


SOSTENIBILITAT MEDIAMBIENTAL EN EL SECTOR HOTELER A CATALUNYA

TREBALL FINAL DE GRAU

Autora: Mariona Castillo García
Tutora: Esther Martinez Garcia
Grau en Turisme
Maig 2021



AGRAÏMENTS

En primer lloc, vull agrair a la meva tutora del Treball Final de Grau, Esther Martínez, per la seva atenció i orientació constant al llarg del treball, que han estat essencials.

Aquest treball està dedicat a aquelles persones que m'han donat suport durant la consecució del treball. En especial a la meva família i amics.

També, agrair a la professora Maria Rosa Fraguell pel seu assessorament i el guiatge d'un exalumne de la facultat, Àlex González.

Finalment, agrair també la col·laboració a totes les entitats que han dedicat el seu temps a respondre una enquesta que m'ha ajudat a finalitzar i perfeccionar el meu treball.

RESUM

L'efecte que té la indústria turística en el nostre ecosistema cada vegada resulta més transcendent, i aquest fet provoca en les empreses una necessitat de millorar en les seves actuacions i el seu procés d'adaptació al canvi. Partint d'aquesta realitat, el present treball té com a objectiu principal estudiar si el transcurs d'obtenció de certificacions voluntàries mediambientals en els hotels a Catalunya, resulta una via pràctica o no per a aconseguir aquesta millora, i també, comprovar si aquestes certificacions milloren la competitivitat de l'empresa. Per fer-ho, s'ha cercat àmpliament informació referent a les diferents certificacions existents, i afegir una realització d'enquestes a diferents hotels del territori català. Finalment, es mostren uns resultats i unes conclusions globals.

Paraules clau: sostenibilitat, certificacions verdes, hotels, Catalunya.

ABSTRACT

The effect that the tourism industry has on our ecosystem is increasingly transcendent, and this fact provokes in companies a need to improve their actions and their process of adaptation to change. Based on this reality, the main objective of this paper is to study whether the process of obtaining voluntary environmental certifications in hotels in Catalonia is a practical way or not to achieve this improvement, and also to check whether these certifications improve the competitiveness of the company. In order to do so, we have searched extensively for information regarding the different existing certifications, and added a survey in different hotels in the Catalan territory. Finally, some results and global conclusions are shown.

Key words: sustainability, green certifications, hotels, Catalonia.

ÍNDIX DE CONTINGUT

1. INTRODUCCIÓ.....	7
2. OBJECTIUS I METODOLOGIA.....	8
3. MARC TEÒRIC: LA GESTIÓ MEDIAMBIENTAL DEL SECTOR HOTELER	9
3.1. Sostenibilitat mediambiental	9
3.1.1. Com es mesura? Normativa obligatòria	10
3.1.2. Certificacions ambientals voluntàries	11
3.1.2.1. Les Eco-etiquetes.....	12
3.1.2.2. Sistemes de Gestió Ambiental (SGA)	28
3.1.2.3. Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS)	34
3.1.2.4. Turisme sostenible Xarxa Natura 2000	37
3.2. Beneficis i motivacions d'obtenir un distintiu voluntari	39
3.3. Auditories mediambientals	43
3.4. Evidències reals	44
3.5. Conclusions.....	48
4. COM CONTRIBUEIX LA SOSTENIBILITAT EN LA COMPETITIVITAT	52
4.1. La competitivitat en la indústria turística	52
4.2. L'avantatge competitiu segons Porter.....	53
4.2.1. Producció més neta i amb ús eficient dels recursos (RECP)	53
4.3. Exemple 1: Estudi de l'Universitat d'Alacant.....	56
4.3.1. Exemple 2: El cas de Latinoamèrica	57
5. ANÀLISI PRÀCTICA	59
5.1. Resultats de l'anàlisi pràctica	61
6. DISCUSSIÓ DELS RESULTATS	67
7. CONCLUSIONS.....	69
8. BIBLIOGRAFIA.....	71

ÍNDIX DE TAULES

Taula 1: criteris de compliment mínim segons DGQA	13
Taula 2: Establiments hotelers a Catalunya amb la certificació DGQA	17
Taula 3: Preus de la certificació EEE	19
Taula 4: Criteris de compliment mínim segons EEE	19
Taula 5: Establiments hotelers a Catalunya amb la certificació EEE	23
Taula 6: Preus de la certificació Biosphere	25
Taula 7: Establiments hotelers a Catalunya amb la certificació Biosphere	26
Taula 8: Establiments hotelers a Catalunya amb el distintiu ISO 14001	29
Taula 9: Establiments hotelers a Catalunya amb el distintiu EMAS	32
Taula 10: Empreses adherides a la CETS per l'espai protegit on es troben	36
Taula 11: Motivacions i beneficis d'obtenir un distintiu voluntari	40
Taula 12: Els beneficis de la implementació del sistema EMAS	41

ÍNDIX D'IL·LUSTRACIONS

Il·lustració 1: Logotip DGQA	16
Il·lustració 2: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers	18
Il·lustració 3: Logotip EEE	23
Il·lustració 4: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers	24
Il·lustració 5: Logotip Biosphere	26
Il·lustració 6: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers	27
Il·lustració 7: Logotip Norma ISO 14001	29
Il·lustració 8: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers	31
Il·lustració 9: Logotip EMAS	32
Il·lustració 10: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers	33
Il·lustració 11: Logotip CETS	36

Il·lustració 12: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers	37
Il·lustració 13: Logotip Xarxa Natura 2000	39
Il·lustració 14: Consum d'energia anual	47
Il·lustració 15: Trepitjada de Carboni	47
Il·lustració 16: Cadena de valor.....	55
Il·lustració 17: Model únic d'enquesta	60

ÍNDIX DE GRÀFICS

Gràfic 1: Classificació dels hotels segons la seva categoria.....	17
Gràfic 2: Classificació dels hotels segons la seva categoria.....	23
Gràfic 3: Classificació dels hotels segons la seva categoria.....	27
Gràfic 4: Classificació dels hotels segons la seva categoria.....	30
Gràfic 5: Classificació dels hotels segons la seva categoria.....	33
Gràfic 6: Classificació dels hotels segons la seva categoria.....	36
Gràfic 7: Distintius dels hotels a Catalunya	49
Gràfic 8: Classificació resum dels hotels amb certificació segons la seva categoria..	50
Gràfic 9: Gràfic comparatiu del total d'hotels amb i sense distintiu ambiental	51
Gràfic 11: viabilitat econòmica i renovació de la quota	61
Gràfic 12: Millores generals i millores en competitivitat	62
Gràfic 13: Millores en competitivitat (àmbit intern)	63
Gràfic 14: Millores en competitivitat (àmbit extern)	65

1. INTRODUCCIÓ

El perquè d'escollir aquest tema és personal. La sostenibilitat mediambiental va despertar el meu interès des de fa anys, on vaig decidir fer el màxim d'accions possibles durant el meu dia a dia per a contribuir en un món més sostenible, com ara, reciclar correctament, reduir l'ús total del plàstic, ser vegetariana, entre d'altres. Però, en un futur, estic segura que podré projectar els meus coneixements i la meva energia en accions per la millora d'un món més sostenible.

La sostenibilitat mediambiental i el terme "eco-friendly" ha passat a ser quelcom ordinari dins la nostra societat i cada vegada sembla que som més conscients del que comporta haver d'actuar de manera sostenible en el nostre dia a dia. L'assoliment d'un equilibri entre l'economia, la societat i el medi ambient és essencial en el present, per tal d'evitar tragèdies mediambientals en el futur. Tot això, pot semblar esgotador per a alguns i engrescador per a d'altres, i cadascú és lliure de decidir si vol formar part del canvi o no.

En contraposició, hi ha un sector en concret, que no se'n pot evadir d'aquest fet, i són les grans empreses i el sector de la indústria. Amb el pas dels anys, se'ls ha aplicat una sèrie de normatives les quals els obliguen a complir amb uns estàndards mínims de qualitat mediambiental. És verídic que majoritàriament són les empreses les que decideixen contribuir en la major part possible en el món de la sostenibilitat, i sobretot dins el sector turístic. Aquest, és un sector que necessita apostar per una millora mediambiental, no només per tal de donar una bona imatge als clients, sinó també per donar magnitud i constància a l'ideal que tots tenim d'un turisme sostenible a llarg termini. Un turisme que aposta per enderrocar tres problemes mediambientals molt importants: la contaminació atmosfèrica, el deteriorament del medi ambient natural i el deteriorament del medi ambient urbà.

Personalment, em resultaria idíl·lic poder analitzar en profunditat tot el que engloba la sostenibilitat, però he decidit enfocar aquest treball a un estudi molt més específic i concret, dedicat només al compromís que tenen els hotels a Catalunya amb la sostenibilitat mediambiental.

2. OBJECTIUS I METODOLOGIA

L'objectiu principal d'aquest treball és estudiar i fer recerca de la gestió mediambiental de les empreses del sector hotelier a Catalunya. Concretament, descobrir si existeix un percentatge elevat d'hotels interessats en l'àmbit de la sostenibilitat, obtenint de manera voluntària indicadors/distintius de qualitat mediambiental.

Com a objectiu secundari, relacionat de manera directa amb l'objectiu principal, s'analitzarà si el fet de complir amb aquesta sostenibilitat mediambiental, aporta beneficis i ajuda a les empreses a ser realment més competitives dins el sector, en base també a diferents estudis i informes.

Pel que fa a la metodologia, el treball consta d'un marc teòric complet per a cada un dels objectius, i per tal d'obtenir una visió més àmplia i millorar els coneixements obtinguts al llarg del grau, s'ha consultat bibliografia acadèmica, així com estudis realitzats en diferents universitats.

Amb relació a la recerca dels hotels que actualment disposen de certificacions voluntàries ha estat un procés força detallat i complex. Pel que fa a, el Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental, l'Etiqueta Ecològica Europea, el sistema comunitari de gestió ISO 14001 i EMAS, s'ha utilitzat una pàgina web amb un cercador, proporcionada per la Generalitat de Catalunya. Per assegurar la certesa de la informació, es va contactar amb el Departament d'Empresa i Coneixement, els quals asseguren que la informació és actualitzada i aquesta ve proporcionada pels mateixos establiments turístics i per l'Oficina de Gestió empresarial.

Quant a la resta de certificacions esmentades al treball, la CETS i la Biosphere, el procés ha estat individualitzat des de les pàgines webs oficials, ja que no es disposava de cap cercador que facilités aquesta informació.

A més a més, per anar completant el treball de camp, s'ha establert contacte, per correu electrònic i per telèfon, amb diferents hotels i altres organitzacions, per demanar informació addicional. Aquesta informació personalitzada ha ajudat a completar la part final del treball.

3. MARC TEÒRIC: LA GESTIÓ MEDIAMBIENTAL DEL SECTOR HOTELER

3.1. Sostenibilitat mediambiental

El turisme és un factor essencial per a l'economia d'un país. Per aquest motiu, no s'ha d'actuar pensant en atraure un tipus de turisme qualsevol, sinó aquell que busqui perdurar al llarg del temps (assolint objectius econòmics i sostenibles), i per això cal centrar-se en un turisme de qualitat. Aquest tipus de turisme té cada vegada més present una gestió turística sostenible, protegint els recursos, satisfent les necessitats dels turistes, respectant la cultura local i mantenint una bona qualitat de vida per als locals.

Avui dia existeix de manera patent un lligam entre el turisme i el medi ambient, ja que cada vegada més som conscients que si volem mantenir la indústria turística per a les nostres generacions futures, és de vital importància preservar el nostre entorn. Així doncs, hem d'estudiar què vol dir "sostenibilitat mediambiental", però abans tenir clar el terme "sostenibilitat".

Segons el diccionari català, sostenibilitat és "El conjunt de polítiques destinades a fer compatible el creixement econòmic i la preservació de la biodiversitat i evitar, en darrer terme, la degradació de la biosfera provocada per l'acció humana". (Enciclopedia.cat, s.d.).

Tenint en compte aquesta definició podem entendre que sostenibilitat mediambiental és afegir a la definició anterior un comportament constant de la conservació i protecció del medi ambient.

Aquest és un sector que té impacte constant en el medi ambient i en els recursos culturals de les destinacions, per tant, s'ha de reduir els impactes negatius i establir la sostenibilitat com un objectiu global. És des d'aquest moment quan neix la idea de turisme sostenible. (González i Orbes, 2018, p.104).

En relació amb la sostenibilitat, l'Organització Mundial del Turisme (OMT), explica tres conceptes clau per al desenvolupament d'un turisme sostenible, els quals són:

1. Fer un ús òptim dels recursos ambientals, mantenint processos ecològics essencials i ajudant a conservar el patrimoni natural i la biodiversitat.
2. Respectar l'autenticitat sociocultural de les comunitats d'acollida, conservar el seu patrimoni cultural viu i construït i els seus valors tradicionals, i contribuir a l'enteniment i tolerància intercultural.
3. Garantir operacions econòmiques viables a llarg termini, proporcionant beneficis socioeconòmics a totes les parts interessades [...] incloent una ocupació estable i oportunitats de generació d'ingressos i serveis socials per a les comunitats d'acollida, i contribuint a la mitigació de la pobresa. (Unwto.org, s.d.).

Per tant, podem concloure que un hotel sostenible seria aquell que intenta seguir amb la seva activitat empresarial amb normalitat, però intentant que l'impacte mediambiental sigui el menor possible, però; com ho fan? “Buscan la integración de los valores y principios asociados al desarrollo sostenible en todos sus procesos de negocio, así como en la relación con todos los actores implicados en su actividad”. (Meri, 2020).

3.1.1. Com es mesura? Normativa obligatòria

La normativa de referència que regula les normes jurídiques a Espanya sobre la responsabilitat mediambiental és la “LRJSP 26/2007, del 23 d'octubre, de Responsabilitat Mediambiental”. Aquesta llei va ser creada quan va aparèixer la necessitat de tenir una normativa que estructurés nous sistemes de responsabilitat per prevenir eficaçment danys mediambientals i assegurar una ràpida i adequada reparació en cas de produir-se'n.

Aquesta norma defineix el terme dany mediambiental com: “Los daños a las especies silvestres y a los hábitat, es decir, cualquier daño que produzca efectos adversos significativos en la posibilidad de alcanzar o de mantener el estado favorable de conservación de esos hábitat o especies”. (Boe.es, s.d.).

A més a més de qualsevol dany que pugui produir efectes adversos significatius a les aigües, la ribera de la mar i al sòl.

Tot i això, a Catalunya no hi ha una normativa que defineixi què és un establiment sostenible. Així, més que parlar de normativa es fa a través de distintius que certifiquen que un establiment turístic (allotjament, restaurant, empresa d'activitats, etc.) aconsegueix la seva activitat de manera sostenible i, per tant, se la pot considerar com a tal. Si un establiment s'autodefineix com a sostenible ho fa perquè compleix amb les exigències de determinats requisits o paràmetres als quals s'acull voluntàriament. Si els compleixen, l'administració ho certifica i els concedeix etiquetes que donen lloc a aquesta condició de sostenibles i que poden exhibir en les instal·lacions. Val a dir que aquesta condició està subjecte a una revisió periòdica.

3.1.2. Certificacions ambientals voluntàries

“La certificación ambiental es un procedimiento que evalúa, monitorea y proporciona garantía escrita a todas aquellas empresas o actividades que cumplen totalmente con un conjunto de requisitos específicos básicos. Es una recompensación por la implantación y el cumplimiento de un buen Sistema de Gestión Medio Ambiental (SGMA)”. (Innovtur.com, 2021).

Altres, defineixen una certificació com aquella avaluació realitzada per una empresa externa a l'empresa, que “certifica que tant l'organització, com els seus productes, serveis i processos, compleixen amb requeriments establerts per a l'obtenció i utilització d'un segell verd distintiu”. (Dalgo, 2017, p.11).

Actualment, existeixen diferents etiquetes ecològiques de caràcter voluntari per distingir aquest compromís afegit que tenen les empreses amb el medi ambient. Segons Bien (2004), podem dir que una ecoetiqueta “és un sistema voluntari que es concedeix a un producte o servei turístic que significativament té millor acompliment en comparació amb altres del sector”. És a dir, aquest sistema d'ecoetiquetatge es basa en l'esforç i el tracte mediambiental, més que en els estàndards bàsics com es el cas de la certificació ambiental.

Una altra definició interessant seria “las ecoetiquetas son instrumentos voluntarios de mercado concebidos para acreditar el desempeño ambiental y promocionar la producción, distribución y utilización de productos y servicios con

un menor impacto ambiental". (Adriana, 2015, p.25)

Segons la United Nations Environment Programme (UNEP) s'han estudiat els principals objectius de les ecoetiquetes en la indústria turística, els quals es poden resumir en quatre tal com ha fet Ayuso (2003), en la seva tesi de gestió sostenible dins la indústria turística:

- Augmenten la conscienciació ambiental de les parts interessades en el turisme: les empreses, les autoritats locals i els consumidors.
- Poden servir per implicar les pimes del sector en activitats ambientals.
- Poden millorar el comportament ambiental del sector turístic respecte a objectius determinats.
- Subministren informació ambiental per als consumidors, i d'aquesta manera els ajuden a prendre decisions d'acord amb aquesta informació.

A continuació, un llistat i explicació dels sistemes de certificació o identificació més importants d'establiments que fan que un establiment turístic es pugui considerar sostenible:

3.1.2.1. Les Eco-etiquetes

Honey i Rome (2001), esmenten que a finals dels anys 80 i principis dels 90 es comença a fer menció de les certificacions ambientals a causa de la pressió social que ja provenia dels anys 70 respecte al deteriorament ambiental. També defineixen el terme certificació considerant-lo com a un procediment voluntari que assegura als negocis a encaixar amb uns requisits mínims.

En l'actualitat hi ha diverses ecoetiquetes, les més utilitzades són les següents:

- **Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental (DGQA)**

Aquest distintiu és un etiquetatge ecològic voluntari creat per la Generalitat de Catalunya l'any 1994. Serveix com a principal distintiu de qualitat ambiental a Catalunya, i permet identificar productes i serveis que superen requeriments de qualitat ambiental, reconeixen característiques que els fa respectuosos amb el medi ambient.

Segons el Departament de Medi Ambient de la Generalitat, els sol·licitants poden ser fabricants de productes industrials a Catalunya o ve, titulars de serveis que es presenten en àmbit territorial de Catalunya. Aquests estan obligats a complir uns requisits més enllà del compliment de la normativa per tal d'assolir amb els objectius del distintiu. Els principals objectius es basen en:

- Impulsar la producció, l'ús i el consum de productes i serveis que afavoreixin una correcta gestió de residus (reutilitzant productes i matèries), estalvi en el consum d'aigua i eficiència energètica.
- Facilitar informació, tant als consumidors com als treballadors, de les bones pràctiques ambientals per tal d'orientar les seves decisions d'ús o de compra. Afavorint també una mobilitat sostenible.

