



universidad
de león

Facultad de Ciencias
Económicas y Empresariales

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de León

Grado en Administración y dirección de empresas
Curso 2019 / 2020

CONCIENCIA ECOLÓGICA DE LOS TURISTAS Y RESIDENTES DE UN
DESTINO: CASO CIUDAD DE LEÓN

ECOLOGICAL AWARENESS OF TOURISTS AND RESIDENTS OF A
DESTINATION: CASE OF LEON CITY

Realizado por el Alumno D. Ana Láiz Suárez

Tutelado por el Profesor: M.^a del Carmen Hidalgo Alcázar

León, 6 Julio 2020

MODALIDAD DE DEFENSA PÚBLICA:

Tribunal

Póster

ÍNDICE

RESUMEN	
ABSTRACT	
1. Introducción y justificación del tema	1
1.1 Objetivos.....	3
2. Metodología	4
2.1 Diseño muestral	4
2.1.1 Objeto principal de la encuesta.....	4
2.2.2 Población objetivo.....	5
2.1.3 Tamaño de la muestra	5
2.1.4 Diseño de la encuesta.....	5
2.1.5 Variables de la encuesta y tipo de escala.....	6
3. Marco teórico	8
3.1 Concepto de marketing ecológico	8
3.2 Concepto de turismo sostenible	9
3.3 Concepto conciencia ecológica	11
3.4 Diferencias entre turismo sostenible, ecoturismo y turismo ecológico.....	12
4. Ciudades que promueven el turismo sostenible	14
4.1 Ciudades europeas	14
4.2 Lisboa capital verde europea 2020	15
4.2.1 Iniciativas que ha adoptado Lisboa	17
4.3 Ciudades españolas.....	19
4.3.1 Canarias	21
4.3.1.1 Ejemplo de hotel sostenible en Canarias	23
4.3.2 Málaga.....	24
4.3.2.1 Ejemplo de hotel sostenible en Málaga.....	28
4.3.3 Barcelona	29
4.3.3.1 Ejemplo de hotel sostenible en Barcelona.....	32
4.3.4 Vitoria-Gasteiz	32
4.3.4.1 Ejemplo de hotel sostenible en Vitoria-Gasteiz.....	37
5. Empresas que promueven el turismo sostenible	38
5.1 ¿Qué características tiene un Ecohotel?	39
5.2 Ejemplo de un buscador de Ecohoteles: Origorooms.....	42
5.3 Ejemplo de un blog/ consultoría de turismo sostenible: Treevel	43
5.4 Restaurantes sostenibles	44
6. Caso Ciudad de León	47
6.1. Sostenibilidad en León	47

6.2 Análisis encuestas realizadas.....	50
6.2.1 Análisis descriptivo de la encuesta.....	50
6.2.1.1 Características de la muestra de residentes.....	50
6.2.1.2 Características de la muestra de turistas.....	55
7. CONCLUSIONES	65
8. REFERENCIAS	69
ANEXO 1	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Variables y tipo de escala.	6
Tabla 4.2. Ranking de sostenibilidad de ciudades españolas.	20
Tabla 4.3. Programas de sostenibilidad recogidos en el plan de calidad de Andalucía.	26
Tabla 6.4. Grado de importancia de los aspectos elegidos para viajar.	60
Tabla 6.5. Grado de acuerdo sobre su actitud hacia el medio ambiente.....	61
Tabla 6.6. Frecuencia con la que realizan estas actividades.....	62
Tabla 6.7. Grado de satisfacción sobre estos aspectos de la ciudad de León.....	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 4.1. Objetivos del plan actual de calidad de Andalucía.	25
Figura 5.1. Estructura de un hotel sostenible.	41

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 5.1. Recibidor del restaurante Azurmendi.	46
Imagen 5.2. Página web Hermeneus.	46

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 4.1. Árboles plantados y energía verde producida por Lopesan.	24
Gráfico 6.2. Clasificación por género de los residentes.	51
Gráfico 6.3. Clasificación por edad de los residentes.....	51
Gráfico 6.4. Clasificación por ocupación de los residentes.....	52
Gráfico 6.5. Clasificación de los residentes según si nivel de ingresos.	52
Gráfico 6.6. Observación sobre el deterioro del entorno.....	53
Gráfico 6.7. Consumo de productos o servicios.....	53
Gráfico 6.8. Clasificación por género de los turistas.....	55
Gráfico 6.9. Clasificación por edad de los turistas.	55
Gráfico 6.10. Clasificación por ocupación de los turistas.	56
Gráfico 6.11. Clasificación de los turistas según si nivel de ingresos.....	56
Gráfico 6.12. Lugar de alojamiento de los turistas en su última visita a León.....	57
Gráfico 6.13. Oferta de turismo ecológico en la ciudad de León.....	59
Gráfico 6.14. Opinión sobre si viajan realizando turismo sostenible.....	60

RESUMEN

Actualmente, el sector turístico está experimentando una evolución hacia un tipo de turismo más ecológico el cual es cada vez más demandado por los viajeros, impulsando así a las empresas vinculadas con dicho sector a adaptar sus servicios a esta nueva filosofía, tanto las ciudades destino como las empresas turísticas han detectado que el cuidado del entorno y la sostenibilidad son factores estratégicos para competir en el mercado actual sobre los que tienen que trabajar para ser elegidos por el consumidor.

A causa de ello en este Trabajo Fin de Grado se analizan ciudades cuyos planes estratégicos se basan en la sostenibilidad y en la puesta en valor de sus recursos naturales como reclamo turístico, además, se informa con ejemplos concretos sobre algunos establecimientos sostenibles (hoteles, restaurantes, buscadores), y sobre las medidas que han de cumplir para pertenecer a esa categoría.

Además, para poder saber si se tiene una conciencia ecológica en la elección de un destino se han recogido datos mediante una encuesta online, con el fin de evaluar si existe relación entre ambos factores, de igual manera se trata de conocer la importancia que tiene el medio ambiente y la sostenibilidad de un lugar desde el punto de vista de los residentes y de los turistas, en este caso, eligiendo en concreto como destino la Ciudad de León.

Palabras clave: turismo, sostenibilidad, medio ambiente, conciencia ecológica, destino.

ABSTRACT

Currently, the tourism sector is undergoing an evolution towards a more ecological type of tourism, which is increasingly demanded by travelers, thus encouraging companies linked to this sector to adapt their services to this new philosophy. Both destination cities and tourism companies have detected that the care of the environment and sustainability are strategic factors to compete in the current market on which they have to work to be chosen by the consumer.

Because of this, this Degree Final Project analyses cities whose strategic plans are based on sustainability and the value of their natural resources as a tourist claim, also, it is informed with concrete examples about some sustainable establishments (hotels, restaurants, search engines), and on the measures that they have to comply with to belong to that category.

In addition, to know if you have an ecological awareness in the choice of a destination, data have been collected through an online survey, to assess whether there is a relationship between the two factors, so it is a question of knowing the importance of the environment and the sustainability of a place from the point of view of residents and tourists, in this case, specifically choosing the City of León as its destination.

Keywords: tourism, sustainability, environment, ecological awareness, destination.

1.Introducción y justificación del tema

La elección de este tema es debido a que uno de los sectores que son imprescindibles en el mercado laboral, como son el Marketing y el Turismo. En concreto, el turismo, en el caso de España, ya que ha conseguido ser el segundo país a nivel mundial con más ingresos por el turismo, tanto por el número de turistas internacionales como por la cantidad de ingresos que obtiene. El turismo recaudó según los últimos datos aportados por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2018) que este sector contribuyó con 147.946 millones de euros al PIB en 2018, y que recoge un 12,7% de los puestos de empleo total debido a esta actividad, gracias entre otros factores a la acogida de 82,8 millones de turistas internacionales.

Además, se va a investigar y profundizar más acerca de la relación que tienen ambos sectores, como las empresas turísticas introducen la sostenibilidad en sus estrategias para atraer a más clientes a sus servicios y si una de sus herramientas es el marketing ecológico; y, por otro lado, conocer si verdaderamente los viajeros tienen ese requisito ecológico a la hora de elegir un destino u otro, un hotel u otro...etc.

El sector turístico también ha dañado el espacio donde vivimos, ya que existen muchos hoteles que para realizar su construcción han alterado mucho el espacio natural donde se encuentran. Los desplazamientos que realizamos en diferentes medios de transporte para poder viajar, o algunas actividades que se realizan en el lugar de destino también contribuyen a deteriorar el lugar en el que nos encontramos. Es por ello por lo que, en la actualidad, se ha tomado conciencia y ya se ha experimentado una serie de cambios en el estilo de vida para proteger el medio ambiente y conservar el mundo. Estos nuevos hábitos incorporados por los ciudadanos se reflejan en la forma de consumir, realizar tareas cotidianas y actividades de ocio, como es viajar. En concreto en referencia al transporte elegido para viajar, surge un nuevo fenómeno llamado “flygskam” no volar por conciencia ecológica, ya que los aviones contaminan 20 veces más que los trenes, Suecia ha sido el país impulsor de este fenómeno consiguiendo que el 23% de los suecos renuncien a ir en avión si disponen de otros medios. En apoyo a esta moda surge “tagskryt” en el que se apoya y fomenta el uso del tren para viajar por sus bajas emisiones contaminantes. Estos acontecimientos afirman que la conciencia ecológica está más presente en el estilo de vida de cada persona y en las decisiones de consumo que realiza,

por ello, en este caso la industria aeronáutica trabaja para poder ofrecer servicios para este tipo de consumidores (ECOLógica, 2019).

Ciudades que viven mayoritariamente gracias a este sector promueven una conciencia ecológica local de los residentes para que así puedan ofertarla a este nuevo tipo de consumidores, gracias a esta adaptación cubren ese nicho de mercado y además son recompensados económicamente, ya que este nuevo tipo de turista gasta según estudios realizados por (Ostelea, 2016), Escuela Universitaria Internacional de Management Turístico, un 29% más en sus viajes que un turista al uso. Mejoran su calidad de vida, gestionan mejor sus recursos y además favorecen su imagen como destino, lo que les hace ser más competitivos.

La contribución de los ciudadanos y comercios locales son un factor imprescindible para el nuevo modelo turístico sostenible que se lleva a cabo en la actualidad, favoreciendo una mejor convivencia entre ambas partes gracias a la gestión conjunta del impacto que ocasiona el turismo.

Cada vez más empresas y organismos públicos de las ciudades invierten en ofrecer un turismo sostenible porque perciben que esta evolución en la actitud hacia el medio ambiente en el mundo empresarial también es un cambio que se tiene que reflejar en la estrategia que lleva a cabo cada empresa para lograr tener una ventaja competitiva, ya que no es una simple moda pasajera. Las organizaciones comienzan a poner en valor estos conceptos y toma más importancia dentro de ellas la responsabilidad social corporativa o la consecución de diferentes certificaciones de calidad medioambiental de sus servicios o productos, reforzando así su imagen de marca.

También, se comentarán las diferentes estrategias basadas en el turismo sostenible que cada ciudad elegida quiere presentar en Fitur (Feria internacional de turismo) ya que es un gran escaparate turístico y una oportunidad para dar a conocer nuestro país. Es importante en primer lugar acercarnos e informarnos acerca de los conceptos de conciencia ecológica, ecoturismo, turismo sostenible, marketing ecológico. Y, en segundo lugar, conocer la oferta que tiene España de este tipo de turismo que no es tan convencional, y cómo el marketing puede ayudar a que este modo de viajar crezca más rápidamente.

Para realizar un estudio más concreto acorde al tema introducido anteriormente se procede a establecer una serie de objetivos que serán analizados a lo largo de este Trabajo Fin de Grado.

1.1 Objetivos

El objetivo general que se persigue con este Trabajo Fin de Grado es conocer la conciencia ecológica que un turista tiene al elegir un destino, además de compararlo con la conciencia ecológica que tienen los propios residentes de ese destino.

Por otro lado, y a nivel global en el marco teórico, se va a profundizar en los conceptos de eco-marketing, ecoturismo y turismo sostenible y sus diferencias. Identificar las características de ese nicho de mercado y porque eligen destinos que requieren de características ecológicas.

Como objetivos más específicos del estudio basados en datos reales y actuales:

- Conocer si en España y Europa hay alguna ciudad que promueva esa forma de vida y qué estrategias sigue para realizarlo.
- Saber si en la actualidad es un factor determinante para visitar una ciudad.
- Investigar sobre empresas donde su estrategia de marketing sea atraer a este tipo de turistas a sus instalaciones. Además de conocer las medidas que han de cumplir para no causar impactos ambientales con el desarrollo de los servicios que ofrecen.
- Analizar este tipo de turismo mediante la oferta de servicios que tiene la ciudad de León.

2. Metodología

La metodología utilizada es la necesaria para poder cumplir cada objetivo propuesto en este estudio. En la parte teórica y conceptual se ha utilizado contenido ofrecido por asociaciones e instituciones mundialmente conocidas como por ejemplo la American Marketing Association (AMA) o la Organización Mundial del Turismo (OMT) entre otras, además de libros y tesis escritos por dos autores muy conocidos en el campo del marketing como Chamorro y Calomarde.

A continuación, la parte teórico- práctica que se centra en el desarrollo de información sobre ciudades ha sido en su mayoría realizada con fuentes oficiales como páginas webs de los Ayuntamientos, empresas implicadas, así como todo tipo de informes elaborados por las provincias de manera oficial, con sus dialectos originales en el caso de Lisboa y Barcelona. Destacan como fuente en ese apartado los planes estratégicos de sostenibilidad que publica cada provincia como referencia. Esta información ha sido completada con publicaciones de noticias de periódicos y revistas digitales reconocidos nacionalmente. El conjunto de la parte teórica se ve limitada de la consulta de libros en físico por la situación vivida del Covid-19. Por ello, priman los recursos online que han sido fundamentales para comprender y desarrollar el tema escogido.

Para elaborar la bibliografía del presente Trabajo Fin de Grado se han tenido en cuenta las normas APA de la 7ª edición, ya que es la de mayor actualidad.

2.1 Diseño muestral

Los resultados obtenidos se han trasladado a gráficos elaborados con Excel, para poder ver de forma visual la realidad turística de esta ciudad y poder elaborar una conclusión. Además, para realizar un mejor análisis de las respuestas se ha utilizado el programa “SPSS” un software estadístico, cuyas tablas también han sido personalizadas en Excel.

2.1.1 Objeto principal de la encuesta

El objetivo que persigue la realización de estas encuestas es conocer cuál es el grado de concienciación ecológica que tienen turistas y residentes de la ciudad de León a la hora de elegir un destino turístico y en la visita de éste. En definitiva, ver si influyen y tienen

en cuenta aspectos de sostenibilidad en el turismo que realizan. También se analizarán los objetivos secundarios planteados.

2.2.2 Población objetivo

La población objetivo de las encuestas ha sido todo hombre y mujer en edad de viajar que ha visitado o residen en la ciudad de León. Mayoritariamente son personas españolas.

2.1.3 Tamaño de la muestra

El tipo de muestreo que se ha utilizado es el no probabilístico por conveniencia o intencional, porque es un método que trata muestras cualitativamente representativas y que se pueden conseguir a corto plazo. Además, es el método de muestreo más operativo y rápido (Hernández y Carpio, 2019).

El número de respuestas finalmente obtenido fue de un total de 228 respuestas, de las cuales solo 222 fueron válidas, debido a que, en el caso del cuestionario dirigido a los turistas, 6 de los usuarios no habían visitado la ciudad y por tanto su cuestionario finalizaba en esa pregunta sin posibilidad de avanzar, ya que era un requisito para ser población objeto de estudio. Estos cuestionarios fueron enviados a través de correo electrónico y WhatsApp, así como publicado en otras redes sociales como LinkedIn, de forma indiscriminada solicitando la colaboración y difusión de ésta para alcanzar una mejor muestra.

2.1.4 Diseño de la encuesta

La idea inicial era la realización de una encuesta online y otra en físico a pie de calle aprovechando el periodo vacacional de Semana Santa en León, en el que hay una gran afluencia de turistas, debido a la situación sufrida por el Covid-19 se ha visto limitado a la opción online, por ello el número de respuestas de turistas es mucho menor al de residentes. La encuesta online se ha realizado con la herramienta que proporciona Google, Google Forms, ya que ofrece variedad de opciones de forma gratuita y sin límite de número de encuestas, factor importante en un estudio así, además proporciona gran variedad de formatos de preguntas como: de escala, de opción múltiple, de respuesta corta, incluso, añadir archivos multimedia. Es fácil de compartir y visualizar los

resultados en tiempo real. La encuesta se encuentra disponible para su visualización en el ANEXO 1.

2.1.5 Variables de la encuesta y tipo de escala

Tabla 2.1. Variables y tipo de escala.

Encuesta turistas		Encuestas residentes	
Variable	Tipo de escala	Variable	Tipo de escala
P1. Grado de compromiso personal con el medio ambiente	4 items, Likert 5	P0. Ciudad de residencia	Nominal
P2. Frecuencia acciones sostenibles	5 items, Likert 5	P1. Grado de compromiso personal con el medio ambiente	4 items, Likert 5
P3. Grado de acuerdo elección servicios sostenibles	6 items, Likert 5	P2. Frecuencia acciones sostenibles	5 items, Likert 5
P4. Grado de importancia aspectos sostenibles de un destino	5 items, Likert 5	P3. Grado de satisfacción con aspectos sostenibles	6 items, Likert 5
P5. Nivel realización turismo sostenible	1 ítem, Liket 5	P4. Interés	Nominal
P6. Grado de satisfacción con aspectos sostenibles	6 items, Likert 5	P5. Observación	Nominal
P7. Encontrar oferta turismo ecológico	Nominal	P6. Factores obstáculo del turismo sostenible	5 items, Likert 5
P8. N° veces visita a León	Variable continua	P7. Género	Nominal
P.9 N° días en su visita	Variable continua	P8. Edad	Nominal
P10. Lugar de alojamiento	Nominal	P9. Nivel de ingresos	Escala de intervalo
P11. Compañía en el viaje	Nominal	P10.Ocupación	Nominal
P12. Género	Nominal		
P13. Edad	Nominal		
P14. Nivel de ingresos	Escala de intervalo		
P15.Ocupación	Nominal		

Fuente: Elaboración propia.

La encuesta está formada por una pregunta filtro para todo tipo de personas cuya respuesta determina el tipo de cuestionario que tiene que realizar según su lugar de residencia. Una vez contestada esa pregunta filtro comienzan los cuestionarios como tal, en el caso de los residentes consta de 10 preguntas y en el de los turistas de 15 preguntas más una filtrada que corrobore que esa persona ha visitado dicha ciudad ya que es la población que necesitábamos. En la tabla anterior, 2.1, se muestra la batería de preguntas que tenía cada cuestionario y el tipo de escala utilizado en sus respuestas.

La combinación de todos estos elementos ha sido necesaria para el correcto desarrollo del trabajo.

3. Marco teórico

Es necesario acercarse a varios términos que ayudan a entender y poner en contexto el tema a tratar en este estudio, como son el marketing ecológico, turismo sostenible y conciencia ecológica.

3.1 Concepto de marketing ecológico

La primera idea cercana a este concepto surgió en 1980 por la American Marketing Association (AMA) que lo definió como *“el marketing de productos que son seguros para el medio ambiente”*. Además, *el marketing verde incorpora actividades como: modificaciones al producto, el proceso productivo, cambios en el packaging y en la comunicación.”*

El marketing ecológico es un conjunto de actuaciones y herramientas que combinan estrategias de marketing evolucionadas teniendo en cuenta el entorno comercial donde se mueven las empresas y donde surge un nuevo tipo de consumidor, los consumidores ecológicos. Trata de conseguir satisfacer las necesidades de esos consumidores de forma que sigan obteniendo un beneficio económico las organizaciones y se reduzcan los impactos negativos en el medio ambiente que produzca una actividad. En este estudio la actividad analizada será el turismo, se aplicará este término relacionado con este sector. Este tipo de marketing reúne las mismas características de comercialización de productos y servicios con los mismos factores a tener en cuenta como son el precio, calidad, distribución, pero que incluirá la variable ecológica a su marketing mix. Así como la realización de campañas de concienciación dentro de la propia empresa y para sus consumidores, ya que será la nueva filosofía de funcionamiento de la empresa (Chamorro Mera, 2003).

