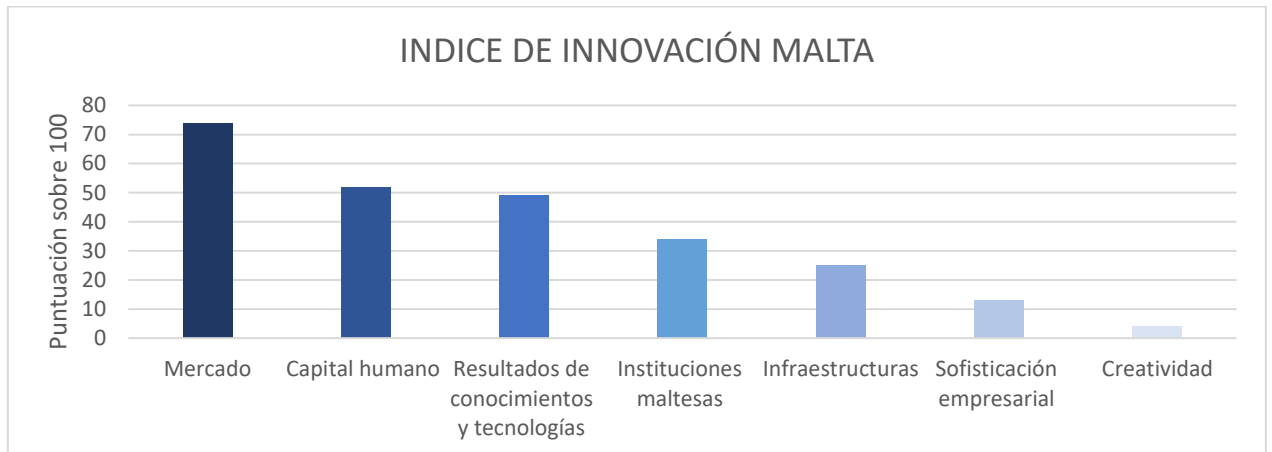
- Las Instituciones maltesas (que incluyen la política, empresas y regulación medioambiental) se sitúan en el puesto 34
- El capital humano en el puesto 52
- Las infraestructuras que engloban las infraestructuras generales, ITCS y las ecológicas en el puesto 25
- El mercado maltés sube al puesto 74
- La sofisticación empresarial del país tiene el puesto 13
- Los resultados de conocimientos y tecnologías maltesas se enmarcan en el puesto

49

- La creatividad del país se sitúa en el puesto 4.

Toda esta información es plasmada en la Figura 4.8 en donde se refleja, en orden de mayor a menor importancia, la posición que obtienen las diferentes instituciones maltesas en lo que respecta al Índice de Innovación.

Figura 4.8. Índice de Innovación en Malta

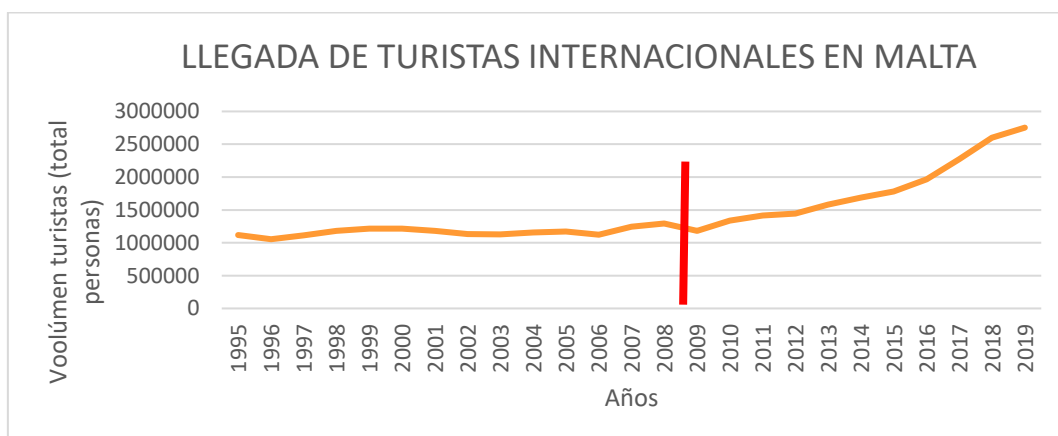


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en <https://datosmacro.expansion.com/>

B.2. Actividades económicas por sector

Reconociendo lo que ya era presumible antes del comienzo del análisis de este apartado, la actividad económica principal de Malta es el turismo y esto se ve reflejado en cómo en 2019 este país cierra el año con más de dos millones de turistas, una cifra que aumentó un 5 % con respecto al año anterior según datos macro.

Figura 4.9. Llegada de turistas internacionales a Malta



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en <https://datosmacro.expansion.com/>

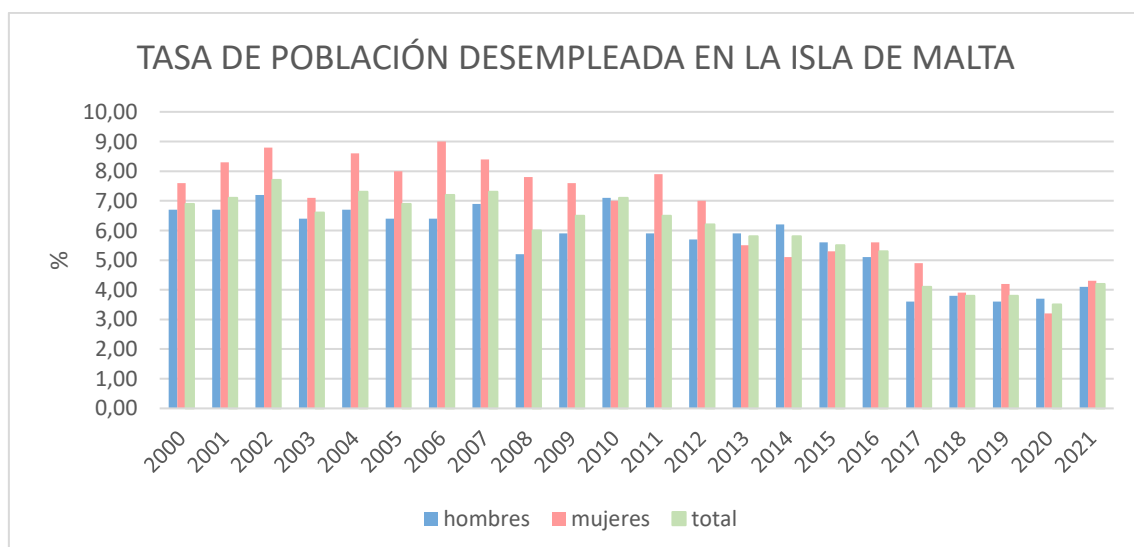
Tal y como se observa en la Figura 4.9, se puede ver a través de este gráfico cómo el turismo en Malta se mantiene constante hasta 2009, momento en el que comienza a crecer notoriamente. Por ende, podemos considerar dicho año como el año clave que supone el punto de inicio del turismo masivo en Malta, lo que se ve reflejado en la cifra total de turista recibidos que pasa de 1.182.000 turistas en 2009 a tener en 2019 casi tres millones. Estos datos se constituyen como un ejemplo claro y poco discutible que pone de manifiesto cómo ha evolucionado la isla hacia un turismo masivo a pesar de las medidas e iniciativas planteadas por el país para evitar el mismo.

En cuanto a las actividades turísticas, este país ofrece una gran variedad de excursiones y actividades guiadas que se pueden contratar en distintas páginas web de manera sencilla y a precios muy razonables. Algunas de las excursiones incluyen desde visitas en barco por los acantilados y playas maltesas más emblemáticas hasta visitas culturales por distintos puntos del país, ya que al no tener gran extensión la posibilidad de ver numerosos espacios en un solo día es muy factible.

B.3. Paro

El análisis de la tasa de paro permite conocer el porcentaje de personas que están desempleadas en el país. Para el presente análisis, el cual se muestra en la Figura 4.10, se han escogido los datos de todos los meses de febrero desde el año 2000 hasta el 2021 inclusive, diferenciándose la tasa total de la propia obtenida por el grupo de hombres y del grupo de mujeres de forma independiente.