Existeixen uns criteris mínims els quals els establiments hotelers han de complir segons el DGQA, aquests es troben classificats en la taula següent:

Taula 1: criteris de compliment mínim segons DGQA

Categoria	Criteris d'obligat compliment
Gestió de residus	<ul style="list-style-type: none"> ● Recollida selectiva d'acord amb la gestió del municipi o de la comarca. ● Retolació identificativa dels contenidors. ● Informació als clients.
Estalvi d'aigua	<ul style="list-style-type: none"> ● Revisió mensual d'aixetes, regadores de dutxa, cisternes de lavabo. ● Informació als clients. ● Rètols informatius respecte a la utilització racional d'aigua. ● Rètols informatius respecte al canvi de tovalloles i roba de llit.

<p>Piscina</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Piscines descobertes: escalfament de l'aigua únicament amb energia renovable o residual. ● Piscines cobertes: temperatura de l'aigua <math><28^{\circ}</math>, temperatura de l'aire <math><3^{\circ}</math> de la temperatura de l'aigua i la humitat relativa a 60-70%. ● Rètols informatius respecte a la climatització de la piscina.
<p>Estalvi i eficiència energètica</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Il·luminació: màxim aprofitament de la llum natural, utilització de fluorescents trifòsfor o làmpades fluorescents compactes per a zones interiors amb il·luminació superior a 5h/dia, utilització de fluorescents amb balast electrònic per a zones interiors amb il·luminació de 24h/dia. ● Aigua calenta sanitària o calefacció: bon aïllament d'instal·lacions, vàlvula mescladora de tres vies o vàlvula termostàtica amb bomba i circuit de recirculació entre calderes i dipòsits programables, opacitat de gasos provinents de la caldera inferior a 2 escala de

	<p>Bacharach (excepte gas), rendiment de la caldera superior a 85% (excepte per a biomassa).</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Informació als clients. ● Rètols informatius sobre la utilització racional de l'aigua calenta, l'enllumenat i la climatització.
Compres	<ul style="list-style-type: none"> ● Neveres i congeladors sense CFC ni compostos de transició.
Sorolls i vibracions	<ul style="list-style-type: none"> ● Soroll màxim segons l'ordenança del municipi.
Informació i educació ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ● Fulla informativa amb criteris del distintiu per als clients. ● Informació a clients respecte a transports públics. ● Formació al personal respecte a criteris ambientals. ● Informació respecte a l'entorn pròxim.
Qualificacions ambientals	<ul style="list-style-type: none"> ● Construcció amb materials, colors i estils arquitectònics propis de la zona. ● Sense impacte ambiental significatiu respecte als paisatges.

Font: (Ayuso, 2003, p.136-137).

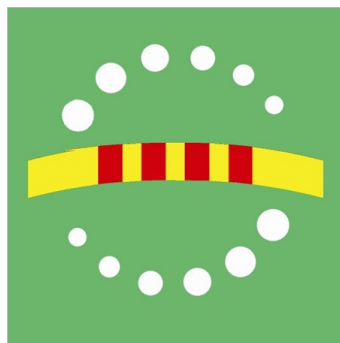
Cal remarcar que aquest procediment està subjecte al pagament d'una única

quota de 428,15 €. A més, aquesta té una vigència de tres anys, finalitzat aquest període és necessari fer una renovació amb un cost de 285,55 €. Tant la quota inicial, com la quota de renovació disposen de possibles reduccions al preu, concretament una rebaixa del 50% en cas de microempreses o PIMES, i un 15% si el sol·licitant disposa del certificat EMAS o ISO 14001.

També s'ha de tenir en compte que en el cas que l'organització sigui: una entitat pública o privada sense ànim de lucre, una entitat participada per un organisme autònom, o ve, una empresa depenent de la Generalitat, queda alliberada de pagar la quota si la seva participació supera al 50% del capital. Com també queden exonerats de la quota de renovació (sempre que acreditin el pagament de la quota adequada), aquells subjectes passius de l'Ecolabel de la Unió Europea, en referència als mateixos productes o serveis als quals s'atorga el DGQA.

Un cop la proposta és acceptada pel Consell de Qualitat Ambiental, es publica al Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya (DOGC) i l'establiment passa a tenir dret d'utilitzar el logotip, especificant la propietat i els criteris corresponents com a llegenda. (mediambient.gencat.cat, 2009).

Il·lustració 1: Logotip DGQA



Font: Departament de Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya.

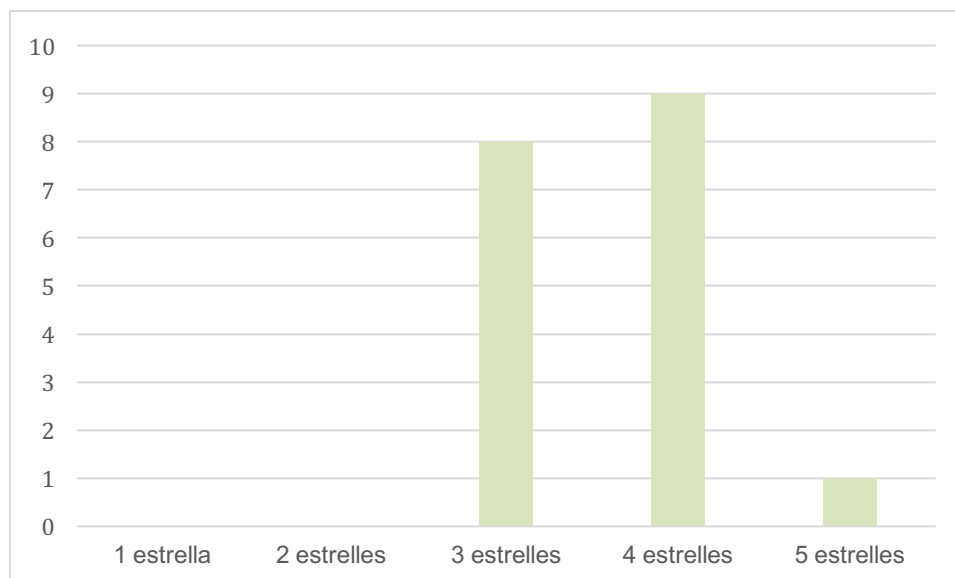
A continuació, es mostra una taula amb els diferents hotels dins el territori català que disposen actualment del Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental. Concretament en trobem divuit. Aquesta, ha estat elaborada a partir de la guia oficial d'establiments turístics de la Generalitat de Catalunya.

Taula 2: Establiments hotelers a Catalunya amb la certificació DGQA

Hotel Barcelona 1882 (Barcelona)	Hotel Portaventura El Paso (Salou)
Hotel Barcelona Catedral (Barcelona)	Hotel Portaventura Caribe (Vilaseca-Salou)
Hotel Caprici Verd (Santa Susanna)	Hotel Portaventura Mansión de Lucy (Salou)
Hotel Cal Teixidó (Estamariu)	Hotel Molí de la Torre (Bigues i Riells)
Hotel Delamar (Lloret de Mar)	Hotel Rosa (Begur)
Hotel GHT Miratge (Lloret de Mar)	Hotel Vall de Núria (Queralbs)
Hotel Athene Neos (Lloret de Mar)	Hotel Grèvol Spa (Camprodon)
Hotel Samba (Lloret de Mar)	Hotel Somlom (Sant Esteve de Palautordera)
Hotel Port Aventura (Salou)	Hotel l'Hostatgeria de Poblet (Vimbodí i Poblet)

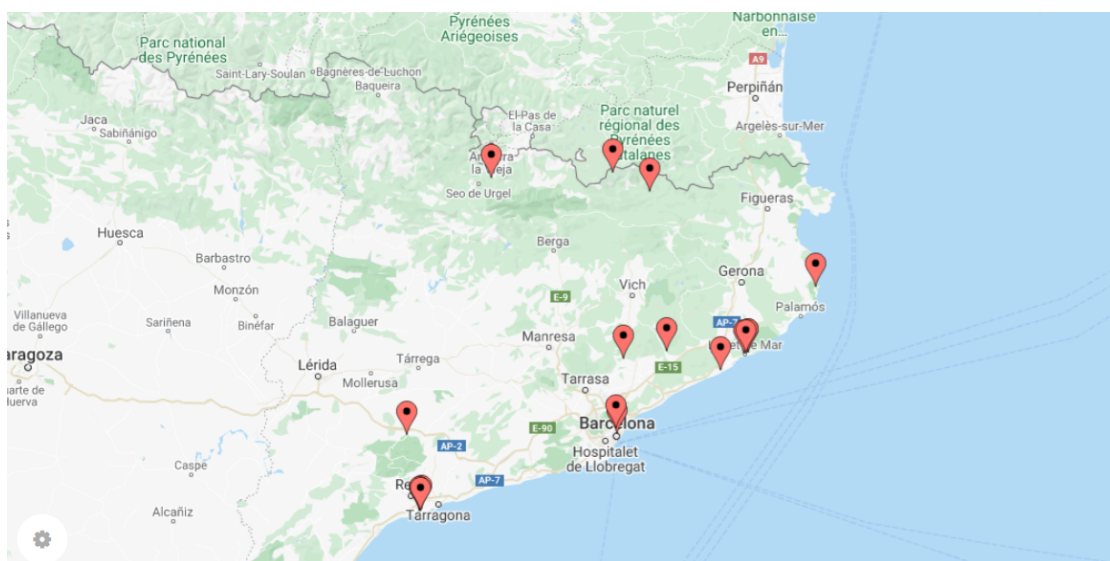
Font: Elaboració pròpia a partir de la pàgina web: establimentsturistics.gencat.cat/

Gràfic 1: Classificació dels hotels segons la seva categoria



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

Il·lustració 2: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

- Etiqueta Ecològica Europea (EEE) o Ecolabel

Aquesta etiqueta representa que un organisme públic i independent ha comprovat que un producte o servei compleix amb els estrictes criteris ecològics i de rendiment definits en l'àmbit europeu. Segons el "Reglament (CE) núm. 66/2010 del Parlament Europeu i del Consell de la Unió Europea", la definició oficial és la següent:

Establecer un sistema comunitario voluntario de concesión de etiqueta ecológica para promover productos con un impacto medioambiental reducido durante todo su ciclo de vida y proporcionar a los consumidores información exacta, no engañosa y con base científica sobre su impacto medioambiental. (Eur-lex.europa.eu, s.d.).

L'objectiu d'aquesta etiqueta és reduir l'impacte negatiu de la producció i el consum sobre el medi ambient, la salut, el clima i els recursos naturals. Amb la finalitat de promoure aquells productes amb un nivell alt de comportament ambiental gràcies a la utilització de l'etiqueta ecològica.

Tal com s'especifica en el reglament esmentat anteriorment, aquesta és l'únic signe de qualitat ambiental certificat per un organisme independent, totalment avalat a Europa. Pel que fa al procés de verificació del compliment dels requisits

generals per a l'etiqueta ecològica és potestat dels organismes competents de cada país. Aquests, han d'avaluar-ho de manera neutra, coherent i fiable. També poden aplicar un procés d'inspecció sempre que resulti necessari.

Finalment i com en el cas del distintiu anterior, aquest també està subjecte al pagament d'un cànon, un de sol·licitud, i l'altre anual. Els quals queden desglossats en la taula següent:

Taula 3: Preus de la certificació EEE

	Interval	Microempreses	PIME
Sol·licitud	Mín. 200€ Màx. 1.200 €	Màx. 350 €	Màx. 600 €
Anual	Màx. 1.500 €	Màx. 350 €	Màx. 750 €

Font: Elaboració pròpia a partir del Reglament (CE) núm. 66/2010 del Parlament Europeu i del Consell de la Unió Europea.

En el cas del cànon de sol·licitud, existeix la possibilitat d'obtenir una reducció del 20% per als sol·licitants registrats en el sistema EMAS i ISO 14001. Aquests, han de demostrar al llarg de l'any que el seu servei o producte compleix amb els criteris de l'etiquetatge ecològic, i aquells que ja obtenen el certificat EMAS han d'emetre un cop a l'any, una còpia de la seva declaració mediambiental verificada.

Pel que respecta als criteris ecològics obligatoris establerts, es poden resumir en la taula següent:

Taula 4: Criteris de compliment mínim segons EEE

Tipologia	Criteris obligatoris
Energia	<ul style="list-style-type: none"> ● 22% de l'electricitat de fonts d'energia renovables. ● No utilitzar gasoil el contingut

	<p>de sofre > 0,2%, ni carbó com a font d'energia.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Rendiment de la caldera: > 90% mesurat d'acord amb la Directiva 92/42 / CEE. ● Aire condicionat amb una eficiència energètica de classe B definida a la Directiva 2002/31 / CE. ● Aïllament tèrmic i acústic de les finestres. ● Saunes amb un comandament temporitzador.
Aigua	<ul style="list-style-type: none"> ● Cabal d'aigua d'aixetes i dutxes < 12 L / minut. ● No més de 5 cisternes funcionant alhora. ● Llençols i tovalloles canviades a petició de client o una o dues vegades per setmana (segons la categoria de l'allotjament). ● Reg de plantes i jardins després del capvespre o abans del migdia. ● Es tractaran totes les aigües residuals. ● S'aplicarà el pla local d'aigües residuals. ● Només s'utilitzaran desinfectants si cal per a complir els requisits legals d'higiene.

<p>Gestió general</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Secció per a no fumadors a les àrees comunes. ● Bon manteniment i revisió de l'equipament. ● Elaboració d'una política ambiental i d'un pla d'actuació detallat per aplicar-la. ● Formació de personal per garantir l'aplicació de les mesures ambientals. ● Informació als clients sobre la política ambiental, les mesures preses i l'eco-etiqueta ecològica. ● Procediments de recollida i control de dades (consum d'energia, d'electricitat, d'aigua, de productes químics i de residus).
<p>Residus</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Facilitar la classificació dels residus per als clients. ● Classificació dels residus perillosos (enumerats a la Decisió 2000/532 / CE) pel personal. ● Residus classificats i transportats al lloc adequat procurant que sigui el més proper possible (si és procedent). ● No s'utilitzaran productes sol ús (sabó, xampú, gorres de

	<p>dutxa, tasses, plats i coberts ...).</p>
<p>Informació per als clients</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Tancar les finestres quan la calefacció o l'aire condicionat estiguin en funcionament si no es desconnecten automàticament. ● Apagar els llums abans d'abandonar l'habitació. ● Instruccions sobre l'estalvi d'aigua a la cambra de bany. ● Dipositar els residus a la paperera dels lavabos. ● Informar el personal si es troben fuites. ● Informació sobre el transport públic local.
<p>Text escrit sota la placa de l'ecoetiqueta</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Mesures preses per estalviar energia i aigua. ● Mesures preses per reduir la quantitat de residus. ● Millora general del medi ambient.

Font: ec.europa.eu/info/index_es

Il·lustració 3: Logotip EEE



Font: Pàgina web oficial European Commission.

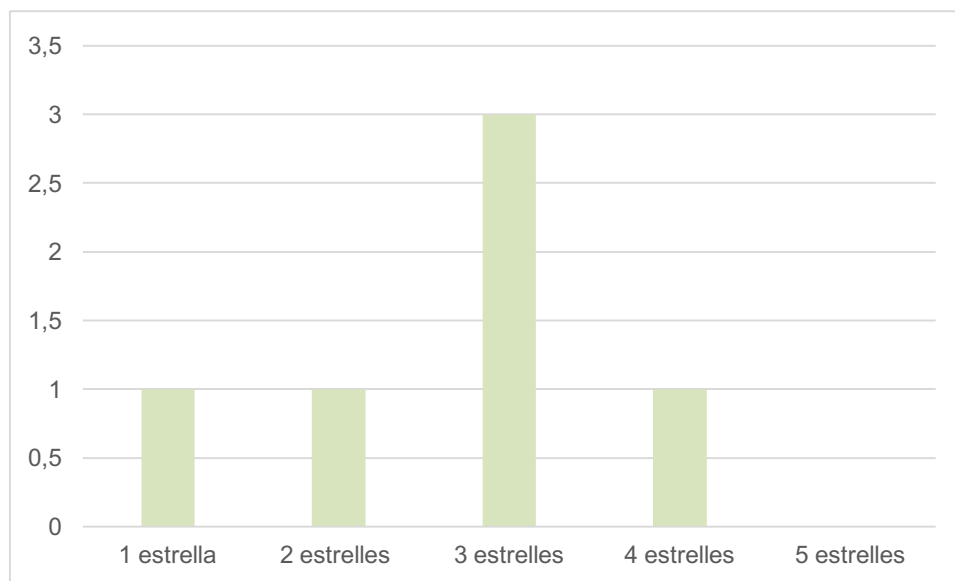
Tot seguit, una taula on apareixen els sis hotels a Catalunya que disposen en l'actualitat de l'Etiqueta Ecològica Europea.

Taula 5: Establiments hotelers a Catalunya amb la certificació EEE

Hotel Alternative Creation (Barcelona)	Hotel Casa Duaner (Berguedà)
Apart-Hotel L'Avenc de Tavertet (Barcelona)	Hotel Restaurant l'Algadir del Delta (Tarragona)
Hotel Somlom (Sant Esteve de Palutordera)	Hotel Mas Llagostera (La Bisbal Del Penedès)

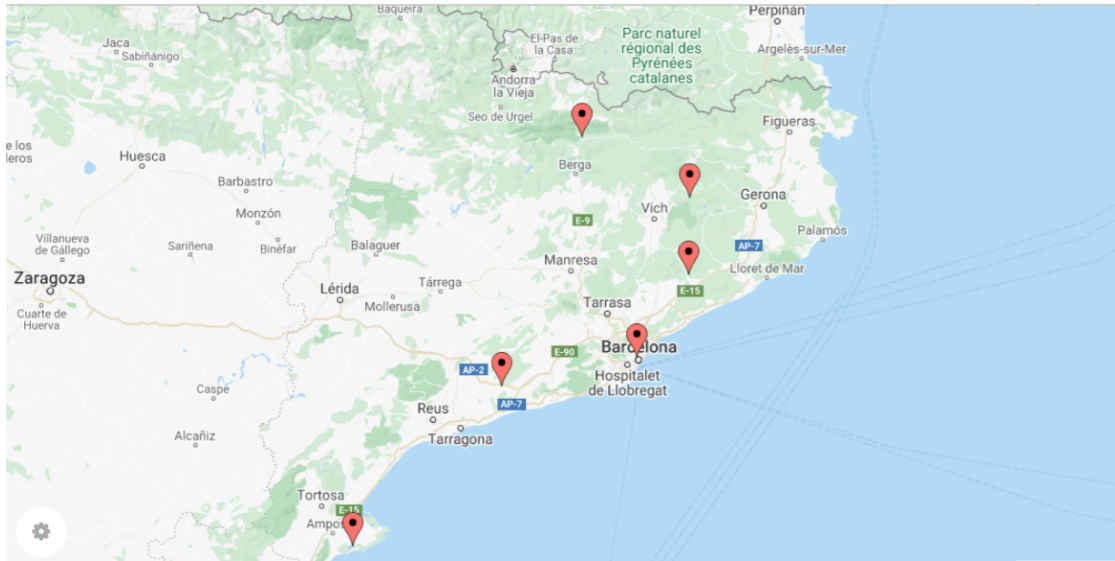
Font: Elaboració pròpia a partir de la pàgina web: establimentsturistics.gencat.cat/

Gràfic 2: Classificació dels hotels segons la seva categoria



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

Il·lustració 4: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

- **Certificació Biosphere Hotels**

La certificació Biosphere per Hotels en diferenciació de les dues anteriors, va ser dissenyada per una entitat privada, l'Institut de Turisme Responsable (ITR), un organisme independent que va néixer l'any 1995 arran de la Conferència Mundial de Turisme Sostenible, i va ser sostinguda per entitats com: l'OMT, la United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) programa de Nacions Unides per al Medi Ambient (PNUMA) i la Unió Europea (UE). La funció bàsica de Biosphere és impulsar accions de desenvolupament sostenible en destinacions i empreses turístiques, a més de promoure els principis de la Carta Mundial de Turisme Sostenible. Tot i això, aquesta certificació aspira a anar més enllà de la gestió ambiental hotelera, pretén tenir en compte la conservació de l'hàbitat de la vida a la terra. (biosphere.com, 2021).