Según otros autores como Calomarde (2000), el marketing ecológico es una forma de planificar y realizar la relación de intercambio, para que las partes que intervienen se sientan satisfechas, incluyendo la sociedad y el entorno natural. Este marketing tiene como objetivo cumplir la demanda de sus consumidores de forma responsable con el medio ambiente, teniendo en cuenta la rentabilidad económica.

Dentro de una organización, este tipo de marketing combina una estrategia propia de marketing con su planificación e implementación para satisfacer la demanda pero que a la vez sea compatible con los objetivos económicos de la empresa y con la filosofía de no perjudicar el medio ambiente, teniendo en cuenta las consecuencias y repercusiones que tendrán las acciones que decida llevar a cabo la empresa. Los objetivos que propone el marketing ecológico son:

- Proporcionar información relacionada con el medio ambiente a través de campañas que estimulen la realización de actividades para una mejora del entorno.
- Modificar los comportamientos que conlleven consecuencias negativas para el medio ambiente, queriendo cambiar los valores que tiene la sociedad, persiguiendo aumentar la conciencia ecológica que los ciudadanos y organismos tienen actualmente.
- Promover un uso responsable de los inputs que se utilizan en los procesos productivos evitando el consumo innecesario de materias primas escasas, favoreciendo el uso de recursos renovables (Chamorro, 2001).

3.2 Concepto de turismo sostenible

En 1991 es por primera vez cuando se comenzó a unir el concepto de turismo y el de desarrollo en el congreso de la Asociación Internacional de Expertos Científicos del Turismo. De forma más oficial, en 1992 en la Cumbre de la Tierra en Rio de Janeiro elaboraron una definición más formal de este nuevo concepto, matizando que es importante buscar la sostenibilidad de las actividades turísticas para aprovechar sin dañar los recursos que se disponen en cada lugar. Un año más tarde, en 1993 la Organización Mundial del Turismo (OMT) creó su propio concepto recogiendo todas las variantes que existían:

“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”. Y según su definición más actual; “El turismo

sostenible puede ser definido como el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer la necesidad de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 1993).

El turismo sostenible posee una serie de características, por ejemplo, considera que para que sea sostenible tiene que ser un beneficio a largo plazo para el medio ambiente, la economía del lugar de destino y la sociedad. Para ello, estos agentes involucrados en la actividad turística tienen que implicarse activamente, logrando ser un destino competitivo dentro de la oferta del turismo ya existente (Blasco Lázaro, 2005).

Es imprescindible que los agentes que participen tengan claros los objetivos y principios que se tienen que respetar, como son:

- Respetar el medio ambiente y no malgastar los recursos naturales.
- Respetar los derechos humanos.
- No realizar ninguna actividad que perjudique a la naturaleza o a los recursos disponibles aunque con ellas se generen beneficios económicos.
- Respetar el paisaje de los destinos en la construcción de hoteles o realización de otras actividades turísticas.
- Facilitar poder conocer un lugar de forma respetuosa, dando ejemplo los residentes a los turistas por ejemplo con el reciclaje o la reducción de los residuos y desperdicios generados.
- Tener presente la influencia de la estacionalidad del destino y disponer de un plan para afrontar períodos de maximización, optimizando los recursos.

El fin que se persigue con estos principios llevados a cabo por los residentes y empresas del lugar de destino es favorecer el desarrollo de la conciencia ecológica de los turistas, de forma que ellos se sientan satisfechos con la experiencia de un turismo más respetuoso y sostenible y adopten estas medidas en su forma de viajar y en su vida cotidiana (Linares y Morales Garrido, 2014).

3.3 Concepto conciencia ecológica

Otro de los conceptos básicos para situar y comprender el objetivo de este estudio es el de conciencia ecológica en el turismo. La conciencia ambiental es una filosofía de vida que se preocupa por el medio ambiente y lo protege con el fin de conservarlo y de garantizar su equilibrio presente y futuro, Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR Comité Español, 2018).

La conciencia ecológica aparece cuando las personas o, de forma más concreta, los consumidores se preocupan y por los problemas ecológicos y se informan sobre ellos, lo que puede ser un primer paso hacia el cambio de su actitud hacia los productos que desean comprar o sus comportamientos para respetar el medio ambiente. La promoción de los productos orgánicos comienza por aumentar la conciencia medioambiental de los consumidores Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2009).

Tener conciencia ecológica engloba un beneficio para tres grupos, el entorno, la sociedad y uno mismo. Realizamos frecuentemente actividades en las que hay incluir tener conciencia ecológica para desarrollarlas, por ejemplo, se pueden realizar tareas cotidianas de forma que se colabore a mantener el medio tal y como lo conocemos.

Cuanta más conciencia se tenga, mayor implicación se tendrá en proteger el medio ambiente y gestionar los problemas que existen. Para aumentar esta actitud en la sociedad se realizan acciones de sensibilización como eventos que traten sobre un tema en concreto o campañas publicitarias que inciten a la reflexión sobre nuestros hábitos diarios. También es de utilidad difundir e informar sobre las acciones que realizan grandes empresas conocidas, ya que si se consumen esos productos que ofertan también se ayudará a mejorar el ecosistema en el que vivimos.

En el caso de las organizaciones se comienza a crear conciencia ecológica internamente por sus empleados inculcando una cultura empresarial que se preocupa por el medio ambiente y que la traslada a sus procesos productivos y finalmente a sus productos finales o servicios. Tratan de diseñar un producto que cumpla con todas las características que requiere el consumidor en cuanto a diseño, calidad y precio pero que cumplan también

con los requisitos medioambientales fijados por la empresa. En el diseño del producto procuran no usar ningún recurso que sea escaso y reducir el volumen de los desperdicios que se generan en el proceso, optando por el uso de recursos que sean renovables y la reutilización de los materiales utilizados (Calomarde, 2000; Chamorro, 2001).

Es fundamental que los residentes de las ciudades posean una conciencia ecológica porque así conseguirán que sea más sencillo que adopten esta conciencia los visitantes de esos lugares, ya que verán que los habitantes protegen y cuidan su territorio por el bien de todos.

Para los residentes, fomentar esta conciencia y esta forma de vida o de viajar les repercute muy positivamente no solo a preservar los espacios naturales sino en otros aspectos como la economía local gracias a la creación de puestos de trabajo que cubran este nuevo mercado. A nivel cultural o de imagen de esa ciudad también ya que hacer publicidad para estimular el turismo es más sencilla si te sientes orgulloso de vivir en una ciudad limpia, sostenible y respetuosa con el medio ambiente. A nivel general las ciudades pueden facilitar al turista este tipo de turismo sostenible ofreciendo diversos alojamientos ecológicos y sostenibles, una amplia red de transportes públicos, disponibilidad de contenedores de reciclaje en las calles, organizar actividades en entornos naturales sin que sean perjudiciales, etc.

En el caso del turista sostenible esa conciencia ecológica se ve respaldada porque mayoritariamente son personas con un nivel alto de educación y una gran experiencia realizando viajes de estas características (CEUPE, s. f.)(Yáñez, 2016) (Porras Nuñez, 2019) (Yáñez, 2016).

3.4 Diferencias entre turismo sostenible, ecoturismo y turismo ecológico.

Es importante conocer las diferencias entre estos conceptos para poder usarlos apropiadamente en las conversaciones cotidianas ya que muchas veces se usan indistintamente y por lo tanto erróneamente ya que poseen matices diferentes, aunque también existe el término ecoturismo sostenible que es una fusión de todos.

El turismo sostenible es aquel que tiene presente las consecuencias actuales y próximas económicas, sociales y medioambientales que provoca cumplir con la demanda de los turistas y residentes, de la industria y entorno de un lugar, de este modo lo define la Organización mundial del turismo (Organización Mundial del Turismo, 2019). Mientras que el turismo ecológico se refiere a viajar de forma responsable a lugares naturales preservando su conservación y mejora del bienestar local según la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES).

La primera gran diferencia es que el ecoturismo solo implica viajar a la naturaleza para observarla, y ayudar en su conservación, por lo tanto, son zonas menos modificadas por el ser humano, menos edificadas y transformadas. Mientras que el turismo sostenible puede realizarse en cualquier forma de viajar ya que es una filosofía nueva a la hora de hacer turismo que está presente en la conciencia de los viajeros, sin importar si es solo en la naturaleza, en una gran ciudad o en la playa. También en la conciencia de los residentes, reflejada en la industria turística que ofertan a través de los hoteles, agencias y medios que dispone en ese sector y las políticas medioambientales y sostenibles que fomenta cada uno.

Otra de sus diferencias es que el ecoturismo tiene como objetivo conservar la zona natural que se visita, conocerla sin alterarla, pero el turismo sostenible además de favorecer la conservación patrimonial también consigue una mejora económica en el lugar de destino que favorece la economía local. En cambio, ecoturismo y turismo ecológico sí que son conceptos que hacen referencia a la misma idea, ya que el término “ecoturismo” es una fusión de las dos palabras cuya base fundamental es que las personas que lo realicen un viaje a una zona natural busquen la protección del medio ambiente, y posean una conciencia de reciclaje, conservación del agua y eficiencia energética (OMT, s. f.)(FAO, 2009) (Fernández Aldariz, 2017).

4. Ciudades que promueven el turismo sostenible

A continuación, se van a explicar ejemplos de diferentes ciudades que ofrecen un turismo sostenible. Primero a nivel general en Europa de forma breve y posteriormente de forma más concreta en las ciudades españolas ya que el caso concreto de este trabajo se encuentra en la península.

4.1 Ciudades europeas

La conciencia ecológica no solo está presente a nivel personal en cada uno de los ciudadanos de un lugar sino a nivel general como país. Por eso se van a destacar algunas ciudades europeas y españolas por las acciones que llevan a cabo para reducir el impacto en el medio ambiente. Destacamos aspectos relacionados exclusivamente con el turismo sobre estas cuatro ciudades europeas que han sido elegidas por ser premiadas como capitales verdes o por los proyectos que tienen en activo. Posteriormente se analizará el caso concreto de Lisboa como capital verde europea 2020. Encontrar este tipo de turismo es gracias a que a medida que pasa el tiempo existe una mayor preocupación, y es a veces un elemento decisorio para que los viajeros elijan ese destino. Tener una tendencia sostenible como país mejora la reputación e imagen de este, además, de mejorar la calidad de vida de los propios residentes. Según la información recogida por la web (Ciencias Ambientales, 2019):

Ámsterdam destaca por ser unas de las ciudades que se preocupa por el bienestar del entorno en el que se encuentra, es de las ciudades que encabezan el uso de vehículos eléctricos y de la bicicleta como medio por excelencia para desplazarse en la ciudad. En esta capital sus ciudadanos tienen una alta concienciación ambiental en especial con la reducción del uso de plásticos, es por ello por lo que consiguió ser la primera ciudad con un supermercado sin plásticos, el “Ekoplaza”. Otros lugares que destacan por su sostenibilidad y diseño ecologista es la biblioteca pública o el restaurante “De Kas” que se encuentra dentro de un invernadero y cocina con los alimentos cultivados en su propio huerto.

Otra de las ciudades europeas que resaltan y es considerada ciudad inteligente es **Viena**. Alberga diferentes premios como el de movilidad sostenible o de mejor calidad de vida. Disfruta y explota un territorio de 900 hectáreas de agricultura ecológica. Actualmente

trabajan en un proyecto llamado “Aspern Urban Lakeside” que finalizará en 2028, consiste en crear un distrito urbano sostenible que combine calidad de vida y centro de negocios apostando por la innovación.

Por otro lado, también destaca **Estocolmo**, que fue la primera capital verde europea en 2010. Es una de las ciudades líder en sostenibilidad gracias a la concienciación social y el trabajo en favor del medio ambiente que realiza, por ejemplo, la reducción de sus emisiones de CO2 en un 25%. Además, el objetivo actual que persigue es conseguir ser una ciudad libre de fósiles, la primera, objetivo a futuro que pretende haber conseguido alcanzar en 2050. Dentro de la capital de Suecia varios lugares sostenibles son sus eco-barrios o la red de metro que poseen.

Oslo fue la capital verde europea 2019. Fue ganadora de este título gracias a su compromiso y crecimiento en sostenibilidad y protección del medio ambiente a través de diferentes materias como la calefacción solar, la reutilización de materiales, el urbanismo eficiente o el reciclaje de la energía. Además, también fue sede de la *Urban Future Global Conference*, congresos cuyo tema base son las ciudades sostenibles a nivel mundial. Una de las acciones que más destaca de la capital noruega es la instalación de arrecifes submarinos con refugios para peces y mariscos (Ciencias Ambientales, 2019).

4.2 Lisboa capital verde europea 2020

El pasado 21 de junio de 2018 se le otorgaba a Lisboa este premio tras pasar con éxito los 12 indicadores que se evalúan sobre la sostenibilidad de la ciudad, que son:

1. Cambio climático: mitigación.
2. Cambio climático: adaptación
3. Movilidad urbana sostenible.
4. Uso sostenible de la tierra y las zonas verdes
5. Naturaleza y biodiversidad.
6. Calidad del aire ambiental
7. Contaminación acústica: ruido
8. Producción y gestión de residuos
9. Consumo de agua
10. Crecimiento verde y eco-innovación.

11. Rendimiento energético

12. Gobernanza: gestión ambiental de las autoridades locales

Estos indicadores son evaluados por expertos internacionales de forma independiente, posteriormente se preseleccionan algunas ciudades, las que consiguen destacar en la mayoría de los indicadores citados, más tarde tendrán que presentar un proyecto con sus estrategias, visión de futuro y capacidad para ser un ejemplo a seguir (Secretaría de la Capital Verde Europea, 2018).

Además de promover una serie de compromisos relacionados con el agua, los residuos, la energía, la movilidad y el cambio climático, son ya más de 200 empresas las que se han unido a esa iniciativa firmando el acuerdo y adjuntando un archivo con sus planes de colaboración en la web oficial. Empresas de todo tipo desde universidades portuguesas, a diferentes marcas de gasolineras conocidas, de coches, de supermercados, de distribuidores de ropa...etc.

Se verá a continuación los acuerdos firmados por tres empresas diferentes y conocidas como son Ikea, El Corte Inglés y la Universidad Católica de Portugal, archivos que están disponibles en la web oficial de la capital verde europea 2020 en los que figuran las medidas que se comprometen a llevar a cabo cada una dentro de su actividad normal de explotación para mejorar el medio ambiente y todas las empresas que participan.

El Corte Inglés firma acuerdos en el campo de la energía que hacen referencia a la instalación de iluminación led en todos los edificios, instalación de equipos de producción de electricidad solar, plantación de árboles alrededor de los edificios.

En cuanto a la movilidad, incrementar el uso de vehículos eléctricos de uso privado y comercial, ofrecer infraestructuras para motocicletas o bicicletas en sus establecimientos, proporcionar a los empleados alternativas al vehículo privado y fomentar la movilidad compartida, incluso establecer un transporte colectivo gratuito, estas dos últimas medidas aún no tienen fecha de comienzo.

Como medidas de economía circular y sin fecha por el momento de implantación: reducción total del uso de plásticos, reducción de los residuos sólidos en un 50% y aumentar en un 50% el envío de residuos para su posterior reciclaje.

En referencia a los indicadores del agua, implementar soluciones para su reutilización, promover la permeabilidad del suelo e instalar sistemas de riego más eficaces. Otras medidas son la instalación de equipos de monitoreo del ruido y calidad del aire, además sensibilización a través de eventos y conferencias sobre la capital verde europea.

Ikea comparte muchos de los compromisos que ha firmado El Corte Inglés, por lo tanto, se destacan solo los que son diferentes. Reducción de los desperdicios de alimentos en un 50%, separación y envío de residuos orgánicos para su compostaje, reciclar el 100% de los residuos generados, utilización de materias primas y reciclables en la fabricación de sus productos, realizar campañas de sensibilización, los cambios más drásticos y difíciles de incorporar para la entidad en su producción se firman para introducirlos a partir de 2030.

Por último, otro de los ejemplos que se va a analizar de entre muchas entidades que participan en este acuerdo es la **Universidad Católica de Portugal**, que comparte en gran medida las mismas medidas que el grupo Corte Inglés, algunas de las medidas diferentes que también se adoptan en este caso son: en obras nuevas utilizar materiales sostenibles, promover el uso de materiales sostenibles con certificado de bajas emisiones de carbono, divulgación de las materias que trata la capital europea verde y buscar colaboradores, comunicar las medidas que adopta la ciudad, garantizar el acceso a la universidad a personas con reducida movilidad, crear un concurso o challenge entre universidades en el que se desafió a los alumnos a elaborar propósitos para tener un campus universitario más sostenible, proporcionar información y sensibilización acerca del consumo de energía, agua, papel, plástico en el campus (Lisboa green capital, 2020).

4.2.1 Iniciativas que ha adoptado Lisboa

Se va a profundizar sobre las medidas que la capital europea portuguesa ha podido ya iniciar en lo que llevamos del año 2020, tras analizar diferentes noticias que han sido publicadas en su web oficial.

Siguiendo el orden cronológico una de las primeras acciones llevadas a cabo al comenzar el año fue la plantación de 20.000 árboles de distintas clases, primer paso hacia el objetivo planteado para 2021 de 100.000 árboles. Esta iniciativa hace a Lisboa ser más verde pero

además de poder reducir uno de los efectos del cambio climático, la ola de calor, aumentar el número de árboles consigue bajar la temperatura hasta cinco grados centígrados.

Otro de los proyectos que destacan en el área de educación ambiental es “My capital is green”, se trata de realizar concursos ambientales en los que puedan participar todas las escuelas desde los más pequeños hasta los universitarios, proyecto que cuenta ya con la participación de 1564 escuelas.

Otro proyecto que también está ya en marcha es “EPAL, yo bebo agua del grifo” cuya idea principal es que los restaurantes sirvan el agua en jarras y se reduzca el uso de botellas de plástico. En apoyo a este propósito nacen otros con el mismo objetivo, como es la instalación de fuentes de agua potable multiusos en las calles, en ellas los ciudadanos pueden beber agua, rellenar sus botellas o proporcionar agua a sus mascotas ya que también dispone de un bebedero. Se instalarán por el momento 200 fuentes como esta, que ayudaran a concienciar a sus ciudadanos de que el agua es un recurso escaso y que hay que reducir los desechos de plásticos todo lo posible.

Siguiendo con algunos de sus compromisos para 2030 se encuentra reducir las emisiones de CO₂ un 60% y como objetivo a más largo plazo, para 2050, la neutralidad de carbono. Como medidas para conseguir dichos propósitos se producirán con inicio en este 2020 diferentes cambios en las principales vías de la ciudad, llamadas ahora zona de emisiones reducidas, como la recuperación de aceras, reducción de plazas de aparcamiento en superficie, introducción de nuevos carril bici, restringir el acceso de los vehículos que circulan por esas calles, peatonalización de varias áreas y fomento del transporte público entre muchas de ellas.

En relación con la movilidad Lisboa también se une y participa en el proyecto europeo ‘City Changer Cargo Bike’, se trata de prestar bicicletas eléctricas a los usuarios registrados para que las usen como transporte en su vida cotidiana incluso se adopte por algunos comercios como transporte de mercancías de volumen pequeño. Otra de las mejoras en la reducción de CO₂ de la ciudad ya que el desplazamiento urbano es uno de los responsables por la gran cantidad de emisiones que expulsa, son los 15 autobuses eléctricos de los que dispone actualmente, aunque afirman incorporar 30 más y 70 con gas natural en este año.

