

LA CARTA EUROPEA DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LOS ESPACIOS PROTEGIDOS

TEXTO OFICIAL

INTRODUCCIÓN

La Carta europea del turismo sostenible se inscribe en las prioridades mundiales y europeas expresadas por las recomendaciones de la Agenda 21, adoptadas en la Cumbre de la Tierra en Río en 1992 y por el quinto Programa de acciones comunitarias para el desarrollo sostenible.

Esta Carta ha sido elaborada por un grupo constituido por representantes europeos de los espacios protegidos, del sector turístico y de sus colaboradores. Es la continuación de una primera reflexión, iniciada en 1991, por la Federación Europarc, que culminó con la publicación del informe *Loving them to death?*¹.

La Carta constituye una de las prioridades del programa de acciones "Parques para la vida" de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN).

Además, cumple los principios enunciados en la Carta mundial del turismo sostenible elaborada en Lanzarote en 1995.

Aplicación del concepto de desarrollo sostenible

La presente Carta favorece la aplicación concreta del concepto de desarrollo sostenible, es decir, "un desarrollo que satisfice las necesidades de las generaciones actuales sin poner en peligro la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras".²

Este desarrollo implica la conservación de los recursos para las generaciones futuras, un desarrollo económico viable y un desarrollo social equitativo.

LA CARTA

Desarrollar un turismo que cumpla los principios del desarrollo sostenible

La Carta europea del turismo sostenible refleja la voluntad de las instituciones encargadas de la gestión de los espacios protegidos y de los profesionales del turismo de favorecer un turismo que cumpla los principios del desarrollo sostenible.

La Carta compromete a los firmantes a llevar a la práctica una estrategia local a favor de un "turismo sostenible", definido como "cualquier forma de desarrollo, equipamiento o actividad turística que respete y preserve a largo plazo los recursos naturales, culturales y sociales y que contribuya de manera positiva y equitativa al desarrollo económico y a la plenitud de los individuos que viven, trabajan o realizan una estancia en los espacios protegidos".

La puesta en marcha de un turismo de este tipo requiere una reflexión global concertada y el refuerzo de todas las interacciones positivas entre la actividad turística y el resto de sectores del territorio.

¹ **Loving them to death?**, traducido en francés *Passion fatale* (Pasión fatal). Editado por la Federación Europarc - Kröllstrasse 5, D-94481 Grafenau, Bundesrepublik Deutschland. Tel 49 85 52 9 61 00. Email: europarc@t-online.de

² Fragmento del informe Brundtland Nuestro futuro común – Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo- édition du fleuve-1989

En definitiva, dicho turismo sostenible pretende responder a las expectativas de los nuevos clientes europeos dándole un nuevo sentido al viajar: el de tomarse el tiempo para descubrir y conocer otras gentes, otros lugares y de enriquecerse con ese encuentro dando un poco de uno mismo.

Ayudar a los espacios protegidos y a sus colaboradores a definir su propio programa de desarrollo turístico sostenible

La adhesión a la Carta debe conducir a la definición de una estrategia plurianual de desarrollo turístico sostenible y de un programa de acciones contractuales por y para el territorio y las empresas firmantes.

Los documentos metodológicos pueden ayudar a los firmantes a la aplicación concreta de los principios del desarrollo sostenible.

La elección de una aproximación estratégica

Adherirse a la Carta significa respetar la aproximación estratégica del desarrollo turístico sostenible.

Significa hacer un diagnóstico, consultar e implicar a los colaboradores, fijar objetivos estratégicos, asignar los medios necesarios, llevar a cabo un programa de acciones y evaluar los resultados.

Para el espacio protegido, se traduce en la realización de un diagnóstico de las necesidades del territorio (problemas y oportunidades) elaborado y aprobado por los colaboradores. Dicho acercamiento tiene como objetivo definir la orientación turística más apropiada para el conjunto del territorio.

Para la empresa turística, el diagnóstico analiza su actividad, es decir, la adecuación entre su oferta y las expectativas de los visitantes y las medidas que hay que tomar para la valorización del patrimonio local.

También significa tener en cuenta el medio ambiente y el desarrollo sostenible en la gestión de la empresa.

Para la agencia de viajes, este acercamiento se traduce en el análisis de la compatibilidad entre su oferta y los objetivos de la zona.

El flujo de visitantes no debe destruir los recursos patrimoniales que los turistas vienen a disfrutar.

El compromiso de adoptar la ética del turismo sostenible

Los firmantes de la Carta se adhieren a la ética del turismo sostenible. Se comprometen a trabajar para conseguir una mejor contribución del turismo a la protección y a la valorización del patrimonio. Se comprometen a adoptar una ética comercial basada en el respeto por el cliente y el establecimiento de una política de precios justa. La ética también estará presente en su política de acogida, favoreciendo el acceso a los espacios protegidos a todos los públicos y, en concreto, a los estudiantes, a los jóvenes, a los ancianos y a los discapacitados.

Promoviendo la colaboración

Adherirse a la Carta del turismo sostenible significa adoptar un método de trabajo basado en el principio de colaboración. Éste se expresa en todas las fases de definición y de puesta en marcha del programa de desarrollo turístico sostenible. Se traduce en una contractualización y una cooperación intensa y franca entre la institución encargada de la gestión del espacio protegido, los proveedores turísticos, los operadores de viajes (*tour operators*) y el resto de actores locales.