En què se centra?, en el cas de la certificació per als hotels, aquesta, es focalitza en el canvi climàtic, tenint en compte totes les mesures possibles per tal d'assolir una eficiència energètica efectiva, i a més a més, intenta fomentar l'ús del transport públic oferint informació als seus clients. En segon lloc, se centra en el medi ambient, sol·licitant directament als seus treballadors i clients un ús responsable de l'aigua. També, treballa per obtenir una reducció de l'ús de productes d'un sol ús, una política de compra sostenible amb proveïdors locals

i kilòmetre 0, un procés de reciclatge de residus eficient, i finalment, pren consciència i intenta sensibilitzar als usuaris de la importància que té preservar els ecosistemes terrestres i la vida submarina. A banda d'això, però no menys important, intenta dins la mesura possible satisfer les expectatives dels turistes i augmentar la qualitat de vida de la població local.

El procediment que ha de seguir un establiment hotelier per tal d'obtenir aquesta certificació és senzill. L'establiment hi ha de sol·licitar tota la informació i els documents que els servirà de guia per a començar el procediment. Un cop hagin implementat els requisits obligatoris internacionals de sostenibilitat, un auditor extern i qualificat comprovarà el compliment d'aquests requisits. Si aquest hi està conforme, passaran a obtenir la certificació. Evidentment, també hauran de pagar una quota anual, el preu del qual varia segons la mida de l'entitat (nombre d'habitacions). La quota actual es mostra a la taula següent:

Taula 6: Preus de la certificació Biosphere

Unitats d'allotjament	Preu anual de la certificació
1 – 10	200 €
11 – 25	400 €
26 – 50	600 €
51 – 100	800 €
101 – 300	1.000 €
Més de 300	1.200 €

Font: Pàgina web oficial: biospheretourism.com/es

A més a més, l'any 2001, Catalunya va ser el primer destí urbà en obtenir l'acreditació Biosphere pel seu compromís amb la sostenibilitat en l'àmbit turístic.

Pel que fa a la classificació d'hotels amb el distintiu Biosphere, l'ITR ha dissenyat una classificació de tres punts des del punt de vista més general fins al més específic:

- Responsible Tourism: d'aplicació general per a tots els hotels.

- Quality for Life: per a hotels situats en Reserves de la Biosfera i en zones declarades Patrimoni de la Humanitat.
- Heritage for Life: per a hotels considerats immobles de patrimoni històric o cultural o que estiguin situats en centres històrics o culturals (inclosos els llocs de Patrimoni de la Humanitat).
- Animal Embassy: per a parcs temàtics o naturals que preserven la biodiversitat animal. (biosphere.com, 2021).

Il·lustració 5: Logotip Biosphere



Font: Pàgina web oficial Biosphere Tourism.

Seguidament, en aquesta taula es mostren vint-i-cinc hotels a Catalunya amb disposició del certificat mediambiental voluntari Biosphere.

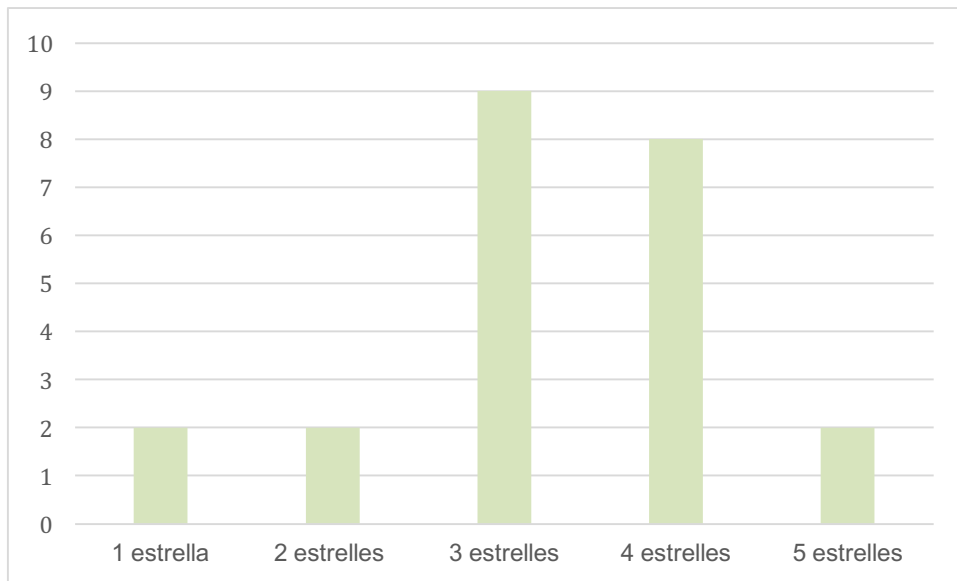
Taula 7: Establiments hotelers a Catalunya amb la certificació Biosphere

Hotel Ciutat de Girona (Girona)	Hotel Barcelona universal (Barcelona)
Hotel Barcelona 1882 (Barcelona)	Hotel Ohla Eixample (Barcelona)
Hotel Casa Primavera (Barcelona)	Hotel Jazz (Barcelona)
Hotel Golden Tulip (Barcelona)	Hotel B (Barcelona)
Hotel Pulitzer (Barcelona)	Hotel Granvia (Barcelona)
Hotel Andante (Barcelona)	Hotel Europark (Barcelona)
Hotel twentytú Hi-Tech (Barcelona)	Hotel Gallery (Barcelona)
Hotel AC by Marriott Barcelona Forum (Barcelona)	Hotel Arts (Barcelona)
Hotel AC by Marriott Som (Barcelona)	Hotel Barcelona Cathedral (Barcelona)

Hotel AC by Marriott Irla (Barcelona)	Hotel Soho (Barcelona)
Hotel U232 (Barcelona)	Hotel Rec (Barcelona)
Hotel Paral·lel (Barcelona)	Hotel Arc la Rambla (Barcelona)
Jam Hostel (Barcelona)	

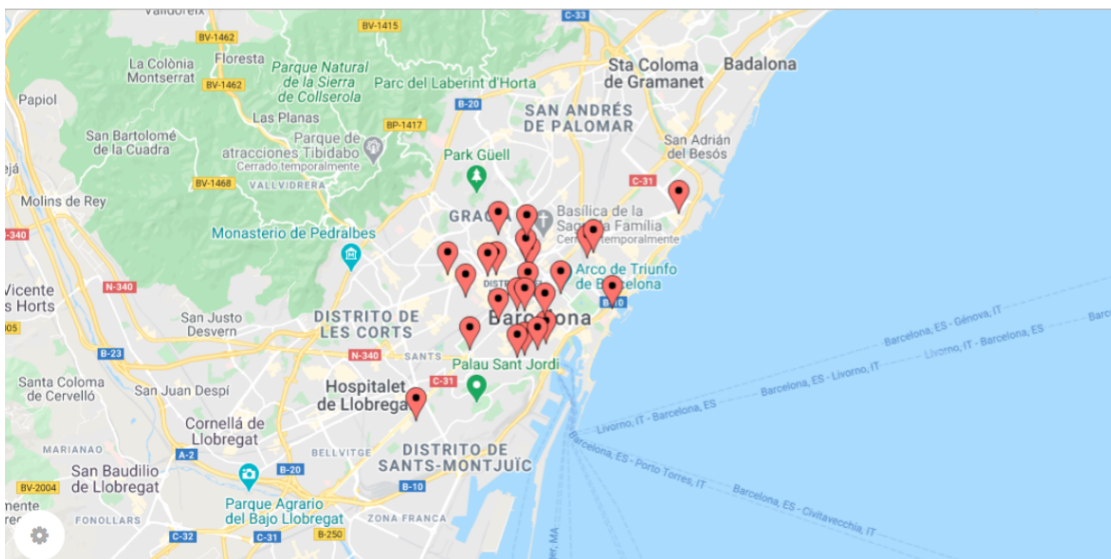
Font: Elaboració pròpia a partir de la pàgina oficial de: biospheretourism.com/es

Gràfic 3: Classificació dels hotels segons la seva categoria



Font: Elaboració pròpia

Il·lustració 6: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

3.1.2.2. Sistemes de Gestió Ambiental (SGA)

Un Sistema de Gestió Ambiental és un mecanisme que ajusta i imposa un procés sistemàtic de millora continuada dins l'empresa respecte al medi ambient. Aquest està format per polítiques, processos, pràctiques i registres que defineixen les normes en què l'empresa es regirà per interaccionar amb el medi ambient. Permeten utilitzar auditories periòdiques per avaluar i millorar el progrés de cada empresa en termes de comportament ambiental i de difondre la informació corresponent al públic i hi ha terceres parts. Existeixen dos factors imprescindibles que garanteixen l'èxit d'un SGA, segons Aguilera i Solís (2016):

El primer és el compromís de tot el personal de l'empresa, i el segon disposar d'una eina de gestió sistemàtica que cooperi dins del model de gestió, que ajudi a disminuir costos i, a combatre i atendre l'actual pressió social exigent amb la conservació del medi ambient.

La normativa ISO és la que gestiona en gran part els sistemes de gestió dins una organització. Aquesta, es focalitza en diversos departaments com ara: qualitat, medi ambient, riscos i seguretat i per última responsabilitat social. Si focalitzem en el departament de medi ambient, trobem dues normes bàsiques: ISO 14001 i ISO 50001.

- **Norma ISO 14001**

Aquesta normativa prové de la família International Organization for Standardization (ISO). És la més escollida de les certificacions per part de les empreses i el seu objectiu principal és "impulsar les empreses de la indústria turística a ser més responsables i fer-los entendre que invertir en sostenibilitat els permetrà obtenir millors rendiments, siguin socials, econòmics o ambientals". (Moret, 2020, p. 20).

Permet a les empreses demostrar un compromís amb la protecció del medi ambient, a través de la gestió de riscos mediambientals relacionats amb l'activitat que s'hi desenvolupa. També permet una millor optimització de la gestió de recursos, com la millora de l'eficiència dels processos de producció, reduint possibles riscos ambientals. Aquesta va ser reformada l'any 2015 amb

noves modificacions en l'estructura i el contingut de la norma.

Un exemple de companyia hotelera compromesa seriosament amb el sistema de gestió ambiental ISO 14001 és l'empresa NH Hotel Group amb un total de 88 hotels repartits per Alemanya, Itàlia i Espanya. (mediambient.gencat.cat, 2017).

Il·lustració 7: Logotip Norma ISO 14001



Font: Pàgina web: mediambient.gencat.cat/

A continuació es mostra una taula completa amb el nom dels hotels a Catalunya que tenen a la seva disposició la certificació ISO 14001.

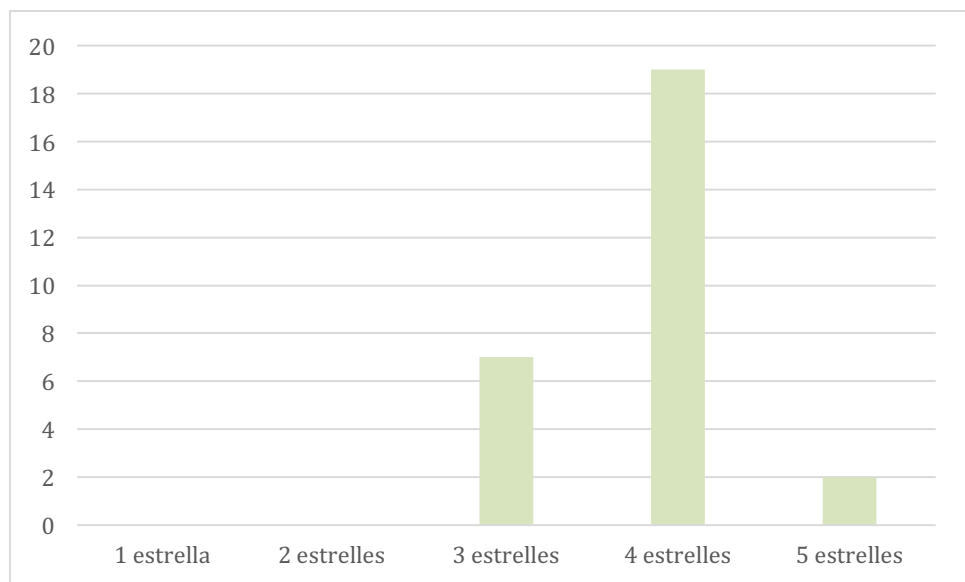
Taula 8: Establiments hotelers a Catalunya amb el distintiu ISO 14001

Hotel Alimara (Barcelona)	Hotel htop Platja Park (Platja d'Aro)
Hotel Majestic (Barcelona)	Hotel GHT Xaloc (Platja d'Aro)
Hotel Neri Relais & Chateaux (Barcelona)	Hotel GHT S'Agaró Mar (Sant Feliu de Guíxols)
Euro Hotel Barcelona - Diagonal Port (Barcelona)	Hotel GHT Oasis Park & SPA (Lloret de Mar)
Hotel SERHS Rivoli Rambla (Barcelona)	Hotel Samba (Lloret de Mar)
Hotel Vincci Marítimo (Barcelona)	Hotel GHT Aquarium & SPA Superior (Lloret de Mar)
Hotel Calipolis (Barcelona)	Guitart Gold Central Park Aqua Resort (Lloret de Mar)
Hotel Estela (Sitges)	Hotel GHT Costa Brava (Tossa de Mar)
Melià Sitges (Sitges)	Hotel GHT Neptuno (Tossa de Mar)

Hotel GHT marítim (Calella)	Hotel GHT Oasis Tossa & SPA (Tossa de Mar)
Hotel GHT Balmes, Aparthotel & SPLASH (Calella)	Hotel Port Aventura (Salou)
Hotel Tahiti Playa & Suites (Barcelona)	Hotel Parador de Cardona (Cardona)
Hotel Sant Cugat (Barcelona)	Hotel Vall de Núria (Queralbs)
Hotel Parador d'Aiguablava (Girona)	Hotel Els Caçadors de Ribes (Ribes de Freser)

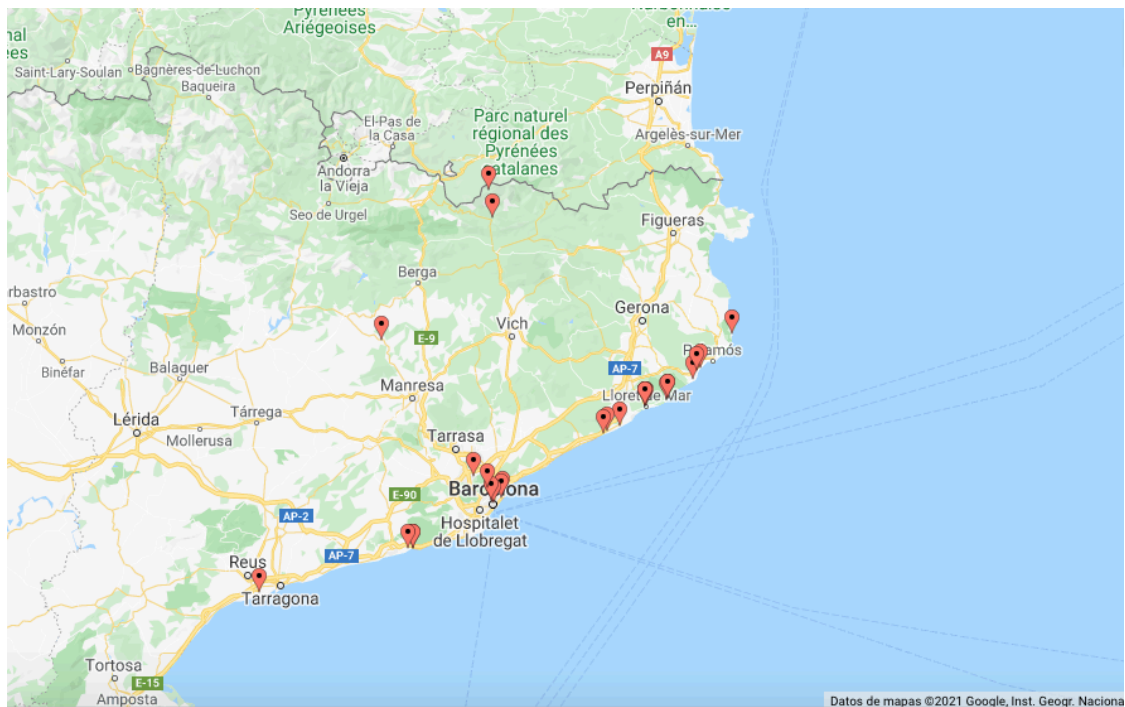
Font: Elaboració pròpia a partir de la pàgina web: establimentsturistics.gencat.cat/

Gràfic 4: Classificació dels hotels segons la seva categoria



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

Il·lustració 8: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

- EMAS

Environmental Management and Audit Scheme (EMAS) és un sistema comunitari de gestió i auditoria ambiental creat l'any 1993. És una eina de gestió per a empreses i organitzacions que operin en algun sector econòmic de la Unió Europea i que estiguin interessats a fer-se càrrec d'una responsabilitat ambiental i econòmica i millorar el seu comportament ambiental. Aquesta normativa reconeix que les organitzacions han de tenir la seva pròpia responsabilitat a l'hora de gestionar l'impacte mediambiental que generin les seves activitats, serveis o productes, per la qual cosa han de:

- Prendre un enfocament actiu dins d'aquest camp.
 - Minimitzar, prevenir i, si és possible, eliminar la contaminació.
 - Fixar una bona gestió dels seus recursos.
 - Emprar tecnologies respectuoses amb el medi ambient.
- (mediambient.gencat.cat, 2018).

Respecte al cost de registre, renovació de registre, suspensió i eliminació del sistema de gestió mediambiental EMAS, serà cobrat per part de cada un dels Estats membres de la UE. Segons l'article 39 del Reglament núm. 1221/2009 del Parlament Europeu i del consell, aquest honorari no pot ser superior a una quantitat raonable i ha de ser proporcional a la mida de l'organització i a la feina realitzada. (Boe.es, s.d.).