Figura 4.10. Tasa de población desempleada en Malta



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en <https://datosmacro.expansion.com/>

En este caso, se observa que la tasa de paro ha sufrido un descenso durante los últimos años, con una tendencia general marcada por el decrecimiento, aunque algo variable, durante casi todos los años. Sin embargo, durante el transcurso del año 2021 se ha elevado la misma un 1,2 % a causa de la crisis mundial del Covid-19. Se puede ver también como a lo largo de los años analizados se ve un claro porcentaje mayor de población desempleada en el grupo de las mujeres: esta desigualdad es digna de mencionar y este país debe tomar las riendas en la gestión de esta situación para crear un Estado que demuestre igualdad de género en todos los ámbitos.

Tras este análisis de algunos de los principales indicadores socio-económicos existentes en el área de estudio, podemos decir que el país de Malta se encuentra en una buena posición en cuanto al IDH, con una puntuación muy parecida a la de España, por lo que su calidad de vida será parecida a la nuestra. El turismo va creciendo notablemente a medida que pasan los años, como se puede ver en la Figura 4.9, por lo que se deberá estudiar si realmente esta actividad ofrece un tipo de dinámica económica sostenible o si, por el contrario, puede que esté dejando de serlo. Finalmente, y como cierre de esta conclusión, la tasa de paro de este país está en tendencia descendente y esto ha hecho que Malta se esté convirtiendo en un modelo a seguir en este aspecto para muchos otros países cercanos en los últimos años.

Estamos, pues, ante un pilar económico joven y fuerte que, a pesar de mostrar ciertas debilidades, le creemos capaz de ser receptor de nuevas propuestas económicas de comportamiento sostenible.

4.3.1.3. Bloque social

Dentro de este bloque, será necesario profundizar en numerosos parámetros estadísticos sociales que nos ayuden a poner de manifiesto la realidad social en la que se encuentra inserta la isla de Malta. A este respecto, en el presente trabajo se analizarán los siguientes datos:

- Población total
- Población por grupos quinquenales (pirámide de población)
- Movimiento natural de la población (crecimiento vegetativo)
- Movimiento pendulares y migratorios
- Infraestructuras sociales en la Isla

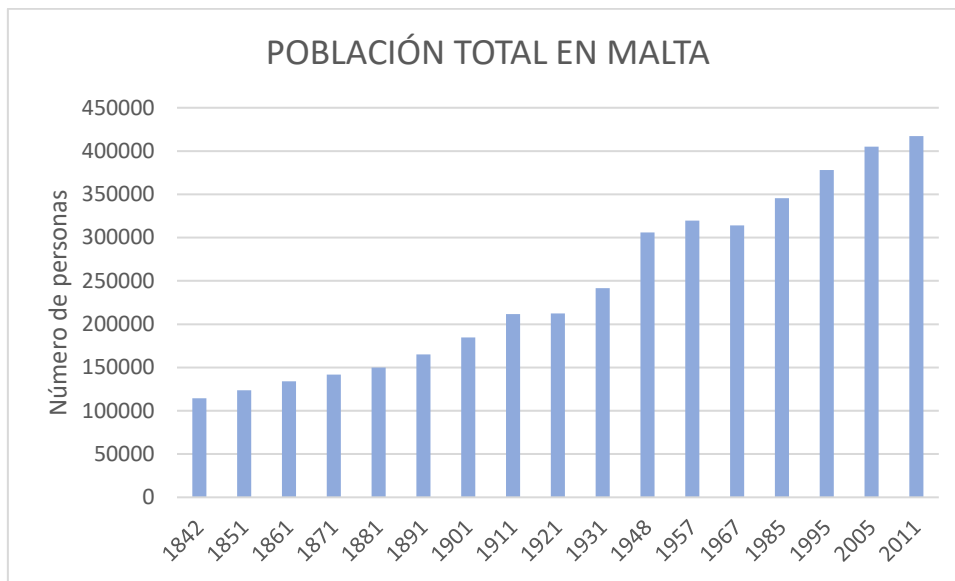
A continuación, al igual que se ha venido haciendo en los apartados previos, se irán

analizando cada uno de los diferentes apartados de forma detallada.

C.1. Población total

Analizar la población de un lugar permite conocer cuál ha sido y será su evolución en base al estudio de los comportamientos de oscilación que se observan en los diferentes análisis estadísticos que se pueden hacer al respecto. En este caso, para el análisis que se quiere realizar en Malta al respecto, se han escogido valores desde el año 1842 hasta el 2011 entre hombres y mujeres, tal y como se observa en la Figura 4.11.

Figura 4.11. Población total en Malta



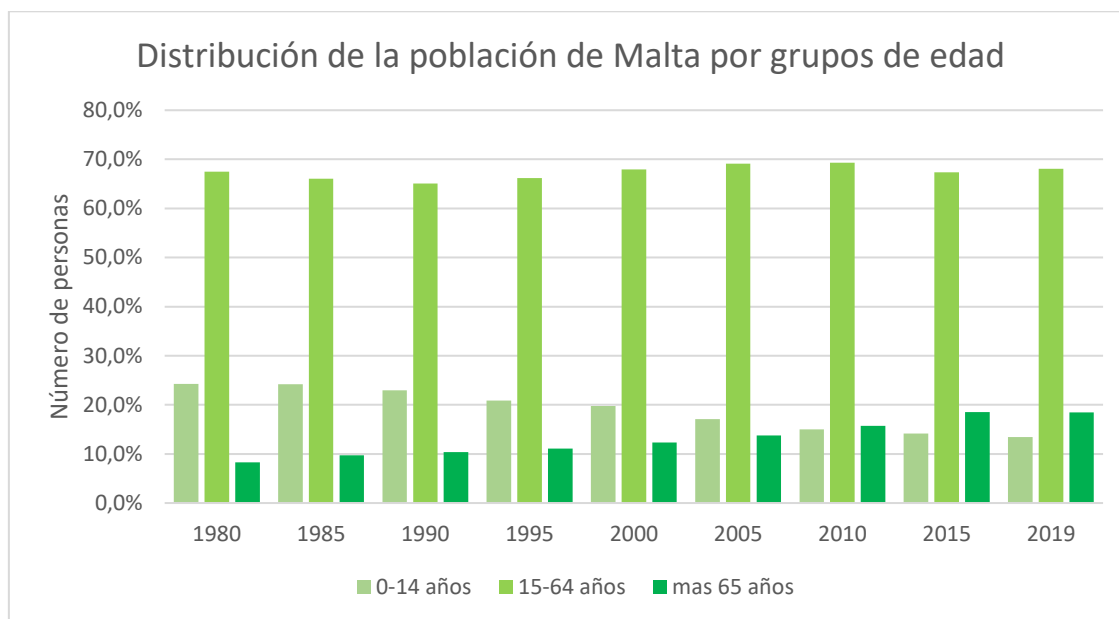
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en <https://datosmacro.expansion.com/>

En este caso, se puede observar que ha habido un crecimiento notable de la población a lo largo del periodo analizado. En 1842 según los datos 114499 habitantes y en 2011 417432 habitantes.

Si se busca desglosar y profundizar algo más en estos datos generales de población, de cara a poder analizar qué rango de edad es la predominante en el país, se procede a recopilar información acerca de las tasas de edad en la isla de Malta clasificadas en tres grandes grupos: entre 0 y 14 años, entre 15 y 64 años y, finalmente, mayores de 65 años (esta información es previa y complementaria a la que se analizará en el siguiente apartado, con la distribución de la población por grupos quinquenales).

Respecto a estos tres rangos de edad anteriormente citados (menos de 14 años, entre 15 y 64 y mayores de 65, de su análisis se haría posible llegar a elaborar una firme conclusión acerca de si la población del país está, o no, envejecida.

Figura 4.12. Distribución de la población de Malta por grupos de edad



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en <https://datosmacro.expansion.com/>

Tal y como se muestra en la Figura 4.12 la edad predominante es la comprendida entre los 15 y 64 años, seguida de la comprendida entre 0 y 14 años, siendo, finalmente, los mayores de 64 el grupo minoritario. Esto quiere decir que la población no está envejecida.