La Carta es un instrumento para poner en marcha este trabajo de colaboración. Favorece la responsabilidad compartida, y describe los compromisos individuales y colectivos sobre:

- **El espacio protegido**, suscitando la implicación de la autoridad responsable en el plan de gestión del área oficialmente protegida. La estrategia propuesta por el espacio protegido, en el marco de la Carta, debe desarrollarse en colaboración con los representantes de la empresa turística, del resto de sectores económicos y de la población local, así como con las autoridades locales. La estrategia debe plasmarse en acuerdos firmados con colaboradores locales implicados en el desarrollo turístico sostenible.
- **La empresa turística** situada en dicho espacio protegido, suscitando la adhesión del director de la empresa, que se implica en la reflexión y en la aplicación de los principios del desarrollo turístico sostenible, en asociación con el espacio protegido.
- **Del operador de viajes en general o especialista en viajes a espacios protegidos**, suscitando la adhesión del responsable de la empresa que integre los principios del desarrollo sostenible en su oferta.
Se encarga de trabajar en asociación con el organismo que fomenta la estrategia del espacio protegido y los proveedores turísticos locales.

El respeto de las reglas básicas del turismo

Todos los firmantes de la Carta se comprometen a respetar las reglas básicas del turismo. Por ejemplo:

- las reglas comerciales (respeto de los cupos asignados y de las comisiones de los intermediarios),
- la competencia técnica,
- la calidad y la rapidez de la información,
- el respeto del derecho del turismo,
- la preferencia por la iniciativa privada.

EL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL ESPACIO PROTEGIDO

El turismo ofrece un medio privilegiado para sensibilizar al gran público sobre el respeto al medio ambiente. Asimismo, presenta un fuerte potencial de apoyo a las actividades económicas tradicionales y a la mejora de la calidad de vida.

Para responder tanto a las exigencias específicas de los espacios protegidos como a las expectativas de los turistas europeos, es primordial que el turismo preserve el patrimonio sobre el que fundamenta su actividad.

Al adherirse a la Carta, el espacio protegido elige adoptar un desarrollo turístico compatible con los principios del desarrollo sostenible. También se compromete a favorecer la coherencia de las acciones que se lleven a cabo en el territorio y a tener en cuenta una perspectiva a largo plazo de la gestión del área.

Da prioridad a la acción concertada y la responsabilidad compartida para mejorar la eficacia de su misión de protección del medio ambiente.

Ventajas para el espacio protegido

La Carta permite al espacio protegido firmante,

- ser distinguido en Europa como territorio de excelencia en materia de turismo sostenible;
- fijarse objetivos ambiciosos en materia de turismo sostenible;
- trabajar mejor con sus asociados;
- implicar más a los profesionales del turismo en su política;
- influir sobre el desarrollo del turismo en su territorio;

- reforzar su acción de sensibilización de los visitantes;
- favorecer un desarrollo socioeconómico que sea respetuoso con el medio ambiente en su territorio;
- desarrollar productos turísticos auténticos, de calidad y respetuosos con el medio ambiente;
- poseer un instrumento de control para realizar un seguimiento y evaluar la política turística llevada a cabo en su territorio;
- reforzar su credibilidad ante la opinión pública y ante los que les financian.

Compromisos de la institución encargada de la gestión del espacio protegido

Principios

- 1. Aceptar y respetar los principios de desarrollo sostenible enunciados en la presente Carta, adaptándolos al contexto local.**

Objetivos

- 2. Definir una estrategia a medio plazo (5 años) a favor de un desarrollo turístico sostenible en el territorio.**

Dicha estrategia estará dirigida a mejorar la calidad de la oferta turística teniendo en cuenta los objetivos del desarrollo sostenible del territorio. Establece un orden de prioridades en el tiempo y en el espacio, los medios asignados, el reparto de las funciones y los métodos de seguimiento que se aplicarán (procesos e indicadores). La estrategia garantiza la mejor integración del turismo en el entorno natural, cultural, económico y humano, así como la coherencia espacial y temporal de su desarrollo.

La estrategia deberá fijar los objetivos que hay que alcanzar en materia de:

- protección y valorización del patrimonio,
- desarrollo económico y social,
- preservación y mejora de la calidad de vida de la población local,
- control de la frecuentación y mejora de la calidad de la oferta.

Para favorecer la puesta en práctica de este desarrollo turístico sostenible, el espacio protegido podrá recurrir a sesiones de consulta pública. El espacio protegido constituirá un foro permanente donde se reunirá la totalidad de los actores implicados. Finalmente, organizará una red de contactos entre los profesionales del turismo y el resto de actores del territorio, lo que favorecerá una mejor integración del turismo en la vida del territorio y servirá para que la totalidad de los actores locales tenga en cuenta los objetivos del desarrollo sostenible.

Un programa de acciones plurianual

- 1. Dar a conocer la estrategia en forma de un programa de acciones**

El programa detalla las acciones que ya se han realizado y las que quedan por realizar para alcanzar los objetivos que fija la estrategia.

El programa precisa del compromiso de los colaboradores en el conjunto de los siguientes temas:

Mejora de la calidad de la oferta turística

A fin de responder a las expectativas de los clientes europeos, el espacio protegido pondrá en marcha, con sus asociados, un programa de mejora de la calidad de la oferta turística del territorio. Este paso se basará necesariamente en una aproximación de *marketing*.

Conocimiento de los clientes

Es necesario desarrollar una aproximación de *marketing* para conocer mejor las expectativas y las exigencias en cuestión de calidad y de medio ambiente de los posibles clientes y visitantes, para poder adecuar de la mejor manera la oferta a la demanda. Los productos y las actividades turísticas deberán pensarse para mercados claramente identificados y según los objetivos de protección

Gestión de calidad

El espacio protegido buscará la calidad en todos los aspectos: los centros de visitantes, los equipamientos e instalaciones turísticas, todos los servicios ofrecidos a los visitantes, los productos turísticos, la promoción y la comercialización, sin olvidar el servicio posventa.