Per altra banda, hi ha certes diferències entre la normativa ISO 14001 i EMAS. La principal diferència és que ISO 14001 és un estàndard el qual es pot aplicar arreu del món, i no exigeix una revisió inicial abans d'implementar el reglament, en canvi, l'EMAS actua només amb els estats membres de la UE que vulguin participar, i sempre exigeix una revisió inicial prèvia a l'aplicació del reglament. I en segon lloc, la normativa ISO 14001 diu que les organitzacions han de tenir un compromís i complir amb la legislació ambiental vigent, en canvi, l'EMAS proposa que les empreses compleixin amb tots els requisits relacionats amb el medi ambient i que cada tres anys estiguin subjectes a una auditoria del Sistema de Gestió Ambiental.

Il·lustració 9: Logotip EMAS



Font: Pàgina web de la Generalitat de Catalunya.

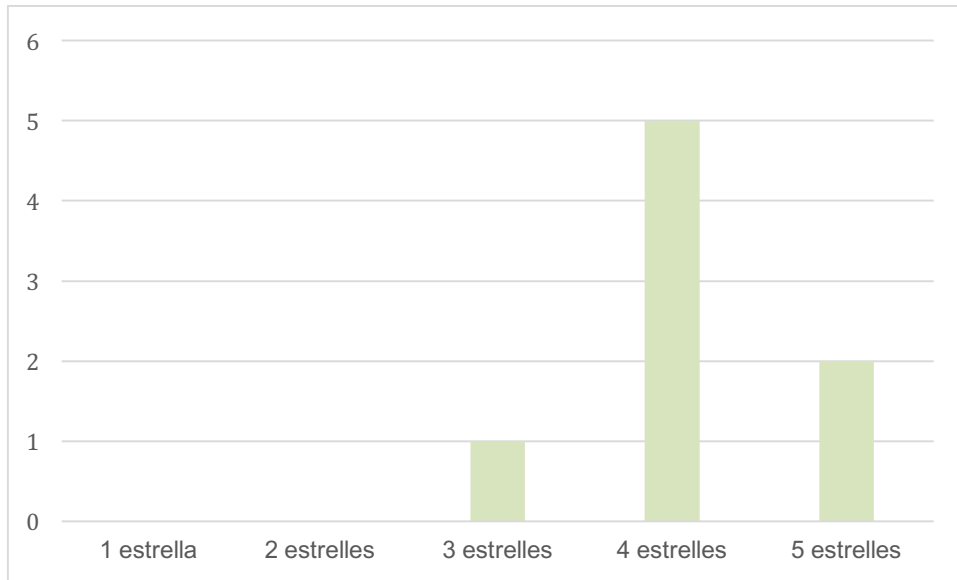
Taula 9: Establiments hotelers a Catalunya amb el distintiu EMAS

Hotel Alimara (Barcelona)	Hotel Portaventura Caribe (Salou)
Hotel Princess (Barcelona)	Hotel Portaventura El Paso (Salou)

Hotel Majestic (Barcelona)	Hotel Portaventura Mansion de Lucy (Salou)
Hotel Samba (Lloret de Mar)	Hotel Portaventura (Salou)

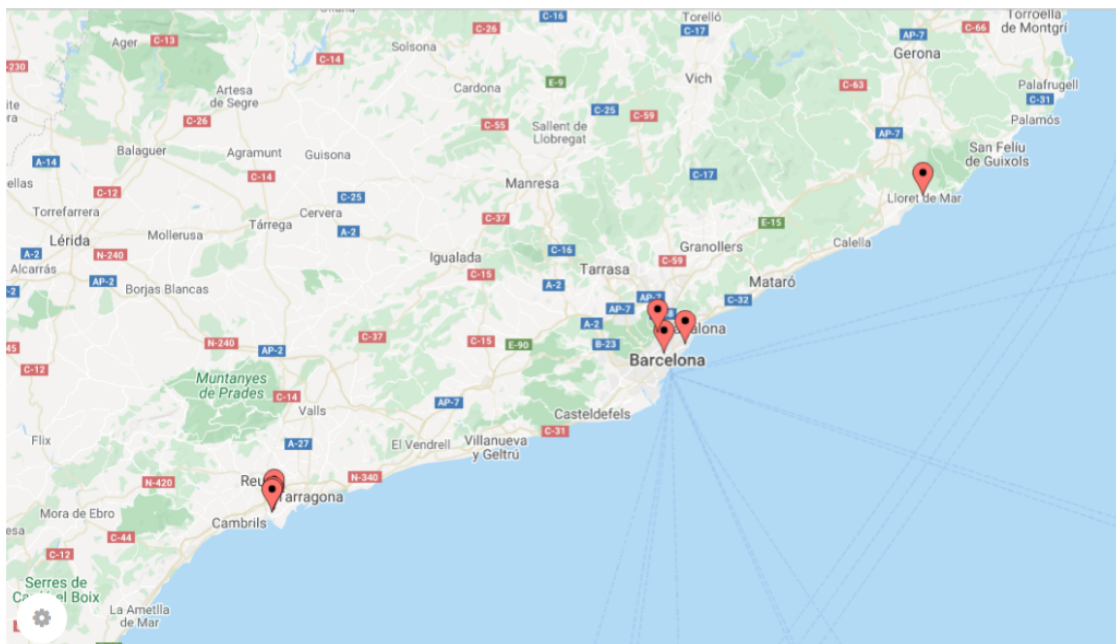
Font: Elaboració pròpia a partir de la pàgina web: establimentsturistics.gencat.cat/

Gràfic 5: Classificació dels hotels segons la seva categoria



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

Il·lustració 10: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

3.1.2.3. Carta Europea de Turisme Sostenible (CETS)

Aquest projecte es va crear com un instrument de conservació de la naturalesa donat al lligam que hi ha entre la conservació del medi ambient i el turisme. La Carta europea de Turisme Sostenible és un mètode i un compromís voluntari que va dirigida als establiments que estiguin situats en parcs naturals acreditats prèviament. Aquesta sorgeix amb la idea de garantir que l'ús públic del Parc Natural es desenvolupi de forma compatible amb la conservació del territori, minimitzant impactes negatius que pot provocar el turisme. És una iniciativa de la Federació "EUROPARC España", la promotora i gestora de l'adhesió a la CETS. Aquesta, té en consideració l'aplicació del concepte de desenvolupament sostenible, i segons els objectius fonamentals de la carta, aquest es defineix com a "un desenvolupament que satisfà les necessitats de les generacions actuals sense posar en perill la capacitat de les generacions futures per satisfer les seves necessitats". (Infonatur.es, 2007).

Així mateix, quan una organització decideix adherir-se a la carta, ha de fer un diagnòstic, consultar amb col·laboradors, fixar objectius estratègics, assignar mitjans necessaris, dur a terme un pla d'acció i finalment avaluar els seus resultats.

En conseqüència, la CETS té com a objectiu global promoure el desenvolupament del turisme sostenible en espais naturals protegits d'Europa, tenint en compte les necessitats del medi ambient, la població local i les empreses turístiques locals. Així doncs, podem dir que els seus dos objectius fonamentals són:

- Fomentar el coneixement i suport als espais protegits d'Europa per tal que les generacions futures puguin gaudir d'aquests espais.
- Millorar el desenvolupament i gestió del turisme dels espais protegits tenint en compte les necessitats del medi ambient, dels residents locals, empreses i visitants.

La seva estructura es basa en cinc principis fonamentals. El primer és donar prioritat a la conservació, per tal de protegir el patrimoni natural i cultural de la

zona. El segon és contribuir al desenvolupament sostenible, tractant d'abordar tots els aspectes de l'impacte ambiental, social i econòmic. El tercer és fer participar en tots els agents implicats en la presa de decisions. El quart, planificar el turisme sostenible de manera efectiva per tal que sigui efectiu, seguint un pla específic amb objectius i accions establertes. I finalment, el cinquè principi que parla de la promoció i la millora contínua, un aspecte molt rellevant per aconseguir la satisfacció dels visitants i un acontentament de la població local.

Seguidament, un llistat dels espais naturals protegits acreditats que, segons la pàgina web oficial "EUROPARC España", estan actualment dins el llistat d'espais protegits a Catalunya:

- Parc Natural del Cap de Creus. (Acreditat l'any 1998).
- Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa. (Acreditat l'any 2001).
- Parc Natural del Delta de l'Ebre. (Acreditat l'any 2007).
- Parc Natural Montseny. (Acreditat l'any 2011).
- Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i L'Obac. (Acreditat l'any 2011).
- Parc Natural del Montgrí, les Illes Medes i el Baix Ter. (Acreditat l'any 2016).
- Parc Natural de la Serra del Montsant. (Acreditat l'any 2016).
- Parc Natural del Garraf, d'Olèrdola i del Foix. (Acreditat l'any 2018).
- Parc Natural del Ter i del Freser. (Acreditat l'any 2019).

Segons les dades de la EUROPARC, d'aquests nou espais naturals protegits, n'hi ha tres els quals tenen establiments hotelers adherits a la CETS, és a dir, compromesos a complir i respectar amb els principis de la carta i així respectar al màxim la zona natural protegida on estiguin situats. (Redeuroparc.org, 2008).

Il·lustració 11: Logotip CETS



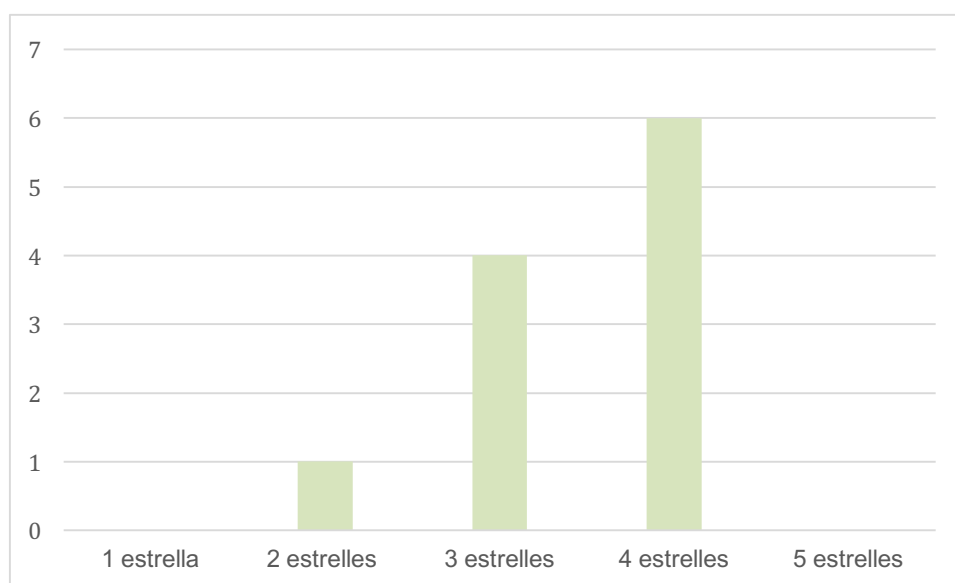
Font: Pàgina web oficial Red Europarc.

Taula 10: Empreses adherides a la CETS per l'espai protegit on es troben

Parc Natural de la Zona Volcànica de la Garrotxa (acreditat l'any 2001).	<ul style="list-style-type: none">- Hotel Vall d'en Bas- Hotel Riu Fluvià- Hotel Mas la Ferreria- Hotel Can Blanc
Parc Natural Montseny (acreditat l'any 2011).	<ul style="list-style-type: none">- Hotel Ripoll- Hotel Can Cuch- Hotel Somlom
Parc Natural del Montgrí, les Illes Medes i el Baix Ter. (acreditat l'any 2016).	<ul style="list-style-type: none">- Hotel Molí del Mig by URH- Hotel Medes- Hotel Es portal Gastronòmic- Les Illes Hotel & Diving

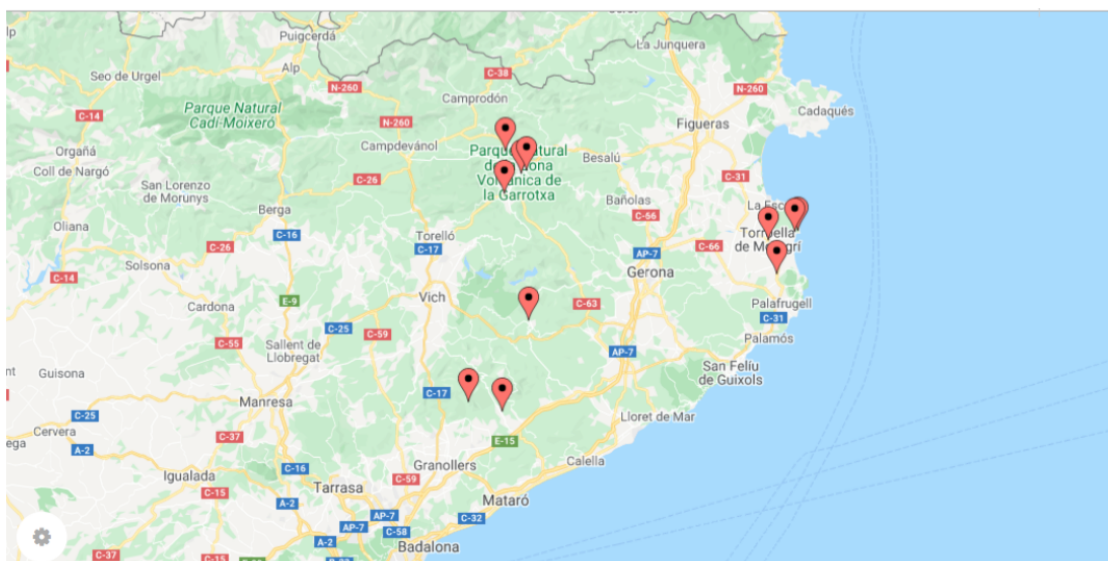
Font: Elaboració pròpia a partir de la pàgina web oficial de: redeuroparc.org/

Gràfic 6: Classificació dels hotels segons la seva categoria



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior

Il·lustració 12: Ubicació geogràfica dels establiments hotelers



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

3.1.2.4. Turisme sostenible Xarxa Natura 2000

En el següent apartat, no s'explica una certificació ambiental similar a les anteriors, sinó que, es tracta d'una iniciativa política europea amb una gran magnitud d'importància encarregada de preservar el patrimoni natural. Per tant, no s'introdueix un llistat d'hotels com en els casos anteriors, ja que no es tracta d'una certificació.

D'acord amb el projecte "Administraciones Locales y Red Natura 2020", La Xarxa Natura 2000 és una xarxa europea d'espais protegits creada l'any 1992, destinada a garantir la biodiversitat natural d'Europa mantenint els espais en un estat de conservació favorable, sense dur a terme projectes que afectin negativament a aquestes zones. El seu objectiu principal és garantir el manteniment, o restablir, els hàbitats naturals i les espècies d'interès europeu en bon estat de conservació. Aquesta xarxa lluita per frenar la pèrdua de biodiversitat a través de la conservació a llarg termini de les espècies i hàbitats més amenaçats, per poder fer compatible la protecció d'aquests amb l'activitat humana que s'hi desenvolupa. Està formada per diferents espais. El primer es dedica exclusivament a la directiva d'aus, l'anomenat ZEPA (Zona d'Especial Protecció per a les Aus) i el segon pertany a la directiva d'hàbitats, anomenats

LIC (Llocs d'Importància Comunitària) i ZEC (Zones d'Espècial Conservació). Tots ells poden ser tant espais terrestres com marins. (Activarednatura2000.com, s.d.).

A Espanya la Xarxa Natura 2000 s'incorpora amb la "LRJSP 42/2007, del 13 de desembre, del Patrimoni Natural i de la Biodiversitat", aquesta indica quins hàbitats i espècies s'han de protegir, com se seleccionen i declaren, regulant el règim especial de l'avaluació de repercussions dels plans, programes i projectes sobre aquests espais regulats en les Directives europees.

L'objectiu final d'implementar aquesta acció és que tots els hàbitats i espècies arribin a tenir un estat de conservació favorable. Aquestes són escollides per què es troben amenaçades o ja es presenten en mal estat. Aleshores, com ho relacionem amb la indústria turística?

El turisme de natura ha crescut en els últims anys superant les taxes del turisme convencional. L'any 2006 s'estima que a Espanya va haver-hi entre 1.200 i 2.200 milions de visites en espais de la Xarxa Natura 2000, és aquí quan ens trobem amb dues polítiques que conflueixen i es beneficien mútuament, la conservació del medi natural i la planificació i promoció del turisme.

L'any 2014 es va aprovar el "RDL 416/2014, del 6 de juny, pel qual s'aprova el pla sectorial de turisme de naturalesa i biodiversitat". En aquest, es varen implementar diversos objectius per tal de desenvolupar un model de turisme de naturalesa sostenible, ja que aquesta tipologia de turisme creix entre un 15 i un 20% a l'any. En resum, aquest decret fa referència a afavorir la biodiversitat del país desenvolupant l'activitat turística en zones de la Xarxa Natura 2000 garantint en tot moment una conservació adequada del medi.

Il·lustració 13: Logotip Xarxa Natura 2000



Font: Pàgina Web oficial Xarxa Natura 2000

3.2. Beneficis i motivacions d'obtenir un distintiu voluntari

El fet de sol·licitar de manera voluntària un certificat més per al producte o servei d'una empresa, automàticament genera avantatges tant econòmics com socials. Els resultats que s'obtenen de manera més directa i immediata són els resultats d'estalvi i gestió eficient dels recursos naturals (fet que provoca una reducció dels costos econòmics mantenint el confort dels usuaris i el nivell de competitivitat de l'establiment), com també el fet de potenciar la innovació i la productivitat, és a dir, la possibilitat de tenir accés a subvencions, la reducció de riscos laborals i de sancions, la reducció dels costos de primes d'assegurances, entre d'altres. A més a més, ajuda a fer que l'organització decideixi posicionar-se com a socialment responsable, reforçant positivament la diferència davant la competència i la seva imatge de cara al consumidor.

Respecte a la Unió Europea, acreditar que un producte o servei tingui l'etiqueta ecològica genera avantatges demostrant als clients i consumidors que el seu producte o servei compleix amb criteris ecològics estrictes, i això pot inclinar-los a escollir-los. A més, és una etiqueta reconeguda a tots els països de la UE i millora la reputació en demostrar responsabilitat social i compromís amb el turisme sostenible.

Segons (Ayuso, 2003, p.199) i Caso (2012), es descriuen una sèrie de factors, interns i externs, els quals poden influir en la implantació pràctica d'instruments

voluntaris per a una gestió més sostenible en una empresa. Aquests es troben classificats en les taules següents:

Taula 11: Motivacions i beneficis d'obtenir un distintiu voluntari

	Factors interns	Factors externs
Motivacions	<ul style="list-style-type: none"> - Millora de la qualitat del servei. - Millora de processos i de la gestió interna. - Compromís ambiental per part del personal i dels directius. - Recerca i investigació d'avantatge competitiu. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pressió per part de la demanda i els tour operadors. - Reconeixement oficial. - Millora i demostració pública de la imatge de qualitat del servei.
Beneficis	<ul style="list-style-type: none"> - Estalvi de costos a mitjà i llarg termini. - Millora en eficiència i organització interna. - Reducció de la taxa d'errors. - Augment de la motivació del personal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Compliment de les exigències legals. - Millora de la imatge de l'empresa. - Satisfacció de la clientela. - Millora de les relacions amb l'administració ambiental.