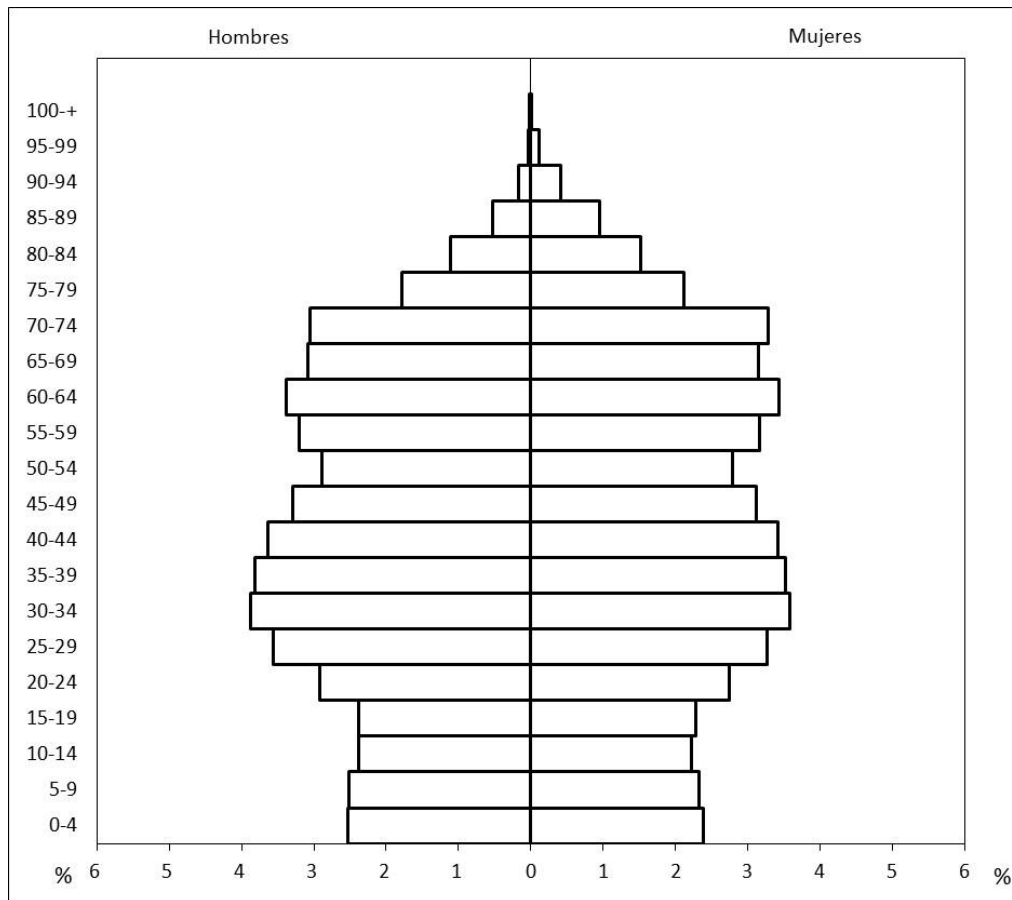
C.2. Población por grupos quinquenales

La pirámide de población es un tipo de gráfico que permite identificar a simple vista el comportamiento de la población en cuanto a la edad predominante, sexo y número de personas.

A este respecto, la población de Malta en 2021 dibuja una pirámide con un comportamiento maduro y algo distante al que suele observarse en la mayor parte de los países desarrollados pertenecientes a la UE, tal y como se observa en la Figura 4.13.

La base de la pirámide comienza a estrecharse, debido a una reducción de las dinámicas naturales en la última década, lo que provoca un avance y consolidación de la población maltesa en el grupo de media edad, lejos aún de padecer un grado de envejecimiento tan elevado como el de los países más desarrollados, como es el caso de España, en donde el comportamiento de la pirámide es, casi, el de una pirámide invertida.

Figura 4.13. Pirámide de población de Malta en 2020



Fuente: populationpyramid.net

La población mayor de 64 años es, por tanto, una de las minoritarias a pesar de que comienza a incrementarse en estos grupos los porcentajes de población peligrosamente. Y, como viene siendo habitual por cuestiones básicas y naturales, el grupo de las mujeres tiende a ser mayoritario a medida que avanzamos en edad, debido a la mayor esperanza de vida, a pesar de ser el grupo de los hombres el mayoritario en edades más jóvenes.

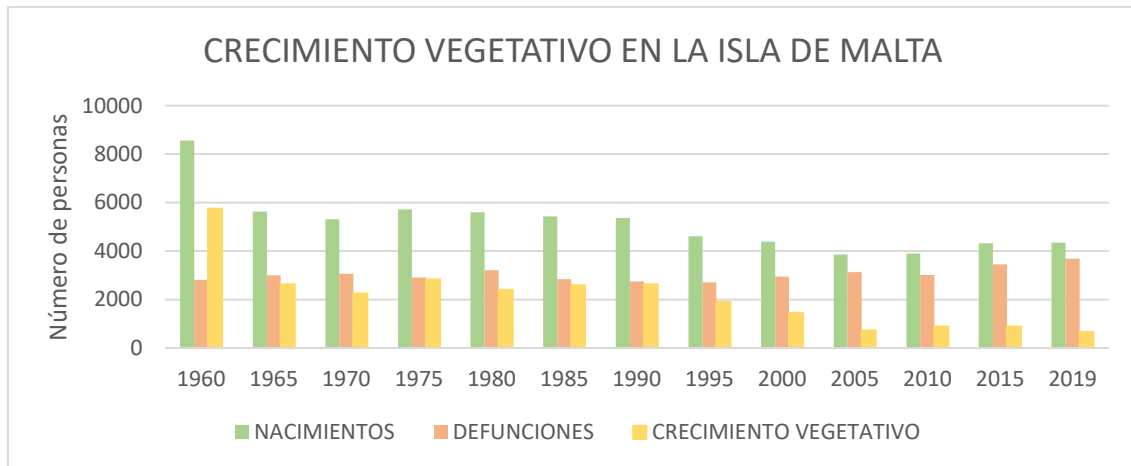
C.3. Movimiento natural de la población

El crecimiento vegetativo es el resultado de la diferencia entre nacimientos y defunciones y nos muestra si hay un balance positivo o negativo entre ambos fenómenos demográficos. En el caso de la población maltesa, la evolución de dichos parámetros entre 1960 y 2019 va a ser analizada a continuación, en la Figura 4.14, de cara a poder entender mejor qué está ocurriendo en el comportamiento del crecimiento natural de la isla.

Se observa que el crecimiento vegetativo va descendiendo notablemente y ya a partir del

año 2005 se mantiene constante. Esto indica que actualmente este país está equilibrado entre las personas que nacen y las que fallecen.

Figura 4.14. Nacimientos, defunciones y crecimiento vegetativo en la isla de Malta

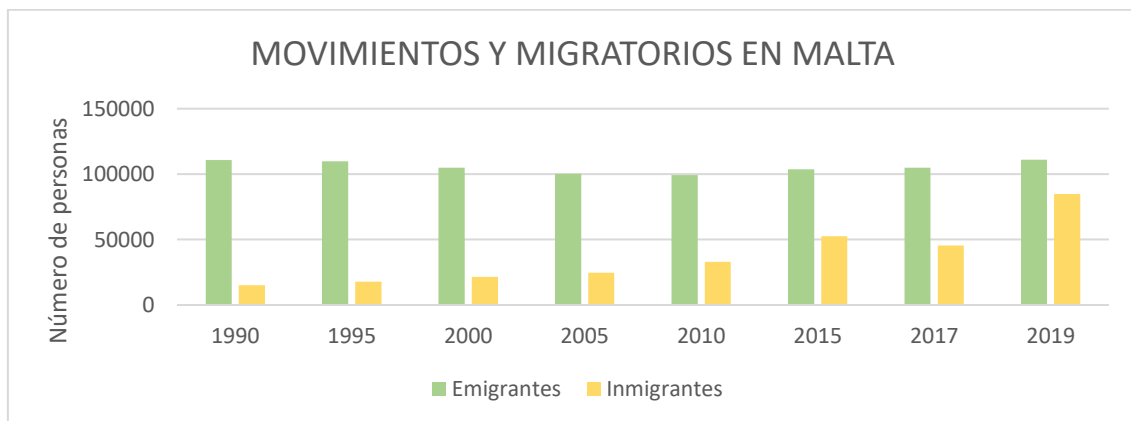


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en <https://datosmacro.expansion.com/>

C.4. Movimientos y migratorios

Ahora bien, ¿la población maltesa suele quedarse en el país o decide emigrar fuera? A continuación, en la Figura 4.15, se muestran los datos del número de inmigrantes que llegan al país de Malta y los emigrantes que marchan del país.