En cuanto a los plásticos también se están tomando medidas, se ha firmado un pacto por diversos organismos y empresas en el que aseguran producir todos los envases de plástico reutilizable y reciclable. Reciclar un 70% y utilizar el 30% restante en la fabricación de nuevos envases o embalajes, apostando por la economía circular de los plásticos. A propósito de esta medida actualmente trabajan en la apertura de un museo de reciclaje temporal, 'Remuseum' que abrirá al público en mayo de 2020. Este espacio persigue concienciar a sus visitantes sobre el reciclaje y la economía circular a través de diferentes salas interactivas, y del propio edificio que está construido con materiales reciclados (Lisboa green capital, 2020).

4.3 Ciudades españolas

Las ciudades son una pieza fundamental para lograr ser un país sostenible, por ello los organismos públicos se encargan de hacer análisis sobre la evolución que las capitales de provincia tienen sobre todos los aspectos que involucren sostenibilidad para destacar los puntos fuertes que posee cada ciudad. El informe más reciente del que se dispone información actualmente es el de 2018 elaborado por el Observatorio de la Sostenibilidad, a partir de este se extraerán datos para su posterior análisis con el fin de enriquecer este trabajo con conclusiones sobre la sostenibilidad en las ciudades españolas (Leal Londoño, 2017).

Actualmente todas estas ciudades se han comprometido a realizar todas las medidas necesarias para conseguir los objetivos propuestos para 2030 por Naciones Unidas, algunas destacan por alcanzar niveles de excelencia a nivel mundial, sirviendo de ejemplo para las demás. Las ciudades que componen el territorio español poseen un nivel elevado de sostenibilidad, destacando en uno de los indicadores globales que es la esperanza de vida al nacer.

Se observa también, que conseguir un nivel de sostenibilidad depende más de las prioridades y medidas llevadas a cabo que del gasto económico realizado, destacando por estos resultados ciudades como Huesca, Valencia u Oviedo que cuentan con presupuestos per cápita inferiores a la media.

Algunos de los problemas más importantes con los que se encuentran son la calidad del aire, debido a los niveles de contaminación que alcanzan varias ciudades, los niveles de ruido y los pocos espacios verdes que quedan aún libres ya que algunas capitales de provincia han llegado a urbanizar ya el 100% de su territorio. Otro gran problema es la movilidad ya que afecta a la calidad de vida, del aire y a la economía, por ello se está trabajando en esto sobre todo en las ciudades grandes que ya imponen medidas para promover el uso de transporte público para desplazarse, entre ellas cortar el acceso al centro de la ciudad con vehículos privados en el caso de Madrid. En la tabla (4.2) que figura a continuación se recoge de forma resumida las ciudades que están en los primeros puestos en cada categoría:

Tabla 4.2. Ranking de sostenibilidad de ciudades españolas.

Mejores ciudades en sostenibilidad general	Vitoria, Madrid, Barcelona, Donosti, Bilbao
Mejores ciudades en sostenibilidad económica	Madrid, Bilbao, Barcelona, Vitoria, Valencia
Mejores ciudades en sostenibilidad ambiental	Huesca, Vitoria, Almería, Valencia, Cáceres
Mejores ciudades en sostenibilidad entre las grandes ciudades (>500.000 habitantes)	Madrid, Barcelona, Zaragoza, Valencia
Mejores ciudades en sostenibilidad entre las ciudades de tamaño medio (entre 100.000 y 500.000)	Vitoria, Donosti, Bilbao, Burgos, Oviedo
Mejores ciudades en sostenibilidad entre las ciudades pequeñas (<100.000 habitantes)	Huesca, Girona, Ávila, Zamora, Cuenca
Mejores ciudades en sostenibilidad entre las ciudades de la España interior	Burgos, Huesca, Logroño, León, Albacete
Mejores ciudades de la costa	Barcelona, Donosti, Bilbao, Valencia, Palma

Fuente: Observatorio de la sostenibilidad (2018)

Destacan sobre todo ciudades del norte como Bilbao, Donosti y Vitoria ya que ocupan en varias categorías muy buenos puestos en el ranking siendo ciudades de tamaño medio, además está última ciudad citada también consiguió ser en 2012 capital verde europea.

Más adelante se realizará un estudio más exhaustivo para comprender los diferentes aspectos que posee esta ciudad para lograr ganar tal premio.

Gran presencia también de las ciudades grandes, motor de nuestro país, como son Madrid y Barcelona. Por último, hay que destacar la ciudad de Valencia cuya presencia en el ámbito de la sostenibilidad ambiental hace que se posicione en muy buenos puestos en el ranking total.

A continuación, se va a realizar un análisis sobre el nivel de sostenibilidad aplicado en el sector turístico que tienen 4 ciudades muy distintas en tamaño y sobre todo en localización geográfica que son Canarias, Málaga, Barcelona y Vitoria, de forma que se pueda ver casos muy diferentes de las ciudades españolas (Leal Londoño, 2017).

4.3.1 Canarias

Es una de las regiones que apuesta por este nuevo modelo turístico sostenible debido a todos los espacios naturales que posee y al atractivo que tiene como destino vacacional, lo que ha producido que el número de visitas que se producen al archipiélago canario crezcan año a año. Este crecimiento turístico implica también crecimiento económico y demográfico, pero el turismo no solo ha tenido buenos resultados en el territorio, sino que ha conllevado consecuencias por el consumo de recursos. Por ejemplo, un mayor nivel de contaminación y una reducción de los espacios naturales disponibles. Debido a estas consecuencias y a la mayor conciencia ecológica que poseen los residentes y los visitantes de estas ciudades, Canarias ha comenzado a desarrollar un nuevo modelo turístico en el que se diversifiquen los productos y servicios que ofrecen, se incrementen los ingresos por turistas y se realice en conjunto una actividad turística sostenible. Se han aprobado diferentes leyes en relación con la oferta de alojamientos que existen y de pautas que han de cumplir con el objetivo de reducir la oferta ilegal, para proteger los espacios naturales.

Para conseguir que Canarias sea un modelo de territorio sostenible tiene que eliminar algunas de las plazas ofrecidas al turista para evitar la masificación y la oferta de alojamientos ilegales, pero sin que esto suponga una gran pérdida económica, además de establecer un sistema general de sistemas de gestión ambiental. La estrategia que se persigue con la aprobación de diferentes medidas relacionadas con el ahorro energético,

la sostenibilidad de las edificaciones, el consumo de agua, las soluciones bioclimáticas y el uso de energías renovables es ser un destino de calidad respetuoso con el medio ambiente.

Las empresas turísticas que forman parte de estas ciudades trabajan para conseguir diferentes certificaciones de calidad.

A nivel privado por parte de las empresas, la cadena de establecimientos RIUS realizó un análisis ambiental de sus servicios e instalaciones acerca del consumo energético, del consumo de agua, del ruido, gestión de residuos, de sus zonas verdes, además, comenzó una iniciativa de desayuno ecológico para promover el uso de alimentos locales. Otras cadenas hoteleras grandes y más conocidas como son Sol Meliá y Barceló cuentan con un manual de buenas prácticas ecológicas que llevan a cabo además de una serie de objetivos a cumplir respecto al ahorro energético, consumo del agua, tratamiento de la basura y los residuos en todos los establecimientos que poseen. Uno de los ejemplos más significativos de turismo sostenible es el Plan de excelencia turística Futuros Gran Canaria-sur desarrollado en la zona de Maspalomas costa canaria (Desse et al., 2008).

El ayuntamiento también promueve iniciativas sobre comportamientos más sostenibles dentro del turismo, por ejemplo, en 2017 realizó el proyecto “Gran Canaria turismo sostenible” que recogió diferentes actividades como mesas redondas en las que se informaba sobre todas las medidas de gestión sostenible que se podían realizar en el sector hotelero y extra-hotelero adaptadas a la realidad económica y de disponibilidad de recursos. También, hubo formaciones on-line para trabajadores de hoteles, se proporcionó un manual de gestión de recursos y buenas prácticas adaptado a dicho sector y por último, para fomentar llevar todos los conocimientos adquiridos a la práctica se organizó un concurso en el que se otorgaron diferentes premios a los establecimientos que destacaron por tener un gran compromiso ambiental.

Otros proyectos ya finalizados con el fin de mejorar la conciencia ecológica canaria fueron una campaña de sensibilización del fomento de los puntos limpios y el proyecto reutilizarte, reutiliza con arte que involucraba a diferentes centros escolares en su desarrollo (Conserjería del Medio Ambiente, 2017).

Canarias fue sede en el pasado mes de junio de 2019 de “*Network of European Regions for a Sustainable and Competitive Tourism*” (NECSTouR), una asamblea en la que el tema base era el turismo sostenible y competitivo en la que participan 20 países europeos. Es un honor ser la ciudad elegida para este encuentro porque permite que el archipiélago participe de forma más activa. En concreto en esta asamblea se definió la estrategia a seguir hasta 2021 sobre turismo sostenible (Tournews, 2019).

Aunque vemos que el archipiélago promueve iniciativas y su objetivo es mejorar, en el ranking de las 52 capitales de provincia en el bloque ambiental realizado por el Observatorio de la Sostenibilidad en 2018, Santa Cruz de Tenerife logra posicionarse en un séptimo puesto pero La Palma de Gran Canaria es una de las seis peores, en la peor franja de este bloque. En el ranking de ciudades de tamaño medio en el que se analiza la sostenibilidad de forma general se aprecia de nuevo que Santa Cruz de Tenerife se posiciona mucho mejor que La Palma de Gran Canaria ya que de 29 ciudades que integran este apartado esta entre las tres peores (Observatorio de la Sostenibilidad, 2018).

En cambio, según la certificación Biosphere Destination recogidos por (Leal Londoño, 2017) Canarias sería la segunda comunidad autónoma con más número de destinos certificados, siendo de 8 destinos. Esta certificación se consigue tras pasar una auditoría externa presencial cada tres años. Han de contar con estos requisitos:

- Política de turismo responsable, información y plan de seguimiento.
- Política sobre prevención del cambio climático.
- Acceso a la población de los recursos del destino.
- Gestión responsable en el ámbito económico y fomento del comercio justo.
- Conservación y mejora del patrimonio cultural.

4.3.1.1 Ejemplo de hotel sostenible en Canarias

El hotel elegido es el Hotel Lopesan Costa Meloneras, es una cadena hotelera canaria, tiene una trayectoria de 45 años que le ha hecho ser líder en el sector turístico canario y una de las 10 mejores cadenas hoteleras a nivel nacional.

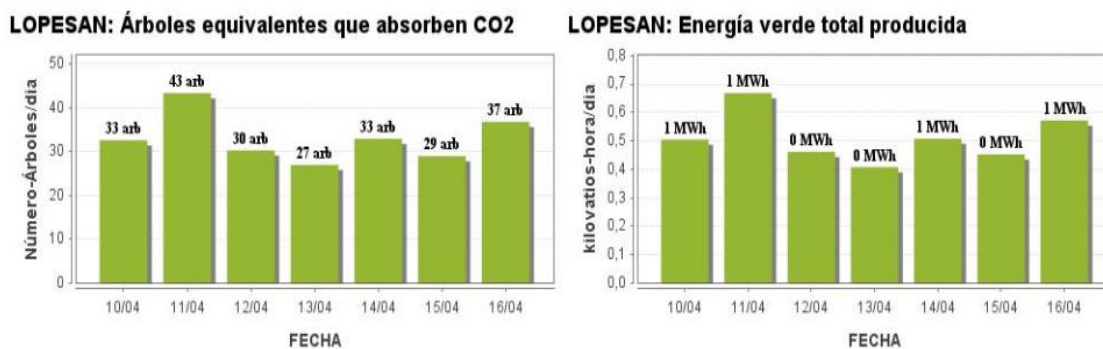
Los valores corporativos que promueven son de un gran compromiso con la calidad ambiental para poder ofrecer una experiencia excepcional a sus clientes, ya que el número

de usuarios comprometidos con el medio ambiente es creciente y por tanto también lo es la cantidad de personas que buscan realizar un turismo responsable, demandando alojamientos y servicios acordes a su filosofía de vida.

Para ello han diseñado un modelo de gestión sostenible llamado “Ecolopesan”, este modelo consta de un sistema de gestión integrada sobre calidad, previsión de riesgos laborales y medio ambiente. La implantación de este modelo hace posible una disminución del uso de recursos y residuos, minimización de los impactos negativo en el entorno.

Además, para reforzar este sistema realizan inversiones ambientales en áreas de gestión para poder mejorar, la última realizada en 2018 fue sobre sistemas de eficiencia energética como la producción fotovoltaica y la producción de energía solar térmica, apostando por el uso de energías renovables. Aunque también se incluye en la inversión ambiental: gestión de residuos, mantenimiento del sistema de gestión ambiental, tasas de saneamiento y otras inversiones (*Memoria responsabilidad social corporativa de sostenibilidad lopesan hotel group, 2018*).

Gráfico 4.1 Árboles plantados y energía verde producida por Lopesan.



Fuente: Punto de información Lopesan de las energías verdes (PILEV,2020)

En esta figura se recogen el número de árboles plantados por Lopesan entre el 10 de abril y el 16 de abril de 2020 y la energía verde total producida en la misma fecha.

4.3.2 Málaga

Esta ciudad de la costa del sol es una de las que alberga un gran turismo de masas debido a la ubicación que dispone de un buen clima y de playas. Es un área potente de turismo pero que se encuentra con el mismo problema que el resto de los destinos, la valoración

de la calidad medioambiental, como solución trabajan en la persecución de un turismo sostenible. Cuenta con una serie de aspectos favorables para este tipo de turismo como son su buen clima, la amplia oferta de tipos de turismo, variedad de actividades de ocio y sus recursos históricos y monumentales, aspectos que deben desarrollar y ampliar para poder solucionar algunas de sus debilidades. Entre ellas, el deterioro del centro histórico, antigüedad de los establecimientos hoteleros y el fomento bajo de la gastronomía local (Vargas Larrubia y Luque Gil, 2015).

Actualmente Andalucía tiene fijados nueve objetivos para este año 2020 con el fin de alcanzar un nivel mayor de calidad en el sector turístico recogidos en el plan de calidad 2014-2020.

Figura 4.1 Objetivos del plan actual de calidad de Andalucía.



Fuente: Plan de Calidad Turística de Andalucía 2014-2020 (2014).

Para cumplir los objetivos se ha desarrollado un plan de acción con una serie de programas cada uno centrado en una materia, entre los que destacan:

- Programa 1: Destinos Excelentes.
- Programa 2: Destinos Accesibles:
- Programa 3: Destinos Sostenibles.

Se ha realizado una tabla de estos programas recogiendo las principales actuaciones que recoge cada uno para así facilitar una visión global.

Tabla 4.3 Programas de sostenibilidad recogidos en el plan de calidad de Andalucía.

PROGRAMAS	ACTUACIONES
Programa 1: Destinos Excelentes	1.1 Impulso de metodologías que proporcionen un sistema integral y permanente para la gestión de la calidad turística en los destinos. 1.2 Reconocimiento y visualización de empresas y espacios certificados distinguidos de Andalucía a través de acciones de difusión. 1.3 Actuaciones que persigan la puesta en valor de normas de calidad turística. 1.4 Participación en organismos nacionales e internacionales de apoyo a la calidad turística. Comités de Normalización / Comités de Sectorización del ICTE. 1.5 Estudio y análisis, con perspectiva de género, sobre la Satisfacción del Turista en Andalucía.
Programa 2: Destinos Accesibles	2.1 Estudio y análisis, con perspectiva de género, de la situación del sector turístico andaluz en materia de accesibilidad turística. 2.2 Apoyo a empresas y servicios turísticos para la implantación de criterios de accesibilidad en sus establecimientos. 2.3 Desarrollo de herramientas para la difusión y conocimiento de buenas prácticas en accesibilidad dirigidas a las empresas turísticas. 2.4 Distintivo de Accesibilidad Turística. 2.5 Acciones de sensibilización sobre la accesibilidad en la empresas y servicios turísticos. 2.6 Adaptación de la normativa turística incorporando criterios de accesibilidad como elementos de valor. 2.7 Apoyo e incentivo a la mejora de la accesibilidad en establecimientos y empresas turísticas.

Programa 3: Destinos Sostenibles	<p>3.1 Estudio y análisis, con perspectiva de género, de la situación del sector turístico andaluz en materia de sostenibilidad turística.</p> <p>3.2 Programa Bandera Azul: impulso de programas de calidad turística en el litoral andaluz.</p> <p>3.3 Impulso y difusión de Usos y Hábitos turísticos Sostenibles en espacios naturales protegidos.</p> <p>3.4 Potenciar el consumo de productos ecológicos y autóctonos como atractivos turísticos.</p> <p>3.5 Adaptación y revisión de la normativa turística en relación con el cumplimiento de criterios de sostenibilidad.</p> <p>3.6 Apoyo e incentivo a la incorporación de medidas que incrementen la sostenibilidad de establecimientos y empresas turísticas.</p>
---	--

Fuente: Rodríguez Bermúdez y Junta de Andalucía (2014).

Estas iniciativas buscan mejorar en los campos de calidad y excelencia turística para conseguir ser destinos turísticos de referencia. Se impulsan también actuaciones de sensibilización y cooperación para fomentar y adoptar medidas medioambientales que favorezcan a una buena sostenibilidad turística. También premian y ayudan en la promoción de todos los espacios y establecimientos que poseen certificados de calidad medioambiental (Rodríguez Bermúdez y Junta de Andalucía, 2014).

La calidad del aire también hace a Málaga una ciudad sostenible ya que en 2018 recibió un premio por ello gracias a la puesta en marcha de varios proyectos. Uno de ellos llamado “Correos Urban Mobile Sensor” consistía en colocar en los carros de los carteros de correos un sensor que medía la contaminación atmosférica en tiempo real, también se instalaban en las bicicletas de los participantes voluntarios en el programa y en los autobuses de la empresa malagueña de transportes, gracias a la implicación de estos miembros se llegó a cubrir el 95% de la superficie y por lo tanto, conseguir unos resultados fiables (Europapress, 2018).

Para reforzar y promocionar el turismo sostenible cuentan con una aplicación móvil llamada “Appmosfera” en el que se recogen diferentes rutas para caminar o pasear en bici con un nivel mejor de calidad del aire para sus ciudadanos y turísticas. Como refuerzo a esta iniciativa de movilidad sostenible crearon el proyecto Victoria, que se trata de un

carril de carga eléctrica por inducción dinámica para autobuses eléctricos, se pone en marcha cuando estos están realizando sus trayectos y no necesita cables, es el primero en España.

En cuanto al sector turístico ofrece servicios de calidad a sus visitantes como las playas que cuentan con una calidad certificada, poseen diferentes parques y parajes naturales de gran interés turístico como su jardín botánico histórico, la concepción (Ayuntamiento de Málaga, 2018).

También es necesario destacar al hablar de Málaga y sostenibilidad acerca del congreso de movilidad y turismo sostenible celebrada ya una cuarta edición el pasado año 2019. En el que se tratan temas como el impacto de la nueva movilidad en las ciudades españolas, riesgos y oportunidades de la logística urbana sostenible, casos de empresas de éxito y etapas de renovación de la flota sostenible, etc. Este congreso va dirigido a todo tipo de públicos, administraciones públicas, autónomos, Pymes, empresas de cualquier sector, universidades, asociaciones («Programa congreso de movilidad y turismo sostenible Málaga», 2019).

Según el ranking de las 52 capitales de provincia elaborado por el Observatorio de la Sostenibilidad en 2018, sobre el bloque ambiental Málaga ocupa el puesto número 28, posición muy mejorable y sobre la que están trabajando con tantos proyectos en activo. Aunque a nivel sostenibilidad general de las ciudades grandes de España se encuentra en una quinta posición (Observatorio de la Sostenibilidad, 2018).

4.3.2.1 Ejemplo de hotel sostenible en Málaga

En este caso el establecimiento elegido es “Casa siempre viva” por ser el primer hotel de Andalucía ecológico y de construcción Passivhaus. Este tipo de construcción hace referencia a un tipo de vivienda de gran calidad, confort térmico y con un consumo energético prácticamente nulo, también se llaman casas pasivas y son la construcción más sostenible que se conoce.