Font: Elaboració pròpia a partir de la informació de (Ayuso, 2003, p.199) i Caso (2012).

Pel que fa als beneficis que pot aportar la implementació del sistema EMAS en una entitat es pot resumir també en la taula següent, depenent de si els beneficis són ambientals, d'imatge o bé econòmics i ambientals:

Taula 12: Els beneficis de la implementació del sistema EMAS

Tipologia	Beneficis
Ambientals	<ul style="list-style-type: none"> ● Identifica, quantifica i controla els impactes ambientals de l'activitat i dels serveis de l'entitat cultural. ● Redueix els impactes ambientals de l'entitat. ● Optimitza l'ús de recursos naturals (aigua, electricitat, matèries primeres) i la generació de residus. ● Permet la gestió dels riscos associats a situacions d'emergència ambiental.
D'imatge	<ul style="list-style-type: none"> ● Millora la imatge de l'entitat, la transparència i la confiança, a través de la publicació de la Declaració ambiental i l'ús del logotip. ● Millora les relacions i la comunicació amb l'administració, els usuaris, els ciutadans, la competència i en general amb tots els col·lectius. ● Diferencia l'entitat cultural respecte a les altres. ● Millora la imatge davant dels mateixos treballadors/es. ● Augmenta la motivació dels treballadors/es a través de l'augment de sensibilització i millora la formació interna. ● Assegura el compliment de la legislació. ● Potencia el posicionament de l'entitat com a socialment responsable.

Econòmics i comercials	<ul style="list-style-type: none"> ● Obre noves vies de mercat i augmenta el ventall de clients (permet arribar a un ventall de clients més ampli). ● Esdevé una eina de màrqueting (utilitzant el logotip del certificat en un SGA i la Declaració ambiental). ● Estalvia recursos, fet que es tradueix en estalvi econòmic. ● Redueix els costos de gestió de residus. ● Redueix els costos de control. ● Facilita l'accés a subvencions i a línies de finançament preferents. ● Redueix els riscos laborals. ● Redueix les possibles sancions per incompliments legals. ● Potencia la innovació i la millora contínua.
------------------------	--

Font: Generalitat de Catalunya. Departament de Territori i Sostenibilitat.

Segons un estudi realitzat per Calleja i Alquézar, (2020), el director General per al Medi Ambient de la Comissió Europea i l'analista socioeconòmic de la Comissió Europea, argumenten que, el benefici en què la majoria d'empreses, hi estaven d'acord va ser l'estalvi d'energia i recursos. En segon lloc, la reducció d'incidents negatius. En tercer lloc, una millora en les relacions amb les parts interessades. Aquests resultats reflecteixen una garantia per a les empreses a l'hora de decidir si implementar o no un nou sistema de garantia ambiental.

Respecte als beneficis que pot aportar la CETS, aquests van dirigits principalment als espais naturals protegits. Aquesta carta europea estableix una base per reforçar les relacions amb les parts interessades en el turisme local i en el sector turístic en general. Ofereix l'oportunitat que els espais protegits puguin influir d'alguna manera en el desenvolupament turístic de la zona,

millorar la imatge en l'escenari europeu com a zona dedicada el turisme, oportunitat de desenvolupar relacions públiques a través de mitjans de comunicació locals i nacional i per últim, un assessorament pràctic tant a escala interna com externa, donant accés a noves idees i millores de credibilitat davant de possibles potencials socis financers.

En canvi, pel que fa als beneficis que pot aportar la CETS a una empresa són principalment millores que faran augmentar o mantenir la seva rendibilitat, a través de: una major satisfacció del visitant i per tant, una repetició de la visita, una reducció de costos d'explotació mitjançant auditories, utilitzar de productes gastronòmics locals i millorar la promoció, un compromís amb el personal de l'espai protegit i ser reconeguts en l'àmbit europeu o el desenvolupament de noves oportunitats comercials.

3.3. Auditories mediambientals

El procediment d'obtenció d'una certificació ecològica no és un procés fàcil, per això són necessàries les auditories mediambientals. Tal com explica el doctor Aguirre (2001), per tal que una auditoria funcioni és totalment necessari haver implantat anteriorment uns objectius. Depenen de què s'ha establert, les auditories pertanyents a una organització poden ser unes o d'altres. Si ens focalitzem en la norma espanyola "UNE 150010:1996 EX. Tipos de Auditorías ambientales", la classificació és la següent:

- a) Auditoria del sistema de gestió: Es tracta d'una avaluació sistemàtica, cíclica i objectiva per concretar si el sistema de gestió està conforme amb els objectius ambientals establerts. S'ha de fer un seguiment anual i l'equip, auditor ha d'estar format per personal intern amb o sense suport extern. Aquest ha de tenir els següents instruments: llistes de comprovació, registre de dades, política mediambiental, visita a les instal·lacions, etc.
- b) Auditoria del compliment dels objectius: Procediment similar a l'anterior, també de caràcter anual i amb un equip, auditor idèntic. Aquest

s'encarrega de comprovar l'èxit mediambiental gràcies al compliment dels objectius marcats.

- c) Auditoria del compliment de la legislació: L'equip, auditor està compost per especialistes externs, els quals determinen la freqüència d'aquesta. S'encarreguen de determinar si les pràctiques operatives i els controls habituals compleixen amb els requisits legals aplicables. Els instruments que utilitza l'equip són: sistemes de control i visita a les instal·lacions.

Existeixen diversos exemples de com agrupar les auditories depenen dels objectius o de l'equip auditor. A més, l'auditoria mediambiental es realitza seguint la metodologia específica de la Norma UNE-EN ISO 14011.

3.4. Evidències reals

Són les empreses de la indústria turística les primeres interesades a implementar sistemes de bones pràctiques i en l'obtenció de certificacions ambientals. Aquestes aconseguen beneficis directes i un equilibri entre la dimensió social, ambiental i econòmica. Però, la responsabilitat segueix sent de tots, i per això, la societat i el govern també s'han d'involucrar.

Tal com s'ha esmentat anteriorment, gran part d'aquestes certificacions estan subjectes al pagament d'un preu amb un cost elevat. Un cost inicial de sol·licitud, un cost anual de manteniment del certificat, i un cop acaba la vigència d'aquest, un cost de renovació. Això és, un dels motius pels quals només alguns hotels tenen accés. Aquest fet ha generat crítiques dins el sector.

Segons una enquesta de l'agost de 2020, realitzada a la població espanyola, per l'Organització de Consumidors i Usuaris (OCU), es mostra com només un de cada quatre enquestats creu que les empreses intenten reduir el seu impacte ambiental, tan sols una minoria confia en els productes que es venen com a sostenibles i respectuosos amb el medi ambient, i a més, un 60% creu que l'actitud "verda" de la majoria d'empreses no és sincera, sinó que, és una eina més de comercialització. Aleshores, veiem que tot i l'esforç realitzat per les empreses en millorar en l'àmbit de sostenibilitat, és un fet que no acaba d'arribar

a la consciència dels consumidors.

A continuació, un exemple interessant d'una empresa hotelera que any rere any intenta mostrar el seu compromís amb la sostenibilitat? Es tracta de l'entitat NH Hotel Group. Aquesta, és una empresa líder que treballa amb un comportament responsable tant econòmic, com social i mediambiental. Segons NH Hotel Group, el seu compromís amb la sostenibilitat els permet transmetre principis ètics i de negoci responsable. L'empresa treballa amb un sistema de gestió ambiental i energètic, i compten amb nombroses certificacions de sostenibilitat reconegudes, com ara ISO 14001. Actualment, 149 hotels situats arreu del món, disposen d'aquesta certificació. També, compten amb un llistat de 173 hotels amb el distintiu "Green Leaders" de TripAdvisor. A més, actualment és l'única cadena hotelera en el món que disposa d'un manual on es recullen els requisits ambientals que cal aplicar en el disseny i la construcció dels seus hotels, utilitzant estratègies que els permet aconseguir hotels eficients i respectuosos amb el medi ambient. (Informe anual NH Group Hotel, 2018, p.78).

L'empresa compta amb un programa de sostenibilitat anomenat "Room 4 Planet".

Primerament, l'organització estableix i deixa per escrit la seva política de sostenibilitat, una sèrie de principis d'actuació els quals l'organització implementa en la seva activitat empresarial facilitant als treballadors el compliment d'una mateixa política de sostenibilitat global. Segons la Política de Sostenibilitat de NH Hotel group, aquests principis són:

- Apliquen criteris d'eficiència i sostenibilitat en les seves operacions. Utilitzen innovació, ecoeficiència i energies renovables, com també, actuen per minoritzar l'impacte en l'entorn prevenint la contaminació, consumint recursos eficientment i reduint el volum dels residus generats.
- Garanteixen una millora continuada dels aspectes ambientals, amb relació a la seva activitat, assegurant el compliment dels requisits legals de l'Organització.

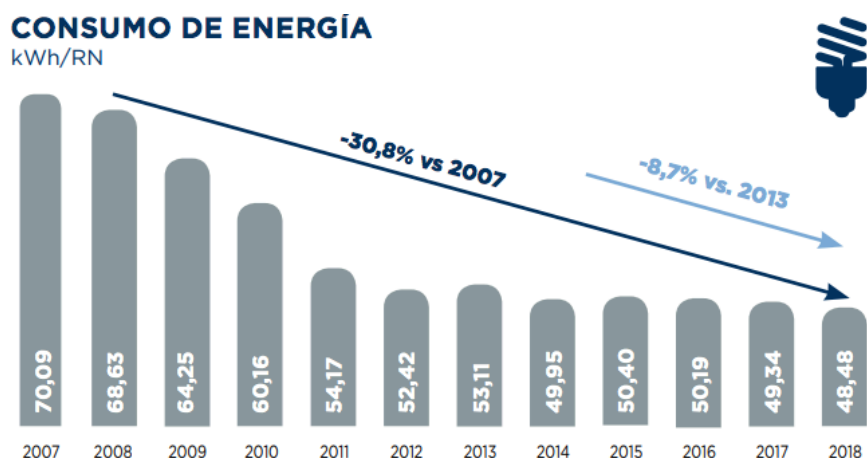
- Promouen entre els seus clients i treballadors, pràctiques sostenibles i respectuoses amb el medi ambient, a partir d'accions que contribueixen a la millora dels entorns de les destinacions on estiguin situats.
- Contribueixen en la investigació i difusió del coneixement del medi ambient i de l'eficiència energètica, treballant conjuntament amb l'Administració i altres entitats del sector per aconseguir una promoció de turisme sostenible.

D'altra banda, segueixen la consecució dels objectius basant-se dos projectes "Green Savings Project" i "Green Hotel Project". El primer se centra en l'estalvi de recursos com aigua, energia i altres. L'any 2018 varen millorar la seva eficiència energètica per un valor de 6,9 milions d'euros, i també varen obtenir una valoració A en l'índex sobre el canvi climàtic regulat per l'organització Climate Change Project (CDP), la qual ajuda a empreses i ciutats a gestionar els seus riscos i oportunitats sobre el canvi climàtic. Té com a objectiu guiar a les empreses per convertir-se en líders en transparència i acció ambiental. Aquest fet va situar a l'empresa entre les companyies líders en l'adopció de mesures per reduir les emissions, indicant una gestió ambiental avançada.

Tal com s'ha esmentat anteriorment, compten amb la certificació ambiental ISO 14001 i ISO 50001 per als serveis d'allotjament, restauració, i esdeveniments. Per altra banda, el segon projecte pretén oferir valor als clients mitjançant accions sostenibles, focalitzant en una innovació que millora la marca. Se centren en quatre punts forts: l'energia verda, el compromís en reduir plàstics d'un sol ús, la satisfacció del client amb la sostenibilitat, i per últim, la col·laboració amb "Booking" per comunicar la sostenibilitat.

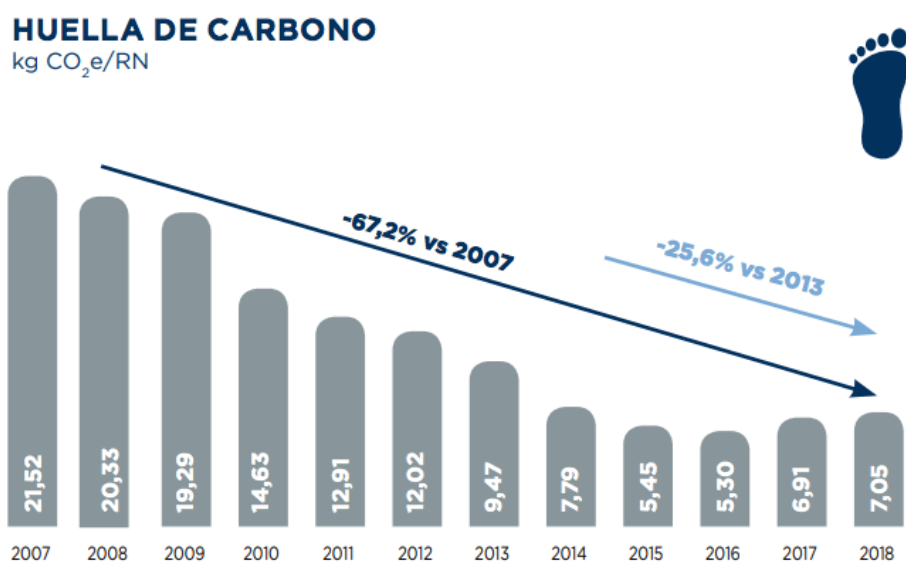
L'any 2018 l'empresa va assolir gran part dels seus objectius de sostenibilitat, concretament aquells relacionats amb els estalvis acumulats, la ràtio d'energia i la ràtio de petjada de carboni. Els resultats obtinguts en deu anys es poden visualitzar en els gràfics següents:

Il·lustració 14: Consum d'energia anual



Font: Memòria NH. Informe Anual 2018.

Il·lustració 15: Trepitjada de Carboni



Font: Memòria NH. Informe Anual 2018.

Finalment, participen en altres accions singulars relacionades amb la sostenibilitat, una d'elles molt interessant és la protecció de la biodiversitat. NH Hotels no desenvolupa la seva activitat en àrees naturals protegides, i compten amb iniciatives per preservar i restaurar l'entorn on treballen, com ara: pesca sostenible, hotels per abelles i horts urbans per tal d'augmentar el valor paisatgístic i gastronòmic dels seus plats.

3.5. Conclusions

El turisme és una indústria abundant i enorme, i resulta de vital importància per a molts sectors com ara l'agricultura i la indústria, per tant una gran part de l'economia està vinculada amb la millora i l'evolució del turisme. Malauradament, amb el pas del temps hem comprovat que aquesta també comporta efectes negatius importants com la sobreexplotació de recursos i la contaminació, posant en risc l'entorn mediambiental. Aquest fet és una de les causes per les quals les empreses del sector han pres consciència i han dut a terme diferents accions per tal de focalitzar una visió més sostenible del turisme de cara al futur.

Un turisme sostenible és viable només si existeix una participació constant per part de tots els agents, els quals col·laboren de manera continuada per tal de localitzar els impactes negatius i així introduir-hi mesures sòlides i necessàries. Aquesta tipologia de turisme també busca representar una experiència significativa per als turistes gràcies a les seves bones pràctiques.

Una via de millora mediambiental han sigut els diferents distintius que les empreses han decidit obtenir de manera voluntària per aplicar diàriament i així aconseguir beneficis per al nostre entorn natural, el medi ambient urbà, i els clients. Aquests distintius han permès fer una avaluació del comportament ambiental de l'empresa i assenyalar sobretot, que un dels beneficis més resultants és l'estalvi en costos d'energia i aigua que poden arribar a obtenir les empreses del sector, com també, la millora de la seva imatge empresarial.

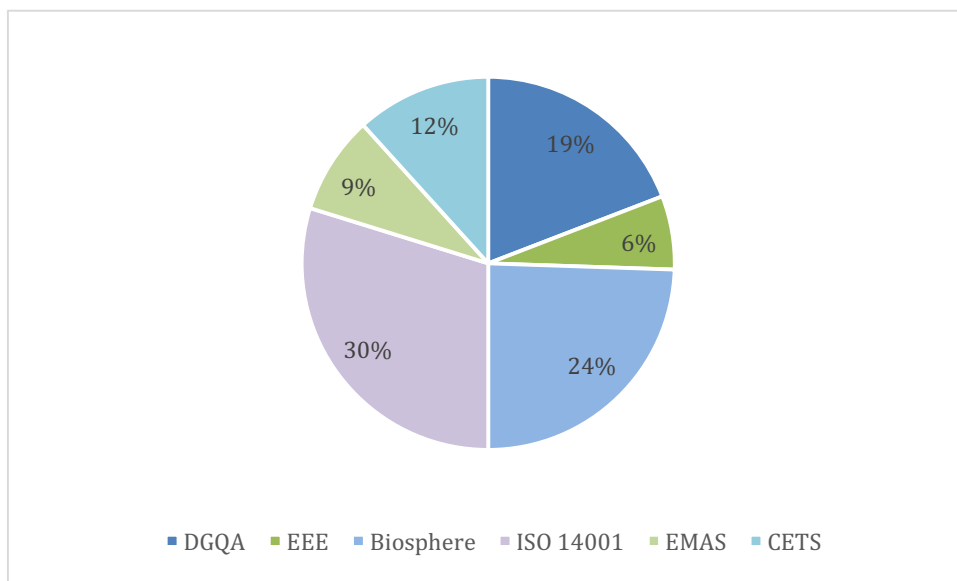
D'altra banda, hem vist que ser sostenibles implica feina, responsabilitat i despeses. Tot i això, els preus per a l'obtenció de distintius mediambientals no són generalment elevats com hem vist al llarg del treball, a excepció que siguin gestionats per entitats privades, aleshores és quan el preu pot augmentar considerablement, com per exemple en el cas de Biosphere.

Tanmateix, podem veure com a Catalunya existeix un número força reduït d'hotels que disposen d'algun certificat mediambiental, en comparació amb el

nombre d'hotels en total que hi ha a Catalunya, que segons dades de l'Idescat (2019), existeix un total de 2.107 hotels repartits per tot el territori. Això ens indica que la indústria turística encara està molt allunyada d'assolir l'objectiu en participació i millora constant per a la relació del medi ambient i el turisme.

A continuació, es mostra un gràfic on podem veure visualment, a partir de les dades obtingudes al llarg del treball, quins són els distintius que predominen en el territori català:

Gràfic 7: Distintius dels hotels a Catalunya



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

Podem veure que la normativa ISO 14001 i Biosphere predominen per sobre la resta. El primer es tracta d'un SGA dels més utilitzats a escala mundial en el sector de l'hostaleria, ja que està molt focalitzat en assolir un equilibri entre les necessitats socioeconòmiques de l'empresa i alhora protegir el medi ambient. Segons un article publicat per l'empresa Eurofins (2020), asseguren que gran part de les empreses que compten amb aquesta certificació obtenen un increment de vendes i ingressos, gràcies als beneficis que proporciona aquesta eina de gestió, com ara, l'optimització de recursos d'energia i aigua, i l'eficaç gestió de residus.