Identificación de nuevos mercados

El espacio protegido buscará nuevos clientes concienciados con la calidad del medio ambiente. Además, tendrá en cuenta a los clientes que a menudo quedan fuera de las ofertas turísticas como, por ejemplo, los discapacitados, las personas enfermas, los jóvenes y los grupos con poco poder adquisitivo.

Se evitará cualquier forma de elitismo a la hora de acoger a los visitantes.

Creación de una oferta turística específica

El espacio protegido fomentará aquellos productos y actividades turísticas que favorezcan el descubrimiento y la interpretación del patrimonio. Dichos productos auténticos y de calidad podrán ser identificados como prestaciones específicas ligadas a “espacios protegidos”.

Sensibilización de los visitantes

Educación e interpretación

La educación medioambiental y la interpretación del patrimonio constituirán una prioridad en la política turística del territorio. En dicho contexto, se propondrán actividades o equipamientos relacionados con el patrimonio y el medio ambiente a los visitantes, a la población local y, en concreto, a los visitantes jóvenes y a los escolares. Asimismo, el espacio protegido asistirá a los operadores turísticos en la elaboración del contenido pedagógico de sus actividades.

Información al público

Se propondrá una información de calidad y de fácil acceso para los visitantes y la población local, principalmente sobre la oferta turística, la excepcional riqueza y la fragilidad de los entornos naturales. Asimismo, se informará al público sobre los objetivos de la conservación del patrimonio y sobre el desarrollo sostenible.

En último lugar, el espacio protegido se asegurará de que se facilite regularmente a los operadores turísticos material informativo destinado a sus clientes (folletos, mapas, etc.).

Marketing y promoción responsable

Las actividades de promoción y de venta en el espacio protegido permitirán también sensibilizar a los visitantes sobre los valores del área, así como sobre los principios del desarrollo turístico sostenible. Estas actividades deberán contribuir a la gestión de los visitantes en el tiempo y en el espacio.

Formación

La formación constituirá un instrumento prioritario para poner en práctica la estrategia de desarrollo turístico sostenible en el territorio.

Se organizarán programas de formación sobre el tema del desarrollo sostenible y del turismo sostenible para los técnicos del espacio protegido, los colaboradores y los operadores turísticos.

El espacio protegido se compromete particularmente a organizar seminarios sobre el patrimonio local destinados a los operadores turísticos. Estos seminarios serán resultado del análisis de las necesidades de formación en la zona.

Preservación y mejora de la calidad de vida de la población local

Para preservar la calidad de la relación entre los visitantes y la población local, la mejora de la calidad de vida de la población local constituirá una prioridad. Desde esta óptica, el espacio protegido favorecerá su participación en la toma de decisiones, en la promoción del empleo local, y en la promoción de intercambios y contactos entre los turistas y la población local. El mantenimiento de un régimen de alquileres accesible a la población local y el apoyo del turismo a los servicios públicos constituirán igualmente una prioridad.

Además, el espacio protegido informará regularmente a los operadores turísticos sobre las actividades y los acontecimientos de la zona, sobre todo de los que el espacio natural organice.

Protección y valorización del patrimonio natural, cultural e histórico

Respeto a la capacidad de acogida

Se tomarán medidas específicas para asegurar el mantenimiento del desarrollo turístico dentro de los límites de capacidad de acogida y de los cambios aceptables y razonables en el entorno natural, cultural y humano del territorio. El propio espacio protegido deberá ser quien aconseje a los operadores turísticos sobre la concepción de nuevas actividades compatibles con los objetivos de protección. Determinados espacios, debido a su fragilidad, no podrán abrirse al público.

Valorización del patrimonio

El desarrollo turístico del territorio se basará en la valorización del patrimonio natural, cultural e histórico. Se establecerán medidas, equipamientos y actividades para favorecer el acceso del público y la actividad en relación con el patrimonio.

Conservación de los recursos naturales

Se pondrán en marcha programas de gestión del territorio, de los recursos hídricos y energéticos del territorio en asociación con los colectivos locales. Se dará prioridad a la reducción del consumo y a la promoción de energías renovables y de tecnologías innovadoras en la gestión de recursos y en el tratamiento de residuos.

Asimismo, el espacio protegido llevará a cabo acciones para reducir la contaminación atmosférica, del agua y del suelo.

Contribución del turismo al mantenimiento del patrimonio

Se definirán sistemas para que el desarrollo turístico participe en la conservación, el mantenimiento y la valorización del patrimonio natural, cultural e histórico. Se fomentará el establecimiento de un programa de suscripción voluntaria a fin de implicar a los visitantes, a las empresas turísticas y al resto de entidades colaboradoras en dicha misión.

Desarrollo económico y social

Apoyo a la economía local

Las acciones a las que se comprometa el espacio protegido alentarán las iniciativas que asocien diferentes sectores de la economía local, de manera que el turismo genere un impacto positivo. Con este objetivo, el espacio protegido favorecerá la organización de un circuito de distribución de los productos y servicios locales que respeten la calidad del medio ambiente.

Desarrollo de nuevas oportunidades de empleo

El espacio protegido se esforzará en promover nuevas formas de empleo en el turismo. Favorecerá la pluriactividad y la integración social a través del empleo y de la formación dando prioridad a las mujeres, a las personas con dificultades económicas y a los discapacitados.

Control de la frecuentación turística

Conocimiento del flujo de visitantes

Se aplicarán medidas de análisis y de seguimiento del flujo de visitantes en el espacio y en el tiempo a fin de adaptar los métodos de gestión de visitantes.

Canalización del flujo de visitantes

La localización de los equipamientos turísticos, la organización de los itinerarios de interpretación y la información a los visitantes contribuirán a la canalización del flujo de visitantes, orientada a garantizar la conservación del entorno natural, cultural y humano, y la calidad de la experiencia de los visitantes. Estas medidas permitirán aumentar el impacto económico de la actividad turística sobre el territorio a la vez que disminuirán los inconvenientes de la estacionalidad.