Su filosofía de sostenibilidad incluye una serie de valores como es el reciclaje, intentando no utilizar plástico y lo menos posible papel. Reciclan el agua de la lluvia y de la piscina,

ya que en ella tienen instalado un sistema de purificación sin cloro, para regar el huerto y el jardín.

Otros de los aspectos que hacen de su alojamiento sostenible son:

- Los materiales de las camas y sábanas están hechos con materiales ecológicos. Y muebles reciclados.

-Sistema de renovación del aire, logrando tener un espacio libre de productos químicos y contaminación.

-El servicio de comidas se produce con ingredientes locales y orgánicos. Disponen de un huerto, un gallinero y un jardín de flores comestibles propio, además las bebidas que se ofrecen también son ecológicas.

-El suelo está construido con el tipo de suelo que cuenta con las tasas de radón, gas radiactivo natural que se concentra en el interior de edificios, más bajas disponibles en el mercado.

Este hotel oferta solo cinco habitaciones con vistas al mar y decoradas con materiales ecológicos y sostenibles. Además, de una serie de actividades para hacer la experiencia más completa (Casa siempre viva, 2020).

4.3.3 Barcelona

Barcelona es una ciudad grande con un gran patrimonio arquitectónico y cultural que ofrece tanto a residentes como a turistas. Apoya mucho el turismo ya que es una de sus actividades principales y de importancia en la economía. Su propuesta de modelo turístico se basa en el respeto por los recursos propios gracias a ello han conseguido ser una ciudad comprometida con la sostenibilidad. Para poder avalar este compromiso se encarga de conseguir diferentes certificaciones con el fin de acreditarse como una ciudad limpia y sostenible.

Fue la primera ciudad en ser acreditada como ciudad Biosphere por su nivel de sostenibilidad en el sector del turismo, esta certificación hace que Barcelona se posicione en un mejor lugar como destino al que visitar. Lo consiguió tras analizar aspectos como

su gestión selectiva de residuos, facilitar el transporte con bajas emisiones contaminantes, el fomento de energías renovables y el cuidado de sus playas y espacios verdes. Además, como comunidad autónoma Cataluña es la que más certificados de Biosphere acumula (Ayuntamiento de Barcelona, 2019).

Como muestra de que Barcelona apuesta por el cuidado del medio ambiente, sus más de 80 parques y jardines que hacen que un tercio de la superficie de Barcelona sean espacios verdes, como pulmones de la ciudad y de interés turístico, destacan el Parque Natural de Collserola, el jardín botánico y la montaña de Montjuïc.

Otros espacios naturales y al aire libre accesible para todos son sus playas, las cuales cuentan con certificados de calidad y se gestionan para preservarlas y evitar contaminaciones (Ayuntamiento de Barcelona, 2017a).

Como atractivo turístico y ecológico destacan numerosos restaurantes km 0 o “slow food”, en ellos los productos utilizados son de proximidad local, para reducir la contaminación en el transporte y para fomentar y apoyar la economía local, además, más del 60% de los ingredientes que utilizan tienen certificación ecológica y ningún plato contiene alimentos transgénicos. También se pueden encontrar números restaurantes vegetarianos o veganos ya que fue la primera ciudad del mundo que se ha declarado amiga de esta filosofía de vida (España Slow, s. f.).

Entre los objetivos que se fijó en su agenda a 2030 sobre desarrollo sostenible se está ya ejecutando que la flota de autobuses que recorren la ciudad sean 100% sostenibles, de momento ya han conseguido que el 34% del total lo sean debido a que funcionan mediante energía eléctrica o porque son híbridos, además de tener una etiqueta ambiental que lo certifique, el objetivo es conseguirlo antes de 2024 en este caso.

Otro de los hechos más destacables es acerca de un prototipo que quieren llevar a cabo en este periodo sobre los pavimentos de la ciudad. La idea es incorporar un pavimento compuesto por recursos sostenibles que genera energías limpias y sirva como fuente de energía solar. Si la prueba piloto sale optima serán incorporados en la ciudad antes de 2030.

También han querido poner foco en la gestión de los residuos, intentando fomentar un uso más eficiente de los mismos, con su reducción, reutilización y reciclaje, implicando en esta tarea a las empresas de gran tamaño que trabajan con volúmenes grandes de materiales, manteniendo así presente una concienciación social (Ayuntamiento de Barcelona, 2020).

Esta ciudad participó como sede durante 3 días en Mayo de 2017 en una conferencia internacional sobre turismo sostenibles para el desarrollo (Ayuntamiento de Barcelona, 2017b).

Según el ranking elaborado por el Observatorio de la Sostenibilidad en 2018, Barcelona se sitúa en una tercera posición en el ranking de sostenibilidad general, pero en el bloque ambiental específico no ocupa un lugar muy favorable (Observatorio de la Sostenibilidad, 2018).

El mayor problema que alberga esta ciudad en cuanto a lo relativo al turismo sostenible es el de los alquileres vacacionales, siendo un descontrol para legalizarlos por parte de las autoridades ya que esos establecimientos no cuentan con licencias turísticas, lo que hace que se provoquen fraudes, o conflictos con los vecinos.

En relación con el problema citado anteriormente se encuentra el de atraer a un tipo de turismo perjudicial para la ciudad ya que no aporta ningún beneficio, solo genera conflictos y daña la imagen de este destino. Aspectos en los que están en continua búsqueda de soluciones (Sellares et al., 2015).

Se puede afirmar que Barcelona es un destino óptimo para los turistas que buscan esta clase de turismo no tradicional en el que se valoran los recursos naturales y se persigue participar y consumir recursos sin dañar el medio ambiente, desde el transporte para desplazarse hasta los restaurantes donde comer. A consecuencia de la importancia que impulsa el consumidor de este turismo, los destinos vacacionales incorporan la sostenibilidad como estrategia mediante diferentes actividades en todos los ámbitos posibles para poder ser el destino elegido (Torres, 2010).

4.3.3.1 Ejemplo de hotel sostenible en Barcelona

El ejemplo seleccionado es una masía por ser el primer hotel reconocido como Ecoresort es al cien por cien ecológico, ya que ha cumplido con toda la normativa europea de sostenibilidad.

Desde la construcción de los edificios que se realizaron con materiales sostenibles como la termoarcilla y los aislamientos térmicos vegetales, hasta su orientación, todos hacia el sur para poder aprovechar al máximo la luz solar.

En el caso de las habitaciones, las cubiertas son también de origen vegetal para servir como aislantes térmicos. En cuanto a la decoración de estas, utilizan muebles y materiales restaurados o de origen ecológico como los colchones y todos los textiles utilizados, como las sábanas o toallas. Del mismo modo, las camas están hechas a mano con recursos naturales, incluso los amenities que se encuentran en los baños son también ecológicos. La carta de comidas que ofrecen a sus huéspedes es hecha por alimentos y bebidas ecológicas, gracias a la granja y al huerto que tienen en el recinto, ambos espacios son regados aprovechando el agua de la lluvia.

El aparcamiento está preparado para acoger coches eléctricos con un punto de recarga para los mismos. Actualmente trabajan en la implantación de paneles solares fotovoltaicos en la finca, que satisfagan al menos el 30% del consumo de energía eléctrica, favoreciendo el uso de energías renovables (Mas Salagros Ecoresort, 2019).

Aparte del edificio principal del hotel la finca se compone también por un huerto y granja mencionados anteriormente, tres espacios de restauración, y un espacio para relajarse en sus baños termales, donde por supuesto las aguas no llevan ningún producto químico. Finalmente, para completar la experiencia ofrece diferentes actividades en la naturaleza para disfrutar del paisaje que rodea a este alojamiento (Barroso, 2019).

4.3.4 Vitoria-Gasteiz

Por último, se van a comentar aspectos relativos a la ciudad de Vitoria-Gasteiz, capital de la comunidad autónoma del País Vasco, y representante en este trabajo de una ciudad del

norte de España. Es una ciudad muy amiga del turismo ya que es un destino muy atractivo para recorrer en un fin de semana debido a su tamaño.

Defiende mucho el cuidado de la naturaleza por ello es refugio de especies que están en peligro de extinción, es un destino con una gran magnitud de zonas verdes, en concreto, 42 metros cuadrados por persona de espacios verdes. Ofrece gran cantidad de paseos por zonas naturales y cuenta con 150 kilómetros de carriles bici para desplazarse por la ciudad. Disponen de un mapa de zonas verdes al alcance de cualquier turista interesado en las mismas, en las que destacan el anillo verde y el parque de Salburua y Ataria (Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, s. f.-a)

Vitoria es un lugar que se estructura en círculos concéntricos, con la ciudad como punto central, uno de esos círculos se llama cinturón o anillo verdes, se trata de una zona que rodea el centro y acerca la naturaleza a la ciudad en el que se realiza un plan de recuperación medioambiental. Formando un conjunto de parques que hacen de la periferia un lugar recreativo en un paisaje natural, el círculo siguiente sería el de la silvicultura y las montañas. Esto es posible ya que cumplen muchas normas que hacen posible la convivencia de ecosistemas con la ciudad, aumentando la biodiversidad, reduciendo el impacto en los hábitats de la flora y fauna que albergan (European Comission, 2012).

Vitoria ha elaborado 10 planes que hacen posible que sea una ciudad ejemplo en cuanto a cuidado del medio ambiente y sostenibilidad. Estos planes recogidos por (Mora Alonso, 2012) son:

- Protección y restauración de recursos naturales sensibles, buscando mejorar los entornos que se han degradado y mejora de la conectividad ecológica entre biodiversidad, y uso público.

- Prevención de saneamientos, proyectos de saneamiento y acondicionamiento hidráulico de los ríos.

- Mejora de la biocapacidad, biodiversidad y paisaje urbano, reforma con ecodiseños en algunas grandes avenidas, creación de nuevas infraestructuras verdes en la ciudad.

-Movilidad y espacio público, ampliar los servicios de alquiler de bicicletas públicas, impulso de los vehículos eléctricos o híbridos con puntos de recarga en la ciudad.

-Residuos: hacia el vertido cero, con proyectos como las 5 erres, cuya iniciativa es reducir, reutilizar y reciclar, además de rechazar el uso de productos con demasiados envases plásticos e incluyendo la “R” de responsabilizar a quien genere residuos peligrosos y con dificultad para reciclar. Y también destaca el proyecto Gasteiz Recycling Progress, en el que fomentan el reciclaje de envases y papel haciendo una competencia sana entre calles, barrios a los que se les comunican los resultados del seguimiento que se realiza.

-Reducción de la contaminación urbana, reducción del impacto acústico y lumínico de la ciudad.

-Lucha contra el cambio climático, actuaciones que persiguen la eficiencia energética, gestión de energías renovables en edificaciones residenciales y un plan para minimizar el impacto del cambio climático en la salud de sus ciudadanos. Han conseguido ser una de las ciudades que tienen la puntuación más alta en cuenta a la calidad del aire.

-Mejora del ciclo del agua: ampliación de las fuentes de abastecimiento, cambios en las tuberías utilizadas, plan de secado térmico para reducir el volumen de lodos en la agricultura. También tiene como objetivo reducir el consumo de agua de uso doméstico a menos de 100 litros per cápita por día.

- Cultura de la sostenibilidad: colaboración entre empresas, administraciones públicas y sociedades para la consecución de una economía verde y un desarrollo más sostenible.

-Mejora territorial y rehabilitación urbanística: rehabilitación del casco histórico, de barrios y de viviendas antiguas.

Uno de los grandes proyectos en los que ha trabajado Vitoria Gasteiz es la reforma urbana de una de sus avenidas principales, reforma que busca la rehabilitación del Palacio de congresos Europa de la ciudad con técnicas de ecodiseño y sostenibilidad, introduciendo un diseño verde desde la propia fachada hasta el interior. Aplicando en la rehabilitación criterios bioclimáticos que favorecen el desarrollo de energías renovables en las

infraestructuras de forma que se disminuye el gasto y este es más ecoeficiente. Llevando a la práctica una nueva forma de construcción en la que se intenta reducir la generación de residuos (Ozcáriz Salazar et al., 2012).

El Palacio de congresos ha aprovechado el ala norte de la construcción, dejándolo como estaba, ha utilizado los materiales renovables y reciclados en el ala sur y en la zona centro ha hecho obra nueva. Han mejorado el aislamiento del edificio y el consumo energético con captación fotovoltaica, ventilación natural, y en cuanto al ahorro de agua han utilizado recursos de bajo consumo que favorecen la reutilización del agua de lluvia, y uso de grifos con control de apertura.

La fachada que está compuesta por un jardín vertical que llama la atención por el verde de la gama de plantas que tiene, representando el 80% de la variedad autóctona que tienen en ese lugar. Además, ofrece una ventaja al edificio en cuanto a la sostenibilidad ya que mejora el aislamiento térmico acústico y ha conseguido aumentar la vida útil del palacio, porque esta construcción gracias a las plantas reduce el efecto del calentamiento global y de la contaminación atmosférica, consiguiendo que la calidad del aire sea mejor (Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, s. f.-b)

La ciudad del norte elegida cuenta con un gran premio a nivel europeo, ser capital verde europea, lo consiguió en 2012. Consiguió este premio gracias a que el jurado percibió que uno de los factores de éxito de la ciudad en esta materia eran sus ciudadanos, gracias a la fuerte campaña “verde por fuera y verde por dentro” la concienciación en la población aumentó.

El jurado vio en Vitoria-Gasteiz una ciudad que podía ser un gran ejemplo para ciudades de tamaño medio gracias a su diseño urbano, su rica vida cultural y sus cuidados espacios naturales. Además de lograr puntuaciones muy altas en cinco de los indicadores que se evalúan en la candidatura a capital verde europea, destacó en: calidad del aire, contaminación acústica, cambio climático, movilidad y comunicación.

En cuanto al reciclaje, aunque no fuese uno de sus indicadores más altos trabajan sobre ello, por ejemplo, en el tratamiento de residuos para disminuir el volumen de estos en el

vertedero, consiguiendo así un índice más alto en esta materia que muchas ciudades españolas.

Por otro lado, para ahorrar en el consumo de agua y combatir el cambio climático han instalado un generador eléctrico que sirve para reutilizar el agua que proviene de aguas residuales o de aguas tratadas que no sirven para el consumo humano, pero si para otras tareas.

La calidad del aire, sí que fue un aspecto que llamó la atención de los expertos, esto es gracias a que los indicadores de contaminación del aire están por debajo del objetivo, haciendo posible según los mecanismos que utilizan para medirlo que sus ciudadanos tengan 284 días de aire de buena calidad. Acompañando a este aspecto se unen los bajos niveles de ruido que tiene esta ciudad gracias a su plan de gestión de ruido, en el que se instalaron 17 puntos de control para conseguir reducirlo.

Vitoria persigue ser una ciudad neutra en carbono a largo plazo, y como objetivo más próximo reducir a la mitad las emisiones antes de 2050. Para lograrlo trabaja sobre la movilidad en la ciudad, la mayoría de su población prefiere desplazarse caminando o en transporte público. Cuenta con un servicio de préstamo de bicicletas gratuito o de diferentes alternativas como son autobuses y tranvías. En el caso de las bicicletas ofrecen tandems para personas discapacitas visualmente o triciclos para aquellas que tienen movilidad reducida, aunque el resto de las alternativas también están preparadas para desplazar a personas con dificultad móvil.

Asimismo, para reforzar una movilidad más sostenible apuesta como estrategia el uso de vehículos eléctricos, intentando promover medios de transporte ecológicos incluso en su transporte público.

Otros de los proyectos que han comenzado y están en activo son: crear un parque agrícola ecológico, recuperar el combustible desechado, restaurar el casco medieval y potenciar el uso de la energía solar (comission european, 2012).

Además, para reforzar sus certificados desde el año 2016 obtuvo la certificación como destino turístico sostenible acreditado por Biosphere Responsible Tourism. Esto favorece

su posicionamiento a nivel europeo como posible destino para todos esos viajeros cada vez más concienciados con el medio ambiente. Contar con esta certificación significa que la ciudad ofrece calidad de vida, protección del patrimonio cultural y natural, incluyendo una seguridad y calidad turística (Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, s. f.-c).

Según los datos del Observatorio de la Sostenibilidad en 2018, Vitoria-Gasteiz se sitúa en primer lugar en el ranking de sostenibilidad general entre las ciudades de tamaño medio y en el bloque ambiental una segunda posición por detrás de Huesca. Estos datos confirman porque esta ciudad fue elegida como modelo de sostenibilidad y por tanto capital verde europea ya que todas sus iniciativas en este campo están teniendo muy buenos resultados (Observatorio de la Sostenibilidad, 2018).

4.3.4.1 Ejemplo de hotel sostenible en Vitoria-Gasteiz

En el caso de Vitoria la oferta de hoteles con estas características es mínima, a diferencia de las otras ciudades que la oferta era más variada y amplia. En este caso el establecimiento elegido es una casa rural que se llama "Agroturismo Arkaia". Se encuentra en una localidad cercana a tan solo 5 km del casco histórico de Vitoria-Gasteiz. Una de sus cualidades más reseñables es que es un alojamiento que facilita la accesibilidad a todo tipo de personas, no hay ninguna barrera arquitectónica ni dentro del edificio ni en la zona externa dentro de la finca, el complejo está adaptado para poder desplazarse libremente y sin problema de una planta a otra, incluidos los baños que cuentan con alarmas acústicas y visuales. También hay diferentes señalizaciones en braille y se puede pedir ayuda técnica para personas con discapacidad si se hace con antelación.

Su política ambiental se compromete a conservar el medio ambiente y a utilizar los recursos naturales de forma sostenible. En ella se comprometen a seguir todas las normativas que afectan a los alojamientos de tipo rural, tener en cuenta en todas las reformas y mejoras del complejo que su gestión sea cuidadosa con el entorno. También a facilitar información a los huéspedes sobre su política ambiental y las medidas que se practican en el alojamiento, además de formar a sus empleados en temas ambientales relacionados con la gestión del hotel.

Los compromisos que sigue esta casa rural para ofrecer un servicio sostenible han hecho posible conseguir una certificación energética por el Ente Vasco de la Energía (EVE), todos estos aspectos se revisan anualmente.

En el caso del agua como medida para reducir su consumo instalaron en los grifos y duchas economizadores de agua para impedir el derroche innecesario. Persiguen minimizar el consumo de energía y combustibles para favorecer la reducción o eliminación de las emisiones contaminantes producidas.

Los residuos generados se tratan de reciclar y de reutilizar como compost, abono, incluso como jabón en el caso del aceite, otros como muebles o tejidos que se conservan en buen estado son donados a ONGs. Además, utilizan productos de limpieza y de uso de higiene personal con certificación ecológica 100%.

Otro de los requisitos es utilizar alimentos ecológicos y de proximidad, no solo lo cumplen, sino que además ellos mismos producen legumbres que venden para la marca “Eusko-Label” en la que solo se encuentran productos elaborados dentro de la comunidad autónoma vasca con una calidad superior (Agroturismo arkaia, s. f.).

5. Empresas que promueven el turismo sostenible

Numerosos estudios a nivel internacional afirman que los viajeros prefieren empresas que realizan prácticas sostenibles o que son ecológicas en el desarrollo de su actividad. Son empresas que se diferencian en los principales buscadores y plataformas de reservas de viajes online, algunas de las más conocidas son TripAdvisor con su programa GreenLeaders, Expedia o Travelocity. Estos viajeros no solo utilizan estos medios si no que buscan información en blogs de viajes específicos de ecoturismo y turismo sostenible.

Booking afirma que el 50% de sus usuarios toman la decisión de elegir un destino por alojarse en un establecimiento sostenible y por la aplicación de prácticas de protección del medio ambiente en ese sentido, de no ser por estas iniciativas no estarían interesados en ese lugar (Booking, 2019).

Es por ello por lo que, desde hace unos años, los hoteles se están implicando en implementar estas medidas y en hacer un mejor uso de los recursos, sobre todo del agua, la energética eléctrica y la gestión de los residuos para conseguir los certificados por cumplir con los principios de la carta mundial del Turismo Sostenible. También es importante la formación de los empleados sobre materia ambiental.