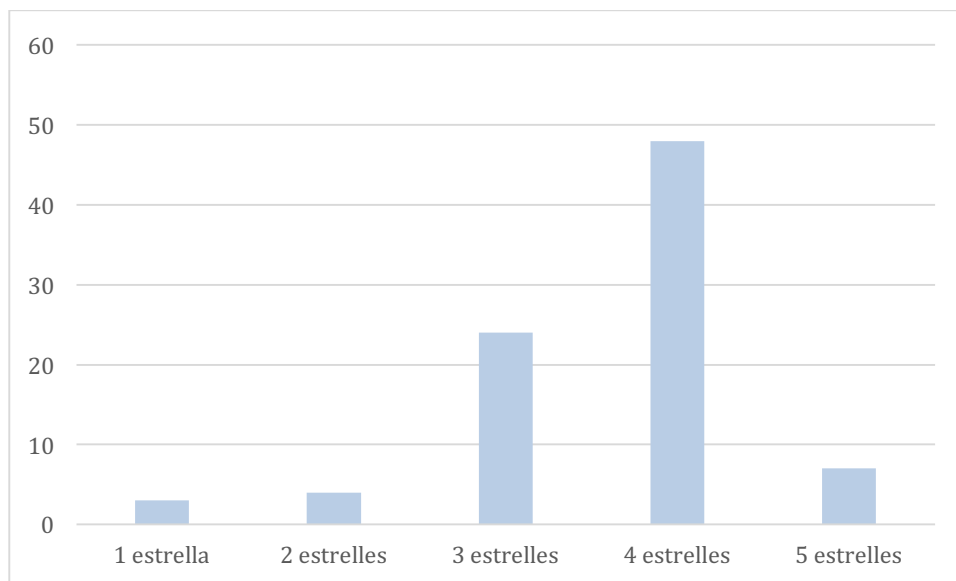
La segona, es tracta d'una certificació diferent, ja que és gestionada per una entitat privada i com ja hem vist, Biosphere és una de les certificacions que més beneficis

aporta a l'empresa en termes de preservació paisatgística, protecció del patrimoni, eficiència d'energia i millora de l'experiència turística augmentant la confiança del visitant. Un possible factor és la mida de l'empresa i que es regeixen principalment en complir els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) impulsats per les Nacions Unides.

I en tercer lloc trobem el DGQA, un sistema amb renom en el territori català, que atorga garantia de qualitat ambiental i que és compatible amb altres sistemes oficials de garantia de qualitat ambiental.

Seguidament, es mostra un gràfic on s'agrupa el total dels hotels de cada categoria, que disposen d'algun certificat.

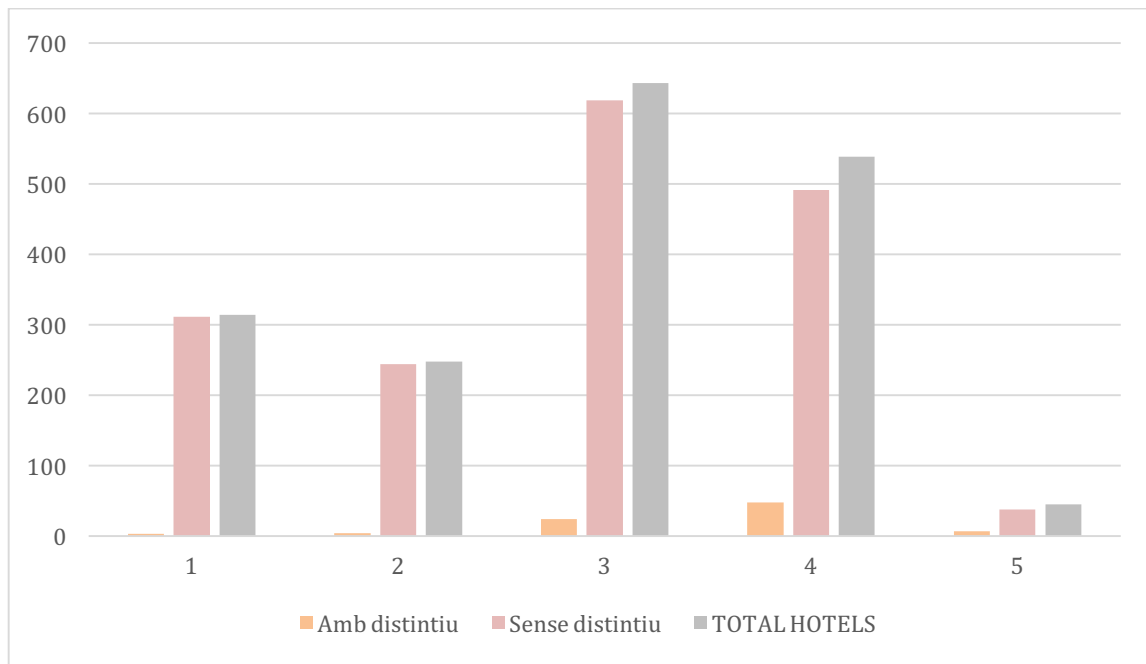
Gràfic 8: Classificació resum dels hotels amb certificació segons la seva categoria



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

En aquest escenari, veiem que a Catalunya la tipologia d'hotels que més involucrada es troba en aquest àmbit són els hotels de tres i quatre estrelles. Aquest factor coincideix amb la qüestió que els hotels d'aquestes dues categories són majoritàries en el territori català. En conseqüència, si fem una breu comparativa del total dels hotels que disposen o no d'un d'aquests distintius ambientals a Catalunya, podem veure en el gràfic següent que existeix una gran diferència:

Gràfic 9: Gràfic comparatiu del total d'hotels amb i sense distintiu ambiental



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació anterior.

No s'atribueix un motiu concret que especifiqui el perquè d'aquest fet, però podem veure que segons Caso (2012), l'acció d'implementar un SGA, és majoritàriament a causa d'haver de respondre de manera obligatòria als aspectes legals. De manera secundària, és relacionada directament amb una estratègia de diferenciació centrada a oferir un servei millor davant els competidors, i així assolir avantatge competitiu. Com també, la necessitat de respondre al propòsit de millorar la gestió interna de l'organització i el seu compromís amb una estratègia de qualitat ambiental per a ser sostenibles a llarg termini. I finalment, complaure a la demanda d'aquella clientela en concret que, de manera creixent en els últims anys ha imposat exigències de sostenibilitat mediambiental a l'hora d'escollir un establiment.

Per acabar, Caco (2012) explica que en l'àmbit hotelier existeix una relació estrictament positiva que relaciona tres factors en concret, i que aquests revelen una possible relació entre: les característiques d'un establiment i la probabilitat d'obtenir o escollir una certificació mediambiental. Els factors serien la mida, la categoria i el nombre d'habitacions que ofereix l'establiment. A causa d'aquest fet, les entitats d'alta categoria, grans i amb una àmplia oferta de serveis podrien beneficiar-se d'economies d'escala en la certificació.

4. COM CONTRIBUEIX LA SOSTENIBILITAT EN LA COMPETITIVITAT

4.1. La competitivitat en la indústria turística

Segons Lillo, Ramón i Jiménez, (2007) reflexionen una teoria convencional sobre la competitivitat:

La teoría económica plantea la competitividad internacional de un país, como la capacidad para competir eficazmente en los mercados internacionales y tradicionalmente se ha estudiado a través del análisis de costes y precios relativos en el marco de la teoría de las ventajas comparativas". (p.52)

Altres, com el World Economic Forum, defineixen la competitivitat com *"l'habilitat que té un país per crear i sostenir a llarg termini un valor econòmic afegit en relació amb els seus competidors"*. (weforum.org, 2021).

La competitivitat és un factor que depèn de les funcions de l'empresa i del marc institucional on es desenvolupa. Aleshores, no és un concepte que es pugui atribuir a un sector en concret. Són les empreses les qui milloren les seves funcions empresarials per tal de mantenir-se en un entorn competitiu mitjançant constants innovacions.

Lillo et al. (2007), també expliquen que l'avantatge competitiu acaba fent referència a la predisposició o capacitat que té un país per afegir valor als seus recursos, i així, integrar de manera efectiva factors productius, socials i institucionals. Tot això per tal de mantenir la presència d'aquests en els mercats més potencials. Així doncs, existeixen diferents factors rellevants per a l'anàlisi de la competitivitat del turisme. Els més recents són la innovació tecnològica i el desenvolupament de sistemes de gestió sostenibles, els quals han sorgit en els últims anys. Però, n'hi ha d'altres que han estat presents des dels inicis, com ara, els preus, la qualitat, els recursos humans, la promoció, els factors culturals, de capital, entre d'altres.

Finalment, González et al. (2018), explica que les destinacions més consolidades aprofiten per treballar per aconseguir un model turístic divers, sostenible socialment, econòmicament, ambientalment i, de qualitat, per tal de millorar la seva competitivitat.

4.2. L'avantatge competitiu segons Porter

En l'àmbit hotel·ler podem entendre que la competitivitat és aquella basada en el model estratègic de la generació de valor econòmic compartit.

Segons Porter (1991), el concepte de valor és fonamental. Representa allò que els clients estan disposats a pagar, i el creixement potencial d'aquest és a causa de dos factors; la capacitat de l'empresa d'oferir preus més baixos amb relació a la competència per obtenir beneficis iguals, i la compensació dels preus elevats, oferint beneficis únics al mercat.

En conseqüència, podem dir que la competitivitat apareix quan les empreses tenen la capacitat de generar avantatge davant la competència, gràcies a la implementació d'estratègies, com ara, les estratègies de diferenciació o lideratge en costos, creant així un valor únic del seu producte o servei.

En resposta a això, Serra i Font (2016), argumenten que una gestió empresarial basada en principis que tinguin en consideració el besant social, cultural, mediambiental i econòmic, desenvoluparà una gestió responsable aconseguint una indústria ferma, una millor qualitat de vida de la població i una millor conservació del medi ambient. (Citat per García et al., 2017, p. 7).

Tanmateix explica que un possible recurs és la mateixa destinació turística, la qual ella és capaç de generar avantatges davant la resta i se li afegeixen característiques culturals, socials i naturals proporcionant valor econòmic.

4.2.1. Producció més neta i amb ús eficient dels recursos (RECP)

L'Organització de les Nacions Unides per al Desenvolupament Industrial (ONU·DI), juntament amb el programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient (PNUMA) varen col·laborar a mitjans de la dècada dels 90 per a fomentar a escala mundial una producció més neta i eficient en l'ús dels recursos, creant així l'estratègia "Resource Efficient & cleaner production" (RECP).

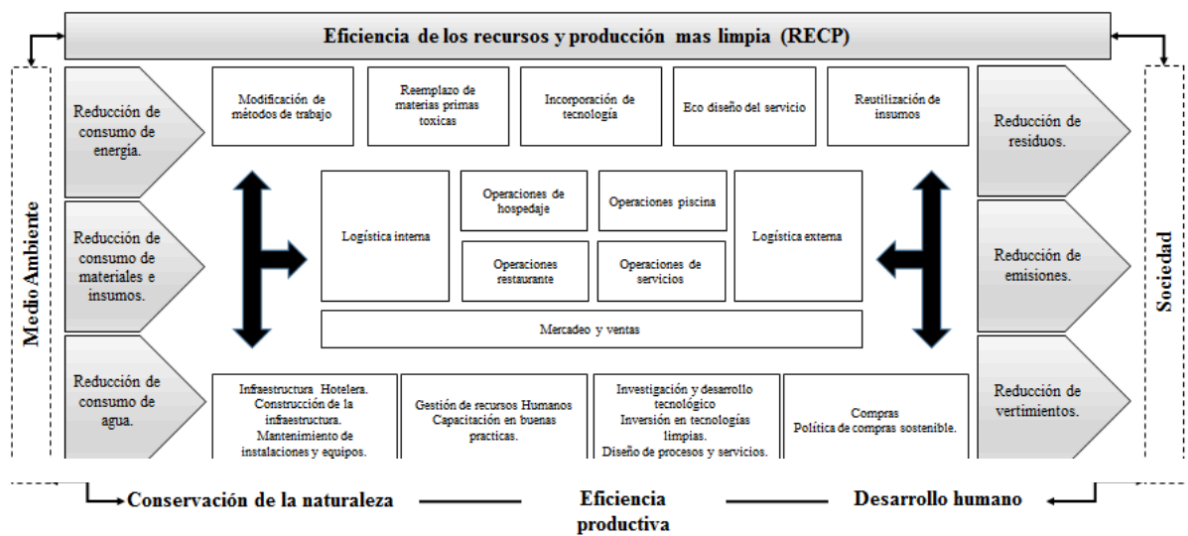
Aquest programa es va dissenyar amb la finalitat d'augmentar l'eficiència i reduir els riscos, tant per a les persones, com per al medi ambient. Treballa aplicant estratègies ambientals preventives a processos, productes i serveis, plantejant tres dimensions rellevants de la sostenibilitat:

- Un major desenvolupament econòmic a través d'un millor ús productiu dels recursos.
- Una protecció ambiental mitjançant la conservació de recursos i minimitzant l'impacte de la indústria en el medi ambient natural.
- Una millora social a l'hora de proporcionar llocs de treball i protegir el benestar de treballadors i comunitats locals.

Per tant, la RECP permet que les empreses, els treballadors, el medi ambient, els clients i la societat en surtin beneficiats d'aplicar estratègies que tenen en compte la variable ambiental.

Asimismo, Henriques i Catarino (2015), varen fer un estudi en diferents empreses PIME arribant a la conclusió que una producció més neta per part de les empreses genera resultats que compleixen amb els objectius d'obtenir avantatge competitiu, és a dir, una reducció de costos i de consum de recursos, un increment de les utilitats a través d'un ús eficient dels recursos, una millora de les pràctiques ambientals, i sobretot, i un desenvolupament favorable d'actituds sostenibles dins la feina. A més a més, l'estratègia RECP ajuda amb les accions d'innovació i amb l'elaboració de dissenys ecològics per tal de reduir l'impacte ambiental. (Citat per García. M. et al., 2017, p. 4).

Il·lustració 16: Cadena de valor



Font: García. M., García. J., i Cabello. J. (2017).

En aquest esquema representatiu podem veure un exemple del que seria aplicar la RECP en la cadena de valor dins el servei hoteler. Veiem com s'incorpora a la gestió interna i externa de l'entitat, diferents programes i aplicacions que permeten assolir una eficiència productiva, la qual se centra en la conservació de la naturalesa (reducció del consum d'energia, aigua i matèria primera) i el desenvolupament humà (reducció de residus, emissions i de càrrega contaminant).

Finalment, García et al. (2017), després d'analitzar estudis de diferents autors, extreuen un recull de conclusions respecte als beneficis econòmics, socials i ambientals que la RECP ajuda a contribuir en la millora de la competitivitat de l'organització. Pel que respecta als beneficis ambientals, aquells que més es repeteixen entre les diferents opinions són els següents:

- Millora en l'eficiència de recursos: reducció del consum d'aigua, energia i residus o materials perillosos.
- Reutilització de recursos: eficiència ecològica i reducció d'efectes negatius en el medi ambient.
- Implementació de millores pràctiques mediambientals.

Finalment, els autors testifiquen que són necessàries les mesures que pren el sector hotelier respecte a l'aplicació d'estratègies voluntàries i preventives per aconseguir una millora mediambiental i mostrar un caràcter compromès de cara al client, ja que la majoria dels impactes generats es produeixen en el mateix establiment.

A continuació, dos exemples de casos en què relacionen la gestió sostenible mediambiental i les seves corresponents millores en competitivitat.

4.3. Exemple 1: Estudi de l'Universitat d'Alacant

Actualment, a banda dels beneficis que ja hem vist que ens pot aportar tenir una correcta gestió mediambiental, les empreses decideixen implicar-s'hi per captar la demanda d'aquells clients més propers a la imatge "ecològica", i també per la pressió que els intermediaris turístics exigeixen pel que fa a l'atenció cap al medi ambient.

Segons els resultats d'un estudi realitzat per Claver, Pereira, Molina i Tarí (2010), del departament d'organització d'empreses de la Universitat d'Alacant, està demostrat que, a Espanya, els hotels amb certificats de qualitat i medi ambient obtenen millors nivells de rendibilitat. Aquest, es va realitzar amb el propòsit de veure les diferències més evidents entre aquells hotels sense certificats i aquells amb certificats.

Primer, van veure que en major part els hotels de quatre estrelles o les grans cadenes hoteleres són els qui disposen de més certificats. Però, els hotels de cinc estrelles destacaven per tenir certificats en qualitat, i no de medi ambient, en canvi, els hotels de quatre estrelles tenen una o algunes certificacions mediambientals. Així doncs, com en les conclusions extretes en el primer objectiu, l'estudi no va trobar cap relació directa entre la categoria de l'hotel i l'interès o el número obtingut en certificacions, però sí una relació que afirmava que els hotels certificats majoritàriament eren els de mida major.

En segon lloc, Claver et al. (2010), van considerar tres variables significatives per al rendiment d'una empresa. Aquestes són: el tant per cent d'ocupació, el benefici anual brut, i el benefici brut per habitació i dia. Van classificar els resultats segons si l'hotel no tenia cap certificació, si l'hotel només tenia certificació de qualitat o ve de medi

ambient, i si l'hotel disposava d'ambdós certificats. Les conclusions van ser tal com esperaven. Els hotels sense cap mena de certificació presentaven resultats molt poc favorables, en canvi els hotels que disposaven de les dues certificacions presentaven resultats molt positius, destacant els elevats percentatges d'ocupació generant així una positiva capacitat d'atracció de clientela.

Finalment, tot això demostrava altra vegada que les empreses certificades mostraven millors beneficis gràcies a les seves pràctiques de gestió més avançades.

4.3.1. Exemple 2: El cas de Latinoamèrica

Dalgo (2017), una estudiant de l'Equador, va fer el seu Treball Final de Màster relacionat amb l'avantatge competitiu que generen les estratègies de màrqueting ecològic en la indústria hotelera. Aquest, n'és un exemple de molts altres treballs, on es demostra l'interès i l'exigència de conduir la indústria turística cap a un camí més sostenible, on generalment la demanda d'aquest factor és construïda pels mateixos consumidors.

En aquest estudi s'explica que, gran part de les empreses hoteleres de l'Amèrica Llatina treballen diàriament per a l'obtenció de certificacions ambientals com a estratègies de màrqueting ecològic. Aquest, es va crear a causa la necessitat i la consciència generada per una part de la població per tal d'acabar amb l'arrossegament que té el planeta del consum desmesurat de recursos naturals i de la generació de residus contaminants. És aleshores, quan la indústria se n'adona que ha de formar part del canvi i dissenyar estratègies de màrqueting ecològic, o també conegut com a eco-màrqueting o màrqueting verd.