Figura 4.15. Movimientos y migratorios en Malta



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en <https://datosmacro.expansion.com/>

Según estos datos, la mayoría de los malteses suelen emigrar fuera del país y la cantidad de personas que emigran se ha mantenido constantes a lo largo de los años. Por su parte, en el otro lado del análisis, el número de personas inmigrantes ha crecido notablemente en la isla en los últimos años. El análisis de estos datos es importante, ya que nos ayuda a entender la composición/comportamiento social de los habitantes de la isla. Por esta razón, a continuación, se mostrarán, en diferentes figuras, cuáles son las procedencias de los inmigrantes (Figura 4.16) y el destino que eligen los emigrantes malteses (Figura

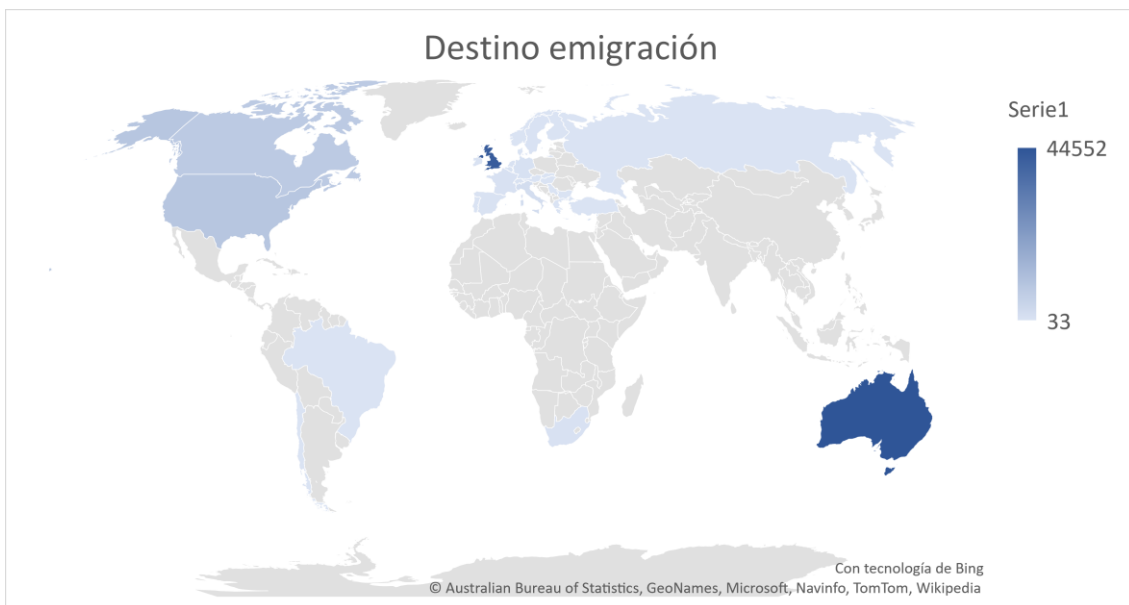
4.17).

Figura 4.16. Procedencia inmigración en Malta



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en <https://datosmacro.expansion.com/>

Figura 4.17. Destino de la emigración en Malta



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos en <https://datosmacro.expansion.com/>

C.5. Infraestructuras sociales en la isla

Por último, en este apartado se analizarán las infraestructuras sociales existentes en la isla.

Entre 2007-2013 la UE destinó a Malta 850 millones de euros de fondos para la mejora de la vida de los ciudadanos malteses con el objetivo principal de: crear empleo, competitividad empresarial, crecimiento económico y desarrollo sostenible como parte

de la estrategia Europa 2020.

Esta estrategia pretende situar a Europa en un alto puesto creando una economía inteligente y sostenible. Por esta razón, Malta ha destinado dichos fondos tanto a infraestructuras de I+D+i como a medidas para mejorar los vínculos entre el mundo académico y la industria.

Malta, al tratarse de un archipiélago, tiene falta de recursos naturales al ser los mismos muy limitados. Por esta razón, parte de dicha inversión se centró en crear mejoras en la competitividad del país y conseguir que sea líder en actividades económicas. También se pretende crear nuevas redes de transporte internacionales que conecten nuevos destinos del mundo con el país.

Malta, a pesar de disfrutar la mayor parte del año de buen tiempo, también posee días de abundantes e intensas lluvias, lo que pone en jaque al país al carecer de una buena red de alcantarillado y acondicionamiento de carreteras para la lluvia.

En cuanto a la salud, Malta, en años anteriores (con ayuda de otros fondos europeos), creó un centro oncológico y parte de los fondos en estos años se ha destinado a mejorar las instalaciones y servicios.

Por otro lado, al tratarse el turismo de uno de los motores principales que mueven el país, este se ha visto mejorado a lo largo de los años gracias a las medidas creadas de protección, conservación y restauración de determinados monumentos históricos de alto valor turístico.

Malta, finalmente se ha encargado de que su país sea un destino sostenible, por lo que otra parte de los fondos se ha destinado a la introducción de nuevas prácticas eficientes en el consumo de energía y gestión de residuos y agua.

Tras este análisis de algunos de los principales indicadores sociodemográficos, se puede decir que la población total de la isla crece notablemente a medida que pasan los años, pero su ritmo se estabiliza debido al incremento de las defunciones y descenso de la natalidad, lo que indica un cambio en la dinámica del crecimiento vegetativo. Por otro lado, se observa en la Figura 4.15 cómo la mayoría de los malteses emigran desde siempre, aunque también son cada vez más las personas que eligen Malta como destino para inmigrar. Por último, hay que mencionar que sus infraestructuras sociales son, en algunos puntos, deficientes debido a su carácter insular (sirva de ejemplo el caso ya mencionado del sistema de alcantarillado que puede y debe ser mejorado).

Malta posee, pues, un bloque socio-demográfico joven, con unas dinámicas de evolución aún muy altas y con gran capacidad para atraer a personas y actividades. Habrá que jugar de forma inteligente con el turismo para garantizar que esta situación no se revierta de forma drástica.

4.3.1.4. ANÁLISIS D.A.F.O.

Este análisis de los tres pilares de la sostenibilidad que se acaba de realizar permite conocer, con el máximo grado de detalle, cuál es la situación real de un territorio. Pero esa información no puede quedar únicamente en esto: una mera descripción textual y gráfica de dichas variables. Es necesario hacer un análisis conjunto de los resultados obtenidos de cara a poder conocer, realmente, la situación del área de estudio y poder planificar propuestas de turismo sostenible que sean de calidad para el entorno local. Entra aquí en juego el análisis DAFO, el cual se concibe como una herramienta estratégica que permite estudiar las características internas y la situación externa de Malta de una forma particular.

Como bien es sabido, en el análisis DAFO busca recopilar los datos de un territorio agrupando los mismo en cuatro bloques de información diferentes:

- **Debilidades**: carencias, en cantidad o calidad, de cierto recurso interno sobre el que no se pueden apoyar las actividades y los planes.
- **Amenazas**: algo externo que pone en peligro el aprovechamiento de alguna fortaleza o profundiza una debilidad generando resultados negativos en el interior del sistema.
- **Fortalezas**: recurso interno en el que basar la actividad económica o social del que se dispone en cantidad o calidad suficientemente en términos absolutos o relativos.
- **Oportunidades**: circunstancia o situación externa que permite sacar partido de alguna fortaleza y recursos internos.

En la isla de Malta tenemos un comportamiento dispar de los datos en cada uno de estos bloques. Por esta razón, vamos a detallar cómo quedarían distribuidos los datos analizados previamente dentro de este análisis estratégico:

Debilidades

Malta es un país que se encuentra bastante atrasado en temas de acondicionamiento de carreteras o alcantarillado como ya se había mencionado, por lo que el acceso a determinados lugares es complicado. Uno de los grandes

problemas de este país es el exceso y concentración del turismo en un determinado lugar, lo que se conoce como masificación turística (en este caso el ejemplo más conocido es la famosa playa Blue Lagoon en la isla de Comino). Al tratarse de un archipiélago, sus recursos naturales son muy limitados, por lo que se debe poner especial atención e intentar que nunca lleguen a desaparecer. El turismo de Malta parece estar acomodado o estancado, ya que al tener exceso de turistas no se llegan a ofertar actividades distintas a las actuales y se tiende, por tanto, a la relajación.

Amenazas

Actualmente, tanto el país de Malta como todos los demás, tras la pandemia del Covid-19, han reducido su turismo hasta quedarse en algunos meses sin la llegada de turistas internacionales, por lo que el nuevo escenario internacional (que se irá recuperando poco a poco a medida que la lenta desescalada avance) genera aún grandes incertidumbres y miedos. Además, la masificación de algunos lugares y recursos del país han provocado importantes pérdidas del patrimonio como, por ejemplo, el caso del Azure Window en la isla de Gozo. También la situación en la que se encuentran otras zonas cercanas, como es el caso de Italia (donde existe un turismo muy asentado y estable, y por tanto un número alto de turistas anuales), puede provocar que, a lo largo del tiempo, se desvíe una buena parte de los turistas que llegan a Malta a estos sectores.