La sociedad tiene como objetivos cuidar el entorno, y su salud, pero además esta concienciación llega a crear nuevos negocios y a reinventar los que ya existían de forma que sean más sostenibles (Leal Londoño, 2017).

5.1 ¿Qué características tiene un Ecohotel?

Algunas de las características básicas que debe tener un hotel 100% ecológico son:

La construcción del hotel de carácter bioclimática será mejor porque conseguirá reducir el consumo de la energía gracias a los materiales que utiliza y su orientación para aprovechar los recursos naturales como el agua y la luz solar.

Se orientarán hacia el sur las estancias que necesiten de más calor. Incluso en este factor interviene el color utilizado para pintar la fachada que deberán elegir oscuros o claros según el clima donde se ubiquen, si es oscuro dejará entrar al interior más cantidad de calor que si utilizan el blanco que serviría para aportar más frescor al interior.

Los materiales que se usan en este tipo de construcciones respetuosas con el medio ambiente son: la cerámica, la madera, la termoarcilla, los cementos y corchos naturales y el hormigón ecológico. Las pinturas serán mejores ecológicamente si son de origen mineral. En el caso del suelo la opción más ecológica es el mármol.

En la decoración y elementos básicos como sábanas, colchones se puede optar por alternativas como el algodón ecológico que no utiliza ningún tinte, serán válidos todos los materiales que no empleen químicos, ni fertilizantes en su fabricación.

En el propio edificio o en la finca del hotel es muy recomendable la instalación de placas fotovoltaicas que ayuden a generar energía eléctrica o térmica, haciendo uso de energías renovables ya que estas no son escasas, y además limitan el efecto invernadero siendo

más limpias que las no renovables. Las más utilizadas en un ecohotel son la enérgica solar térmica, fotovoltaica y la eólica. La ubicación de este es más sostenible y de calidad si se encuentra en un entorno natural reduciendo el impacto en el mismo con su construcción.

En el caso del uso del agua en el alojamiento, existen infraestructuras para reutilizar el agua procedente de la lluvia que puede ser usada después para limpiar, lavar y regar. Si cuentan con una piscina será mejor para el medio ambiente si se llena con esta agua reutilizada filtrándola y después utilizándola para regar jardines y huertos. Con estas medidas el consumo de agua se verá muy reducido. Disponer de un huerto ecológico en la propiedad garantiza poder ofrecer a sus huéspedes una carta de productos ecológica y saludable. Estos alimentos serán cosechados sin sustancias químicas de ningún tipo, siendo naturales totalmente.

Otro de los aspectos fundamentales es el reciclaje para ello es básico tener contenedores de reciclado en todas las instalaciones, así como facilitar una guía de su uso a los huéspedes que lo requieran. En conjunto con el reciclaje, la reutilización de materiales es una buena práctica como ejemplo de esta algunos ecohoteles crean su propio compostaje con los restos de alimentos y vegetación, papeles, y estiércol de animales si los tienen de forma que sirva como abono para las plantas que tengan en el recinto.

Otras prácticas que además de facilitar un mejor uso de los recursos nos sirven para ahorrar costes son:

- Uso de bombillas de bajo consumo y sensores de luz que se encienden solo al detectar la presencia de una persona y se apaguen automáticamente.
- Electrodomésticos de clasificación energética tipo A.
- Dispensadores recargables para jabón y champú para no generar más envases.
- Difusores en los grifos y duchas para no desperdiciar agua.
- Utilizar mayor número de productos certificados con ecoetiquetas.

Para que todos estos aspectos y normas de sostenibilidad funcionen es de vital importancia formar a los empleados y clientes bajo esta filosofía de vida de forma que todos tengan conciencia ecológica y desarrollen sus actividades cotidianas en el hotel bajo

estas premisas. Para conseguir esto se puede dar cursos de formación a empleados sobre ahorro energético, gestión de recursos y conciencia medioambiental. Tener un libro en el que se recojan todas estas medidas y métodos de actuación a disposición de cualquier persona vinculado al hotel. Ofrecer actividades que faciliten el contacto responsable con la naturaleza y flora y fauna del ecosistema en el que se ubican. Favorecer el uso de coches eléctricos o híbridos teniendo plazas con prioridad en el aparcamiento, también, sería bueno buscar una buena relación con los proveedores para eliminar el máximo número de envases. Todos los factores comentados influyen de forma muy positiva en la salud de los huéspedes favoreciendo el descanso según afirman numerosos estudios.

Finalmente, para conseguir ser un ecohotel en el grado que corresponda en cada caso, ya que no todos los que existen los son al 100% han de tener diferentes certificaciones de calidad ambiental y sostenibilidad, certificaciones propias del sector hotelero.

En España existe una amplia variedad de tipos, lo que dificulta establecer un único patrón o estándar de calidad, ya que a veces las comunidades autónomas también desarrollan los suyos propios gestionados para incrementar la participación de establecimientos de estas categorías. De igual forma sucede a nivel europeo, con nuevas certificaciones a mayores de las nacionales (Federacion de enseñanza de CC.OO Andalucía, 2010).

Figura 5.1 Estructura de un hotel sostenible.



Fuente: Hosteltur (2016).

Para apoyar toda esta información teórica la figura 5.1 realizada por Twenergy (portal de eficiencia energética de Endesa), con TripAdvisor, el Me Madrid Reina Victoria y el Instituto tecnológico Hotelero. Representa de forma más visual como sería un hotel sostenible por dentro mostrando los consumos de cada estancia y cuáles son las medidas más eco sostenibles comunes, y recoge las normas que hay que seguir (Hinojosa, 2016).

5.2 Ejemplo de un buscador de Ecohoteles: Origorooms

Origorooms es una empresa que ofrece hoteles sostenibles en los que se sientan tras las experiencias uno más del ecosistema, es una marca sostenible que tiene como principios la responsabilidad, colaboración y el conocimiento, cuyo objetivo es hacerse hueco en el mercado con un servicio responsable con el medio ambiente potenciando el turismo sostenible.

Son ecohoteles porque la filosofía que difunden es la de un turismo sostenible con respecto hacia el entorno en el que se encuentran, la construcción y diseño de todos los hoteles esta realizado con los materiales de menos impacto para la naturaleza, con elementos pasivos y recursos energéticos, con responsabilidad ambiental. También con responsabilidad social ya que intentan hacer solo uso de recursos locales para fomentar una economía colaborativa y de proximidad. Compaginando y equilibrando la responsabilidad ambiental, social y económica.

Dentro del propio buscador puedes hacer la reserva de un hotel en diferentes ciudades de España. También puedes si eres un hotel registrarlo en ese buscador si cumple una serie de requisitos y parámetros, o suscribirte a OrigoNews donde te informaran a través del correo electrónico acerca de sus alojamientos, la sostenibilidad, ecología, reciclaje y cuidado del entorno. Asimismo, ponen a disposición de cualquier usuario un blog dentro de la web en el que suben artículos sobre ecología, ecohoteles, estilo de vida, y una pestaña de contacto (Origorooms, 2020).

5.3 Ejemplo de un blog/ consultoría de turismo sostenible: Treevel

Treevel es una consultoría especializada en turismo sostenible que colabora con empresas para asesorarlas sobre como introducirse en este sector de forma rentable, pero con respeto y el menor impacto medioambiental posible a la vez que con la protección de la población residente en el lugar en el que se sitúan.

Analizan cada caso de forma individual diseñando un servicio turístico atractivo con los recursos que dispone propios, y del entorno que cumplan con todos los requisitos de sostenibilidad turística para lograr posicionarse bien en el mercado. Inicialmente visitan el ecosistema donde se encuentra el establecimiento para analizar sus puntos fuertes y sus limitaciones para posteriormente crear una estrategia acorde y personalizada. Impulsan negocios a través de herramientas de marketing como son el branding, diseño web y posicionamiento SEO. Se mantienen en contacto durante todo el proceso de adaptación y desarrollo además de ofrecer un servicio de seguimiento y apoyo en la consecución de certificados que acrediten estas cualidades.

Tienen grandes conocimientos acerca del ecoturismo, el agroturismo, el geoturismo, el turismo ornitológico, el enoturismo, el turismo rural y de naturaleza. Otros de los servicios que tienen a disposición es la formación a empresarios del sector turístico sobre todo lo referente al turismo sostenible en sus negocios. Lo hacen de forma presencial en el lugar de destino con clases teóricas y workshops u online con clases de formación personalizadas a distancia.

Su público objetivo son las zonas rurales o ciudades de tamaño pequeño o medio para realizar sus proyectos, de forma que puedan cumplir todas las condiciones. Los servicios que ofrecen además de ser para empresarios pueden ser de utilidad e interés para administraciones públicas, fundaciones u organizaciones sin ánimo de lucro, entidades que defiendan esta filosofía de turismo, empresas turísticas, y pequeños propietarios rurales como agricultores y ganaderos.

Del mismo modo que en el ejemplo anterior disponen de un apartado con artículos y una pestaña de contacto para más información (Treveel, 2020).

5.4 Restaurantes sostenibles

En la sociedad actual cada vez más avanzada y preocupada por el mundo en el que vive se están desarrollando alternativas sostenibles, que lo protegen en todos los sectores, entre ellos el de la restauración. Los restaurantes ecológicos unen una cocina sostenible y saludable, creando una carta de comidas orgánicas, libres de sustancias artificiales y químicas, además de cumplir una serie de requisitos que lo certifiquen como 100% ecológico. Un restaurante ecológico tiene que ser sostenible al completo.

Algunas de estas condiciones son:

- En el caso de servir carne o pescado tienen que haberse criado en condiciones idóneas y sostenibles esos animales. No tienen que ser obligatoriamente restaurantes veganos o vegetarianos.
- Uso de ingredientes biodegradables.
- Disponibilidad de un huerto propio próximo al restaurante, para ofrecer productos naturales y de proximidad.
- Buena relación con agricultores y ganaderos locales con el fin de estimular la economía colaborativa y de proximidad.
- Uso de agua depurada, con sistemas para su filtración y vino de barril.
- Uso de vajillas biodegradables o hidrosolubles.
- Utilización de los desperdicios de las comidas para elaborar compost.
- Reutilizan ingredientes que ya no se pueden usar para su uso principal en la cocina para destinarlos a otros campos, aprovechando todos los recursos (Mollejo, 2019) (Agencia de Gastromarketing, s. f.).

Aunque a priori se considere que un restaurante con estas condiciones será más caro no siempre es así ya que ellos con estas medidas de proximidad y eliminación de intermediarios también consiguen abaratar costes, además de aportar beneficio a nuestra salud ya que los alimentos que usan son de mejor calidad, frescos y bajos en grasa, sin descuidar que la carta de platos sea amplia. Otra de las razones por las que son una buena

alternativa es el ambiente, ya que son más tranquilos y con una atención más personalizada, no restaurantes multitudinarios.

Desde los productos, pasando por la huella de carbono del restaurante hasta el proceso de contratación se consideran sostenibles. El objetivo es hacer un mejor uso de los recursos y que estos sean respetuosos con el medio ambiente (Acciona, s. f.).

Existe ya una amplia red de restaurantes en nuestro país que cumplen con estas características y luchan por ser la primera opción de sus consumidores, apoyados por la existencia de tiendas de alimentos ecológicos. Un gran ejemplo de ello es el restaurante “Azurmendi” del chef Eneko Atxa, ubicado a las afueras de Bilbao, y con tres estrellas Michelin. Es el restaurante más sostenible del mundo según “The World’s 50 Best Restaurants” de 2018, gracias a la incorporación de diferentes principios de sostenibilidad en todo lo que rodea al restaurante, desde su construcción hasta sus platos, en 2018 la ratio que alcanzaron fue de un 92,33% de sostenibilidad, prácticamente es 100% ecológico hoy en día.

Azurmendi es un edificio bioclimático en plena naturaleza, construido con técnicas que alteraran lo menos posible el entorno, con materiales locales y reciclados, además de contando con la incorporación de energías renovables en las como placas fotovoltaicas (La producción anual estimada es de 19.340 KWH/año), baterías de acumulación, climatización con geotermia, sistema de recolección del agua de lluvia para el riego y punto de recarga para vehículos eléctricos.

En la cubierta del edificio se encuentra la huerta y la zona del invernadero, donde cultivan parte de las hortalizas, especias y plantas aromáticas que usan en su cocina. También han plantado 800 árboles para así reducir los niveles de CO₂. Todos estos factores hacen que sea un edificio sostenible.

El restaurante para cumplir con su objetivo de sostenibilidad recicla todos los residuos que produce por ello participa en una iniciativa que consiste en generar con todos sus residuos orgánicos compost y este proporcionárselo a los agricultores de la zona para que fertilicen sus huertas, productores que varios de ellos trabajan con el restaurante ya que utilizan productos de proximidad y se fomenta el comercio y producción local. Para que

esta colaboración sea aún más sostenible, Azurmendi propuso un sistema de recolección de tal manera que envían un camión que recoge todos los productos en un solo viaje, en vez de que los productores lleven cada uno su producto al restaurante que es la manera más tradicional y habitual. Azurmendi ha creado una economía circular en las operaciones que realiza (Restaurante Azurmendi, 2020).

Imagen 5.1 Recibidor del restaurante Azurmendi.



Fuente: Restaurante Azurmendi (2020).

Imagen 5.2 Página web Hermeneus.



Fuente: Hermeneus (2020).

Una opción que combina todos estos elementos es la página web “Hermeneus” (Imagen 5.2) es una plataforma en la que puedes encontrar los restaurantes sostenibles que existen, puedes comprar a través de ella productos ecológicos, ya que puedes ponerte en contacto con los vendedores que están inscritos, y si eres comercial puedes unirte a esta red para poder vender tus productos (Hermeneus, s. f.).

6. Caso Ciudad de León

En este apartado el trabajo se va a centrar en el caso concreto de la ciudad de León por ser mi lugar de residencia y proximidad para poder observar y obtener información de primera mano, este caso tendrá dos partes, la primera en la que se aportará información sobre el turismo sostenible y su promoción en la provincia y una segunda en la que se analizará los resultados recogidos gracias a una encuesta online que nos ayudará a ver si existe conciencia ecológica a la hora de elegir un destino y si la sostenibilidad es un factor que afecte al sector turístico según la percepción de residentes y de turistas.

6.1. Sostenibilidad en León

Esta ciudad pertenece a la Comunidad Autónoma de Castilla y León, es la capital de la provincia que recibe el mismo nombre, León. Es una ciudad de interior en el noroeste de la península ibérica, de tamaño medio en cuanto a número de habitantes (Portal turístico ciudad de León, 2020).

En 2017, León consiguió incorporarse a Biosphere Destination Tourism que es una entidad que recoge a todas las ciudades que poseen el sello de turismo responsable. Hasta ese año solo poseían este certificado ciudades, pero León lo consiguió a nivel provincia, siendo la primera que poseía este sello de turismo sostenible y responsable. A raíz de este hecho, se promovió más el turismo rural de la provincia ya que contaba con más de 800 establecimientos.

Ese mismo año se celebraba en Valladolid la Feria Internacional del Turismo (INTUR) en el que la provincia de León exponía sus objetivos en cuanto a desarrollo del turismo rural y del turismo sostenible, donde afirmaba que era importante crear estrategias dirigidas a ese tipo de viajeros y que era indispensable formar a sus empleados sobre este tipo de turismo para saber aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno en el que se encuentra la provincia y así completar la experiencia de visitarla, sus paisajes, su gastronomía, la posibilidad de realizar actividades y deportes en la naturaleza. También conseguía beneficiarse gracias a que la comunidad, Castilla y León, consiguiera la primera posición del turismo rural de España (León7noticias, 2017).

Para conseguir esta certificación ha tenido que cumplir estos requisitos para ser un destino de turismo sostenible (Planes estratégicos 2018-2027, 2018):

- Crecimiento económico inclusivo y sostenible.
- Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza.
- Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y lucha contra el cambio climático.
- Valores culturales, diversidad y patrimonio.
- Entendimiento mutuo, paz y seguridad.

León ha sido participe de la transformación en los métodos de actuación medioambiental gracias a la colaboración de instituciones y ciudadanos, empezando por la realización de campañas de concienciación ciudadana.

Gracias a las diferentes actividades y cambios que han llevado a cabo, en 2019 conseguían el premio “Tres pajaritas azules” que hace referencia a la gran labor de recogida de papel y cartón, desde las acciones de información para tratar estos materiales, hasta su reciclaje final todos los procesos han sido analizados previamente a otorgar el premio, que por tercer año consecutivo logro obtener, haciendo alarde de la sensibilidad ambiental que posee la ciudad, ya que superaron la media española de 18 kilos y consiguieron reciclar aproximadamente 31 kilos/habitante.

León considera que fruto del éxito para ser una ciudad verde y sostenible comienza por una educación ambiental buena que haga entender la importancia de cooperar todos para lograr vivir en una ciudad así, para ello realiza todos los años campañas en las que sus ciudadanos se puedan implicar, en este sentido colabora en una iniciativa llamada “EducaEnEco” de Ecoembes en la que se busca generar conciencia ecológica en los niños de primaria y secundaria.

Además, se encarga también de cuidar todas sus zonas verdes, ya que es la tercera ciudad de España con más zonas así, factor que sirve para reducir las emisiones de CO₂ y para proporcionar más calidad de vida (LeonUp, 2019).

En apoyo a este tipo de turismo y como impulsores de este existe la Asociación Leonesa de Empresarios de Turismo Rural (ALETUR), que representa y defiende los intereses de estos establecimientos y empresas de turismo activo. También trabajan por un turismo

rural seguro, sostenible y rentable, para ello cuenta con el apoyo de diferentes entidades (Iglesias, 2020).

León cuenta con siete reservas de la biosfera otorgadas por la UNESCO, siendo un gran ejemplo en la conservación y protección de la biodiversidad que posee, gracias al fomento de medidas sostenibles para cuidar el entorno (Twenergy, 2020).

En 2019 la ciudad de León inauguraba la primera feria “Ecomercado”, en la que 37 empresas vinculadas a producciones ecológicas intentaban crear conciencia sobre un consumo responsable, haciéndoles ver que existe un mercado sostenible y que cada vez adquiere más protagonismo de nuevo la producción artesanal, sostenible y respetuosa con el medio ambiente, haciendo más simple el canal entre productores y consumidores finales para ofrecer productos de calidad. En esta feria no solo había espacio para los alimentos de todo tipo, también para productos de cosmética con esta filosofía o para informar sobre procesos de producción que respeten el entorno, para fomentar esta forma de consumo (Brandon, 2019).

Una de las medidas que hacen de esta ciudad un destino sostenible es que según el último dato publicado por el Ayuntamiento, un 64,6% de la población se desplaza andando o en bicicleta, la movilidad es un factor clave en la sostenibilidad como ya hemos visto anteriormente, aunque tienen que trabajar en la mejora de los transportes públicos para que circulen de manera más sostenible (Ayuntamiento de León, 2017). También, de forma más reciente a mediados de 2018, León se unía a las ciudades del proyecto europeo “Making City” en el que se trabaja para la transformación energética de las ciudades para ser bajas en carbono, tiene que conseguir un balance energético positivo, como primer objetivo a 2030 (Ayuntamiento de León, 2018a).

Por otro lado, 12 empresas leonesas consiguen certificados de Destino Turístico Sostenible acreditado por el Instituto de Turismo Responsable, acreditaciones que favorecen la imagen de León como destino sostenible internacionalmente. Las empresas vinculadas al sector turístico afirman que actualmente es esencial obtener este tipo de sellos de turismo responsable y sostenible, un modelo de turismo cuyo objetivo sea satisfacer a turistas y residentes dejando atrás el turismo masivo y dando lugar a actividades que respeten el medio ambiente.

Las empresas que consiguieron este sello en 2019 son: “El Aposento de Babia, Hotel Morredero, Bierzosabor, Albergue Santo Tomás, La Casa del Arcipreste, Hotel Rural El Rincón de Cuco, Casa Juan Andrés, Casas Rurales Tío Vicente y Tía Carmen, Gloria López Blanco, Guheko y Hotel Spa Ciudad de Astorga” (Diario de Valderrueda, 2019).