Aquestes estratègies de màrqueting no són senzilles, ja que han de tenir en compte diferents factors com: la política de vendes, el cost de la inversió, la investigació de les motivacions del seu mercat, l'ètica i la responsabilitat de l'equip empresarial, etc. Aquest últim factor és considerablement important i s'anomena (People Process). Fa referència a la importància que té que els treballadors de l'hotel estiguin formats i actualitzats en la matèria de sostenibilitat, ja que són ells els qui estaran en contacte directe amb els clients i els hi proporcionaran la informació real i necessària que necessiten saber per acontentar-se amb el servei proporcionat per l'hotel.

Finalment, l'estudi corrobora que el fet d'implementar qualsevol mena de bones pràctiques ambientals al sector hotelier, com poden ser les certificacions ambientals, serveix per generar un valor diferenciador i un reconeixement favorable per part dels clients i la indústria, aconseguint així un posicionament específic en els clients potencials, fet que transcendeix en la creació d'avantatge competitiu i produeix una millora en el factor motivador a l'hora d'escollir un allotjament turístic.

5. ANÀLISI PRÀCTICA

En aquest capítol es desenvolupa la part pràctica. Aquesta consisteix en una anàlisi feta a diferents hotels de Catalunya, a partir d'una enquesta, per tal d'estudiar la certesa de la informació plantejada al llarg del treball, i així, extreure'n unes conclusions.

Primer de tot es va dissenyar una enquesta, la qual constava de set preguntes de resposta curta o múltiple, i només una pregunta de resposta oberta i opcional al final per tal que la persona enquestada pogués escriure qualsevol anotació. Darrerament, al llarg de tres setmanes, va ser enviada per correu electrònic a 46 hotels seleccionats d'entre tots els que apareixien al llarg del treball, però malauradament es van obtenir només 11 respostes, per motius diferents. Alguns dels hotels argumentaven que la seva política d'empresa no responia aquest tipus d'informació, i altres simplement no van respondre. També esmentar, que l'Hotel Ciutat de Girona va respondre l'enquesta per telèfon.

Tot i la difícil situació d'aquest any, els hotels que han respost l'enquesta han demostrat una actitud molt positiva envers el treball. A continuació, es mostra el model d'enquesta que s'ha enviat als diferents hotels.

Il·lustració 17: Model únic d'enquesta

1. Disposa la vostra organització d'alguna d'aquestes certificacions ambientals voluntàries?
2. Quin/s van ser els factors decisius que van fer que l'empresa decidís participar en l'obtenció d'una certificació ambiental voluntària?
3. Resulta econòmicament viable per vostè pagar la quota anual d'una ecoetiqueta o una certificació voluntària?
4. Quan arribi el moment de la renovació de la quota, decidirà renovar-la i seguir amb la certificació?
5. Ha notat la seva organització, millores a causa d'obtenir aquesta certificació?
6. Creu que l'obtenció d'aquesta certificació ambiental ha ajudat en millorar la competitivitat de l'empresa?
7. En cas afirmatiu, en algun d'aquests aspectes?

En l'àmbit intern:

Augment del compromís amb la protecció del medi ambient.

Millora en el procés de reciclatge de residus.

Estalvi de costos (energia, aigua, etc.).

Reducció de la taxa d'errors (millora en la presa de decisions)

Augment de la motivació i conscienciació del personal.

Millora en l'eficiència i l'organització interna de l'empresa.

En l'àmbit extern:

Política de compra sostenible amb els proveïdors / tour operators.

Sensibilització i conscienciació dels clients.

Reducció de l'impacte negatiu en el paisatge.

Millora en la imatge pública de l'empresa.

Millora de la qualitat de vida de la població local.

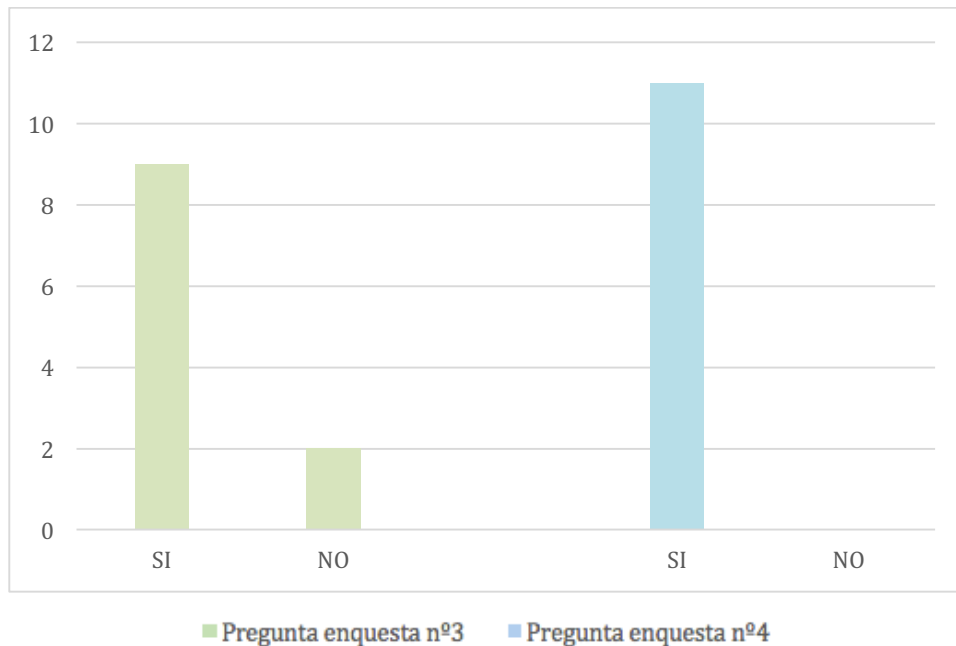
Posicionament en el mercat / avantatge competitiu.

8. Altres qüestions que vostè vulgui afegir i que poden ser rellevants per a afegir a la informació final d'aquest treball:

5.1. Resultats de l'anàlisi pràctica

Els primers dos gràfics ens indiquen si la part enquestada del sector hoteler, creu que efectuar el pagament i les renovacions anuals de la quota de les certificacions voluntàries corresponents, és econòmicament viable per a l'organització.

Gràfic 11: viabilitat econòmica i renovació de la quota



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació obtinguda.

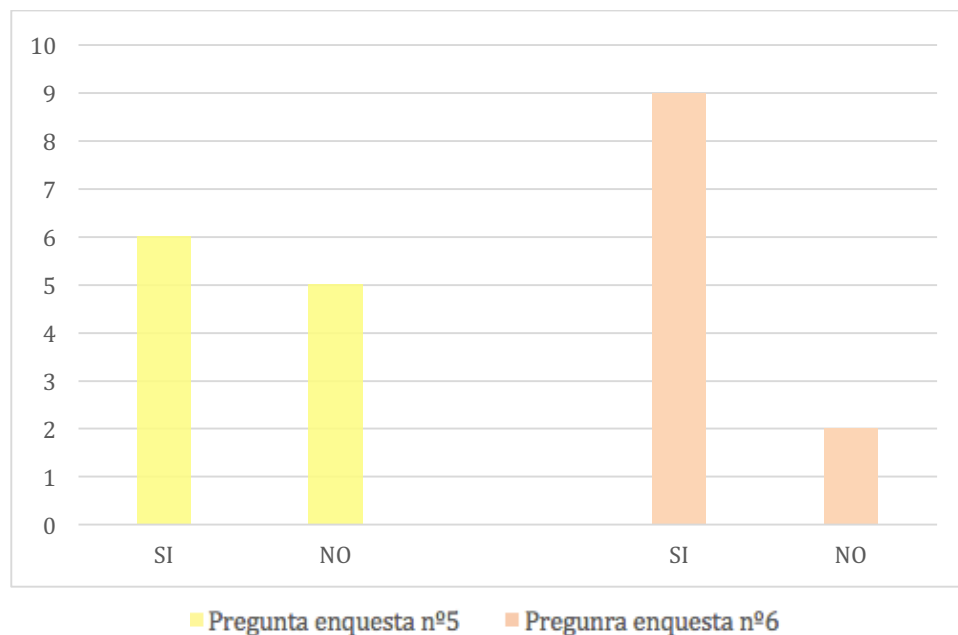
Com s'observa en la il·lustració, gran part dels hotels afirmen que el pagament de la quota que implica l'obtenció de la certificació és, en general, viable per a ells. Però, una petita part fa constar que encara que el preu no sigui exageradament alt, no els resulta econòmicament viable en comparació amb els beneficis o les millores obtingudes a canvi. Tot i això, alguns hotels com per exemple l'hotel Somlom, asseguren que existeix la possibilitat d'obtenir subvencions.

Malgrat la diferència de respostes en la primera pregunta, els hotels argumentaven que quan arribi el moment de renovar la quota, tenen molt clar que seguiran endavant amb el procés, ja que molts d'ells arribaven a una mateixa conclusió. Diuen que actualment, les certificacions no són suficientment valorades, però creuen estar en la certesa que aquesta feina que fan de més a més, és un compromís que preveurà

beneficis a mitjà i llarg termini, quan la societat i el govern valori més dràsticament la repercussió del medi ambient.

En segon lloc, es va demanar als establiments que expliquessin les millores que havien obtingut a causa d'haver sol·licitat una certificació mediambiental, fet que requereix una sèrie de canvis importants en l'organització de l'empresa.

Gràfic 12: Millores generals i millores en competitivitat



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació obtinguda.

Aquest apartat va resultar interessant, ja que en relació amb el primer gràfic, gran part de les empreses argumentaven que no havien notat un gran millorament des de l'obtenció de la certificació, i creuen que això és degut al fet que els clients no ho tenen del tot en consideració. Fins i tot, alguns establiments reconeixien que ho havien fet per compromís empresarial. A més a més, deien que tenien un sentiment d'estar "avançats en el temps", ja que un sector de turistes en concret, els de nacionalitat espanyola, no valoraven en absolut el factor mediambiental.

No obstant això, el grup de respostes afirmatives, coincidien notablement en les seves declaracions, i aquelles que més es van repetir són les següents:

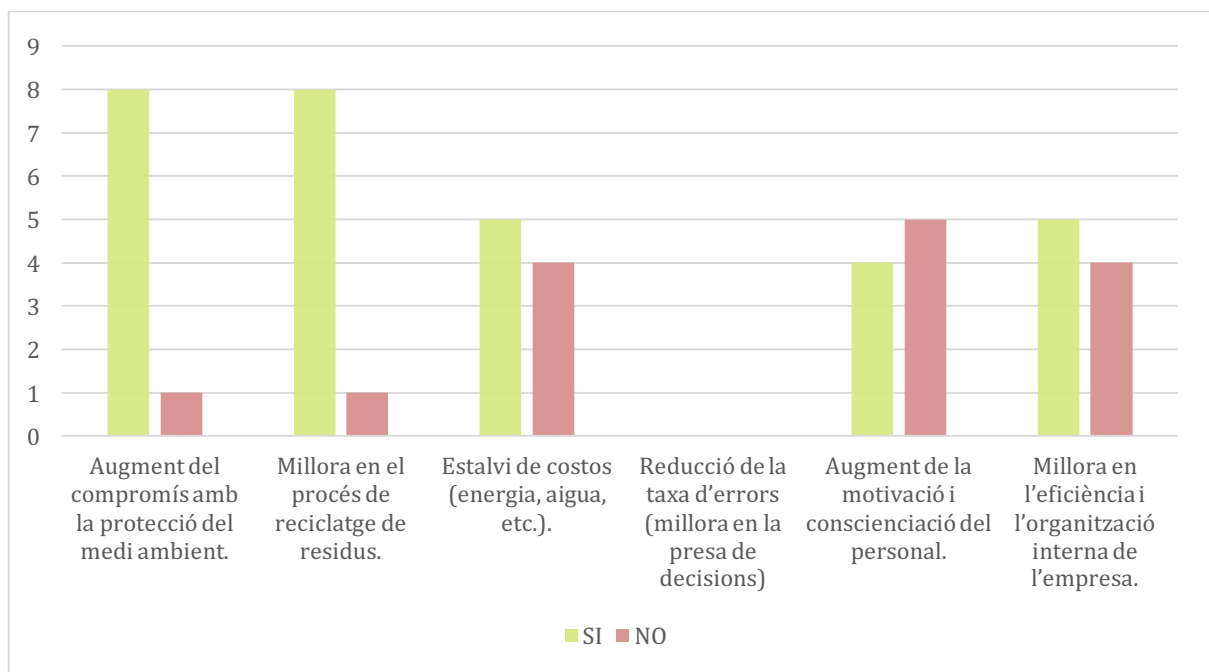
- Millora de les relacions empresarials amb altres empreses.
- Reconeixement i millora de la imatge com a hotel sostenible.

Posteriorment, en relació amb aquesta última pregunta, es va demanar als hotels que expliquessin si havien notat millores relacionades amb la competitivitat de l'empresa en trets generals. Com es pot veure en el gràfic, la majoria van estar-hi d'acord.

En resum, les empreses explicaven que formar part d'aquest canvi, els donava visibilitat com a hotels sostenibles i que, tot i no arribar a diversos segments de mercat, potenciaven les relacions amb aquella part de la clientela que si està compromesa amb el medi ambient i que valora molt positivament la seva estada, encara que sigui un tant per cert molt baix de clients.

Per altra banda, va ser en aquesta secció, quan es va poder comprovar si les seves respostes coincidien majoritàriament amb els raonaments treballats en el segon objectiu d'aquest treball. A continuació, per tal d'agrupar les respostes, s'han fet dues representacions gràfiques:

Gràfic 13: Millores en competitivitat (àmbit intern)



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació obtinguda.

Tal com s'observa en la figura 24, es va proposar als enquestats que contestessin aquells àmbits en competitivitat que fan referència a l'àmbit intern de l'organització, i que mostressin els seus resultats. A partir d'aquí, es pot veure com els dos primers

factors (compromís amb el medi ambient i millora en el procés de reciclatge de residus) són clarament els més rellevants en aquest procés. Les empreses reconeixien que des de l'inici de l'obtenció de la certificació van treballar aquests aspectes de manera molt més eficient, i que a causa d'això, notaven un avantatge directe pel que fa a l'estalvi de productes agressius pel medi ambient.

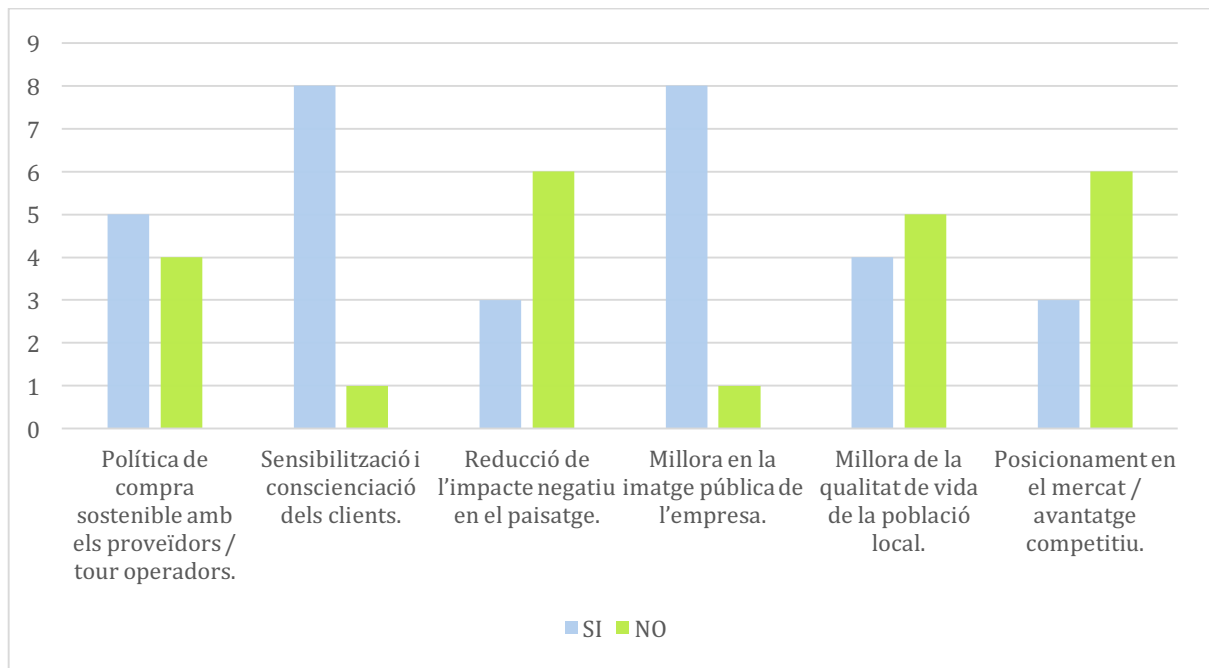
També, es pot observar que l'eficiència de l'organització interna de l'empresa, i l'estalvi en costos, són dos variables força igualades. L'hotel "Molí del Mig" assegurava haver notat com havien aconseguit reduir de manera notable la trepitjada de carboni, i així millorar positivament el seu impacte dins l'entorn natural que els envolta. Un altre exemple és l'hotel "Les Illes & Diving", aquest explicava que la qualitat d'aquestes certificacions generava automàticament una millora contínua en els procediments i productes fets servir a l'establiment.

Per últim, es mostren dos factors, un de nul i l'altre en negatiu. El primer mostra com dintre del nombre d'hotels enquestats no hi ha cap que consideri haver notat una millora en la presa de decisions gràcies a la certificació. I el segon, mostra com hi ha un número més elevat d'hotels que confirma no haver notat al personal de l'empresa més conscienciat en sostenibilitat.

Fins aquí, podem deduir que en l'àmbit intern de l'empresa, l'obtenció d'una certificació voluntària genera automàticament un compromís amb el medi ambient, i que per tant, l'empresa es veu obligada a fer canvis en la seva manera de treballar. És aleshores, quan les empreses assoleixen avantatges en comparació a aquells establiments que no s'han compromès a formar part del canvi. Sobretot avantatges en l'eficiència interna, el procés de reciclatge i l'estalvi de costos.

A continuació, la segona representació pel que fa a les millores en competitivitat des del punt de vista extern de l'organització. Cal especificar que de les onze respostes, dues no varen respondre aquest apartat, i que per tant, els gràfics mostren nou respostes.

Gràfic 14: Millores en competitivitat (àmbit extern)



Font: Elaboració pròpia a partir de la informació obtinguda.

En aquest gràfic, es pot observar varietat de respostes. En primer lloc, veiem com en aquest apartat la majoria dels hotels diuen haver notat una sensibilització més elevada per part dels clients en els últims anys, però tal com s'ha esmentat abans, molts coincideixen en el fet que un número elevat d'aquests són estrangers.

En segon lloc, veiem també els mateixos resultats positius en la millora de la imatge que han obtingut les empreses des de la implicació en el procés de sostenibilitat mediambiental. Per últim, veiem que hi ha un tercer resultat positiu, però que la diferència entre respostes no és tan variada com les dues anteriors. Aquest, és el tracte que molts dels hotels diuen que han obtingut amb els seus corresponents proveïdors, ja que aconsegueixen arribar més ràpidament i fàcil als acords previstos entre ells i així, millorar les relacions amb els altres agents implicats en el mercat.

Tot seguit, es mostren tres apartats en negatiu i que són interessants a debatre.