En relación al caso del Azure Window, tal y como puede observarse en la Figura 4.18, el impacto visual (y, obviamente, turístico) que se produjo debido a la modificación del lugar, generó una importante amenaza tanto ambiental como, desde el punto de vista de la explotación, económica. Así, si uno presta atención, en la imagen de la izquierda es posible ver el monumento natural con su aspecto “normal” hasta marzo del 2017, momento en el que se derrumbó gran parte por el exceso de turistas que pasaban por encima día tras día. Actualmente no tiene el mismo valor paisajístico (imagen de la derecha) ya que su forma actual es bastante parecida a las formaciones rocosas de la isla y esto ha provocado, como era de esperar, que el número de visitantes en la zona haya descendido drásticamente.

Figura 4.18. Cambio morfológico del Azure Window



Fuente: <https://twitter.com/liviasprojects/status/842119096892325888>

Fortalezas

Por otro lado, Malta tiene como principal fortaleza su gran posición geográfica, ya que se encuentra en medio del Mar Mediterráneo, un lugar muy reconocido turísticamente y con gran prestigio por sus aguas cálidas y cristalinas. Tras haber analizado el pilar económico, se concluye que Malta es un país con una tasa baja en el paro, esto quiere decir que la mayoría de su población se encuentra activa laboralmente. Este país es miembro de la UE, por lo que es una suerte ya que muchas de las ayudas que recibe son de los fondos europeos y puede ser de gran apoyo para la creación de medidas y planes turísticos sostenibles como se está haciendo actualmente.

Oportunidades

Este país, como ya se ha mencionado tiene numerosos espacios naturales protegidos y declarados, de gran valor, por la Red Natura 2000 que pueden ser explotados turísticamente. Malta es considerado un país un poco más atrasado con respecto a otros países de la UE, por lo que puede ser una gran oportunidad para poder “moldear” el turismo y crear actividades innovadoras y sostenibles. La UE tiene muy en cuenta este país y eso es una gran oportunidad de cara a poder aprovechar al máximo los fondos que le puedan ser destinados. Por otro lado, el clima que posee este país hace que este pueda ser visitado durante todo el año, garantizando la realización de numerosas actividades sin diferenciar épocas (ausencia de estacionalidad), por lo que también esto es una gran oportunidad.

A modo resumen, y para facilitar la comprensión de toda la información analizada en este apartado, se elabora un cuadro resumen (Tabla 4.1) en el que se dejan remarcadas las

principales ideas principales que condicionan y estructuran en análisis DAFO de la isla de Malta.

Tabla 4.1. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Malas infraestructuras terrestres • Masificación de zonas turísticas • Recursos naturales limitados • Poca oferta de actividades turísticas innovadoras • Pocas entidades reguladoras en cuanto a protección y turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción del número de turistas por la crisis del Covid-19 • Importantes pérdidas del patrimonio por exceso de turismo • Alta competencia con países cercanos • Creciente estacionalidad turística • Puntos de interés turístico masificados • Gran pérdida de población debido a la emigración
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Posición geográfica clave en el Mediterráneo • Baja tasa de paro • Importantes recursos turísticos y de gran valor • País perteneciente a la Unión Europea • País de habla inglesa 	<ul style="list-style-type: none"> • Espacios naturales únicos capaces de ser explotados turísticamente • País en pleno desarrollo capaz de ser explotado de una mejor manera turísticamente • Apoyo de la UE para el crecimiento del país • Buen clima durante todo el año

Fuente: *Elaboración propia*

Se trata, pues, de un análisis que pone en evidencia la realidad de Malta y que nos abre el camino para pasar a la siguiente fase del análisis en la que, teniendo en cuenta los resultados obtenidos, debemos preguntarnos: y ahora ¿qué queremos conseguir?

4.3.2. ¿Qué queremos conseguir?

Tras haber analizado mejor la situación del país con el análisis DAFO, se pueden vislumbrar y definir una serie de líneas estratégicas que buscan acotar cuáles son las áreas prioritarias con problemas que se pretenden, o deben, cambiar, en vista a usar las mismas como referencia de avance en materia de turismo sostenible.

A este respecto, tras los análisis realizados, ha sido posible acotar 4 líneas estratégicas

que deben ser tenidas en cuenta de cara a poder realizar propuestas de turismo, de ámbito sostenible, en la isla de Malta:

- Potenciación y promoción turística en redes sociales del importante bloque de espacios naturales de referencia en la isla que, si bien son claramente desconocidos, pueden ser de gran uso de cara al cambio de modelo turístico en la isla.
- Frenar la emigración y garantizar la fijación de la población procedente de la inmigración
- Llegar a controlar la estacionalidad del país proponiendo actividades diferentes durante todo el año.
- Controlar la masificación repartiendo por tanto el turismo en diversos ámbitos para no concentrarlo en una zona.

Es decir: se debe poner en orden numerosos aspectos que, no siendo 100% negativos en todos los casos, generan incertidumbre y ciertas problemáticas en la sociedad y en el espacio en el que se desarrollan (en este caso, en la isla de Malta). Ante estos, el turismo puede surgir como arma para combatirlos. Sin embargo, la planificación de propuestas a este respecto nunca es sencilla y requiere de la realización de grandes estudios previos del área de estudio. En el caso de Malta conocemos los datos y hemos llegado a profundizar en las tripas del destino: se sabe que el turismo es uno de los principales motores y que la apuesta por la sostenibilidad es posible. Por tanto, la propuesta de medidas alternativas de cara a promover un modelo turístico sostenible es posible. Pero, la pregunta que nos surge ahora es bastante importante y trascendental: ¿y cómo vamos a conseguirlo?

4.3.3. ¿Cómo lo vamos a conseguir?

Tras la experiencia adquirida en los anteriores apartados y el conocimiento experto del área de estudio que poseo, se ha decidido que, con el objetivo de velar por el establecimiento de diferentes medidas que busquen reemplazar el modelo turístico actual por uno más sostenible, las actuaciones a realizar se llevarán a cabo, únicamente, en la Isla de Comino, ya que de las tres es la más pequeña y, por tanto, la menos protegida (y esto lo pone de manifiesto su famosa **playa Blue Lagoon** que se configura como uno de los lugares malteses más masificados y un gran problema por la rápida degradación del terreno y una abundancia de un tipo de turismo de muy poca calidad).

En este caso, se han definido/planificado dos medidas con las que se busca reconvertir este espacio por medio del cumplimiento de buena parte de los principios y directrices del turismo sostenible, definidos en anteriores epígrafes, así como siguiendo lo recogido en las líneas estratégicas que se han definido en el anterior apartado:

- *A1. Creación de una empresa que permita controlar la masificación de la Isla de Comino*
- *A2. Lograr tener visibilidad a través de un nuevo sello*

Pero ahora sí, antes de pasar a explicar en qué van a consistir las medidas/actuaciones planificadas, será necesario hacer hincapié en otro pilar básico del desarrollo sostenible: la participación del habitante local en la toma de decisiones. En este TFG se va a intentar involucrar a dicho poblador local por medio del apoyo de la metodología Delphi, la cual consiste en reunir a un grupo seleccionado de expertos, en este caso los propios pobladores locales, para que puedan opinar sobre las ideas futuras que se pretende llevar a cabo y así poder concluir que es lo que se necesita en el lugar.

Para llevar a cabo esto, se ha diseñado un cuestionario para poder saber si aquello que se pretende introducir será o no de ayuda para el país y sus ciudadanos. Al tratarse de un cuestionario dirigido a la población local de Malta, se tendrá que enviar en inglés ya que es el idioma oficial de los malteses.

4.3.3.1. ¿Cómo vamos a poner en práctica este método Delphi?

Como todo proyecto, en especial aquellos que son de temática sostenible, lo principal es saber la opinión del propio habitante local para poder involucrarle en él y que realmente lo apoyen si, de forma real, están de acuerdo con las medidas que se pretenden llevar a cabo.