6.2 Análisis encuestas realizadas

En este apartado se va a analizar la encuesta realizada a través de los análisis estadísticos necesarios para obtener conclusiones a los objetivos planteados.

6.2.1 Análisis descriptivo de la encuesta

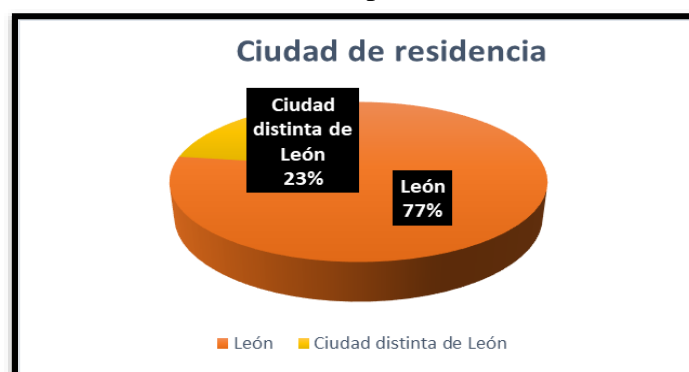
Se van a realizar una serie de análisis estadísticos descriptivos y una serie de gráficos para su representación. También se hará un análisis de la investigación cuantitativa, se llevarán a cabo análisis de fiabilidad para la obtención de resultados válidos con el fin de dar solución a los objetivos planteados.

6.2.1.1 Características de la muestra de residentes

De las 222 respuestas que finalmente han sido válidas para el estudio se puede destacar la siguiente información:

Según su lugar de residencia el 77% viven en la ciudad de León y el 23% residen en otra ciudad distinta. La respuesta a esta primera pregunta filtro era esencial ya que determinaría el tipo de cuestionario que haría cada usuario (ver gráfico 6.1).

Gráfico 6.1. Clasificación por ciudad de residencia.

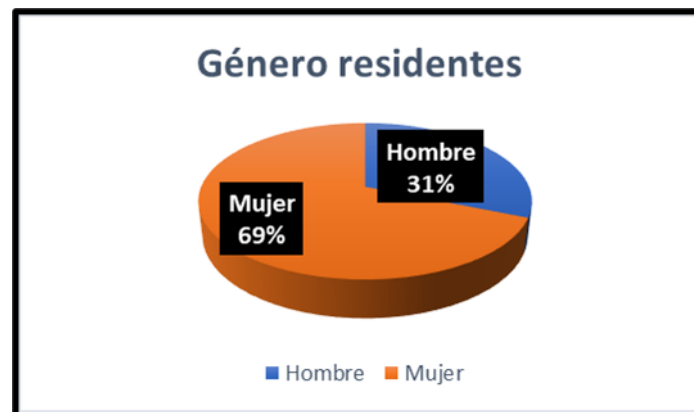


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

A continuación, vamos a estudiar en primer lugar los datos obtenidos de la encuesta de residentes y después los de los turistas para su posterior comparación y conclusión.

El género de los usuarios encuestados eran mayoritariamente mujeres, con un 69% frente a un 31% que eran hombres en la encuesta de residentes (Gráfico 6.2).

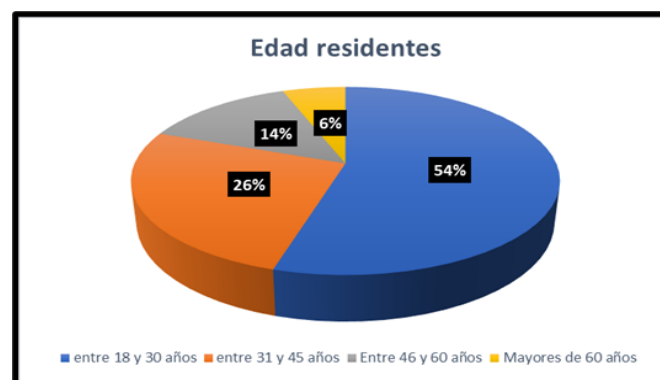
Gráfico 6.2. Clasificación por género de los residentes.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

Siguiendo con el análisis demográfico, la clasificación por edad de la población residente se realizó transformando la variable continua (edad) en una variable categórica (edad agrupada) en cuatro rangos de edad como se ve en el gráfico 6.3. La edad de los encuestados se concentra en una franja entre 18 y 30 años, representando el 54% de las personas, seguido por la franja siguiente que comprende edades de los 31 a los 45 años, siendo esta franja de un 26%. En tercer lugar, con un 14% están los usuarios entre 46 y 60 años y por último con un 6% los que tienen más de 60 años.

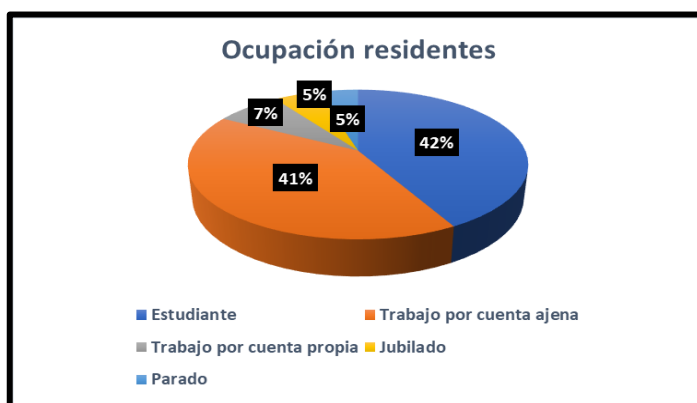
Gráfico 6.3. Clasificación por edad de los residentes.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

En cuanto a la ocupación que tiene la población objeto de estudio se concentra en dos grandes grupos en la misma proporción prácticamente, estudiante 42% y trabajadores por cuenta ajena 41%, a continuación, con porcentajes mucho más pequeños, trabajadores por cuenta propia un 7% y jubilados y parados en la misma proporción con un 5% (ver gráfico 6.4).

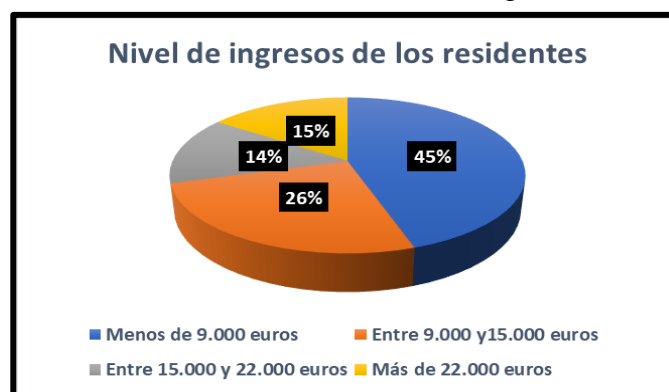
Gráfico 6.4. Clasificación por ocupación de los residentes.



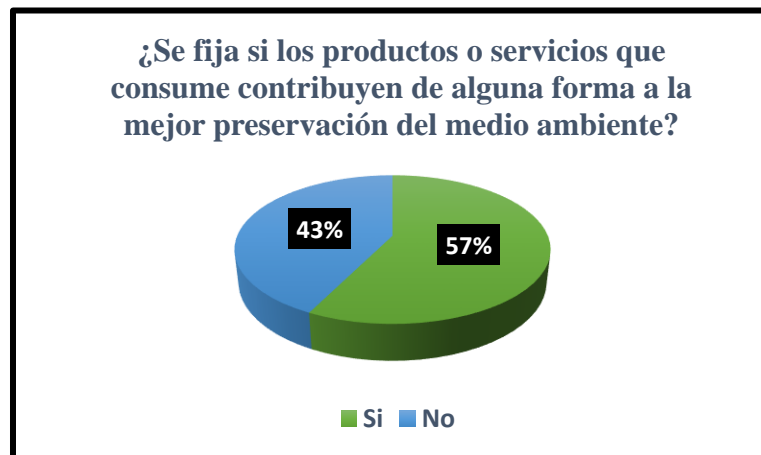
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

Finalmente, para concluir la parte sociodemográfica de la encuesta de los residentes, se hizo una clasificación atendiendo al nivel de ingresos, en la que el mayor porcentaje son personas que su nivel de ingresos es inferior a 9.000 euros al año, dato que se ve apoyado por el porcentaje mayoritario de ocupación ya que eran estudiantes. Le sigue un nivel de ingresos entre 9.000 y 15.000 euros con un 26% y después con porcentajes similares, un 14% personas que sus ingresos anuales están entre 15.000 y 22.000 euros y con un 15% las que obtienen más de 22.000 al año, como se ve en el gráfico 6.5.

Gráfico 6.5. Clasificación de los residentes según si nivel de ingresos.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

Gráfico 6.6. Observación sobre el deterioro del entorno.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

La muestra de la población residente mayoritariamente opina que la llegada de turistas sí deteriora el entorno, pero poco (43%), en contra posición con un 21% consideran que lo deterioran mucho y en una posición más neutral en el que no observan cambios se encuentra el 36% de los encuestados (Gráfico 6.6).

Gráfico 6.7. Consumo de productos o servicios.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

El 57% de los residentes de esta ciudad afirman que se fijan a la hora de consumir si el producto o servicio elegido contribuye al cuidado del medio ambiente, en cambio en un 43% no se fijan mientras consumen si el producto está mejorando la preservación del entorno (ver gráfico 6.7).

Tabla 6.1. Importancia de estos factores como obstáculos del desarrollo de un turismo sostenible en León.

DESCRIPCIÓN	ALFA DE CRONBACH RESIDENTES	MEDIA RESIDENTES
FACTORES QUE SON UN OBSTÁCULO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LA CIUDAD DE LEÓN	0,812	3,701
Falta de apoyo económico		3,89
Falta de capacitación del personal de servicios		3,45
Falta de interés general		3,80
Falta de concienciación de los residentes		3,78
Falta de estudios especializados		3,59

Fuente: Elaboración propia, datos SPSS.

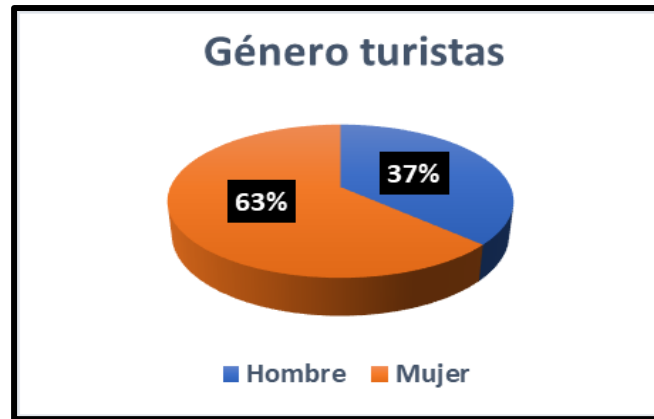
Para analizar los factores que son un obstáculo para el desarrollo de un turismo sostenible se necesita elaborar un análisis descriptivo debido a que es una pregunta de escala Likert de 1 (nada importante) a 5 (muy importante). Se procede a hacer un análisis de fiabilidad mediante el alfa de Cronbach que es un método de consistencia interna que en este caso es de 0,812 se considera adecuado por ser mayor de 0,7 demostrando que los resultados son buenos y consistentes.

Se puede concluir que todos los factores tienen importancia según la opinión de los encuestados, consideran que el obstáculo más grande sería la falta de apoyo económico con un 3,89. El factor que posee la media más baja con un 3,45 es la falta de capacitación del personal de servicios, por tanto, sería el obstáculo de menor importancia, seguido de la falta de estudios especializados, concluyendo que la formación no es el mayor de los problemas en este tema. El resto de los factores son todos también importantes ya que superan la media general que es de 3,701 (ver tabla 6.1).

6.2.1.2 Características de la muestra de turistas

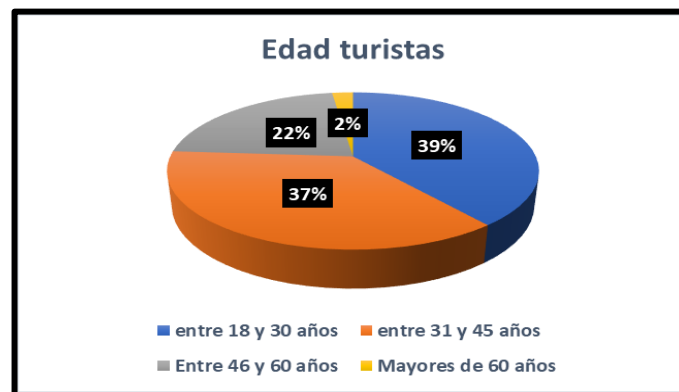
Igual que en el caso de los residentes, el género de los usuarios encuestados era en mayor porcentaje el de las mujeres, con un 63% frente a un 37% que eran hombres (Gráfico 6.8).

Gráfico 6.8. Clasificación por género de los turistas.



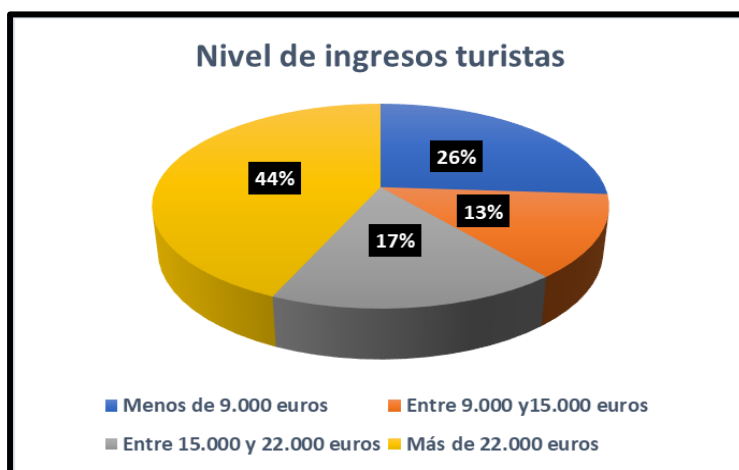
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

Gráfico 6.9. Clasificación por edad de los turistas.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

Siguiendo el mismo criterio de clasificación por rangos las edades de los encuestados, observamos que las franjas de mayor a menor número de encuestados son iguales que en el caso de los residentes pero que los porcentajes han variado mucho. La población entre 18 y 30 años representa un 39%, de 31 a 45 años un 37%, la franja que va de los 46 años a los 60 es un 22% y finalmente los mayores de 60 un 2% como se ve en el gráfico 6.9.

Gráfico 6.10. Clasificación por ocupación de los turistas.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

En cuanto a la ocupación que tiene la población turista participante en la encuesta, en este caso el mayor porcentaje y más de la mitad de ellos, con un 55% trabajan por cuenta ajena, los estudiantes representan el 26%, los trabajadores por cuenta propia el 11% y como pasaba en el caso de los residentes, pero con un porcentaje diferente, los jubilados y los parados cada grupo son un 4%, como se ve en el gráfico 6.10.

Gráfico 6.11. Clasificación de los turistas según si nivel de ingresos.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

Finalmente, como último dato de la parte sociodemográfica de la encuesta de los turistas, los resultados atendiendo al nivel de ingresos se muestran en el gráfico 8, en la que el mayor porcentaje son personas que su nivel de ingresos es mayor a 22.000 euros al contrario de los residentes, dato que se ve apoyado por el porcentaje mayoritario de

ocupación ya que en este caso eran trabajadores por cuenta ajena. Le sigue un nivel de ingresos menor a 9.000 euros con un 26%, a continuación, la franja entre 15.000 y 22.000 euros con un 17% y finalmente con un 13% un nivel de ingresos entre 9.000 y 15.000 euros (Ver gráfico 6.11).

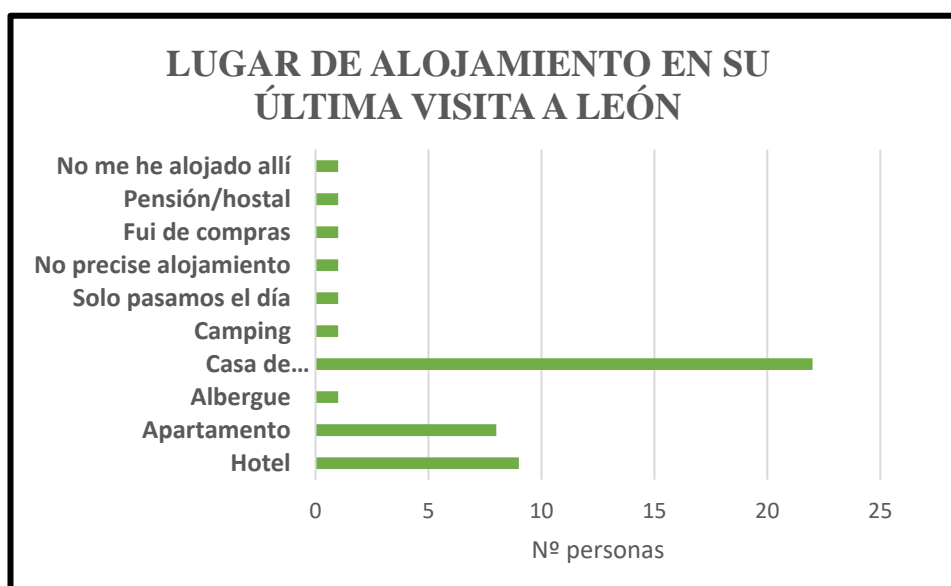
Tabla 6.2. Número de veces que visito esta ciudad y días de estancia en su última visita.

Número de veces que visitó esta ciudad	%	Número de días que ha estado en León en su última visita:	%
Solo 1 vez	30%	Solo 1 día	22%
Entre 2-4 veces	22%	Entre 2-4 días	52%
Entre 5 y 15 veces	9%	Entre 5 y 15 días	13%
Más de 15 veces	39%	Más de 15 días	13%
N= 52			

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

En cuanto al número de veces que los turistas visitaron la ciudad, se puede decir que el mayor porcentaje ha estado más de 15 veces, y entre 2-4 días de visita el 50% de la muestra. También destacan los porcentajes de los turistas que solo han venido una vez con un 30% y los que solo pasaron 1 día en León con un 22% (Ver Tabla 6.2).

Gráfico 6.12. Lugar de alojamiento de los turistas en su última visita a León.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

Como se observa en el gráfico 6.12 el lugar elegido para alojarse de los turistas encuestados es en el 50% la casa de familiares o amigos. Es probable que este factor justifique los porcentajes de la tabla 6.2 en la que un porcentaje había venido más de 15 veces y se había quedado periodos de 15 días, pueden ser factores muy relacionados. Las dos opciones siguientes elegidas son hoteles y apartamentos con un 20% y un 17% respectivamente. El resto de las opciones han sido escritas por los turistas de forma que se engloban en “otras alternativas”, cada persona en este caso dio una respuesta diferente.

Tabla 6.3. Grado de acuerdo con estas acciones sostenibles en el turismo.

DESCRIPCIÓN	ALFA DE CRONBACH TURISTAS	MEDIA TURISTAS
GRADO DE ACUERDO CON ESTAS ACCIONES SOSTENIBLES REALIZANDO TURISMO	0,945	3,756
Dejaría de realizar ciertas actividades turísticas para proteger el medio ambiente		3,76
Elegiría servicios turísticos por ser sostenibles con el medio ambiente, aunque sean más caro		3,53
Consumiría frecuentemente servicios sostenibles/ ecológicos		3,82
Procuraría elegir destinos que sean amigables con el medio ambiente		3,82
Si tuviera la oportunidad, elegiría siempre establecimientos respetuosos con el medio ambiente		4,09
Pagaría más por alojarse en un hotel sostenible y responsable con el medio ambiente		3,51

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms

Como método de análisis del grado de acuerdo con los ítems elegidos como acciones sostenibles en el turismo se ha realizado un análisis descriptivo como en el resto de las preguntas de escala Likert. En este caso la escala es 1 estoy “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”.