Primerament, cal comentar que en les enquestes enviades, i les respostes obtingudes, existeix una elevada diferència entre els establiments amb eco etiquetes i aquells que pertanyen a la CETS. És per això, que hi ha dos factors en concret que

surten negatius en l'anàlisi (la reducció de l'impacte negatiu en el paisatge i la millora de la qualitat de vida de la població local). En conseqüència, s'ha pogut analitzar que la gràfica podria ser diferent si només enquestéssim a establiments amb CETS, ja que aquests asseguren que tots han millorat la seva empremta amb el paisatge i la seva relació amb la població local. Però l'anàlisi surt negatiu, ja que els establiments hotelers amb eco etiquetes, diuen no tenir gaire relació directa amb aquests dos factors.

Per últim, veiem com, sis dels hotels enquestats, no estan d'acord amb el fet que la certificació els hi hagi conduït cap a un posicionament de mercat millor en comparació a la seva situació anterior a l'obtenció d'aquesta. Els establiments argumenten que, tal com ja han esmentat, creuen que les certificacions ambientals aportaran més beneficis de cara al futur, però que actualment no acaben de ser del tot útils, però mantenen la seva decisió de ser sostenibles per motius personals i perquè realment creuen a poder arribar a un canvi per part de tots els agents implicats en el turisme. Aclareixen que, un cop es produeixi aquesta situació "ideal", els establiments que ja fa temps que obtenen les certificacions obtindran major reconeixement.

6. DISCUSSIÓ DELS RESULTATS

A través de l'estudi que s'ha portat a terme sobre les certificacions ambientals voluntàries en el sector hotelier a Catalunya i la seva relació amb la competitivitat, s'hi ha verificat que actualment el món de les certificacions és un àmbit poc desenvolupat.

Com hem vist, pel que fa al nombre total d'hotels a Catalunya, existeix un nombre baix d'hotels certificats, i un dels raonaments més destacats per part dels enquestats és doncs que consideren que encara hi ha una gran part de la població poc interessada en la sostenibilitat a l'hora d'escollir el seu allotjament, i que per tant, tota aquesta valoració que els establiments han dut a terme, no arriba a generar els beneficis esperats.

Malgrat tot, els resultats indiquen que les empreses mantenen l'interès per participar d'una manera o d'un altre en la millora de la sostenibilitat, i que, tot i no veure els canvis esperats, consideren que actuen de manera idònia per al futur del turisme. Fet que es veu reflectit en el moment en què la totalitat de les empreses remarca que seguiran endavant amb la renovació anual de la quota de la seva corresponent certificació.

Convé destacar que, en l'apartat de "millores generals" la diferència de respostes és evident. Això, pot indicar que realment el fet d'obtenir millores o no en l'organització, passa a ser quelcom molt particular. És a dir, depenen del procés individualitzat que dugui a terme l'hotel, pot arribar a assolir, més o menys progressos.

Altrament, hi ha part de la informació obtinguda en les enquestes que es diferencia de certa informació que s'ha investigat al llarg del treball. Per exemple, segons la taula número 11, dels estudis de Sílvia Ayuso i Laura Caso, expliquen que un possible benefici intern per a l'empresa pot ser la reducció en la taxa d'errors, és a dir, actuar amb antelació abans de prendre decisions i per tant, no equivocar-se. Però, cap de les organitzacions entrevistades reconeix haver notat percebut aquest guany.

En el mateix apartat de l'àmbit intern, s'observa una segona diferència. Resulta insòlit com en el marc teòric s'ha esmentat diverses vegades que el fet de participar en

aquest procés de millora en medi ambient, fa que els treballadors decideixin incentivar-se per voluntat pròpia en aquest tema, i així generar motivació entre ells. Però, en els resultats de les enquestes veiem com aquest fet no acaba d'acomplir-se realment.

Pel que fa als resultats obtinguts en l'àmbit extern de l'empresa, són també interessants.

En primer lloc, resulta sorprenent l'últim gràfic de barres que correspon al posicionament en el mercat de l'organització. Aquí veiem com, dels onze enquestats, sis opinen que tota la feina que han invertit a obtenir la certificació ambiental no els ha ajudat en aquest aspecte, i que no creuen que tenir-la els faci disposar d'una millor posició en el mercat. Aquest apunt s'ha treballat al llarg del treball, però no fent referència a guanyar posició davant dels competidors, sinó fent esment a guanyar una millor imatge en el sector específic de clients i empreses que si valoren la responsabilitat social que comporta aquesta feina addicional.

Finalment, comentar que hi ha dos aspectes en què la majoria d'empreses han coincidit en les seves respostes, i es tracta de: la conscienciació dels clients i la millora de la imatge pública de l'empresa.

Patricia Monreal, cap del departament de reserves de l'hotel Andante, esplaia en les respostes de la seva enquesta que, a escala personal han notat una millora superior pel que fa al reconeixement que tenen com a hotel sostenible dins la ciutat de Barcelona, i que això els ha proporcionat més visibilitat generant així una ampliació del seu segment de clients "verds".

7. CONCLUSIONS

Cal recordar, que el principal objectiu d'aquest treball era descobrir en quin punt es troba el sector hoteler a Catalunya dins el marc de la gestió mediambiental i en el progrés en l'àmbit de la sostenibilitat, tot això, via les certificacions ambientals voluntàries que les mateixes empreses poden sol·licitar i aplicar en el seu model de negoci.

A través de la cerca d'informació, s'ha pogut observar que les certificacions proporcionen nombrosos avantatges per a les empreses, sobretot pel que fa a l'ecoeficiència de les seves operacions, l'estalvi en costos d'energia i aigua, i en una correcta gestió del procés de reciclatge de residus. Especialment, els establiments que assoleixen la responsabilitat de fer un pas més en sostenibilitat gràcies a les certificacions, són valorats molt positivament per aquells segments de mercat altament vinculats en el progrés del nostre medi ambient.

Tot i això, s'ha examinat que el tant per cent d'hotels amb certificacions és realment baix. Això, no demostra que el sector turístic no estigui interessat en la qüestió, però sí que assenyalava un progrés lent en el sector mediambiental.

Pel que fa a l'anàlisi del treball, malauradament s'ha de tenir en compte que el poc nombre de respostes obtingudes fa que l'anàlisi de les enquestes quedi restringit a una part menor de la població objecte d'anàlisi, ja que com tots sabem aquest últim any ha estat un període molt difícil per a tots a causa de la covid-19, i el sector turístic n'ha sortit greument perjudicat. És per això, que ha estat complicat poder contactar amb els diferents hotels i rebre una resposta.

No obstant això, gràcies a les enquestes, s'ha mostrat que algunes de les empreses estan encuriosides per progressar en aquest àmbit, i que aposten per seguir treballant i aconseguir un avenç a llarg termini. També, han ajudat a donar resposta a la pregunta que es formulava en el segon objectiu del treball, mostrant així com realment ser una empresa enfocada en la disminució de la degradació de la biosfera i a l'hora en el creixement econòmic, és realment factible i genera varietat d'avantatges en competitivitat.

Pel que fa a futures accions, una possible proposta és aconseguir una major implicació per part de les administracions i del govern. D'aquesta manera, les organitzacions obtindrien més informació, ajudes econòmiques, i motivació per col·laborar en l'obtenció d'aquestes certificacions, i així difondre el missatge entre el sector turístic i els consumidors. En conseqüència, els consumidors demostrarien un comportament més responsable amb la matèria en qüestió.

Per altra banda, m'agradaria esmentar diferents punts forts i febles detectats durant la realització d'aquest treball. Pel que fa als punts febles, he detectat un procés complicat a l'hora de cercar informació actualitzada respecte al tema del treball, i tal com s'ha dit anteriorment, també una dificultat de precisió en les dades a causa de la situació de la pandèmia viscuda al llarg d'aquest últim any. Pel que fa als punts forts, s'ha realitzat una cerca detallada d'informació sobre la utilitat real que tenen les certificacions ambientals, i aquest contingut ha generat interès a les empreses enquestades. A més, s'ha utilitzat un ventall ampli de fons d'informació per tal de contrarestar la informació.

Finalment, explicar que la realització d'aquest projecte ha estat un camí d'aprenentatge diferent del que fins ara he realitzat dins la universitat. M'ha ajudat a millorar la meva autosuficiència a l'hora de treballar, i sobretot, corregir i millorar els meus coneixements. També, m'agradaria aconseguir despertar un interès més personal a les persones que llegeixin aquest treball i encoratjar-les a participar de la manera possible en la millora del nostre ecosistema i radicar la crisi climàtica.

8. BIBLIOGRAFIA

Activa Red Natura 2000. (2016). *Administraciones locales y Red Natura 2000*.

Recuperat de: <http://activarednatura2000.com/wp-content/uploads/2016/04/Reducida-Administraciones-Locales-y-Red-Natura-2000-reducida.pdf>

Activa Red Natura 2000. (s.d.). *Beneficios de la Red Natura 2000*. [Consulta: 27 de març de 2021]. Recuperat de: <http://activarednatura.es/red-natura/beneficios-de-la-red-natura-2000/>

Adriana, I.C. (2015). *Sostenibilidad y responsabilidad social corporativa en los alojamientos hoteleros de cuatro estrellas de Gijón*. (Treball de fi de Màster, Universitat de Oviedo).

https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/31966/TFM_%20Iulia%20Adriana%20Cimpian.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Aguilera, R. i Solís, E. (2016). Sistema de gestión medio ambiental aplicado la norma ISO 14001- 2004: una alternativa para la sostenibilidad de las empresas hoteleras en el Ecuador. *Revista DELOS: desarrollo local sostenible*, 9, (25), 2-15.

<https://www.eumed.net/rev/delos/25/iso.html>

Ayuso, S.S. (2003). *Gestión sostenible en la industria turística: Retórica y práctica en el sector hotelero español*. (Tesi doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona).

<https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2003/tdx-0621104-151345/sas1de4.pdf>

Bien, A. (2004). *Una guía simple sobre certificación de turismo sostenible y ecoturismo: la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES)*. Recuperat de:

<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-13/SEMANA1/Guiasimplesobrecertification.pdf>

Biosphere Tourism. (2021). *Ayúdanos a cambiar el mundo*. Recuperat de:

<https://www.biospheretourism.com/es/ayudanos-a-cambiar-el-mundo/79>

Biosphere Tourism. (2021). *Estándar de Certificación Biosphere Hotel | Biosphere Responsible Tourism*. Recuperat de:

<https://www.biospheretourism.com/es/estandares/estandar-de-certificacion-biosphere-hotel/3>

Calleja, D. i Alquézar, J. (2020). Desarrollo sostenible y competitividad: la visión de la Unión Europea. *ICE Revista de Economía*, (912), 1-12.

https://www.researchgate.net/publication/339532431_Desarrollo_sostenible_y_competitividad_la_vision_de_la_Union_Europea

Caso, L. F. (2012). *Las certificaciones de calidad en las empresas turísticas: antecedentes y consecuencias*. (Tesi doctoral, Universitat de Oviedo).

https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/13438/TD_lauracasofer?sequence=2

Claver, E., Pereira, J., Molina, J., i Tarí, J. (2010). Certificación en calidad y medio ambiente y su relación con el rendimiento empresarial: evidencia en el sector hotelero español. *Papers de Turisme*, (47-48), 25-37.

<http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/108/102>

Dalgo, M.J. (2017). *La ventaja competitiva en la aplicación de estrategias de marketing ecológico en la industria hotelera en Latinoamérica*. (Treball de fi de Màster, Universitat Espiritu Santo, Ecuador).

<http://201.159.223.2/bitstream/123456789/2399/1/Paper%20final%20Mari%c4%a3a%20Jose%c4%a3%20Dalgo%2030%20de%20mayo%202017%281%29.pdf>

Enciclopèdia.cat. (s.d.). *Sostenibilitat*. [Consulta: 3 de gener de 2021]. Recuperat de: <https://www.enciclopedia.cat/ec-gdlc-e00174159.xml>

ESPANYA. “Ley Orgánica 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental”. *Boletín Oficial del Estado* (24 octubre 2007), núm. 255, p. 43229 - 43250

ESPANYA. “Ley Orgánica 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad”. *Boletín Oficial del Estado* (14 diciembre 2007), núm. 299, p. 51275 - 51327.

ESPANYA. “Real Decreto Ley 416/2014, de 6 de junio, por el que se aprueba el Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad”. *Boletín Oficial del Estado* (18 juny 2014), núm. 147, p. 46026 - 46048.

ESPANYA. “Reglamento (CE) nº 66/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la etiqueta ecológica de la UE. Texto pertinente a los efectos del EEE. *Diario Oficial de la Unión Europea* L 27 (25 novembre 2009), núm. 66/2010, p.1-19.

Eurofins. (2020). *Legislación ISO 14001 de medio ambiente para hoteles y restaurantes*. [Consulta: 12 d’abril de 2021]. Recuperat de: <https://envira.es/es/legislacion-iso-14001-de-medio-ambiente-para-hoteles-y-restaurantes/>

EUROPARC - España. (2007). *La Carta Europea del turismo sostenible en los espacios protegidos*. Recuperat de: http://infonatur.es/files/materiales/carta_europea_de_turismo_sostenible_en_espacios_protegidos_actualizada_mayo2007.pdf

EUROPARC - España. (2008). *Sistema de adhesión de las empresas turísticas a la Carta Europea de Turismo Sostenible en espacios naturales protegidos*. Recuperat de: http://www.redeuroparc.org/system/files/shared/CETS/Fase_II_2018/doc_oficial_sist_adhesiifase_final.pdf

EUROPARC - España. (2021). *Carta Europea Turismo Sostenible*. [Consulta: 24 de març de 2021]. Recuperat de: <http://www.redeuroparc.org/actividades/carta-europea-turismo-sostenible>

European Commission. (Febrer 12, 2021). *EU Ecolabel: hotels-campsites in Spain. Find ecolabelled hotels-campsites in Spain*. Recuperat de: <http://ec.europa.eu/ecat/hotels-campsites/en/es/spain>

European Commission. (s.d.). EMAS – Environment. [Consulta: 17 de març de 2021]. Recuperat de: https://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm

García. M., García. J., i Cabello. J. (2017). Eficiencia en el uso de los recursos y producción más limpia (RECP) para la competitividad del sector hotelero. *RGSA*:

Revista de Gestão Social e Ambiental, 11, (2), 1-18.

<https://rgsa.emnuvens.com.br/rgsa/article/view/1252>

Generalitat de Catalunya. (Març 10, 2009). *Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural: Què és i com funciona?*. Recuperat de:

Generalitat de Catalunya. (s.d.). *Guia oficial d'establiments turístics*. Recuperat de: <http://establimentsturistics.gencat.cat/rtcwebguies/AppJava/index.jsp>

Generalitat de Catalunya. Agència Catalana del Consum. (Abril 7, 2017).

Allotjaments turístics (hotels, càmpings...) i altres. Recuperat de:

http://consum.gencat.cat/web/.content/temes_de_consum/Allotjaments_turistics.pdf

Generalitat de Catalunya. Departament de Territori i Sostenibilitat. (Desembre 12, 2018). *Sistemes de gestió ambiental (ISO 14001 i EMAS)*. Recuperat de:

http://mediambient.gencat.cat/ca/05_ambits_dactuacio/empresa_i_produccio_sostenible/sistemes_de_gestio/sistemes_de_gestio_ambiental_iso_14001_i_emas/

Generalitat de Catalunya. Departament de Territori i Sostenibilitat. (Novembre 16, 2017). *Norma UNE-EN ISO 14001*. Recuperat de:

http://mediambient.gencat.cat/ca/05_ambits_dactuacio/empresa_i_produccio_sostenible/sistemes_de_gestio/sistemes_de_gestio_ambiental_iso_14001_i_emas/iso_14001/

González, J. i Orbes, B. (2018). *Propuesta de indicadores para evaluar el turismo sostenible. Cantón Otavalo*. Recuperat de: <http://ciiscot.blogspot.com/>

Honey, M., i Rome, A. (2001). *Protecting Paradise: certification Programs for Sustainable Tourism and Ecotourism*. Recuperat de: http://vidasilvestre.org.uy/wp-content/uploads/2012/08/Protecting-Paradise_Certification-Programs-for-Sustainable-Tourism-and-Ecototourism_Institute-for-Policy-Studies.pdf

http://mediambient.gencat.cat/ca/05_ambits_dactuacio/empresa_i_produccio_sostenible/ecoproductes_i_ecoserveis/etiquetatge_ecologic_i_declaracions_ambientals_de_producte/distintiu_de_garantia_de_qualitat_ambiental/que_es_i_com_funciona/

Innovtur. (2021). *Día Mundial del Turismo 2012. Turismo y sostenibilidad energética propulsores del desarrollo sostenible*. [Consulta: 8 d'abril de 2021]. Recuperat de: <https://www.innovtur.com/dia-mundial-del-turismo-2012-turismo-y-sostenibilidad-energetica-propulsores-del-desarrollo-sostenible/>

Lillo, A., Ramón, A. i Sevilla, M. (2007). El capital humano como factor estrategico para la competitividad del sector turistico. *Cuadernos de Turismo*, (19), 47-69. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13831/13361>

Meri, N. (2020). *Estudio del crecimiento de hoteles ecológicos en España y, propuesta de medidas que ayuden a avanzar en el sector de manera más sostenible*. (Treball de fi de Grau, Universitat Politècnica de València, Gandía). <https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/150074/Meri%20-%20-%20Estudio%20del%20crecimiento%20de%20hoteles%20ecol%C3%B3gicos%20en%20Espa%C3%B1a%20y%20-%20propuesta%20de%20medidas%20que%20ayud....pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Moret, N.J. (2020). *The sustainable business model of a hotel: the case of the W Barcelona*. (Treball de fi de Màster, Universitat Ramon Llull). <https://recercat.cat//handle/2072/373877>

NH Hotel Group – Part of MINOR HOTELS. (2018). *Informe anual 2018: Memoria de responsabilidad corporativa*. Recuperat de: <https://memorianh.com/2018/wp-content/uploads/2019/04/informe-anual-2018.pdf>

NH Hotel Group – Part of MINOR HOTELS. (s.d.). *Sostenibilidad*. [Consulta: 01 de abril de 2021]. Recuperat: <https://www.nh-hoteles.es/corporate/es/compania-responsable-y-sostenible/sostenibilidad>

Organizació Mundial del Turisme. (2021). [Consulta: 4 de gener de 2021]. Recuperat de: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Organización de Consumidores y Usuarios. (2020). *Empresas que venden una imagen verde*. [Consulta: 3 de març de 2021]. Recuperat de: <https://www.ocu.org/consumo-familia/derechos-consumidor/noticias/encuesta-vender-imagen-verde>

Porter, M. (1991). *Ventaja Competitiva: creación y sostenimiento de un Desempeño Superior*. [http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para_descarga/1.%20Porter,%20M.%20\(1991\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para_descarga/1.%20Porter,%20M.%20(1991).pdf)

World Economic Forum. (2021). *What is competitiveness?*. [Consulta: 2 de maig de 2021]. Recuperat de: <https://www.weforum.org/agenda/2016/09/what-is-competitiveness/>