Control del tráfico

Se llevarán a cabo actividades que promuevan el uso de transportes públicos tanto para el acceso al espacio protegido como para los desplazamientos dentro de sus límites. La reducción de la circulación de vehículos particulares constituirá una prioridad, así como la promoción de la bicicleta o el paseo a pie.

Gestión e integración de los equipamientos turísticos

Se preferirá la rehabilitación del patrimonio edificado a la construcción de nuevos edificios. Se establecerán pliegos de condiciones para garantizar una concepción y una gestión idóneas de los equipamientos de acogida. Será prioritaria la utilización de materiales locales así como el respeto a las tradiciones arquitectónicas.

2. Validación del proyecto

El espacio protegido someterá su estrategia de desarrollo turístico sostenible y el programa de acciones al Comité europeo de evaluación que determinará la calidad del proyecto. También recibirá la visita de un experto en turismo sostenible encargado de evaluar la calidad del proyecto y de los compromisos en la zona.

La estrategia y el programa de acciones deberán responder a las exigencias fijadas por la Carta así como a las necesidades del territorio establecidas a partir del diagnóstico. Deberán presentarse según los modelos que acompañan a la Carta europea del turismo sostenible en los espacios protegidos.

El contrato de compromiso del espacio protegido se firmará entre la institución encargada de la gestión del espacio protegido, su autoridad tutelar y el Comité europeo de evaluación.

3. Evaluar los resultados de la estrategia

El espacio protegido se compromete a realizar un seguimiento y a evaluar los resultados de su estrategia. Transmitirá al Comité europeo de evaluación un informe con los resultados de su estrategia en un plazo de cinco años y recibirá la visita de un experto en turismo sostenible encargado de evaluar sobre el terreno las acciones y los esfuerzos llevados a cabo para alcanzar los objetivos fijados.

4. Renovación de la adhesión a la Carta

El procedimiento de renovación de la adhesión a la Carta es idéntico al de la primera adhesión.

EL TURISMO SOSTENIBLE PARA LAS EMPRESAS TURÍSTICAS SITUADAS EN LOS ESPACIOS PROTEGIDOS

Los consumidores europeos cada vez son más exigentes con la calidad del medio ambiente, la autenticidad y el trato recibido en sus visitas. Sus expectativas son todavía más exigentes cuando se trata de turismo en espacios protegidos.

Para satisfacer la demanda, los operadores turísticos reconocen la importancia tanto de preservar el patrimonio natural y cultural, como de garantizar una calurosa acogida por parte de la población local.

Al adherirse a la Carta europea del turismo sostenible en los espacios protegidos, el responsable de la empresa turística se compromete a trabajar en estrecha colaboración con la institución encargada de la gestión del espacio protegido y a hacer todo lo posible para reducir el impacto de su actividad sobre el entorno natural.

Asimismo, elige orientar su actividad para que ésta contribuya al máximo al desarrollo económico y social del territorio y a la mejora del nivel de vida.

¿Cuáles son los beneficios para la empresa turística?

La Carta permite a la empresa firmante:

- **Ser reconocida a nivel europeo**
- **Desarrollar nuevas oportunidades comerciales mediante:**
 - El acceso a nuevos clientes atraídos por los espacios protegidos,
 - Una nueva oferta orientada hacia el descubrimiento del medio ambiente,
 - La creación de una oferta fuera de temporada,
 - La constitución de una asociación comercial con el resto de los actores económicos de la región,
 - Un buen conocimiento de la frecuentación turística en el espacio protegido y de las expectativas de los clientes actuales y futuros (mediante la puesta en común de datos estadísticos).
- **Reforzar la calidad de su oferta turística mediante:**
 - Una mejor organización del turismo en el conjunto del territorio,
 - Una información de calidad sobre el espacio protegido.
- **Racionalizar los gastos mediante:**
 - Una mejor gestión del consumo de agua, de energía y de recursos mediante la compra y uso de productos y servicios próximos,
 - El asesoramiento y ayuda para adoptar los métodos de gestión medioambiental.

Compromiso para el responsable de la empresa turística

Principios

- 1. Aceptar y respetar los principios del desarrollo sostenible enunciados en la presente Carta adaptándolos a la propia actividad.**

Método

2. Definir una estrategia a medio plazo (3 años) en estrecha colaboración con la institución encargada de la gestión del espacio protegido para contribuir al desarrollo turístico sostenible en el territorio.

La empresa realizará un diagnóstico de sus actividades en el espacio protegido que le permita definir o revisar su estrategia, que será coherente con los objetivos del espacio protegido.

Esta estrategia da valor a su compromiso de contribuir al respeto del medio ambiente, al desarrollo económico y social del territorio, a la preservación de la calidad de vida, y a la satisfacción de los visitantes.

Para favorecer la puesta en marcha de un desarrollo turístico sostenible, la empresa turística reforzará su colaboración con el resto de actores locales (los representantes del resto de sectores económicos, las autoridades locales y la población local).

Se asociará en concreto con el resto de empresas turísticas que se adhieran a la Carta para poner en marcha operaciones de promoción común o facilitar el acceso de los clientes a la información.

Esta estrategia constituirá un elemento promocional de su oferta.

Un programa de acciones plurianual

3. Presentar dicha estrategia a través de un programa de acciones

Dicho programa de acciones, específico de la empresa firmante, detallará las medidas aplicadas o que se aplicarán en los temas enunciados a continuación:

Mejora de la calidad de la oferta turística

Para responder a las expectativas de los clientes europeos, la empresa turística llevará a cabo una gestión de calidad de sus ofertas. Dicha gestión se tratará desde el punto de vista del *marketing*.