Los resultados obtenidos observamos que son de total fiabilidad y muy buenos ya que el alfa de Cronbach tiene un valor muy alto y próximo a 1, siendo de 0.945, afirmando que los ítems estudiados en esta pregunta están además bien relacionados.

Los encuestados mayoritariamente están de acuerdo en todos los casos, las dos medias por debajo de la general y las más bajas son las que hacen referencia a aspectos económicos, uno de los factores es elegir servicios turísticos sostenibles aunque sean más caros con un 3,53 y el otro alojarse en un hotel sostenible con un 3,51. En cambio el valor más alto recoge precisamente que elegirían establecimientos que si respeten el medio ambiente con un 4,09 pudiendo concluir que esa decisión podría estar finalmente determinada por el precio que supongan esos servicios (ver tabla 6.3).

Gráfico 6.13. Oferta de turismo ecológico en la ciudad de León.



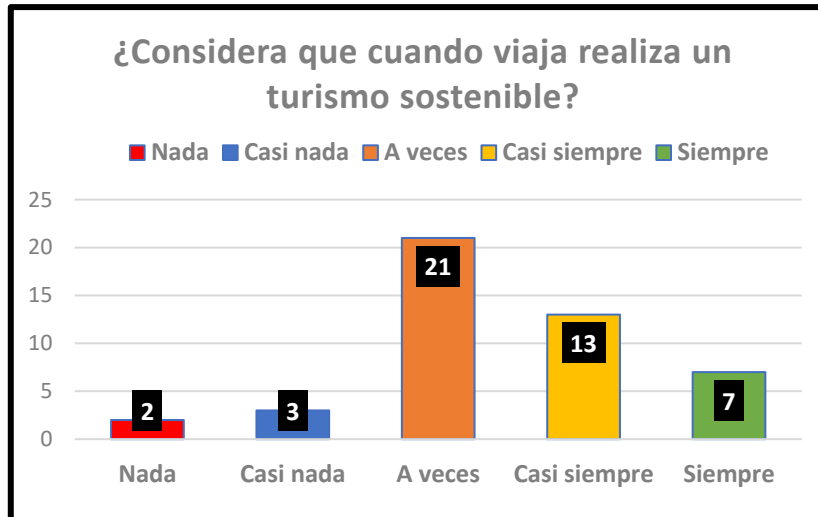
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms

Los turistas encuestados como muestra el gráfico 6.13, en un 41% sí encontraron oferta de turismo ecológico y pudieron elegir entre diferentes opciones en la ciudad de León, en cambio, en un porcentaje muy parecido no encontraron una amplia oferta y les resultó difícil. En cambio, un 20% directamente no buscó oferta de este tipo de turismo porque no les interesa cuando viajan. Un 80% de los encuestados si muestran interés por realizar un turismo sostenible ya que intentaron encontrar opciones en dicha ciudad

Como respuesta a si la forma de viajar que realizan normalmente es sostenible, 5 personas afirmaron que no, que no es nada o casi nada sostenible, de manera que no es un factor importante a la hora de viajar, en cambio la mayor parte de la muestra se encuentra en una postura más favorable al menos alguna vez sí que consideran que cumplen con la realización de un turismo sostenible, 21 personas, y que lo realicen casi siempre o siempre un total de 20 personas. Esto nos muestra los cambios que poco a poco se están

experimentando en este sector, evolucionando hacia una conciencia más alta cuando se viaja (ver gráfico 6.14).

Gráfico 6.14. Opinión sobre si viajan realizando turismo sostenible.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms

Tabla 6.4. Grado de importancia de los aspectos elegidos para viajar.

DESCRIPCIÓN	ALFA DE CRONBACH TURISTAS	MEDIA TURISTAS
GRADO DE IMPORTANCIA DE ESTOS ASPECTOS PARA VIAJAR	0,926	3,280
La ciudad de destino tiene premios de calidad medio ambiental	2,98	
La ciudad de destino realiza muchas actividades de concienciación ecológica	3,13	
La ciudad de destino posee una gran red de transporte público	3,67	
La ciudad de destino cuenta con números establecimientos con prácticas de gran responsabilidad ambiental	3,27	
Alojarse en hoteles con certificaciones de sostenibilidad	3,36	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

Siguiendo el análisis descriptivo elegido en el estudio de los resultados de estas encuestas, en esta pregunta se analiza el grado de importancia de una serie de aspectos a la hora de viajar, siendo su escala 1 “nada” y 5 “Mucho”. Utilizando el mismo análisis de fiabilidad

que en el resto de las preguntas, el resultado ha sido un alfa de Cronbach de 0,926 para la importancia de estos factores, considerando los datos obtenidos muy buenos y fiables.

En este caso los aspectos menos importantes para los turistas a la hora de elegir un destino son que esa ciudad tenga premios de calidad ambiental y que realice muchas actividades de conciencia ecológica, ya que sus valores están por debajo de la media. El valor al que más importancia dan es la red de transporte público que posee esa ciudad destino, siendo el valor más alto respecto de la media con un 3,67.

A continuación, se va a realizar un análisis de manera conjunta de tres preguntas que eran comunes en ambos tipos de cuestionario de forma que estén los datos recogidos en una misma tabla y sea más fácil su comparación según el punto de vista de residentes y turistas.

Tabla 6.5. Grado de acuerdo sobre su actitud hacia el medio ambiente.

DESCRIPCIÓN	ALFA DE CRONBACH RESIDENTES	MEDIA RESIDENTES	ALFA DE CRONBACH TURISTAS	MEDIA TURISTAS
GRADO DE ACUERDO CON ESTAS AFIRMACIONES	0,917	3,515	0,952	3,672
Soy una persona comprometida con la sostenibilidad y el medio ambiente		3,64		3,73
Hago el mejor esfuerzo para proteger el medio ambiente		3,60		3,76
Me informo sobre la contaminación, el medio ambiente y la ecología		3,18		3,42
Soy responsable de proteger al medio ambiente en el día a día		3,64		3,78

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

Comparando los resultados de ambas muestras, primero podemos afirmar que son datos que se pueden tener en cuenta ya que el índice de fiabilidad es alto en los dos casos con un 0,917 en los residentes y un 0,952 en los turistas, son datos que se pueden tener en cuenta por su importancia y consistencia. De manera general los valores en todos los

casos son mayores en la muestra de turistas, aunque las diferencias entre ellos no son significativas. El menor valor es común para los dos y es el que hace referencia a la búsqueda de información sobre contaminación, ecología y medio ambiente, en cambio el resto de los ítems que aluden a la práctica y compromiso con el medio ambiente superan todas las medias globales, con valores muy similares entre sí en cada muestra respectivamente. La escala en este caso era 1 estoy “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo (Tabla 6.5).

Tabla 6.6. Frecuencia con la que realizan estas actividades.

DESCRIPCIÓN	ALFA DE CRONBACH RESIDENTES	MEDIA RESIDENTES	ALFA DE CRONBACH TURISTAS	MEDIA TURISTAS
FRECUENCIA CON LA QUE HACEN ESTAS ACTIVIDADES	0,818	3,375	0,849	3,609
Realizo acciones de reciclaje		3,75		3,96
Realizo acciones para disminuir el consumo de agua		3,73		3,84
Realizo acciones para disminuir el uso plástico		3,34		3,69
Realizo acciones de ahorro energético		3,69		3,89
Me informo de la política ambiental que tienen las empresas		2,36		2,67

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

Para estudiar la frecuencia con la que realizan acciones de protección del medio ambiente se ha elaborado un análisis descriptivo, comenzando por el estudio de la fiabilidad de las respuestas y la relación de los ítems planteados mediante el alfa de Cronbach, en este caso el de los residentes es de 0,818 y el de los turistas 0,849, afirmando que son buenos datos y fiables.

Los residentes tienen de media conjunta 3,375, en orden las actividades que con más frecuencia realizan son: reciclaje (3,75), disminución del consumo de agua (3,73), ahorro energético (3,69), disminución del uso de plástico (3,34) y por último informarse de la

política ambiental de las empresas (2,36). En el caso de los turistas la media global es superior que la de residentes siendo de 3,609, aunque las diferencias entre ambos no son significativas. Coinciden el orden de la actividad de más frecuencia, acciones de reciclaje (3,96) y en la de menor, información sobre la política ambiental de las empresas.

Esta pregunta se mide a través de una escala Likert cuyo significado es 1 “nunca” y 5 “siempre”. Por ello, con excepción de la última actividad, el resto se realizan a veces o con cierta habitualidad en su día a día (Tabla 6.6).

Tabla 6.7. Grado de satisfacción sobre estos aspectos de la ciudad de León.

DESCRIPCIÓN	ALFA DE CRONBACH RESIDENTES	MEDIA RESIDENTES	ALFA DE CRONBACH TURISTAS	MEDIA TURISTAS
GRADO DE SATISFACCIÓN SOBRE ESTOS ASPECTOS LLEVADOS A CABO EN LA CIUDAD DE LEÓN	0,750	3,407	0,814	3,696
Cuidado de espacios naturales		3,50		3,78
Contaminación atmosférica		3,25		3,56
Nivel de suciedad de las calles		3,27		3,62
Cantidad de turistas		3,47		3,58
Nivel de urbanización turística		3,17		3,49
Conservación de los monumentos		3,78		4,16

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos de la encuesta realizada con Google forms.

En la pregunta: grado de satisfacción sobre los siguientes aspectos llevados a cabo en la ciudad de León, el alfa de Cronbach de los residentes es de 0,750 y el de los turistas de 0,814, siendo de más calidad y fiabilidad este último, aunque en ambos casos es aceptable y válido para estos ítems.

La escala Likert en este caso es “1: Desacuerdo/nivel bajo/malo” y “5: Muy de acuerdo/nivel alto/ muy bueno”. El grado de satisfacción con estos aspectos de manera global es de 3,407 en los residentes y de 3,696 en los turistas, siendo un grado normal, intermedio, sin ser las diferencias entre ambos significativas.

La conservación de los monumentos en el aspecto mejor valorado por residentes y turistas, obteniendo las medias más altas de la pregunta con un 3,78 y 4,16 respectivamente. El cuidado de espacios naturales es el segundo factor de mayor satisfacción por las dos muestras con un 3,50 y un 3,78. El nivel de urbanización turística es el peor valorado en los dos casos con un 3,17 de los residentes y un 3,49 para los turistas, valores muy bajos comparados con el más alto o con la media general (Tabla 6.7).

7. CONCLUSIONES

Para finalizar la investigación hecha acerca de la ciudad de León, en la que se analiza por un lado los planes de sostenibilidad o acciones que se promueven por parte de las instituciones, y por otro si existe algún establecimiento que favorezca y permita realizar este tipo de turismo. En dicha investigación se han extraído resultados del análisis de la opinión y conciencia ecológica de los turistas y residentes de esta ciudad, siendo posible así dar respuestas a alguno de los objetivos planteados en el inicio de este Trabajo Fin de Grado. A continuación, se van a exponer las principales reflexiones a las que se ha llegado con la realización del caso.

En primer lugar, podemos afirmar que León es una ciudad que promueve mucho el turismo rural gracias a todos los paisajes y entornos naturales que posee. Son muchos los establecimientos disponibles para la realización de este turismo combinado con actividades sostenibles ya que consideran que es una oportunidad y que cada vez existe una mayor demanda, además, para poder realizar turismo en lugares rurales es necesaria una mínima conciencia medioambiental para poder cuidar el entorno en el que se encuentra y para su preservación en el tiempo. Para fomentar esa conciencia en los viajeros que se hospedan ofrecen numerosas actividades siempre teniendo en cuenta que su impacto no sea perjudicial para el ecosistema en el que se encuentran.

Los establecimientos que se incorporan a este sector en la actualidad lo hacen de una manera aún más sostenible, empezando por la elección de los materiales de su construcción, la orientación del edificio, el cuidado de los jardines, incluso la elección de sus proveedores si los tienen, impulsando siempre los productos de proximidad, apoyando así la economía local.

A diferencia de otras ciudades, León, se centra en dos actividades en cuanto a sostenibilidad de la ciudad que son: Las campañas de concienciación ecológica y el reciclaje, en el caso de este último posee premios por su gran esfuerzo y colaboración ciudadana para lograrlo. También, trabaja mucho de estos aspectos a través de ferias y eco mercados, asimismo, participa en proyectos para disminuir las emisiones de carbono. En cambio, aunque posee certificaciones de sostenibilidad y tiene reservas de la biosfera y trabaja en este aspecto, son pocos los establecimientos que cumplen todos los requisitos

para considerarse 100% sostenibles, la oferta en establecimientos es pequeña, es más amplia en la realización de actividades.

La segunda parte del caso estudiado se ha realizado mediante una encuesta teniendo en cuenta los objetivos planteados. Los resultados de las encuestas comienzan por un breve análisis de las variables sociodemográficas de las personas que conforman la muestra: Clasificación por género, edad, ocupación, nivel de ingresos, lugar de alojamiento, compañía en el viaje, número de visitas y días de estancia en la ciudad de León. Las siguientes preguntas se pueden clasificar también en tres grupos, uno media la conciencia ecológica de los encuestados, otro la intención de consumo de este tipo de productos o servicios y finalmente otras preguntas tienen la finalidad de analizar el comportamiento hacia lo ecológico o sostenible al elegir un destino turístico.

En el caso de los residentes los resultados mostraron que el 57% sí se fijan en que los productos que consumen en su vida cotidiana son sostenibles o no, mostrando así que sí tienen interés por este tipo de producto frente a un 43% que no se fija. También, consideran como obstáculo de la expansión del turismo sostenible en León principalmente el apoyo económico, seguido de la falta de interés y de la conciencia ecológica de los residentes, afirmando que la falta de estudios y preparación por parte del personal del sector no es el problema.

Uno de los objetivos principales era conocer si tienen conciencia ecológica turistas y residentes, para ello se elaboraron en concreto tres preguntas comunes para las dos encuestas. La primera pregunta recogía 4 afirmaciones acerca de si se esforzaban por mejorar el medio ambiente, si tenían ese compromiso, responsabilidad, y si se informaban sobre este tema. El valor más bajo en esta pregunta es el que se trata sobre informarse y el más alto el de la responsabilidad.

La siguiente pregunta analiza la frecuencia con la que realizan acciones concretas que repercuten en el medio ambiente, las medias más altas son las del reciclaje seguido de la disminución del consumo de agua y de nuevo el valor más bajo es el ítem referido a informarse sobre política ambiental.

Por último, de forma conjunta se elaboró una pregunta que recogiera las opiniones sobre el aspecto y cuidado de diferentes espacios de la ciudad de León, estando de acuerdo por todos los encuestados en que lo mejor era la conservación de los monumentos y el cuidado de los espacios naturales, dejando el nivel de urbanización turística como el ítem de menor satisfacción.

Las tres preguntas recogen siempre en todos los casos valores más altos por parte de los turistas demostrando que tienen mayor conciencia ecológica e interés por este tema que los residentes, aunque las diferencias no son significativas en la muestra utilizada. Además, en la pregunta concreta de León, los turistas tenían una mayor satisfacción hacia los elementos planteados que los residentes ya que las puntuaciones medias así lo demuestran porque son más altas.

Para reforzar esta afirmación sobre los turistas nos dirigimos a la pregunta en la que tienen que opinar si cuando viajan realizan un turismo sostenible, los resultados de esta pregunta corroboran lo anterior, ya que 7 personas contestaban que siempre, 14 casi siempre y 21 a veces, siendo solamente 5 personas las que nunca realizan este turismo, demostrando que si tienen interés y practican esta forma de viajar.

Sabiendo que mayoritariamente si tienen interés por llevar a cabo este tipo de turismo, se preguntó por la oferta en concreto de León. El 41% sí puede elegir entre varias opciones, a un 39% le resulta difícil y un 20% no le interesa este turismo. Como se vio en la parte informativa de León por el momento la oferta no es amplia, y se limita mucho a alojamientos rurales que poseen estos sellos de calidad medioambiental.

Para poder dar respuesta a uno de los objetivos específicos que era conocer si es un factor importante para visitar una ciudad, se plantearon dos preguntas concretas a los turistas de manera que se observara su comportamiento hacia este tipo de servicios.

La primera recoge el grado de acuerdo con la realización de una serie de actividades mientras se hace turismo, con sus respuestas afirman de nuevo su interés por esta forma de viajar ya que el valor más alto lo tiene “Si tuviera la oportunidad, elegiría siempre establecimientos respetuosos con el medio ambiente” seguido de “Consumiría

frecuentemente servicios sostenibles/ ecológicos” y “Procuraría elegir destinos que sean amigables con el medio ambiente”.

La segunda pregunta recoge los factores de sostenibilidad que tienen más en cuenta para elegir destino, estos son: “La ciudad de destino posee una gran red de transporte público”, “Alojarse en hoteles con certificaciones de sostenibilidad” y “La ciudad de destino cuenta con números establecimientos con prácticas de gran responsabilidad ambiental” son los que tienen más importancia para ellos.

Una vez finalizado el análisis del caso podemos destacar que las personas que no son residentes de León poseen más conciencia ecológica e interés por consumir productos y servicios sostenibles, pero que de manera general si consideran que son aspectos importantes. El factor que realmente determina si elegir un establecimiento que cumplan con los requisitos sostenibles es el precio, por lo tanto, en una circunstancia en la que ambas opciones tengan precios iguales o con poca diferencia elegirían la alternativa sostenible.

Como reflexión personal y final, considero que las instituciones públicas de León deberían ampliar las actividades que realizan para proteger el medio ambiente, por ejemplo, convirtiendo su flota de autobuses urbanos en autobuses eléctricos como están haciendo otras ciudades. Por otro lado, a las empresas del sector turístico les recomiendo invertir en adaptar sus establecimientos a construcciones y servicios sostenibles ya que, a largo plazo ayudan a reducir en costes y además en un futuro cada vez más cercano será decisivo para elegir entre varias opciones, consiguiendo mejorar finalmente su rendimiento.

Se puede concluir que es un tipo de turismo que próximamente va a cobrar aún más importancia, de manera que las ciudades y las empresas tienen que estar preparadas para adaptar sus servicios.

Finalmente, este estudio podría continuar analizando la conciencia ecológica en otros sectores, o entre países, siendo interesante conocer las opiniones de los consumidores por parte de las empresas mientras elaboran su estrategia competitiva.