Para poder estudiar cuál es el grado de satisfacción del habitante local se necesita, primero de todo, saber su opinión acerca de las medidas que se pretenden llevar a cabo. Para conseguir esto, se ha creado un pequeño formulario de Google con el que se busca analizar mejor las respuestas que el habitante local nos va a brindar y, así, poder llegar a unas conclusiones más sólidas que nos permitan valorar, con más criterio, el grado de satisfacción final del habitante local. Para ello, desde el apartado de Google forms, se ha creado el cuestionario que se va a mostrar en las siguientes figuras de una forma sencilla e intuitiva, introduciéndose todas aquellas preguntas que son de conveniencia para después poder ser enviado al máximo número de personas locales a las que sea posible acceder (para la realización de este trabajo se ha contado con una muestra dirigida de

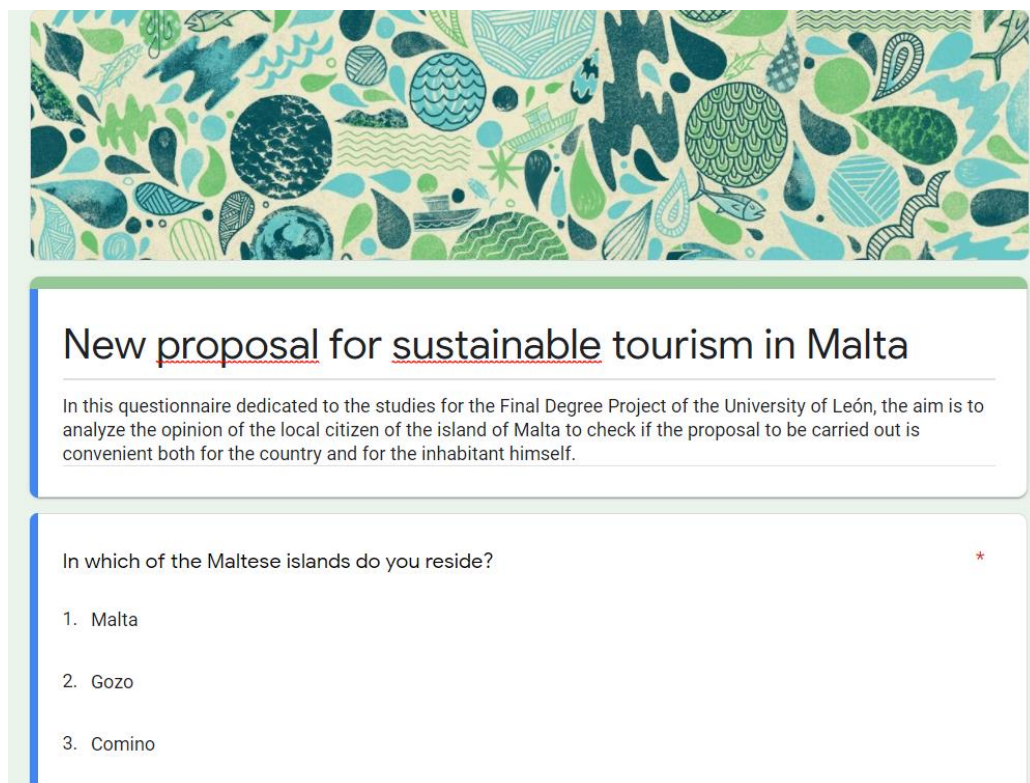
“personas de confianza” que conozco en la isla, debido a mis diferentes estancias en la misma, los cuales me han servido como “sujetos experimentales”).

Con este cuestionario se busca, por un lado, obtener información sobre el propio habitante, tanto de su lugar de residencia en el país como de su opinión general acerca del turismo sostenible en Malta. Pero también se intenta saber si creen que la Blue Lagoon está tan masificada como la mayor parte de los expertos consideran.

Por otro lado, las preguntas se centran más en lo que son las características de la idea futura y poder ver así cuál es su opinión sobre ella.

A continuación, se va a hacer una recopilación del cuestionario, mostrando su estructura y diseño, así como el tipo y formato de las preguntas panificadas y compartidas con los sujetos locales que han participado en la obtención de esta opinión tan esencial en la consecución de nuestro estudio.

Figura 4.19. Formulario propuesto – extracto 1



New proposal for sustainable tourism in Malta

In this questionnaire dedicated to the studies for the Final Degree Project of the University of León, the aim is to analyze the opinion of the local citizen of the island of Malta to check if the proposal to be carried out is convenient both for the country and for the inhabitant himself.

In which of the Maltese islands do you reside? *

1. Malta
2. Gozo
3. Comino

Fuente: Elaboración: propia

Figura 4.20. Formulario propuesto – extracto 2

Do you think Malta projects a sustainable tourism? *

yes

no

Do you think the Blue Lagoon is currently overcrowded? *

Yes

No

Do you think that a correct management of the beach is necessary to regulate the entry and exit *
of people in the Blue Lagoon?

disagree 1 2 3 4 5 agree

Fuente: Elaboración: propia

Figura 4.21. Formulario propuesto – extracto 3

If you had to pay a fixed price for an all-inclusive Blue Lagoon entry fee: round trip boat +
hammock and umbrella with hardly any people, would you agree? *

Yes

No

In addition, it includes activities on the island such as snorkeling, do you think it is a good
activity? *

Yes

No

How much would you be willing to pay *

Texto de respuesta corta

.....

Fuente: Elaboración: propia

4.3.3.2. *Propuesta de desarrollo turístico sostenible*

Ahora bien, una vez conocido el grado de satisfacción del poblador local (los resultados se expondrán junto con las medidas a continuación), es momento de presentar las propuestas de actuación de forma detallada. Hay que decir que, a pesar de haber propuesto 2 medidas de actuación diferentes, ambas se complementan y se van a explicar de forma conjunta de cara a que el desarrollo de las mismas se entienda de un modo más coherente. Para ello se ha dividido en varios apartados esta presentación de cara a poder entender mejor la propuesta a llevar a cabo:

- ¿En qué consiste la medida?
- ¿Qué se busca mejorar y corregir?
- ¿Cuál es el grado de satisfacción del habitante local ante la puesta en funcionamiento de tal iniciativa?

Como siempre, se hará una explicación en detalle desglosando estos tres apartados mencionados anteriormente.

- **¿En qué consiste la medida?**

En primer lugar, esta medida consiste, en términos generales, en la creación de una empresa encargada de controlar las entradas y salidas a la Blue Lagoon para corregir la gran masificación existente en la playa.

La playa de la Blue Lagoon se encuentra en la Isla de Comino, la isla maltesa más pequeña ya que cuenta con tan solo 3,5 km². Este lugar recibe cada día más de 4000 visitantes en verano, por lo que esta cifra puede hacernos a la idea de lo masificado que se encuentra dicho entorno.

La propuesta se ha creado para mejorar el turismo sostenible en Malta y, en este caso centrándose en la Blue Lagoon, pretende, como se ha mencionado, poder llegar a desmasificar la zona no reduciendo el número de turistas sino regulando así sus entradas y salidas para que pueda ser una visita de calidad para el turista y no ese estrés que, a día de hoy, provoca el lugar. Se pretende mejorar el turismo en la Isla de Comino ya que actualmente se está degradando muchísimo la zona y además los turistas no disfrutan plenamente su visita. Por otra parte, no existe ninguna actividad en la zona en el momento actual debido a que la coyuntura internacional actual pone en jaque las mismas: por esta razón, buscamos que la empresa apueste por ellas y decida innovar con la realización de snorkel en la playa para los turistas.

La nueva empresa a crear se va a llamar “**Naturway**”, y contará con todo el personal que

trabajaba tanto en los barcos que llevan a la isla a los turistas como al personal de hamacas y bar de la zona, ya que cuentan con mucha experiencia y, actualmente, debido a la situación pandémica, ya no están activos; esto permitiría garantizar evitar su pérdida de empleo derivada de la actual crisis del sector turístico. También se añadirá personal con experiencia en snorkel y de seguridad para vigilar el correcto uso de la zona.

Los turistas cogerán un barco, como viene siendo habitual para ir hasta Comino, y al llegar a la isla desembarcan justo en la playa. El precio del viaje, en esta nueva propuesta de turismo más responsable, les incluye:

- una consumición en el bar junto con hamaca
- sombrilla
- un pequeño curso de 15 minutos de snorkel.

A su vez, en el bar también se pueden adquirir:

- toallas de algodón ecológico y cremas solares ecológicas, no testadas en animales y sin productos químicos que dañen al medio ambiente.

En esta ocasión, los turistas, deben reservar la plaza para el día que escojan ir a Comino pues, en un intento por adaptarse a la realidad del turismo actual, el aforo máximo será de 60 personas para que todo el mundo pueda disfrutar. Hay que destacar que la idea es que el precio esté supeditado al horario y el tiempo máximo de disfrute dentro de la isla no excederá las dos horas. Tras estas dos horas, el barco se llevará a los turistas de vuelta al lugar de partida y se encargará de mover al siguiente grupo reducido hasta la isla para que comience su, casi, personalizado viaje por Comino desde un punto de vista más respetuoso.