Conocimiento de los clientes

La empresa adoptará una aproximación de *marketing* para conocer mejor las expectativas y las exigencias tanto de los clientes reales como de los clientes potenciales y así poder adaptar su oferta a dicha demanda. Colaborará con el espacio protegido en los estudios sobre los clientes de su destino. Sus productos y actividades turísticas tendrán que concebirse para mercados claramente definidos y en función de los objetivos de protección del medio ambiente.

Gestión de calidad

La empresa se compromete a efectuar una gestión de calidad en todas sus actividades: la acogida, los servicios, los equipamientos e instalaciones, los productos, la promoción y la comercialización, sin olvidar el servicio posventa.

Identificación de nuevos mercados

La empresa turística buscará nuevos clientes sensibles a la calidad del medio ambiente. Se esforzará en tener en cuenta a los clientes a menudo olvidados por las ofertas turísticas como los discapacitados, los enfermos o convalecientes, los jóvenes y los grupos con poco poder adquisitivo. Evitará cualquier forma de elitismo en la selección de los clientes.

Creación de una oferta turística específica

La empresa turística desarrollará una oferta turística específica para “espacios protegidos”, que se orientará hacia el descubrimiento y la apreciación del patrimonio natural y cultural, la concienciación medioambiental y la comprensión del papel del espacio protegido.

Sensibilización del público

Educación e interpretación

La empresa turística incluirá contenidos pedagógicos en todas sus actividades. Dichos contenidos tendrán el objetivo de conseguir que se comprenda y se aprecie el patrimonio local natural y cultural, de explicar el comportamiento que hay que adoptar, y de animar a los clientes a modificar sus hábitos para respetar el medio ambiente.

El contenido se elaborará con la ayuda de la autoridad encargada de la gestión del espacio protegido.

Información para los visitantes

La empresa turística pondrá a disposición de los clientes información de calidad sobre el espacio protegido (mapas, guías turísticas, etc.), que estará disponible en un sitio de fácil acceso.

Asimismo, los clientes estarán informados sobre los objetivos de conservación del patrimonio y de desarrollo sostenible.

Marketing y promoción responsable

Las acciones de promoción y venta de la empresa turística permitirán sensibilizar a los visitantes sobre el valor real del espacio protegido.

La totalidad de los documentos de promoción y de comunicación deberán destacar en particular el carácter frágil del territorio.

Asimismo, deberán indicar la adhesión de la empresa a la presente Carta.

Formación del personal

La formación del personal constituirá una herramienta prioritaria para el cumplimiento de los compromisos de la empresa.

El responsable de la empresa se compromete a participar, o a que su personal participe, en los seminarios sobre el patrimonio local organizados por el espacio protegido, lo que contribuirá a la mejora de la calidad de la información de los clientes.

Asimismo, se sensibilizará al personal sobre las medidas que hay que tomar para ahorrar recursos en agua y energía. También se le aconsejará para que seleccione preferentemente productos reciclables o cuyo proceso de producción y de embalaje sea más respetuoso hacia el medio ambiente.

Preservación y mejora de la calidad de vida de la población local

Para garantizar la acogida calurosa de sus clientes en la zona, la empresa se compromete a llevar a cabo su actividad respetando al máximo la calidad de vida de la población local. Sensibilizará a sus clientes sobre este tema. La empresa participará en tantas actividades y acontecimientos de la vida local como le sea posible.

Protección y valorización del patrimonio

Respeto a la capacidad de acogida

Las actividades turísticas propuestas por la empresa serán compatibles con los objetivos de conservación del espacio protegido. Para lograr esto, la empresa se asegurará de que tengan un

impacto reducido sobre el medio ambiente. Tendrá en cuenta las normas y las prescripciones específicas del espacio protegido y buscará la opinión de sus técnicos para la concepción de nuevas actividades.

Valorización del patrimonio

La empresa turística participará, en la medida de lo posible, en la valorización del patrimonio natural, cultural e histórico del entorno inmediato a los establecimientos de acogida o a los parajes en los que fundamente su actividad.

Asimismo, sus actividades se basarán en el descubrimiento y en la comprensión de dicho patrimonio.

Conservación de los recursos naturales

La empresa pondrá en marcha un programa sobre la gestión del consumo de agua, energía y espacio a fin de reducir los costes y preservar los recursos naturales.

La empresa privilegiará la compra de productos respetuosos con el medio ambiente, ya sea por su composición o por su envase (productos biodegradables, reciclables, reutilizables o reciclados). Además, se preverá un programa de recogida selectiva y de valoración de desechos en asociación con el espacio protegido.

Igualmente, la empresa turística se preocupará de que sus establecimientos de acogida estén adecuadamente equipados con instalaciones que permitan el tratamiento de las aguas residuales.

En último lugar, con el objetivo de reducir los riesgos de contaminación atmosférica, el responsable se asegurará de que los equipos de refrigeración o de climatización que haya en los establecimientos de acogida estén en buen estado.

Contribución de la empresa turística al mantenimiento del patrimonio

La empresa contribuirá al mantenimiento de los parajes naturales que haya en el entorno inmediato a los establecimientos de acogida y de los parajes en los que base su actividad. Se compromete, sobre todo, a preservar las riquezas naturales destacables que haya en su propiedad y a seguir los consejos del espacio protegido en cuanto a la protección de la flora y la fauna se refiere.

De igual forma, asistirá a los servicios técnicos del espacio protegido en su misión de seguimiento del entorno natural y les informará de cualquier cambio que hayan observado tanto los empleados como los clientes. También podrá animar a sus clientes a participar en acciones de voluntariado organizadas por el espacio protegido.