8. REFERENCIAS

- Acciona. (s. f.). *¿Conoces los Restaurantes Sostenibles?* Acciona. <https://www.sostenibilidad.com/vida-sostenible/conoces-los-restaurantes-sostenibles/>
- ACNUR Comité Español. (2018). *Cómo aumentar la conciencia ambiental de la sociedad.* ACNUR. https://eacnur.org/blog/como-aumentar-la-conciencia-ambiental-de-la-sociedad-tc_alt45664n_o_pstn_o_pst/
- Agencia de Gastromarketing. (s. f.). *Restaurante ecológico: ¿Cómo son?* Agencia de gastromarketing. <https://eloyrodriguez.com/restaurante-ecologico/>
- Agroturismo arkaia. (s. f.). *Agroturismo Arkaia - Sostenibilidad.* Agroturismo arkaia. <https://agroturismoarkaia.com/es/sostenibilidad>
- Ayuntamiento de Barcelona. (2017a). *La Barcelona sostenible.*
- Ayuntamiento de Barcelona. (2017b). *Turismo responsable y sostenible | Meet Barcelona.* Ayuntamiento de Barcelona. <https://meet.barcelona.cat/es/descubre-barcelona/barcelona-actual/turismo-responsable-y-sostenible>
- Ayuntamiento de Barcelona. (2019). *Barcelona, destinación de turismo sostenible mundial | Turismo.* Ayuntamiento de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/turisme/es/noticia/barcelona-destinacion-de-turismo-sostenible-mundial_598025
- Ayuntamiento de Barcelona. (2020). *Compromiso de ciudad con la Agenda 2030.* Ayuntamiento de Barcelona. https://www.barcelona.cat/infobarcelona/es/tema/medio-ambiente-y-sostenibilidad/compromiso-de-ciudad-con-la-agenda-2030_853578.html
- Ayuntamiento de León. (2017). *Sostenibilidad: un 64,6% de leoneses se desplaza a pie o en bicicleta.* Plan estratégico León 2018-2027. <https://planestrategico.leon.es/leon-desplaza-pie-bicicleta/>
- Ayuntamiento de León. (2018a). *El proyecto europeo de energía eficiente 'Making-city' elige a León.* Plan estratégico León 2018-2027. <https://planestrategico.leon.es/leon-proyecto-europeo-energia-eficiente-making-city/>
- Ayuntamiento de León. (2018b). *León, el único destino turístico sostenible en España reconocido por UNESCO.* Plan estratégico León 2018-2027. <https://planestrategico.leon.es/destino-sostenible-unesco/>
- Ayuntamiento de Málaga. (2018). *Málaga Ciudad Sostenible.* www.malaga.eu

- Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. (s. f.-a). *Ciudad verde - Turismo en Vitoria-Gasteiz*. Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&uid=u_381301f_12c0b0a6541__7fdf
- Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. (s. f.-b). *Rehabilitación ambiental y ampliación del Palacio de Congresos Europa - Hacia un Palacio de Congresos sostenible*. https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&uid=u_a32d4c0_146a31d77b7__7fbf
- Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. (s. f.-c). *Turismo en Vitoria-Gasteiz - Certificación Biosphere*. Sitio web del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&uid=u_6cacc1b7_15311b41d2f__7e6c
- Barroso, C. (2019). *Primer resort 100% ecológico de España*. ABC. https://www.abc.es/natural/vivirenverde/abci-primer-resort-100-por-ciento-ecologico-espana-201902130840_noticia.html?ref=https://www.google.com/
- Blasco Lázaro, M. (2005). *Introducción al concepto de turismo sostenible*. <https://www.aragon.es/documents/20127/674325/INTRODUCCION-2019.06.12.11.39.00.pdf/ede0fddd-740e-bbf1-60f0-c3a8288d167f>
- Booking. (2019). *Booking.com publica los resultados clave de su informe de 2019 sobre turismo sostenible: Según el 76% de los viajeros españoles es necesario tomar decisiones sostenibles para preservar el planeta par*. booking. <https://news.booking.com/bookingcom-publica-los-resultados-clave-de-su-informe-de-2019-sobre-turismo-sostenible-segun-el-76-de-los-viajeros-espanoles-es-necesario-tomar-decisiones--sostenibles-para-preservar-el-planeta-para-las-futuras-generaciones/>
- Brandon, N. (2019, septiembre 14). León se vuelve «Eco». *Leon noticias*. <https://www.leonoticias.com/leon/feria-ecomercado-leon-ecologico-consumo-san-marcelo-20190914121946-nt.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.es%2F>
- Casa siempre viva. (2020). *Sostenibilidad de la casa siempre viva*. Casa siempre viva. <https://www.casasiempreviva.com/sustainability/>
- CEUPE. (s. f.). *¿Cómo crear en el turista una consciencia ecológica?* Centro europeo de postgrado. <https://www.ceupe.com/blog/como-crear-en-el-turista-una-conciencia-ecologica.html>

- Calomarde, José (2000). *Marketing Ecológico*. Editorial Pirámide. España.
- Chamorro Mera, A. (2003). *El etiquetado ecológico: Un análisis de su utilización como instrumento de marketing*. [Universidad de Extremadura].
<http://www.pcid.es/public.htm>
- Chamorro, A. (2001). *El marketing ecológico*.
<http://www.5campus.org/leccion/ecomarketing>
- Chamorro, Antonio. (2001). *Marketing ecológico; sí, marketing ecológico*. Universidad de Extremadura. España.
- Ciencias Ambientales. (2019). *Las capitales europeas más eco-friendly para visitar una vez en la vida*. Ciencias Ambientales.
<https://www.cienciasambientales.com/es/noticias-ambientales/capitales-europeas-eco-friendly-para-visitar-viajerospiratas-18058>
- comission european. (2012). *Ciudades verdes: abiertas a la vida*.
- Conserjería del medio ambiente. (2017). *Proyecto Gran Canaria Turismo Sostenible - Cabildo de Gran Canaria*. Consejería de medio ambiente.
<https://cabildo.grancanaria.com/r-proyecto-gran-canaria-turismo-sostenible>
- Desse, M., Audebert, C., y M, P. C. J. (2008). L'articulation entre migrations, mobilités et constructions identitaires : Une nouvelle approche de l'insertion de la Caraïbe dans les réseaux de la mondialisation. *Études caribéennes*, 9 y 10(8).
<https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.902>
- Diario de Valderrueda. (2019, marzo 26). 12 empresas rurales de León reciben el certificado de turismo responsable y sostenible. *Diario de Valderrueda*.
<https://www.diariodevalderrueda.es/texto-diario/mostrar/1366945/12-empresas-rurales-leon-reciben-certificado-turismo-responsable-sostenible>
- ECológica, B. (2019, agosto 13). Crece el fenómeno 'flygskam': no volar por conciencia ecológica. *El diario*. https://www.eldiario.es/clm/ecologica/Crece-fenomenoflygskam-volar-conciencia-ecologica_6_930966905.html
- España Slow. (s. f.). *Restaurantes km0 « España Slow*.
<https://españaslow.es/restaurantes-km0/>
- Europapress. (2018). Málaga recibe el premio Ciudad Sostenible en la categoría de Calidad del Aire. *europa press; EuropaPress*.
<https://www.europapress.es/andalucia/malaga-00356/noticia-malaga-recibe-premio-ciudad-sostenible-categoria-calidad-aire-20180118152633.html>

- European Comission. (2012). *Capital Verde Europea*. European comission. <https://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/winning-cities/2012-vitoria-gasteiz/index.html>
- FAO. (2009). *Fao-Definiciones*. <http://www.fao.org/organicag/en/>
- Federacion de enseñanza de CC.OO Andalucía. (2010, julio). Ecohoteles: una apuesta de sostenibilidad para el siglo xxi. *Revista difital para profesionales de la enseñanza*, 1-15.
- Fernández Aldariz, I. (2017). *Turismo Sostenible y Ecoturismo, ¿son lo mismo? - Greenteach*. Greenteach. <https://www.greenteach.es/turismo-sostenible-y-ecoturismo-son-lo-mismo/>
- Hermeneus. (s. f.). *Restaurantes y Hostelería en hermeneus*. Hermeneus. Recuperado 14 de mayo de 2020, de <https://www.hermeneus.es/buscar/todos/restaurantes-hosteleria/referencias>
- Hernández, C. E., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *ALERTA Revista Científica del Instituto Nacional de Salud*, 2(1), 75-79. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Hinojosa, V. (2016, agosto 30). Así es un hotel sostenible | Hoteles y Alojamientos. *Hosteltur*. https://www.hosteltur.com/117724_asi-es-hotel-sostenible.html
- Iglesias, M. (2020, abril 30). Alianza entre la Cátedra de Turismo y Aletur para salvar el turismo. *La nueva Cronica*. <https://www.lanuevacronica.com/alianza-entre-la-catedra-de-turismo-y-aletur-para-salvar-el-turismo>
- INE. (2018). *INEbase Servicios Hostelería y turismo*. [Conjunto de datos]. https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863
- Leal Londoño, M. del P. (2017). *Turismo ecológico y sostenible : perfiles y tendencias*. <https://www.ostealea.com/>
- León7noticias. (2017, noviembre 17). El turismo sostenible será protagonista de la oferta turística de la provincia de León. *Diario de noticias Decano de la Prensa de León*. <https://www.leon7dias.com/2017/11/17/el-turismo-sostenible-sera-protagonista-de-la-oferta-turistica-de-la-provincia-de-leon/>
- LeonUp. (2019). León, ciudad verde y sostenible. *LeonUp*. <http://www.leonup.com/es/2019/06/13/leon-ciudad-sostenible/>
- Linares, H. L., & Morales Garrido, G. (2014). *Opiniones y ensayos Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo* (Vol. 12).

- www.pasosonline.org
- Lisboa green capital. (2020). *Notícias – Lisboa Green Capital 2020*. Lisboa green capital. <https://lisboagreencapital2020.com/categoria/noticias/>
- Lopesan Hotel Group. (2018). *Memoria responsabilidad social corporativa de sostenibilidad lopesan hotel group*. Lopesan. <https://www.lopesan.com/es/hoteles/espana/gran-canaria/meloneras/costa-meloneras/>
- Mas Salagros Ecoresort. (2019). *Plan de gestión de sostenibilidad*. Mas Salagros Ecoresort.
- Mollejo, V. (2019, febrero 14). Medio ambiente: Cinco restaurantes 100% ecológicos de España. *El confidencial*. https://www.alimente.elconfidencial.com/gastronomia-y-cocina/2019-02-14/restaurantes-ecologicos-espana_1797646/
- Mora Alonso, A. (2012, junio). Convivir con un entorno natural de gran valor- Vitoria-Gasteiz. *repositorio de investigación,Riarte*, 1-6. http://www.riarte.es/bitstream/handle/20.500.12251/473/CERCHA_112_JUNIO_12_pp_12-18_Vitoria-Gasteiz%2C_Ciudad_Verde_Europea_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Observatorio de la Sostenibilidad. (2018). *Ciudades sostenibles en españa 2018*. <https://www.observatoriosostenibilidad.com/informes/>
- OMT. (s. f.). *Ecoturismo y áreas protegidas | OMT*. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>
- OMT. (1993). *Búsqueda global | OMT*. OMT. <https://www.unwto.org/search?keys=turismo+sostenible>
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Tourism definitions. En *Definiciones de turismo de la OMT*. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Origorooms. (2020). *Eco hoteles*. origorooms. <https://www.origorooms.com/eco-hoteles/>
- Ostelea. (2016). *El volumen de negocio de turismo ecológico a nivel mundial crece un 10,5% más en el último año. | Ostelea*. Ostelea. <https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/el-volumen-de-negocio-de-turismo-ecologico-nivel-mundial-crece-un-105-mas-en-el>
- Ozcáriz Salazar, J., Andrés Orive, L., Marañón, B., Itziar Velasco, A., & Sarasua, A. (2012). Vitoria-gasteiz. european green capital 2012. hacia un sistema urbano más sostenible. *Planur*, 1-17.
- Porrás Nuñez, C. (2019, diciembre). *La búsqueda de un turismo sostenible, ante el reto*

- de implicar al ciudadano*. Hosteltur. https://www.hosteltur.com/133044_la-busqueda-de-un-turismo-sostenible-ante-el-reto-de-implicar-a-la-sociedad.html
- Portal turístico ciudad de León. (2020). *Portal Turístico de la Ciudad de León*. Portal turístico de la Ciudad de León. <http://www.leon.es/>
- Programa congreso de movilidad y turismo sostenible Málaga. (2019). En *Congreso movilidad y turismo sostenible*. <https://congresomovilidadyturismososteniblemalaga.com/wp-content/uploads/2019/07/programa-2019-pdf.pdf>
- Restaurante Azurmendi. (2020). *Azurmendi Sostenible*. Restaurante Azurmendi. <https://azurmendi.restaurant/wp-content/uploads/2020/03/02-Azurmendi-sostenible.pdf>
- Rodríguez Bermúdez, R., & Junta de Andalucía. (2014). *Plan de calidad turística de Andalucía 2014-2020*. https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/PCTA_141215.pdf
- Secretaría de la Capital Verde Europea. (2018). *La Capital Verde Europea*. <https://ec.europa.eu/environment/europeangreencapital/wp-content/uploads/2013/02/ENV-15-007-factsheet-ES-web.pdf>
- Sellares, M. A., Azpelicueta, M. C., & Sánchez-Fernández, M. D. (2015). Turismo sostenible: lugareños frente a turistas. el caso de la ciudad de barcelona. *HOLOS*, 3, 331. <https://doi.org/10.15628/holos.2015.2809>
- Torres, A. (2010). Certificaciones Ambientales, Productos Innovadores Y Redes De Cooperación: Iniciativas De Turismo Sostenible En Nuevos Destinos De Cataluña. *Revista De Análisis Turístico*, 10(10), 1-8. <https://doi.org/10.1234/RAT2011N11>
- Tournews. (2019, mayo 11). Canarias epicentro de Europa en Turismo Sostenible. *Tournews*. https://www.tournews.es/espana/canarias-epicentro-de-europa-en-turismo-sostenible_4454636_102.html
- Trevel. (2020). *Asesoría de turismo sostenible y proyectos - Trevel*. trevel. <https://www.trevel.es/somos-asesoria-turismo-sostenible/>
- Twenergy. (2020). *10 Destinos sostenibles en España, ¿con cuál te quedas?* Twenergy. <https://twenergy.com/sostenibilidad/turismo-sostenible/10-destinos-sostenibles-en-espana-con-cual-te-quedas-2650/>
- Vargas Larrubia, R., & Luque Gil, A. M. (2015, junio). Las estrategias para la excelencia y la calidad turística en los destinos maduros. El caso de la provincia de Málaga. *Baetica. Estudios de Historia Moderna y Contemporánea*, 26.

<http://www.revistas.uma.es/index.php/baetica/article/view/425/373>

Yáñez, L. (2016). *El binomio hotel y ecología atrae un turismo de mayor calidad - Andalucía Lab*. Blog Andalucía Lab, Innovación en turismo. <https://www.andalucialab.org/blog/el-binomio-hotel-y-ecologia-atrae-un-turismo-de-mayor-calidad/>

ANEXO 1**CUESTIONARIO RESIDENTES**

0. (pregunta filtro): Ciudad de residencia: _____ (solo podrán continuar si residen en León).

1. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las siguientes afirmaciones, siendo 1 estoy “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”.

Soy una persona comprometida con la sostenibilidad y el medio ambiente	1	2	3	4	5
Hago el mejor esfuerzo para proteger el medio ambiente	1	2	3	4	5
Me informo sobre la contaminación, el medio ambiente y la ecología	1	2	3	4	5
Soy responsable de proteger al medio ambiente en el día a día	1	2	3	4	5

2. Indique con qué frecuencia realiza las siguientes acciones en su vida diaria, siendo 1 “nunca” y 5 “siempre”.

Realizo acciones de reciclaje	1	2	3	4	5
Realizo acciones para disminuir el consumo de agua	1	2	3	4	5
Realizo acciones para disminuir el uso plástico	1	2	3	4	5
Realizo acciones de ahorro energético	1	2	3	4	5
Me informo de la política ambiental que tienen las empresas	1	2	3	4	5

3. Indique su grado de satisfacción sobre los siguientes aspectos llevados a cabo en la ciudad de León, siendo “1: Desacuerdo/nivel bajo/malo” y “5: Muy de acuerdo/nivel alto/ muy bueno”

Cuidado de espacios naturales	1	2	3	4	5
Contaminación atmosférica	1	2	3	4	5
Nivel de suciedad de las calles	1	2	3	4	5
Cantidad de turistas	1	2	3	4	5
Nivel de urbanización turística	1	2	3	4	5
Conservación de los monumentos	1	2	3	4	5

4. ¿Se fija si los productos o servicios que consume contribuyen de alguna forma a la mejor preservación del medio ambiente?

-Si

-No

5. ¿Ha observado como su entorno se deteriora debido a la llegada de turistas?

-Mucho

-Poco

-Apenas he notado un cambio

6. En una escala de 1 a 5 donde 1 es “nada importante” y 5 es “muy importante” ¿Qué factores considera que son un obstáculo para el desarrollo del turismo sostenible en la ciudad de León?

Falta de apoyo económico	1	2	3	4	5
Falta de capacitación del personal de servicios	1	2	3	4	5
Falta de interés general	1	2	3	4	5
Falta de concienciación de los residentes	1	2	3	4	5
Falta de estudios especializados	1	2	3	4	5

7. Género: ___ Hombre ___ Mujer

8. Edad: _____

9. Nivel de ingresos anuales (individuales):

- menos de 9.000 euros

-entre 9.000 y 15.000 euros

-entre 15.000 y 22.000 euros

-más de 22.000 euros

10. Ocupación:

___Estudiante

___Trabajo por cuenta ajena

___Trabajo por cuenta propia

___Jubilado

___Parado

CUESTIONARIO TURISTAS

1.Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las siguientes afirmaciones, siendo 1 estoy “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”.

Soy una persona comprometida con la sostenibilidad y el medio ambiente	1	2	3	4	5
Hago el mejor esfuerzo para proteger el medio ambiente	1	2	3	4	5
Me informo sobre la contaminación, el medio ambiente y la ecología	1	2	3	4	5
Soy responsable de proteger al medio ambiente en el día a día	1	2	3	4	5

2.Indique con qué frecuencia realiza las siguientes acciones en su vida diaria, siendo 1 “nunca” y 5 “siempre”.

Realizo acciones de reciclaje	1	2	3	4	5
Realizo acciones para disminuir el consumo de agua	1	2	3	4	5
Realizo acciones para disminuir el uso plástico	1	2	3	4	5
Realizo acciones de ahorro energético	1	2	3	4	5
Me informo de la política ambiental que tienen las empresas	1	2	3	4	5

3.Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las siguientes afirmaciones, siendo 1 estoy “totalmente en desacuerdo” y 5 “totalmente de acuerdo”.

Dejaría de realizar ciertas actividades turísticas para proteger el medio ambiente	1	2	3	4	5
Elegiría servicios turísticos por ser sostenibles con el medio ambiente, aunque sean más caro	1	2	3	4	5
Consumiría frecuentemente servicios sostenibles/ ecológicos	1	2	3	4	5
Procuraría elegir destinos que sean amigables con el medio ambiente	1	2	3	4	5
Si tuviera la oportunidad, elegiría siempre establecimientos respetuosos con el medio ambiente	1	2	3	4	5
Pagaría más por alojarse en un hotel sostenible y responsable con el medio ambiente	1	2	3	4	5

4. Indique la importancia que supone para usted estos aspectos al realizar un viaje, siendo 1 “nada” y 5 “Mucho”.

La ciudad de destino tiene premios de calidad medio ambiental	1	2	3	4	5
La ciudad de destino realiza muchas actividades de concienciación ecológica	1	2	3	4	5
La ciudad de destino posee una gran red de transporte público	1	2	3	4	5
La ciudad de destino cuenta con números establecimientos con prácticas de gran responsabilidad ambiental	1	2	3	4	5
Alojarse en hoteles con certificaciones de sostenibilidad	1	2	3	4	5

5. ¿Considera que cuando viaja realiza un turismo sostenible? Marque el nivel en el que considera que lo realiza. Siendo “1= nada” y “5= totalmente”

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. Indique su grado de satisfacción sobre los siguientes aspectos llevados a cabo en la ciudad de León, siendo “1: Desacuerdo/nivel bajo/malo” y “5: Muy de acuerdo/nivel alto/ muy bueno”

Cuidado de espacios naturales	1	2	3	4	5
Contaminación atmosférica	1	2	3	4	5
Nivel de suciedad de las calles	1	2	3	4	5
Cantidad de turistas	1	2	3	4	5
Nivel de urbanización turística	1	2	3	4	5
Conservación de los monumentos	1	2	3	4	5

7. ¿Ha encontrado una amplia oferta de turismo ecológico en la ciudad de León?

-no, me ha resultado difícil

-sí, pude elegir entre diferentes opciones

8. Nº veces que ha visitado esta ciudad:

9. Nº Días en la ciudad en su última visita a León:

10. Lugar donde se alojó en su última visita a León:

- Hotel
- Apartamentos
- Albergue
- Otro _____

11. Realizó el viaje:

Solo Pareja Familia Amigos

12. Género: ___ Hombre ___ Mujer

13. Edad: _____

14. Nivel de ingresos anuales (individuales):

- menos de 9.000 euros
- entre 9.000 y 15.000 euros
- entre 15.000 y 22.000 euros
- más de 22.000 euros

15. Ocupación:

- ___Estudiante
- ___Trabajo por cuenta ajena
- ___Trabajo por cuenta propia
- ___Jubilado
- ___Parado