Los precios dependen tanto del día como de la hora, por lo que se han elaborado diferentes posters de promoción turística en los que, aparte de promocionar nuestra empresa y logo gráfico (Figura 4.22), se muestran los horarios y precios con el pack completo del viaje (Figura 4.23)

Figura 4.22. Logo empresa



Fuente: Elaboración: propia

Figura 4.23. Horarios y precios de la empresa Naturway

HORARIOS LUNES-JUEVES		HORARIOS VIERNES-DOMINGO	
1	08:00-10:00..... 10€ / persona	1	08:00-10:00..... 20€ / persona
2	10:30-12:30..... 20 € / persona	2	10:30-12:30..... 30 € / persona
3	13:00-15:00..... 15 € / persona	3	13:00-15:00..... 25 € / persona
4	15:30-17:30..... 15 € / persona	4	15:30-17:30..... 25 € / persona
5	18:00-20:00..... 20 € / persona	5	18:00-20:00..... 30 € / persona

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, para que toda propuesta funcione, debe tener visibilidad, por lo que se pretende crear un **sello propio** para poder diferenciarse del resto de destinos y conseguir tener esa visibilidad que todos los países necesitan y que no siempre se logra. La idea es, pues, conseguir una imagen de **marca sostenible**.

En este caso, el sello creado se denominará “*Eco Naturway Certification*” (Figura 4.24)

Figura 4.24. Sello de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Este sello deberá ser reconocido por el *Consejo Mundial del Turismo sostenible* y, a partir de ahí, poco a poco, tanto la empresa como el propio sello que se están planificando deberán hacerse lo más visibles posibles con el fin de poder, en unos años, comparar y ver los beneficios generados con dicha propuesta.

- **¿Qué se busca mejorar y corregir?**

Esta propuesta, además de buscar situar a este país como destino turismo sostenible, busca mejorar la propuesta turística en la Isla de Comino creando, por tanto, un turismo sostenible y de calidad para que todos sus visitantes puedan disfrutar de la belleza natural de la Blue Lagoon.

Para poder llegar ello, el proyecto creado trata de innovar en algunos aspectos como la

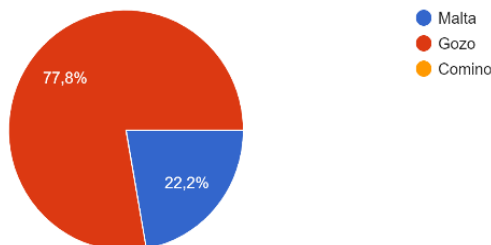
creación del pack todo incluido junto con actividades que puedan realizar los visitantes y así llamar la atención de los turistas creando un ambiente diferenciado y de calidad. Este país, como ya se mencionó, ha sufrido algunas catástrofes naturales como la del Azure Window por causa de la masificación turística. Por esta razón, y aprendiendo de errores pasados, este proyecto pretende llegar a conseguir que ninguna otra zona en la isla pueda sufrir una pérdida de valor tan incalculable por culpa de un claro, e indiscutible, causante: el turismo masificado.

- **¿Grado de satisfacción del habitante local?**

Esta medida busca que la población local se sienta involucrada y, ante todo, sepa de antemano qué se va a hacer en el territorio. Responder, por tanto, a esta pregunta sobre cuál es el grado de satisfacción del habitante local es fundamental pero su respuesta no puede ser aleatoria y sin fundamentos. Por tanto, en ese momento se recurrió al método Delphi, anteriormente explicado, y al formulario de Google creado al respecto. Los resultados obtenidos son los siguientes:

Figura 4.25. Resultado 1º pregunta formulario

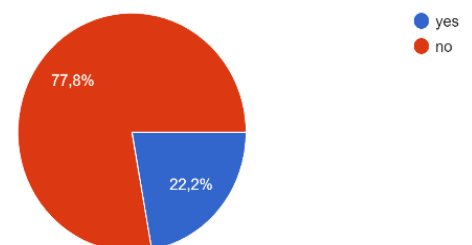
In which of the Maltese islands do you reside?
18 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Figura 4.26. Resultado 2º pregunta formulario

Do you think Malta projects a sustainable tourism?
18 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Tras la primera pregunta, es posible observar dos cosas importantes:

- en la muestra de estudio participaron 18 personas
- la mayor parte de las mismas pertenecían a la isla de Gozo.

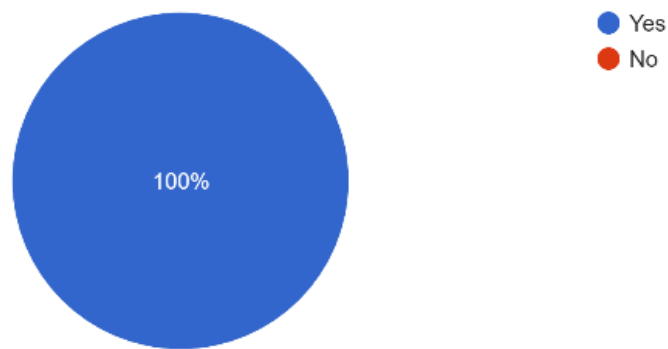
Por otro lado, y en relación a la pregunta 2, hay que mencionar que más del 70 % de los habitantes locales encuestados creen que Malta no desarrolla un tipo de turismo sostenible. Esta respuesta es, claramente, muy alentadora y afianza la opinión generada durante la elaboración de este TFG consistente en la clara necesidad de llevar a cabo

medidas de ámbito sostenible en el sector turístico de cara a cambiar el modelo imperante en la actualidad.

Figura 4.27. Resultado 3º pregunta formulario

Do you think the Blue Lagoon is currently overcrowded?

18 respuestas



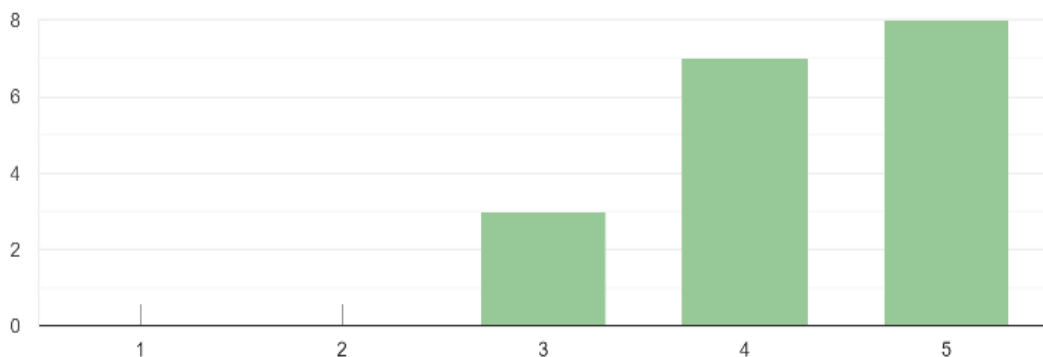
Fuente: Elaboración propia

Las respuestas a la pregunta 3 nos ofrecen uno de los datos más importantes, ya que absolutamente el 100 % de los habitantes que han realizado la encuesta piensan que la Blue Lagoon está masificada. Eso garantiza, en buena parte, el respaldo de la población local a las medidas que se quieran llevar a cabo en la zona.

Figura 4.28. Resultado 4º pregunta formulario

Do you think that a correct management of the beach is necessary to regulate the entry and exit of people in the Blue Lagoon?

18 respuestas



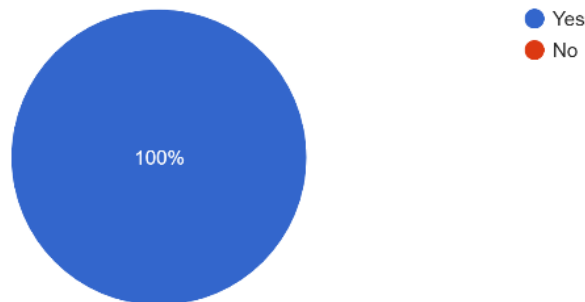
Fuente: Elaboración propia

Derivado de la pregunta 4 obtenemos este gráfico que indica que la mayoría de las personas encuestadas sí ven necesarias las medidas que se proponen.

Figura 4.29. Resultado 5º pregunta formulario

If you had to pay a fixed price for an all-inclusive Blue Lagoon entry fee: round trip boat + hammock and umbrella with hardly any people, would you agree?