Desarrollo económico y social

Apoyo a la economía local

La política de compras de la empresa dará preferencia a los productos y servicios locales siempre que la relación calidad/precio sea aceptada por ambas partes. Esta ética comercial contribuirá a reforzar la satisfacción de los visitantes. Su objetivo será promover los productos respetuosos con el medio ambiente (productos derivados de la agricultura biológica y actividades tradicionales que contribuyan al mantenimiento de la calidad de los paisajes). Además, la empresa turística se esforzará en respetar los ciclos de producción y las fluctuaciones estacionales que puedan afectar a los productos locales, lo que contribuirá a valorizar su oferta ante los clientes.

Asimismo, la empresa se esforzará en dar prioridad a la mano de obra local. El personal originario de la región será más apto para informar a los visitantes y para hacerlos partícipes de su conocimiento del patrimonio local.

Desarrollo de nuevas oportunidades de empleo

La empresa favorecerá, en la medida de lo posible, la integración social contratando a personas con dificultades, ayudando a jóvenes a conseguir su primer empleo y equiparando el número de hombres y mujeres contratados.

Control de la frecuentación turística

Conocimiento del flujo de visitantes

La empresa participará en los trabajos de análisis y de seguimiento del flujo de visitantes en el espacio y en el tiempo llevados a cabo por el espacio protegido. Sobre todo, participará en la realización de barómetros de la actividad turística en el territorio. Esta acción le permitirá, entre otras cosas, calcular el impacto de sus esfuerzos de comunicación y de promoción.

Canalización del flujo de visitantes

La empresa turística se esforzará en orientar a sus visitantes hacia los parajes menos sensibles del territorio. Recomendará los itinerarios y los senderos turísticos que favorezcan un mejor reparto de los turistas en el espacio.

Animará a sus clientes a ir fuera de los periodos de alta frecuentación, de acuerdo con los esfuerzos de promoción del espacio protegido.

Control de transportes

Se animará a los clientes a utilizar al máximo los transportes públicos o a descubrir el espacio protegido en bicicleta o a pie o mediante otros transportes que no contaminen. Esta política se llevará a cabo tanto para el acceso al establecimiento turístico como para los desplazamientos dentro del espacio protegido.

Gestión e integración de los equipamientos turísticos

Cuando realice trabajos de ampliación, de renovación o de acondicionamiento de los edificios, la empresa turística se asegurará de que se respeten los volúmenes, el estilo arquitectónico local, los materiales y la integración en el entorno. Para los nuevos equipamientos, se preferirá la rehabilitación del patrimonio a la construcción de nuevos edificios. En todos los casos, la habilitación y la construcción de nuevos equipamientos será el resultado de un diálogo con la autoridad responsable del espacio protegido.

4. Validar la estrategia y el programa de acciones

La empresa someterá su estrategia y su programa de acciones al Comité europeo de evaluación que se pronunciará sobre la calidad del proyecto. Recibirá la visita de un experto en turismo sostenible encargado de evaluar la calidad de su candidatura.

La empresa deberá estar situada en uno de los espacios protegidos firmantes de la Carta europea del turismo sostenible.

La estrategia y el programa de acciones deberán responder a las exigencias fijadas por la Carta y ser coherentes con la estrategia del territorio.

Deberán presentarse según los modelos que acompañan a la Carta europea del turismo sostenible en los espacios protegidos.

El contrato de compromiso de la empresa turística se firmará entre la empresa, la autoridad encargada de la gestión del espacio protegido y al Comité europeo de evaluación.

5. Evaluar los resultados de la estrategia

La empresa se compromete a realizar un seguimiento y a evaluar los resultados de su estrategia y de su programa de acciones con la ayuda de un informe anual que enviará al espacio protegido. La empresa se compromete a distribuir sistemáticamente un cuestionario de satisfacción entre los clientes, cuyos resultados se enviarán al Comité europeo de evaluación. En el caso de no respetar la Carta, dicho Comité enviará a un experto. La empresa se compromete a recibirlo en las mejores condiciones y a facilitar su misión en el seno de su establecimiento.

6. Renovar la adhesión a la Carta

El procedimiento de renovación de la adhesión a la Carta es idéntico al de la primera adhesión. Tendrá una periodicidad de tres años.

EL TURISMO SOSTENIBLE PARA LAS AGENCIAS QUE ORGANIZAN VISITAS A ESPACIOS PROTEGIDOS

Cada vez son más las agencias de viajes que proponen circuitos de descubrimiento en los espacios protegidos. De esta manera confirman su voluntad de promover una nueva forma de viajar y de descubrir entornos naturales, su flora y fauna.

Dichos viajes, limitados voluntariamente a grupos de 12 a 15 personas, dan prioridad a encuentros de calidad con la población local de los lugares visitados.

El diseño de estos viajes ha sido realizado por hombres y mujeres apasionados de la naturaleza, deseosos de descubrirla y de transmitir sus conocimientos sobre el mundo de los espacios protegidos.

Al adherirse a la presente Carta, el responsable de la empresa organizadora de viajes se compromete a adoptar una nueva ética de turismo, contribuyendo de esta manera al desarrollo turístico sostenible de los territorios que incluye en sus programas. Su acción se orienta hacia una mayor satisfacción por parte de sus clientes, cuyo respeto hacia el medio ambiente y las culturas, así como la reducción del impacto de sus actividades, constituyen una preocupación creciente.