18 respuestas

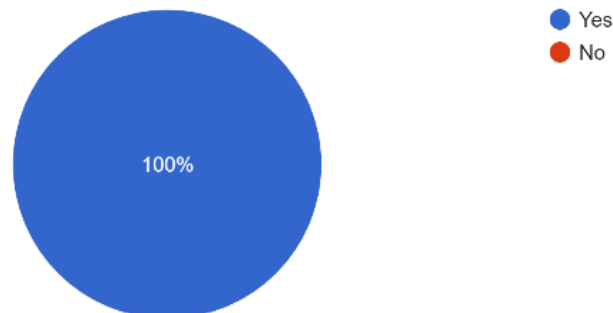


Fuente: Elaboración propia

Figura 4.30. Resultado 6º pregunta formulario

In addition, it includes activities on the island such as snorkeling, do you think it is a good activity?

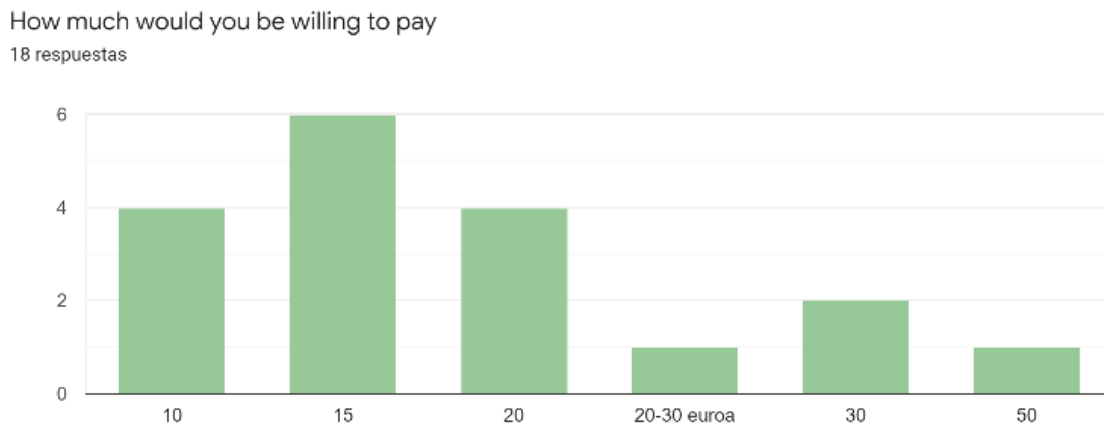
18 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Por su parte, las preguntas 5 y 6, permiten observar cómo el 100% de los habitantes locales encuestados están de acuerdo con la propuesta diseñada (consistente en la creación de una empresa y en la elaboración de un sello sostenible) y piensan que la actividad de snorkel es una buena opción.

Figura 4.31. Resultado 7ª pregunta formulario



Fuente: Elaboración propia

Para finalizar, este gráfico muestra los precios que los encuestados estarían dispuestos a pagar por el pack de la propuesta y se observa que las cantidades en general son mayores o iguales a las fijadas, por lo que los precios establecidos en el diseño preliminar parece que concuerdan con las opiniones/necesidades de los habitantes locales encuestados.

Parece, pues, que el grado de aceptación y satisfacción de la propuesta sostenible planificada es muy elevado en el ámbito local. No hay que olvidar que el objetivo de aplicar esta propuesta es que, a largo plazo, con ayuda de la visibilidad que se le va a dar al proyecto gracias al sello sostenible, se pueda analizar la mejora (que inicialmente va a ser muy importante), tanto de la propia playa de la Blue Lagoon como de la opinión y experiencia de los propios turistas, siempre manteniendo esa continua participación y feedback de la población local como arma imprescindible en la consecución de las propuestas turísticas sostenibles que se pretendan llevar a cabo.

5. CONCLUSIONES

En el presente Trabajo final de Grado, como conclusión, debo decir que se puede observar cómo, con un riguroso análisis de datos del área de estudio elegida, es posible “*planificar-diseñar-proponer-y poner en marcha*” propuestas y actuaciones de turismo sostenible que sean capaces de cubrir y arreglar las deficiencias que, desde un punto de vista

ambiental/social/económico, poseen las zonas turísticas cuando no se tiene cuidado con el modelo turístico que se desarrolla, el cual puede degradar e impedir, claramente, la correcta evolución del medio.

Todo ello ha sido posible gracias a los análisis llevados a cabo durante todo el proyecto. Además, la fortuna de haber podido contar con la opinión real de un grupo (algo reducido, eso sí) de pobladores locales, nos da garantía de que los desarrollos teóricos que se pretenden llevar a cabo podrían ser fiables y certeros en el tiempo y en el espacio. No hay que olvidar que los habitantes locales del lugar son las personas que de verdad pueden apreciar el daño causado en Malta por el turismo masivo y que esto les hace ser capaces de empatizar mejor con los posibles cambios y mejoras que deben implementarse por necesidad en ese espacio degradado.

Malta es un destino claramente degradado debido a la pervivencia de un modelo turístico nada respetuoso que erradica cualquier atisbo de calidad que pueda existir en la zona. Sin embargo, su potencial es claro y las buenas conexiones con los organismos de la UE pueden hacer del mismo, si se planifica con cuidado y mucha componente sostenible, un importante polo de desarrollo turístico responsable.

Tanto la propia propuesta de turismo sostenible, así como el sello escogido para la empresa creada, buscan ser la solución para convertir este país en una gran potencia como destino turístico sostenible y, sobre todo, poder llegar a la eliminación radical del principal problema que, a día de hoy, existe en el país: la masificación.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACCIONA (2021) ¿Qué es el Desarrollo Sostenible y los Objetivos Globales? |. Retrieved 13 June 2021, from <https://www.acciona.com/es/desarrollo-sostenible/>

Acerenza, M. (2010). Conceptos, tipos y modalidades de turismo III. Turismo de masa. Retrieved 13 June 2021, from <https://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-acerenza/item/1952-conceptos-tipos-y-modalidades-de-turismo-iii-turismo-de-masa>

(Arthur Bormann, 1930). Retrieved 13 June 2021, from <https://turismohistoriagps.blogspot.com/2021/04/turismo.html>

- Bormann, A. (1930). *Die ehre vom fremdenverkehr*. Berlín.
- Cànoves, G., Villarino, M., & Herrera, L. (2006). Políticas públicas, turismo rural y sostenibilidad: difícil equilibrio. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 26, p. 199-220
- (Carta Turismo Sostenible, 1995). Retrieved 13 June 2021, from <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Carta-del-Turismo-Sostenible-Lanzarote-Espan%CC%83a-1995.pdf>
- Certificaciones sector turismo y ocio. (2021). Retrieved 6 June 2021, from <https://www.aenor.com/certificacion/turismo-y-ocio>
- Datosmacro. Retrieved 9 June 2021, from <https://datosmacro.expansion.com/>
- (FNNP, 1993). Retrieved 13 June 2021, from <https://www.aragon.es/documents/20127/674325/INTRODUCCION-2019.06.12.11.39.00.pdf/ede0fddd-740e-bbf1-60f0-c3a8288d167f>
- Fontano Patán, F. (2021). ¿Qué es el turismo masivo? Retrieved 13 June 2021, from <https://www.viajerosenruta.com/que-es-el-turismo-masivo/>
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Fundamentos de la doctrina general del turismo*. Suiza: Francisco Muñoz de Escalona.
- Informe Comisión Brundtland sobre medio ambiente y desarrollo*. (2021)
- La financiación de la UE sigue ayudando a Malta. (2021). Retrieved 6 June 2021, from https://ec.europa.eu/regional_policy/es/newsroom/news/2018/02/02-09-2018-eu-funding-continues-to-bring-benefits-to-malta
- La importancia del Branding en destinos turísticos. (2021). Retrieved 13 June 2021, from <https://www.innovtur.com/branding-de-destinos-la-importancia-de-crear-una-marca-turistica/>
- Natura 2000 Management Planning for Terrestrial Sites in Malta & Gozo - ERA. (2021). Retrieved 6 June 2021, from <https://era.org.mt/topic/natura-2000-management-planning-for-terrestrial-sites-in-malta-gozo/>
- ¿Tiene o no el cliente siempre la razón? (2021). Retrieved 13 June 2021, from <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/tiene-o-no-el-cliente-siempre-la->

[razon#:~:text=La%20frase%20%E2%80%9CEl%20cliente%20siempre,de%20prestar%20un%20buen%20servicio.](#)

Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects. (2021)
<https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2017/02/24/que-es-turismo-sostenible/>

Turismo sostenible. (2021). [Blog]. Retrieved from <https://www.ceupe.com/blog/el-turismo-sostenible.html>