Ventajas para las agencias de viajes

La Carta permite a la empresa organizadora de viajes:

- **Ser reconocida a nivel europeo**
- **Desarrollar nuevas oportunidades comerciales mediante:**
 - el acceso a clientes muy sensibilizados por el respeto hacia el medio ambiente,
 - una oferta que responda a las expectativas de unos nuevos clientes europeos,
 - la constitución de una asociación comercial con los organizadores de viajes de otros países europeos.
- **Reforzar la calidad de su oferta mediante:**
 - una acogida mejor organizada en los espacios protegidos incluidos en sus programas,
 - la intervención de actores locales en sus viajes,
 - un apoyo al espacio protegido en la elaboración de sus productos (identificación de parajes, disponibilidad del personal del espacio protegido, ayuda a la identificación de las personalidades locales que puedan intervenir durante la estancia...).
- **Reforzar la satisfacción de los visitantes mediante:**
 - su compromiso formal a favor del desarrollo turístico sostenible de los espacios protegidos,
 - la participación en grupos reducidos acompañados por guías cualificados.

Compromisos de la agencia de viajes

Principios

- 1. Aceptar y respetar los principios de desarrollo sostenible enunciados en la presente Carta, adaptándolos a su actividad**

Método

- 2. Definir una estrategia (1 año) en estrecha cooperación con la institución encargada de la gestión del espacio protegido.**

Dicha estrategia concreta su compromiso en el área en cuestiones referidas a:

- respeto al medio ambiente,
- apoyo al desarrollo económico y social,
- preservación de la calidad de vida,
- satisfacción de los clientes.

La estrategia fija los objetivos principales que la empresa debe alcanzar.

Para contribuir al desarrollo turístico sostenible del territorio, la empresa reforzará su colaboración con los proveedores locales (hoteleros, agencias de turismo locales, encargados de restaurantes, artesanos, personalidades locales que puedan intervenir durante la visita).

Asimismo, la empresa se implicará en la vida del territorio mediante la participación, en la medida de lo posible, en las reuniones organizadas por el espacio protegido y mediante la aportación de nuevas ideas para llevar a cabo y controlar la estrategia del desarrollo turístico sostenible.

1. Presentar la estrategia en forma de un programa de acciones

El programa detalla las acciones que ya se han realizado y las que quedan por realizar para alcanzar los objetivos que fija la estrategia.

El programa precisa del compromiso de la empresa en el conjunto de los siguientes temas:

Mejora de la calidad de la oferta

A fin de responder a las expectativas de los clientes europeos, la empresa organizadora asistirá al espacio protegido en su gestión de calidad mediante la aportación de consejos y recomendaciones. La agencia efectuará la misma gestión de calidad para su oferta.

Conocimiento de los clientes

Para mejorar la satisfacción de sus clientes, la empresa transmitirá regularmente a la institución encargada de la gestión del espacio protegido las informaciones sobre las expectativas y las necesidades de los clientes. Esto permitirá que el lugar de destino pueda adaptar su oferta a la demanda.

Gestión de calidad

La oferta de la empresa deberá basarse en la calidad: calidad en la acogida, en las prestaciones, en los equipamientos e instalaciones seleccionados, en la promoción y en la comercialización, sin olvidar el servicio posventa. La selección rigurosa de los proveedores locales ayudará a la empresa a llevar a cabo esta gestión.

Búsqueda de nuevos clientes

La empresa buscará nuevos clientes sensibles a la calidad del medio ambiente.

Se esforzará en tener en cuenta a los clientes a menudo olvidados por las ofertas turísticas como, por ejemplo, las personas discapacitadas, enfermas, los jóvenes y los clientes con poco poder adquisitivo.

Se evitará cualquier forma de elitismo a la hora de seleccionar a los clientes.

Creación de una oferta turística específica

La oferta de viajes desarrollada por la empresa deberá favorecer prioritariamente el descubrimiento y la apreciación del patrimonio natural y cultural, la toma de conciencia medioambiental y la comprensión del papel del espacio protegido.

Para lograr esto, hará intervenir a guías naturalistas en sus circuitos y presentará el entorno según una aproximación sistémica: la comprensión del conjunto del sistema del entorno o de un hábitat. Dichos guías tendrán conocimientos profundos sobre los entornos y los parajes que se visiten.

Sensibilización de los visitantes

Educación e interpretación

La empresa orientará el conjunto de sus circuitos y estancias en el espacio protegido hacia la sensibilización y la educación de los visitantes sobre el medio ambiente. Intentará conseguir que mejore el respeto hacia la naturaleza y que se comprendan mejor los lugares visitados.

Información a los visitantes

En la medida de lo posible, la empresa organizará sesiones de preparación al viaje. Además, añadirá información completa sobre el espacio protegido en los programas de viaje. El objetivo será la sensibilización de los clientes sobre el patrimonio natural y cultural y sobre las tradiciones que descubrirán.

Por otro lado, los guías y las diferentes personas que intervengan proporcionarán información de calidad durante el viaje.

Los clientes estarán particularmente informados sobre los comportamientos que deben seguir en relación con la compra de recuerdos y sobre el respeto a la flora, la fauna y el estilo de vida.

Asimismo, se les informará de los objetivos sobre la conservación del patrimonio y el desarrollo sostenible.

Marketing y promoción responsable

Las actividades de promoción y de venta de la empresa permitirán sensibilizar a los visitantes sobre el valor real del espacio protegido.

También incluirán una comunicación responsable sobre la fauna que se va a observar (no se garantizará la observación de ninguna especie en particular, sino más bien se propondrá el descubrimiento de su hábitat).

Todos los documentos de promoción deberán destacar, en concreto, el carácter frágil de los territorios visitados.

Los folletos y el resto de documentos en venta podrán incluir recomendaciones a los futuros visitantes sobre los espacios protegidos. Por último, la adhesión de la empresa a la presente Carta sólo se hará constar en los productos que sean objeto de contrato con el espacio protegido y el Comité europeo de evaluación.

Formación del personal

La formación constituirá un instrumento prioritario para poner en práctica los compromisos de la empresa.

El personal de venta, los mayoristas y los guías acompañantes deben estar sensibilizados con el concepto de desarrollo turístico sostenible. Asimismo, completarán sus conocimientos del patrimonio natural y cultural de las zonas visitadas. Esto contribuirá a una mejor información y a una mayor satisfacción por parte de los clientes.

Preservación y mejora de la calidad de vida de la población local del espacio protegido

Para preservar la calidad de la relación entre sus clientes y la población local, la empresa se esforzará, en todo momento, por preservar, e incluso mejorar, la calidad de vida de los residentes. Para lograrlo, se dará prioridad al respeto del estilo de vida y de las costumbres locales.

Siguiendo dicho objetivo, el tamaño de los grupos se limitará voluntariamente a entre 12 y 15 personas. Asimismo, se darán recomendaciones sobre cómo hay que comportarse para no dañar la sensibilidad de la población local. Esto será, sobre todo, responsabilidad de los guías.

Por último, la empresa se implicará en la vida local participando, sobre todo, en la promoción de los eventos culturales organizados por la población local del espacio protegido.

Protección y valorización del patrimonio

Respeto a la capacidad de acogida

Las actividades propuestas por la empresa serán compatibles con los objetivos de conservación del espacio protegido. Para lograr esto, la empresa se asegurará de que tengan un impacto reducido sobre el medio ambiente. Tendrá en cuenta las normas y las prescripciones específicas del espacio protegido y buscará la opinión de sus técnicos para la concepción de nuevas actividades.

Valorización del patrimonio

La empresa participará, en la medida de lo posible, en la valorización del patrimonio natural, cultural e histórico. Sus actividades se basarán, sobre todo, en el descubrimiento y en la comprensión de dicho patrimonio.

Conservación de los recursos naturales

El operador de viajes dará prioridad en su programa a los proveedores locales que sean respetuosos hacia el medio ambiente. Éstos habrán adoptado una gestión medioambiental tanto para los recursos de agua, energía y espacio como para el tratamiento de residuos.

La empresa velará por reducir el impacto de sus propias actividades sobre los recursos naturales.

Contribución de la empresa al mantenimiento del patrimonio

La empresa asistirá al espacio protegido en su misión de protección y seguimiento del entorno, señalando cualquier cambio que hayan observado tanto sus clientes como sus guías acompañantes.

Asimismo, pondrá en práctica un programa de retorno de capital. Destinará una parte del precio de los viajes a la conservación y el mantenimiento del patrimonio y así se lo comunicará a los clientes.

Desarrollo económico y social

Apoyo a la economía local

Para apoyar a la economía local, la empresa promoverá un desarrollo turístico basado en la iniciativa local. Con este objetivo, hará que los proveedores locales intervengan al máximo en el viaje, tanto haciendo uso de guías locales como de alojamientos y servicios de restauración y aprovisionamiento.

Desarrollo de nuevas oportunidades de empleo

La empresa favorecerá, en la medida de lo posible, la integración social contratando a personas de la región con dificultades y a jóvenes, y equiparando el número de hombres y mujeres contratados.

Control de la frecuentación turística

Conocimiento del flujo de visitantes

La empresa participará en el seguimiento y en el conocimiento del flujo de visitantes, aportando al espacio protegido información regular sobre los itinerarios que realice y los periodos de frecuentación.

Canalización del flujo de visitantes

La empresa se esforzará por orientar a sus visitantes hacia los parajes menos sensibles del territorio. Asimismo, animará al descubrimiento del espacio protegido fuera de temporada alta, de acuerdo con los esfuerzos de promoción del espacio protegido.

Control de transportes

Los desplazamientos hacia el espacio protegido y dentro de él deberán basarse siempre que sea posible en el uso de los transportes públicos, caminando o en bicicleta. Con este objetivo, la empresa informará a sus clientes sobre los medios disponibles para desplazarse. También se esforzará en organizar encuentros en estaciones o en terminales de transporte público.

Además, los vehículos para uso exclusivo de ocio se excluirán de todos los productos turísticos (por ejemplo, los vehículos 4x4, etc.).

Gestión e integración de los equipamientos turísticos

A fin de apoyar los esfuerzos de puesta en valor de la arquitectura local, la empresa dará preferencia a alojamientos típicos de la región y que estén integrados en el paisaje.

4. Validación del compromiso de la empresa organizadora de viajes

La empresa someterá su estrategia y su programa de acciones al Comité europeo de evaluación que juzgará la calidad del proyecto.

Para las prestaciones que se desarrollen en los espacios protegidos cofirmantes, la oferta de la empresa deberá responder a las exigencias fijadas por la Carta europea del turismo sostenible. Para su oferta global, la empresa deberá respetar la ética del desarrollo turístico sostenible.

El contrato de compromiso de la empresa turística se firmará entre la autoridad encargada de la gestión de cada espacio protegido y el Comité europeo de evaluación.

5. Evaluación

La empresa se compromete a seguir y a evaluar los resultados de su estrategia y de su programa de acciones mediante un informe anual remitido al espacio protegido implicado.

La empresa se compromete a distribuir sistemáticamente un cuestionario de satisfacción entre los clientes, cuyos resultados se enviarán al Comité europeo de evaluación. En caso de no respetar la Carta, dicho Comité enviará a un experto encargado de validar el producto.

6. Renovación de la adhesión a la Carta

El procedimiento de renovación de la adhesión a la Carta es idéntico al de la primera adhesión. Tendrá una periodicidad de un año.

Coordinación de la Carta: Federación de Parques Naturales Regionales de Francia.

Contacto en España: Oficina Técnica EUROPARC-España

Traducción y edición en español: Departament de Medi Ambient. Generalitat de Catalunya.

Existe una edición en catalán disponible. Contactar con el Parc Natural Zona Volcànica de la Garrotxa. e-mail: wcdpnzvg@correu.gencat.es.